

## 11. PROTIMONOPOLNÍ POLITIKA

1. Proč vznikají monopoly
  - Přirozený monopol
2. Jaké ztráty přinášejí
3. Má vůbec cenu s nimi bojovat?
4. Jaký typ konkurenční politiky?
5. UHOS
  - Zákon o ochraně hospodářské soutěže
  - Dominantní postavení a jeho zneužití
6. Cenová diskriminace
7. Cenová regulace a cenový dohled
8. Cenová politika

## 1. Proč vznikají monopoly

**Monopol** = firma, která je jediným prodávajícím daného statku bez blízkých substitutů.  
(alternativně: **M.** jeden subjekt dodávající na trh celkový objem produkce daného statku)

**Dosažitelnost substitutů** = míra síly monopolu, jestliže definujeme komoditu dostatečně široce, pak neexistuje v národním hospodářství statek prodáváný jediným monopolistou; neexistuje něco jako dokonale neelastická poptávka. Na tržní sílu se díváme jako na kvantitativní veličinu, která je nepřímo úměrná k elasticitě poptávky.

**Příčiny vzniku monopolů:**

1. výlučná kontrola významných zdrojů
2. patenty
3. vládní licence nebo koncese
4. úspory z rozsahu (přirozený monopol)

1. **Výlučná kontrola významných zdrojů** = jedna firma vlastní klíčový vstup. Jediná studna ve městě. V případě, nezbytného statku může monopolista stanovit cenu velmi vysoko, i když náklady jsou nízké. Ačkoli je to takhle teoreticky možné, v realitě vznikají tímto způsobem monopoly málokdy. Současné ekonomiky jsou velké a zdroje vlastní mnoho vlastníků. Jelikož většina zboží se stává součástí MO, jsou trhy většinou světové. Existuje tedy jen málo příkladů firem, které vlastní zdroj, pro který neexistují žádné blízké substituty.

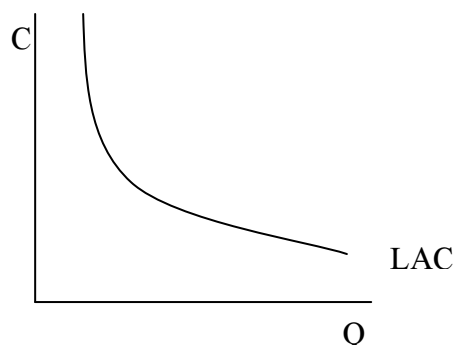
2. **Patentové a copyrightové zákony** – vytvářejí monopoly za účelem zájmů společnosti. Tyto zákony vedou ke vznikům monopolů a tím je stimulují k žádoucímu chování. Mají současně své náklady i přínosy.

3. **Vládní licence** – v mnoha případech monopoly vznikají, protože vláda přidělí jedné osobě nebo firmě výhradní právo prodávat určité zboží či službu. Někdy monopol vznikne díky silnému politickému vlivu budoucího monopolisty.

#### 4. Přírozený monopol

**Přírozený monopol** = monopol, který vzniká, protože pouze jediná firma pokryje nabídku zboží nebo služeb na trhu s **nížšími náklady** než by měly dvě nebo více firem.

Graf: Přírozený monopol



Přírozený monopol vzniká v situaci, kdy dlouhodobá křivka průměrných nákladů v daném odvětví **klesá v celém intervalu** zleva doprava, je tedy vždy levnější, když celé odvětví obsluhuje **pouze jedna firma**.

Jednak jsou to **sít'ová odvětví**, dále **vylučitelné, ale nerivalitní** statky. Most přes řeku. Když je firma přírozeným monopolem, **méně se obává nových** firem, které by mohly její monopolní sílu ohrozit. V běžné situaci má firma, která nevlastní klíčový zdroj nebo nemá vládní ochranu, **nemalé potíže** s udržení své monopolní pozice. Zisk monopolu láká nové firmy ke vstupu do odvětví a tyto firmy zvyšují konkurenci na trhu. Vstoupit na trh, kde má určitá firma **přírozený monopol**, není ale pro ostatní firmy zajímavé. Potenciální firmy, které by mohly vstoupit na trh vědí, že nemohou dosáhnout tak nízkých nákladů jako současný monopolista, protože by po jejich vstupu měla každá firma na trhu menší podíl. V některých případech **je velikost trhu** jedním z činitelů, které určují, zda je dané odvětví přírozeným monopolem či nikoliv. **Jak se bude trh rozrůstat**, může se z monopolního trhu stát trh doko.

Typickým případem přírodního monopolu jsou aktivity založené na distribuci elektrické energie, plynu, pitné vody, centrálního vytápění apod. pro něž se vzhledem k jejich povaze vžilo označení sít'ový monopol.

## 2. Jaké ztráty přináší

### **Empirické odhady vlivu monopolu na hospodářství**

Z mikroekonomické teorie víte, že monopol představuje ztrátu efektivnosti. Zásadní otázku představuje: Jak velké jsou tyto náklady monopolu? Nejjednodušší by bylo porovnat monopol a dokonalou konkurenci v tomto odvětví, což logicky není možné. Pokusy překonat tento problém srovnáním mezi jednotlivými zeměmi také selhávají, protože se liší ceny práce a dalších vstupů.

**Ztráta mrtvé váhy** = snížení celkového přebytku způsobené zavedením daně či existencí monopolu

Klasická studie monopolní síly je Habbergerova (1954), kdy odhadl ztráty amerického HDP díky monopolům na 0,1 % HDP. Jiné studie se však velmi lišily.

## 3. Má vůbec cenu s monopoly bojovat?

Vláda potřebuje **protimonopolní politiku** pouze v případě, že věří, že existence monopolů představuje náklad pro společnost. V případě, že jsou tyto náklady zanedbatelné, potom mohou náklady protimonopolní politiky převýšit její přínosy.

**Statické** pojetí konkurence = tak jak jej pojímá klasická mikroekonomie. To znamená statické pojetí nákladů, tržeb, zisků a neefektivností monopolu. Naproti tomu existuje **dynamické pojetí** konkurence vzešlé z rakouské školy (Schumpeter), která argumentuje dynamickým pojetím, to znamená, že firma se nikdy nenachází v rovnováze, protože se neustále mění její okolí. Schumpeter argumentuje, že pro ohrožení monopolisty není ani tak podstatná **konkurence ostatních**, ale **konkurence nových výrob a nových technologií** (telefony, mobily). Monopoly, které se opírají on staré výrobky a technologie, neprojdou zkouškou času. Monopol, který se chce udržet ve stávajícím postavení musí vlastně likvidovat své staré technologie a rozvíjet nové.

### **Náklady monopolu:**

- Monopol se nemusí snažit maximalizovat zisky, může se spokojit pouze s rozumným ziskem
- Přerozdělovací efekty od spotřebitelů k monopolistovi. Je to špatné? Měla by se s tím hospodářská politika snažit něco udělat.
- Snaha monopolu věnovat prostředky na získání a udržení monopolní síly (lobby)
- Monopol není tlačěn ke snižování nákladů. *Nejlépeším monopolním ziskem je pohodový život. John Hicks*

#### 4. Jaký typ konkurenční politiky?

V zásadě jsou možné **dva základní přístupy** k problematice monopolu. První se koncentruje **na strukturu** odvětví, zda je tam přítomen monopol. A druhý přístup se více koncentruje spíše **na jeho chování** a chování trhu. Například jak těžké je pro nové firmy vstup do odvětví. Tradičně se hopo jak v EU tak UK koncentrovala spíše na ten **druhý přístup**, to znamená, že v zásadě není niv špatného na tom, když jedna firma ovládá dané odvětví pokud své pozice nezneužívá. Tudíž důraz je položen **nikoliv na existenci monopolní síly nýbrž na její zneužívání**.

Klíčový pojem jsou **bariéry vstupu do odvětví**. Jestliže neexistují žádné bariéry vstupu do odvětví, pak stupeň koncentrace v odvětví je v zásadě nevýznamný. Bariéry vstupu mohou mít podobu rozličných forem. Mohou být **legální či dané economics of scale**. Z toho vyplývá koncept **contestable markets**, to znamená takový typ trhů, na kterém se mohou nové firmy uchytit.

Ovšem často také **silná konkurence může vést k silné koncentraci**. Proto aktivní antimonopolní politika zaměřená striktně na zvyšování konkurence v odvětví může produkovat nežádoucí výsledky. **Monopolní síla** nesouvisí ani tak s velikostí firmy jako **spíše s obtížností nebo nemožností substitute**.

Při řešení problematiky zneužití hospodářského postavení subjektu na trhu je třeba nejprve zjistit, jaké šetřený subjekt zaujímá postavení na **relevantním trhu** a především **tento trh vymežit**. Odtud vyplývají dva důležité poznatky: (i) Výkon politiky hospodářské soutěže se nevztahuje jen na vysloveně monopolní firmy, ale ani obecně na všechny firmy, nýbrž **zásadně na firmy, jež dosáhly na trhu určitého významného, tzv. dominantního postavení**; (ii) a dále toto dominantní postavení neoznačuje pozici firmy jako takové, ale vždy jen její pozici v určitém segmentu trhu, tj. na takzvaném **relevantním trhu**.

##### **Metody antimonopolní politiky:**

1. Státní vlastnictví a řízení
2. Státní regulace firem v monopolním postavení
3. Výlučné smlouvy s akceptováním přirozeného monopolu
4. Důsledné prosazování antimonopolních zákonů
5. Politika laissez faire ve vztahu k přirozenému monopolu

## 5. UHOS

### Úřad pro hospodářskou soutěž

Rozpočet cca. 65 milionů.

Má stát provádět protimonopolní politiku?

Náplň zákona o hospodářské soutěži.

Rozpočet úřadu pro hospodářskou soutěž

Přímé a nepřímé náklady

### Motto:

Ochrana hospodářské soutěže nemůže být samoúčelná.

Cílem je spokojenost spotřebitelů".

### Ing. Josef Bednář

Vzdělání: Vysoké učení technické v Brně - fakulta elektrotechnická.

státní závěrečná zkouška v roce 1980. V roce 1993 absolvoval

7 týdenní studijní pobyt v USA na Federal Trade Commission

a na Department of Justice (DoJ), zaměřený na problematiku

hospodářské soutěže. Absolvent krátkodobých seminářů

k ochraně hospodářské soutěže, pořádaných Evropskou

komisí, OECD, FTC a DoJ.

**V současné době** je ochrana hospodářské soutěže v České republice institucionálně zajišťována **Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže** se sídlem v Brně. Úřad začal pod tímto názvem fungovat **od 1. listopadu 1996**, přičemž navázal na činnost dřívějšího Ministerstva pro hospodářskou soutěž, jehož kompetence byly v plném rozsahu zachovány. Ke změně ministerstva na Úřad došlo po parlamentních volbách v červnu 1996

Působnost Úřadu a postavení jeho předsedy je vymezeno zákonem č. 273/1996 Sb., o působnosti Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, ve znění zákona č. 187/1999 Sb. Úřadu přísluší **vytvářet podmínky pro podporu a ochranu hospodářské soutěže, vykonávat dohled při zadávání veřejných zakázek a veřejné podpory a vykonávat další působnosti stanovené zvláštními zákony.**

Úřad je ústředním orgánem státní správy, který je **zcela nezávislý ve své rozhodovací činnosti**; žádný jiný orgán státní správy včetně vlády nemůže zasahovat do rozhodování Úřadu a politická kontrola nad rozhodnutími je vyloučena. Úřad je však vázán usneseními vlády stanovujícími legislativní i nelegislativní úkoly. V čele Úřadu je předseda, kterého jmenuje na návrh vlády prezident republiky. Funkční období předsedy je 6 let a nikdo nemůže být jmenován do funkce předsedy na více jak dvě funkční období (§ 1 odst. 3 zákona o působnosti Úřadu). Předseda Úřadu nesmí být členem žádné politické strany nebo politického hnutí (§ 1 odst. 4 zákona o působnosti Úřadu). Výkon funkce předsedy Úřadu končí vzdáním se funkce, uplynutím funkčního období, zbavením způsobilosti

**Úřad má v současné době 116 pracovníků, z toho 42 právníků a 38 ekonomů.**

**Nejvýznamnější povinností Úřadu ve vztahu k vládě ČR je pravidelné předkládání výročních zpráv o činnosti Úřadu.**

## **Zákon o ochraně hospodářské soutěže**

Právní úprava ochrany hospodářské soutěže v České republice **vychází ze soutěžního práva v ES**, zejména čl. 81 a následující Smlouvy o založení ES. První zmínka o kartelovém právu v českých zemích lze najít v **§ 4 rakouského koaličního zákona č. 43 z roku 1870**, podle něhož **neměly právní účinnost úmluvy** živnostníků, uzavřené s cílem zvýšit ceny zboží v neprospěch zákazníků.

Po vzniku Československé republiky došlo k první systematické úpravě práva proti omezování soutěže **v roce 1933**. Stalo se tak zákonem č. 141/1933 Sb., o kartelech a soukromých monopolech. Na rozdíl od současné koncepce však tento zákon vycházel ve shodě s tehdy převládajícím evropským pojetím z přípustnosti sjednávání kartelových dohod a pouze **reproboval jejich zneužití**.

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

### **Zákon**

**č. 143/2001 Sb.**

ze dne 4. dubna 2001,

### **o ochraně hospodářské soutěže**

**§ 1**

#### **Předmět zákona**

(1) Tento zákon upravuje ochranu hospodářské soutěže na trhu výrobků a služeb (dále jen „zboží“) proti jejímu vyloučení, omezení, jinému narušení nebo, za podmínek stanovených tímto zákonem, jejímu ohrožení (dále jen „narušení“)

- a) dohodami soutěžitelů (§ 3 odst. 1),
- b) zneužitím dominantního postavení soutěžitelů, nebo
- c) spojením soutěžitelů.

### Hlava III Dominantní postavení a jeho zneužívání

#### § 10

- (1) 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.
- (2) Tržní sílu podle odstavce 1 Úřad posuzuje podle hodnotového vyjádření zjištěného objemu dodávek nebo nákupu na trhu daného zboží (tržní podíl), dosaženého soutěžitelem nebo soutěžiteli se společnou dominancí v období, které je zkoumáno podle tohoto zákona, a podle dalších ukazatelů, zejména podle hospodářské a finanční síly soutěžitelů, právních nebo jiných překážek vstupu na trh pro další soutěžitele, stupně vertikální integrace soutěžitelů, struktury trhu a velikosti tržních podílů nejbližších konkurentů.
- (3) Nebude-li pomocí ukazatelů podle odstavce 2 prokázán opak, má se za to, že dominantní postavení nezaujímá soutěžitel nebo soutěžitelé se společnou dominancí, kteří ve zkoumaném období dosáhli na trhu menší než 40 % tržní podíl.

#### § 11

- (1) Zneužívání dominantního postavení na újmu jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů je zakázáno. Zneužitím dominantního postavení je zejména
  - a) přímé nebo nepřímé vynucování nepřiměřených podmínek ve smlouvách s jinými účastníky trhu, zvláště vynucování plnění, jež je v době uzavření smlouvy v nápadném nepoměru k poskytovanému protiplnění,
  - b) vázání souhlasu s uzavřením smlouvy na podmínku, že druhá smluvní strana odebere i další plnění, které s požadovaným předmětem smlouvy věcně ani podle obchodních zvyklostí nesouvisí,
  - c) uplatňování rozdílných podmínek při shodném nebo srovnatelném plnění vůči jednotlivým účastníkům trhu, jimiž jsou tito účastníci v hospodářské soutěži znevýhodňováni,
  - d) zastavení nebo omezení výroby, odbytu nebo výzkumu a vývoje na úkor spotřebitelů,
  - e) dlouhodobé nabízení a prodej zboží za nepřiměřeně nízké ceny, které má nebo může mít za následek narušení hospodářské soutěže,
  - f) odmítnutí poskytnout jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu přístup k vlastním přenosovým sítím nebo obdobným rozvodným a jiným infrastrukturním zařízením a tito jiní soutěžitelé z právních nebo jiných důvodů nemohou bez spoluužívání takového zařízení působit na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé, kteří přitom neprokáží, že takové spoluužívání není z provozních nebo jiných důvodů možné, anebo je od nich nelze spravedlivě požadovat.
- (2) Zjistí-li Úřad při výkonu dozoru nebo z jiného podnětu, že došlo ke zneužití dominantního postavení, tuto skutečnost rozhodnutím deklaruje a zároveň tímto rozhodnutím takové jednání do budoucna zakáže.
- (3) Soutěžitelé mohou podat Úřadu návrh na určení, zda určité jejich jednání je či není zneužitím dominantního postavení.



## ÚOHS INFORMUJE

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve svém druhostupňovém rozhodnutí ze dne 9. května 2002 potvrdil pokutu společnosti **Eurotel Praha, spol. s r.o. ve výši 48 milionů Kč a společnosti RadioMobil a.s., ve výši 15 milionů Kč** a navázal tak na své prvoinstanční výroky z července loňského roku. Zmiňované společnosti působí na trhu poskytování mobilních radiotelefonních služeb ve veřejných mobilních telekomunikačních sítích.

Úřad ve dvou samostatných správních řízeních rozhodl, že uvedené společnosti svým jednáním v roce 2000 a 2001 zneužily svého dominantního postavení tím, že obě **účtovaly svým zákazníkům za minutu volání do sítě společnosti Český Mobil a.s. částku vyšší než za minutu volání, jakou si účtovaly navzájem za volání mezi svými sítěmi.**

Tímto jednáním účastníci řízení porušili zákon o ochraně hospodářské soutěže **k újmě společnosti Český Mobil**, která nezískala z důvodu vyšších cen, které společnosti EuroTel Praha a RadioMobil účtovaly svým zákazníkům za volání do sítě společnosti Český Mobil takový počet nových zákazníků, jako za podmínek rovné hospodářské soutěže.

Z důvodu těchto vyšších cen došlo k nižšímu objemu odchozího provozu ze sítě provozované účastníky řízení do sítě společnosti Český Mobil oproti provozu v opačném směru, čímž byla společnost Český Mobil znevýhodněna v hospodářské soutěži.

Zavedení vyšších cen do sítě společnosti Český Mobil přitom odrazovalo potenciální zákazníky, aby využívali služeb právě této společnosti. Jestliže zájemce o mobilní telefon společnosti Český Mobil při svém rozhodování zjistil, že by hovory vycházející k němu od převážné části majitelů mobilních telefonů byly dražší, z hlediska spotřebitelského chování zcela logicky zvolil operátora na trhu již zavedeného.

Chování účastníků řízení lze kvalifikovat jako velmi příznačné pro soutěžitele v dominantním postavení za situace, kdy na trh do konkurenčního vztahu vstupuje nový soutěžitel. Přitom především v počáteční fázi vstupu nového soutěžitele na trh soutěžitel v dominantním postavení stanovením vyšších cen do sítě nového operátora v zásadě vlastní újmu neriskoval, neboť počet volání ze sítě účastníků řízení do nové sítě byl nízký.

Jednání účastníků řízení mělo za následek také újmu spotřebitelů – zákazníků účastníků řízení, kteří za srovnatelnou službu při volání do sítě společnosti Český Mobil platili na hovorném v některých tarifech částku vyšší, než za volání do sítě druhého účastníka řízení.

**Při stanovení výše pokuty Úřad v obou případech zohlednil, že každý z účastníků řízení přistoupil po zahájení správních řízení k částečné nápravě svého chování.**

**Josef Bednář, předseda Úřad pro ochranu hospodářské soutěže**

## 6. Cenová diskriminace

Tím, že monopolista je **schopen stanovit si cenu** nad úrovní vlastních nákladů, ale pro něj představuje **zásadní dilema**. Část produkce by byl schopen prodat za vyšší cenu než jsou jeho mezní náklady, ale tím by si pokazil stávající cenu. Optimální strategií je provést nějakou formu cenové diskriminace.

**Cenová diskriminace** = obchodní praxe prodeje identického zboží různým zákazníkům za různé ceny.

Může – li firma v monopolním postavení prodávat každou jednotku výstupu za rozdílnou cenu, bude si určovat maximum, které je kupující ochoten za každou jednotku zaplatit. Za těchto okolností si firma v monopolním postavení zajistí veškerý přebytek spotřebitele.

### Důsledky:

- Cenová diskriminace je racionální strategií pro monopolistu maximalizujícího zisk
- Cenová diskriminace vyžaduje schopnost rozdělit zákazníky podle jejich ochoty platit
- Určité tržní síly mohou zabránit firmám v diskriminaci

### Otázky:

- Je etická?
- Zvyšuje nebo snižuje ekonomický blahobyt?

### Příklady:

- Lístky do kina; ceny letenek; slevy studentům
- Finanční pomoc; stipendia
- Množstevní slevy
- Diskriminace cizinců ve vstupném do muzeí
- Proč je jízdenka Brno-Praha levnější než jiné
- Proč je menu levnější než večeře
- Tiskárny a cartridge

### Jak získat informace o ochotě platit?

Dokonalou cenovou diskriminaci by rád praktikoval každý prodávající. Jak jsme však už uvedli, prodávající nemají dostatek informací o individuálních poptávkových křivkách, které k cenové diskriminaci nutně potřebují. Přesto další významnou variantu cenové diskriminace představuje technika, jejímž prostřednictvím firma přiměje kupující s nejvyšší elasticitou, aby se sami odhalili. Základní nápad spočívá v tom, že prodávající nejdříve vytvoří určitou překážku a kupujícím, kteří se ji rozhodnou překonat, pak stanoví slevu z ceny. Logika této techniky spočívá na předpokladu, že s mnohem větší pravděpodobností překonají danou překážku ti kupující, kteří reagují na změnu ceny nejcitlivěji. (poukázka na slevu)

### Zdůvodnění

Je nezbytností takovýto typ diskriminace přijatelně zdůvodnit. Nepodceňujte význam zdůvodnění. Cenová diskriminace zvyšuje čistý příjem monopolisty, ale může vyvolat prudkou nevoli na straně těch, kterým není poskytnuta sleva.

## 7. Cenová regulace a cenový dohled

Vedle ochrany hospodářské soutěže (a případně i ochraně proti nekalé soutěži) může být jako nástroj bránící selhání trhu uplatněn cenový dohled nebo cenová regulace. **Cenový dohled** je zaměřen především na ty subjekty, které zaujímají na trhu takové postavení, že ho mohou zneužít v neprospěch svých tržních partnerů. Zejména se jedná o regulaci přirozených monopolů, která je v západoevropských zemích běžná a v moderní tržní ekonomice nezbytná. Úkolem je tedy odstraňovat zneužití cenové tvorby organizacemi.

**Praktická realizace** teoretického záměru stanovit ideální regulovanou cenu však **naráží na problém** vyčíslení reálné ceny  $P_{reg}$ . Výpočet a prokazování velikosti průměrných nákladů regulované firmy ze strany regulátora je velmi problematické, sporné a prakticky nemožné. Pokud jsou předmětem prokazování příliš vysoké monopolní ceny daného produktu, je potřeba pro srovnání vyjít z cen, které by byly dosaženy v konkurenčním prostředí. Takové ceny jsou ovšem fiktivní a nelze je reálně zjistit. Pro alespoň přibližný odhad fiktivních cen se používají dvě metody:

- **Metoda cenového porovnání** - tato metoda porovnává úroveň cen na obdobném trhu v zahraničí (po kursových a jiných úpravách) nebo úroveň cen před a po vzniku monopolu na daném trhu nebo se přímo porovnávají ceny dominantního podniku s ostatními podniky na daném trhu.
- **Metoda ziskové a nákladové kontroly** - podstatou této metody je, že porovnává přiměřenost nákladů k dosaženému zisku, zda je snížení nákladů přiměřené růstu produktivity, rozlišuje náklady nutné a zbytné. Omezená použitelnost této metody je zřejmá, používá se jen pokud nelze použít metodu cenového porovnání.

Sporné je rovněž usuzování na zneužití dominantního postavení jen podle **nepřiměřeně vysokého zisku**. Samotný pojem nepřiměřený zisk je v praxi jen stěží obhajitelný. Porovnáme-li velikost zisku jednotlivých výrobců v daných odvětvích například v české ekonomice, nezjistíme žádnou kauzální závislost mezi relativní výší zisku a velikostí či konkurenčním postavením podniku.

V České republice je cenovým dohledem pověřeno **Ministerstvo financí ČR**, ale v oblasti **zneužívání dominantního postavení při stanovení ceny úzce spolupracuje s ÚOHS**. Jak již bylo v úvodu naznačeno, hospodářské subjekty při zneužití svého dominantního nebo monopolního postavení na trhu neporušují pouze Zákon o ochraně hospodářské soutěže, ale také Zákon o cenách. V souvislosti s hospodářskou soutěží se konkrétně uvádí, že "prodávající nesmí zneužívat svého hospodářského postavení k tomu, aby získal nepřiměřený hospodářský prospěch prodejem za sjednanou cenu, která zahrnuje neoprávněné náklady nebo nepřiměřený zisk; kupující nesmí zneužívat svého hospodářského postavení k tomu, aby získal nepřiměřený hospodářský prospěch nákupem za sjednanou cenu, která výrazně nedosahuje oprávněných nákladů."

Cenový dohled by měl být především nástrojem mimořádné korekce cenového excesu, v žádném případě obecným prostředkem řízení cenového vývoje. Šetření o neoprávněném zvýšení ceny či jejím neodůvodněném udržování na dané úrovni by mělo být zahájeno vždy, pokud existuje podezření, **že dochází ke zneužívání postavení na trhu**. Za zneužití postavení na trhu je třeba považovat zejména to, že ceny na určitém trhu nejsou výsledkem účinné konkurence. O zneužití cenové tvorby je možné soudit zejména z cenového vývoje na

srovnatelných trzích, z docíleného nepřiměřeného zisku v ceně, z vývoje nákladů a posouzení úrovně výrobní kalkulace, z podmínek dodávky, z poměrů na trhu apod.

Přímé zásahy do cenového vývoje je nutno uskutečňovat s maximální obezřetností, neboť **fixování ceny** vede ke stabilizaci nevyváženosti na trhu. Vláda proto musí velice přesně v takových případech vymezit postavení podezřelého subjektu na trhu, zda skutečně zaujímá takové postavení, kdy je nutno podrobit jeho cenovou tvorbu kontrole. Při neodůvodněných a příliš častých zásazích do cenové tvorby tržních subjektů totiž **hrozí riziko pokřivení tržních vztahů a vzniku hluboké nerovnováhy na trhu**. Cenovou regulaci a cenový dohled je proto objektivně přípustné použít pouze v takové fázi vývoje národní ekonomiky, kdy fungování **tržního mechanismu je značně oslabeno a hospodářství se nachází ve stavu hluboké makroekonomické nerovnováhy**. Taková opatření již leží na hranici mezi moderní hospodářskou politikou a státním dirigismem. Ve standardní tržní ekonomice připadá cenová regulace do úvahy pouze v případě přirozeného (síťového) monopolu.

#### **Problémy spojené s regulací monopolní ceny:**

- Monopol nepoškozuje spotřebitele **pouze vysokou cenou**, ale také tím, že bez tlaku konkurence nedbá na kvalitu ani na zlepšování svých výrobků a služeb. Lepší než regulovaný monopol je žádný monopol. A konec monopolu přijde, budou-li se na trh prodírat nové firmy. Míra dravosti jejich pronikání je ovšem přímo úměrná výši ceny a zisku takové firmy.
- Je **mnoho způsobů, jakými může firma zvyšovat zisk** – zvyšovat ceny, snižovat kvalitu, diskriminovat mezi konzumenty – jednoduše nezvyšovat společenský užitek. Regulátor je neschopný rozlišit mezi akcemi zvyšujícími zisk a akcemi zvyšujícími společenský užitek, nebo je neschopný přinutit firmu, aby nejednala ve vlastní prospěch.

# **Kompetence a zásady cenové politiky**

---

## **Působnost orgánů státní správy**

Rozdělení kompetencí v cenové oblasti je upraveno zákonem č. 265/1991 Sb., o působnosti orgánů České republiky v oblasti cen, ve znění pozdějších předpisů.

## **Cenové orgány oprávněné k regulaci a kontrole cen**

**Ministerstvo financí**

**Ministerstvo dopravy a spojů**

**Český telekomunikační úřad**

**Energetický regulační úřad**

**Okresní úřady**

**Obce**

Okresní úřady a obce vykonávají svoji působnost v oblasti regulace cen pouze v rozsahu a za podmínek stanovených rozhodnutím Ministerstva financí - Výměr MF č. 01/2001.

## **Cenové orgány oprávněné pouze ke kontrole cen**

**Finanční ředitelství**

**Státní energetická inspekce**

V brzké budoucnosti se předpokládá pověření krajských úřadů výkonem cenové kontroly.

## ***Ochrana trhu, cenová stabilita a konkurence***

K udržování cenové hladiny a tím míry inflace v ekonomicky přijatelných mezích kromě monetární politiky ČNB, ochrany hospodářské soutěže prováděné ÚOHS a fiskální politiky vlády rovněž přispívá i Ministerstvo financí podporou soutěžního prostředí na jednotlivých trzích.

Ministerstvo financí posuzuje právní předpisy a návrhy jejich změn i návrhy opatření vlády, zejména z oblasti podnikání, hospodářské soutěže, státních podpor, ochrany spotřebitele a zadávání veřejných zakázek. Tyto právní předpisy posuzuje ve vzájemném kontextu z hlediska jejich důsledků pro tržní prostředí. Usiluje o to, aby podporovaly konkurenční prostředí v daném oboru, aby nepřispívaly k monopolním tendencím a aby nevytvářely podmínky pro uzavírání dohod o určení cen. Předkládá návrhy právních předpisů a dalších opatření s cílem liberalizace trhu.

Kromě toho Ministerstvo financí provádí ochranu vnitřního trhu ČR před některými obchodními praktikami, které jsou zakázány smlouvami Světové obchodní organizace. Jde zejména o celní ochranu proti dovozu dumpingových a proti dovozu výrobků na které byly poskytnuty zakázané subvence. Provádí i ochranu proti dovozu subvencovaných výrobků, na které byla poskytnuta subvence dovolená, proti které se lze bránit v souladu s mezinárodními závazky vyrovnávacím clem. Předkládá Ministerstvu průmyslu a obchodu PO svá stanoviska k návrhům na uplatnění antidumpingového cla a provádí šetření o ochraně před subvencovanými dovozy.

Ministerstvo financí v rámci této činnosti dále hodnotí tržní situaci v jednotlivých oborech, posuzuje účinnost regulace cen, vyhodnocuje a zobecňuje zkušenosti v ochraně trhu v jiných zemích, a na základě toho přijímá opatření směřující k cenové deregulaci.