

Politika hospodářské soutěže

Obsah a cíl

– obsah

- teoretické koncepce politiky hospodářské soutěže
- nositelé
- formy omezení konkurence

– cíl

- Jaký je cíl soutěžní politiky a proč soutěžní politika existuje?
- Jakým způsobem firmy narušují soutěž?
- Jak může stát zasáhnout?

Politika hospodářské soutěže

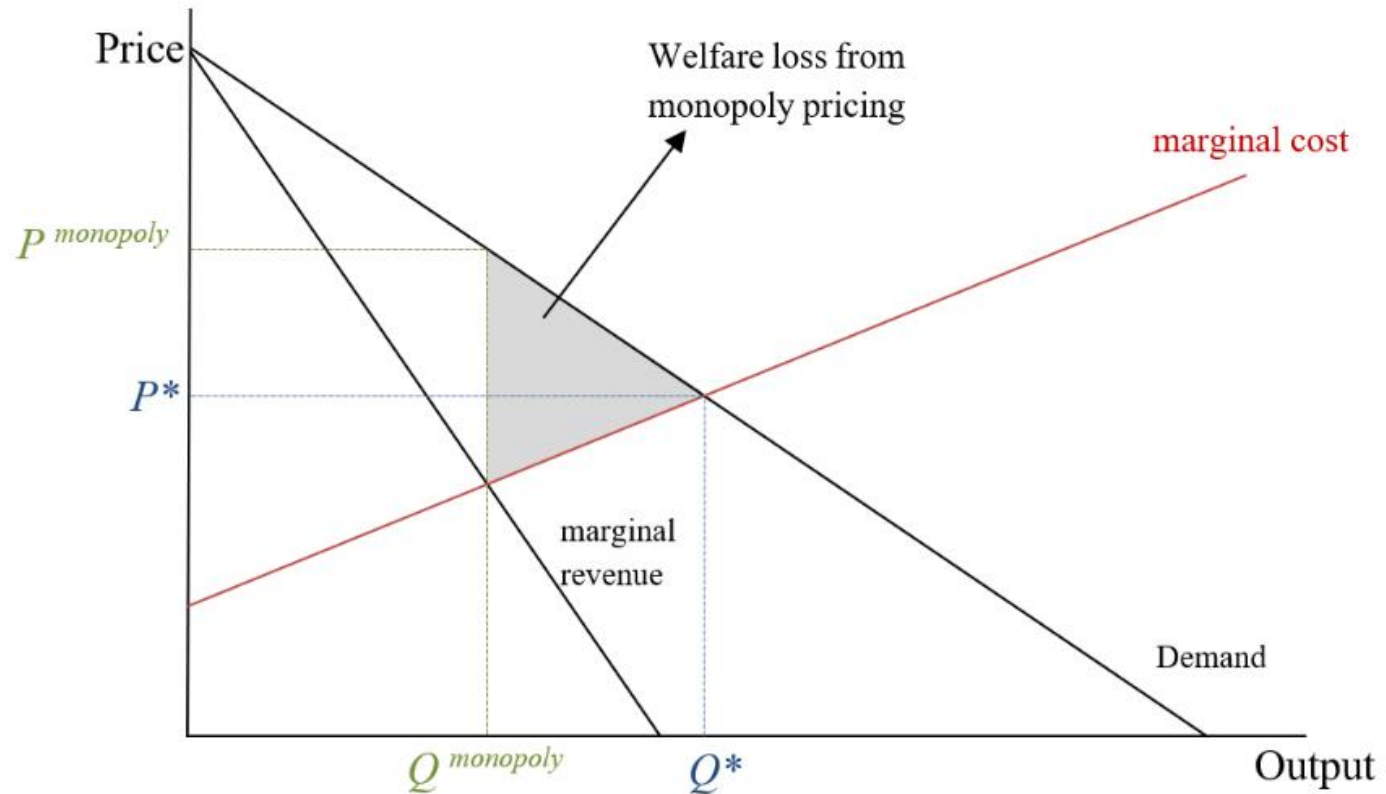
- mikroekonomická část hospodářské politiky

- cíl: zajistit alokační efektivnost
 - maximalizace celkového přebytku

Politika hospodářské soutěže

	Monopol	Monopolistická konkurence	Oligopol	Dokonalá konkurence
Počet firem	jedna	mnoho	několik velkých	mnoho
Charakter produktu	nesubstituční	diferencovaný	Stejný/diferencovaný	stejná
Bariéry vstupu	velké	dílčí	dílčí (ekonomické)	žádné
Kontrola ceny	určující	dílčí	značná	žádná
Míra koncentrace	100 %	nízká	vysoká	žádná
Příklady	voda	knihy	telefonní operátor	obilí

Monopol



Politika hospodářské soutěže

- Soutěžní právo vychází z ekonomického názoru, že fungující hospodářská soutěž je pro společnost prospěšná
- Snaha je získat výrobky (služby) za co nejnižší ceny, v co nejvyšší kvalitě a v co největším výběru
- DOKO – nižší cena, vyšší množství, vyšší spotřebitelské přebytky i přebytky výrobce
- DOKO na většině trhů nelze zajistit

Pilíře soutěžní politiky

- Zakázané dohody (kartely)
- Kontrola koncentrací
- Zneužití dominantního postavení
- Veřejná podpora
- (kontrola významné tržní síly)

Instituce soutěžní politiky

- ÚOHS
- Evropská komise (DG Competition)
- Otázka nezávislosti

Bariéry vstupu do odvětví

- absolutní (nepřekonatelné)
 - přírodní zdroj
 - síť
 - zákonná bariéra
 - technologie
- relativní (překonatelné)
 - koncentrace kapitálu
 - využití výrobních faktorů
 - nedokonalost kapitálového trhu
 - diferencovanost produktu
 - blízkost spotřebiteli
- významným tvůrcem bariér je stát

Relevantní trh

= trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.

- produktový
- geografický
- časové hledisko

Proč vymezovat relevantní trh?

- identifikovat hranice trhu
- identifikovat, zda má soutěžitel dominantní postavení
- pochopit, jak je trh ovlivněn protisoutěžním chováním
- pochopit, jak je trh ovlivněn fúzí

Míra koncentrace odvětví

– Koncentrační stupeň X firem – součet tržních podílů

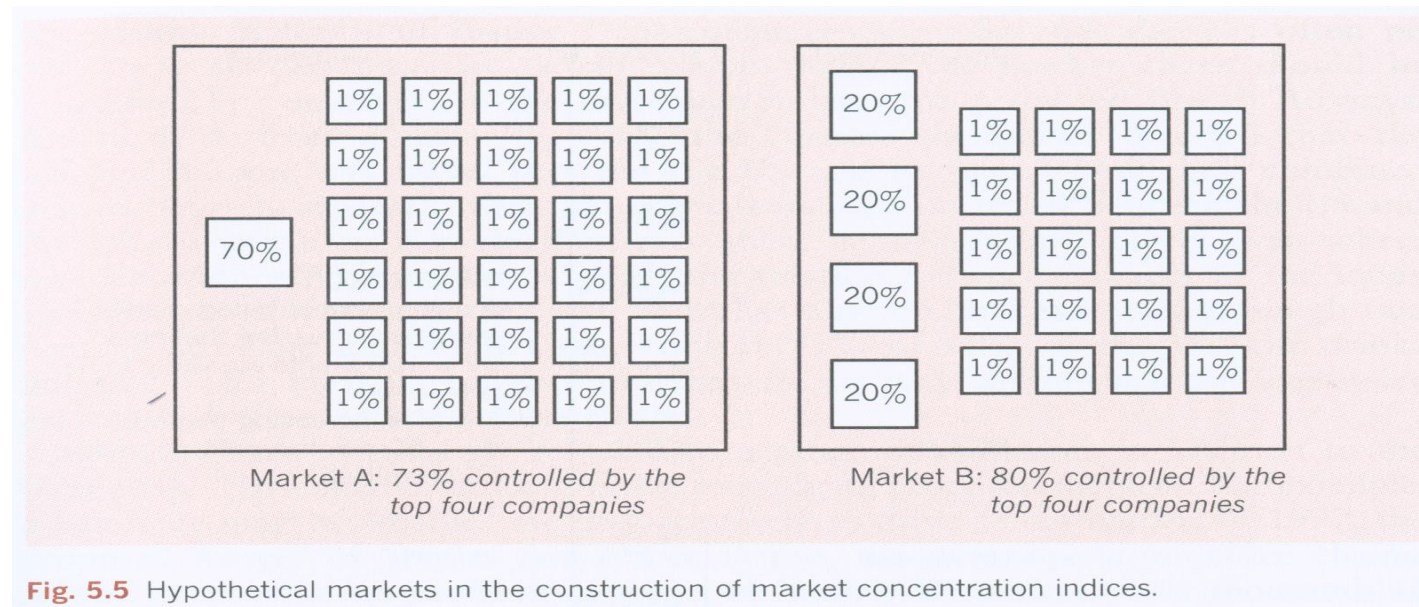
– Herfindal-Hirschmanův index – součet druhých mocnin podílů

$$CR_4 = 73 \%$$

$$HHI = 4\,930$$

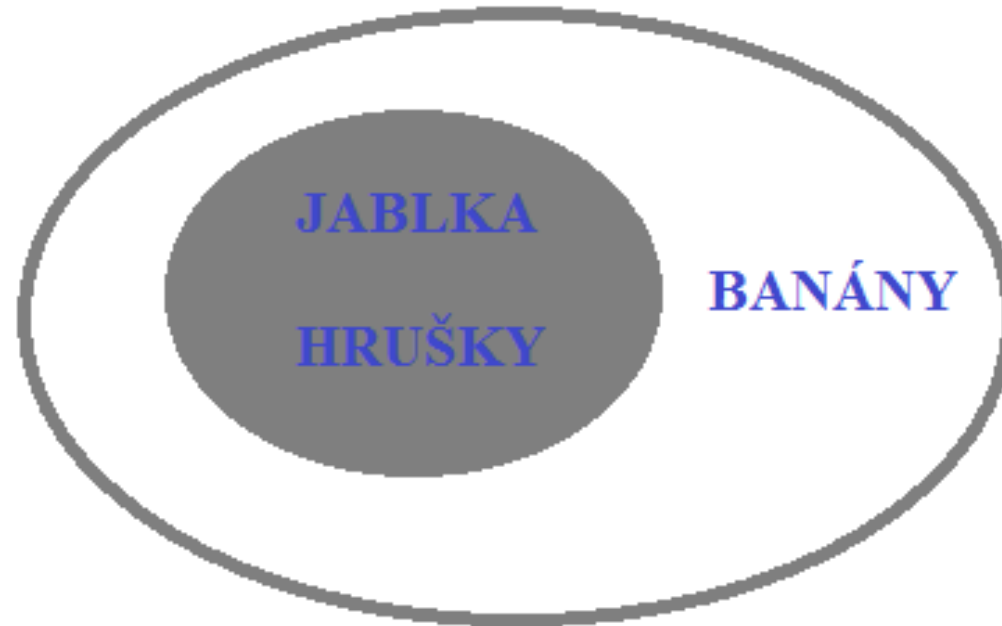
$$CR_4 = 80 \%$$

$$HHI = 1\,620$$



SSNIP Test

- **S**mall
- **S**ignificant
- **N**on-transitory
- **I**ncrease
- **P**rice



Zneužití dominantního postavení

- dominance = možnost chovat se nezávisle na ostatních konkurentech
- být v dominantním postavení není nelegální
- dominantní podnik svoji pozici nesmí zneužít
- dominantní podnik neuzavírá kartelovou dohodu
 - pokud je podnik dominantní, nemá k tomu důvod
 - kartely a kontrola dominance nenastávají současně

Dominantní postavení

Tržní podíl	Závěr ohledně dominance
nad 70 %	Silný důkaz dominance.
50 % - 70 %	Předpoklad dominance; musí se zvážit další okolnosti
40 % - 50 %	Vyžadováno detailnější zkoumání.
pod 40 %	Dominance je nepravděpodobná.

– Příklad:

- A = 40 %; B = 30 %; C = 25 %
- A = 40 %; B = 5 %; C = 1 %

Dominantní postavení

– vykořisťovatelské praktiky

- cílem je neférovým způsobem poškodit nebo zneužít konkurenty nebo obchodní partnery
- přímé nebo nepřímé vynucování nekalého nákupu nebo prodeje, cen nebo jiných podmínek

– vylučovací praktiky

- cílem je odradit konkurenty od vstupu nebo je přimět odejít
- například predátorské ceny, odmítání obchodů, margin squeezing

Zakázané chování dominantní firmy

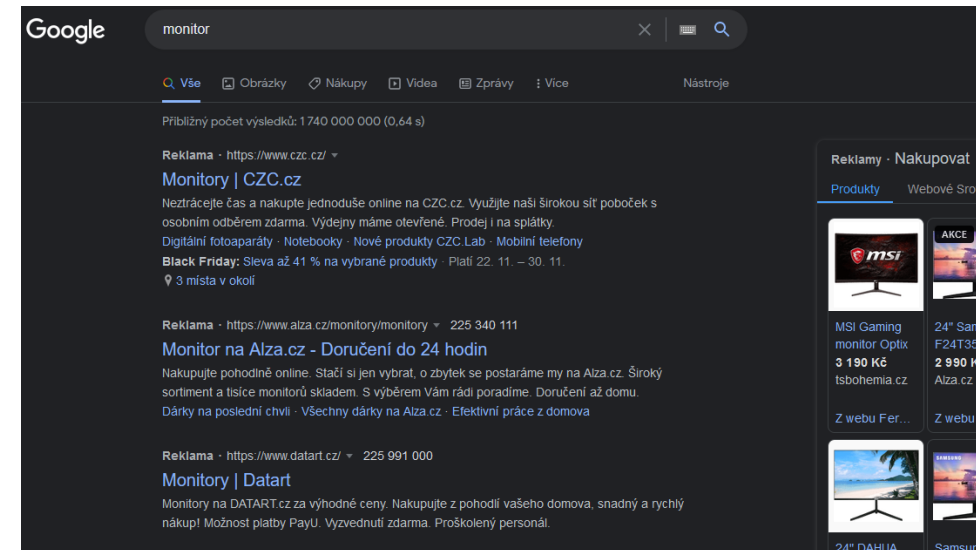
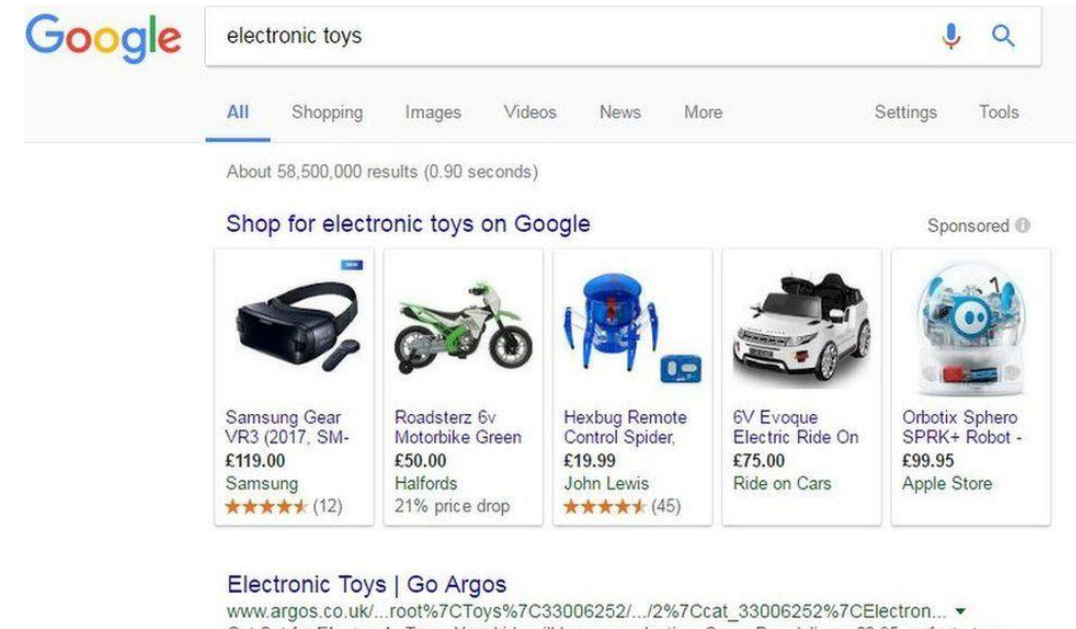
- Výlučné vazby a nepřiměřená plnění
 - určení odběratelů
 - výhradní dodávky

CS: Nepřiměřená plnění vynucená ČEZ, ÚOHS 2003

- ČEZ, a.s. uzavřela se svými odběrateli sedm smluv o dodávce elektrické energie, které obsahují ujednání o zákazu dovozu vyvezené elektrické energie zpět na území ČR.
- omezení či vyloučení přístupu jiných soutěžitelů na trh
- pokuta 7,5 miliónu Kč

CS: Google Shopping

- propojení vyhledávání a služby cenových srovnávačů
- algoritmus upozaduje srovnávače typu Heureka (ale ne Google Shopping)
- pokuta 2 424 495 000 euro



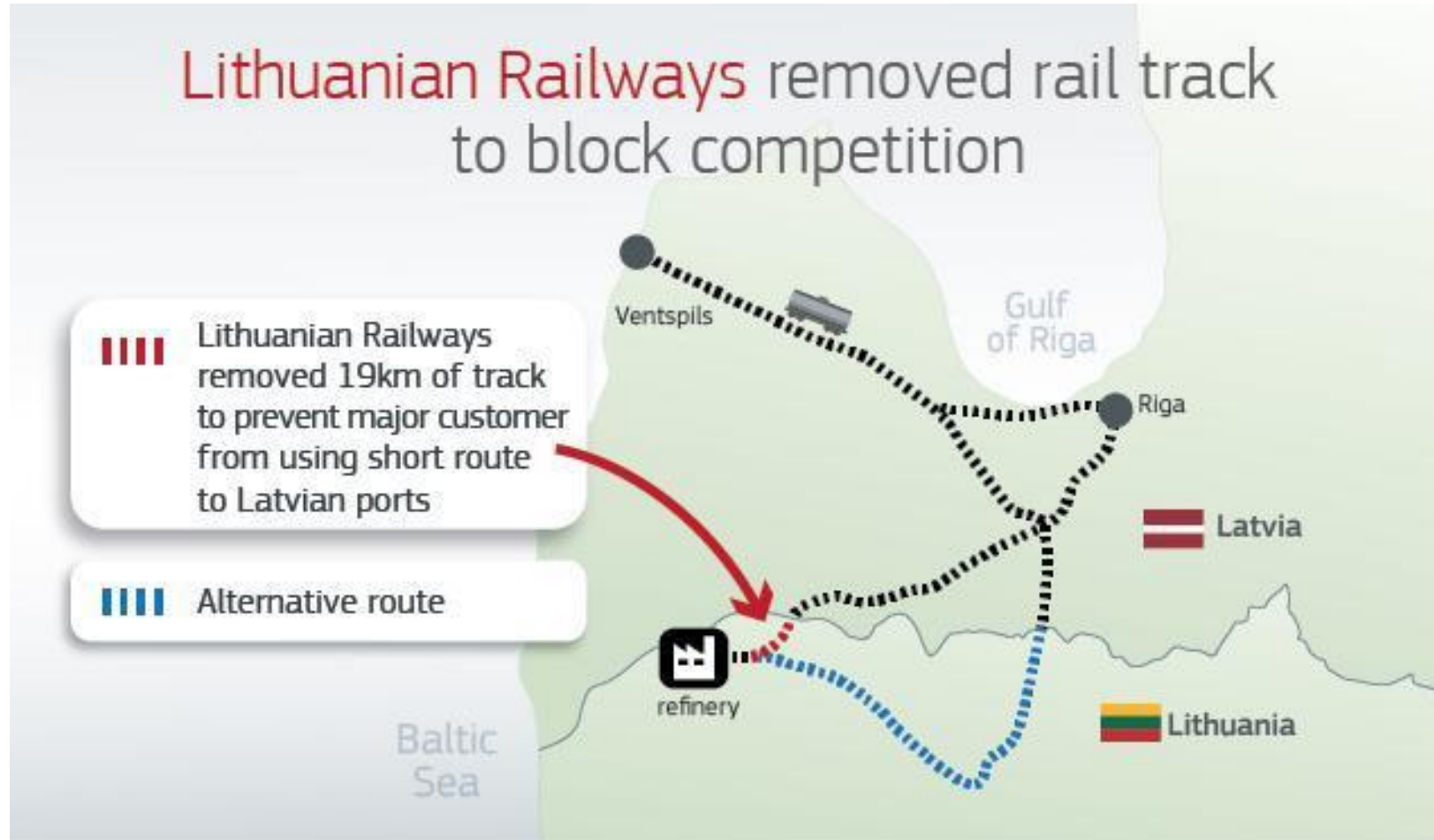
Zakázané chování dominantní firmy

- „Neuzavírání dohod“
 - uzavření vstupu do odvětví
 - vlastnictví výlučné technologie

CS: ČSAD Liberec x Student Agency, ÚOHS 2006

- společnost ČSAD Liberec znemožnila společnosti Student Agency vjezd na autobusové nádraží v Liberci
- pokuta ve výši 2 000 000 Kč

CS: Litevské železnice



Squeezing

- Zvyšování ceny meziproduktu
- Snížení ceny finální produkce

Diskriminace konkurentů Deutsche Bahn, Německo 2011

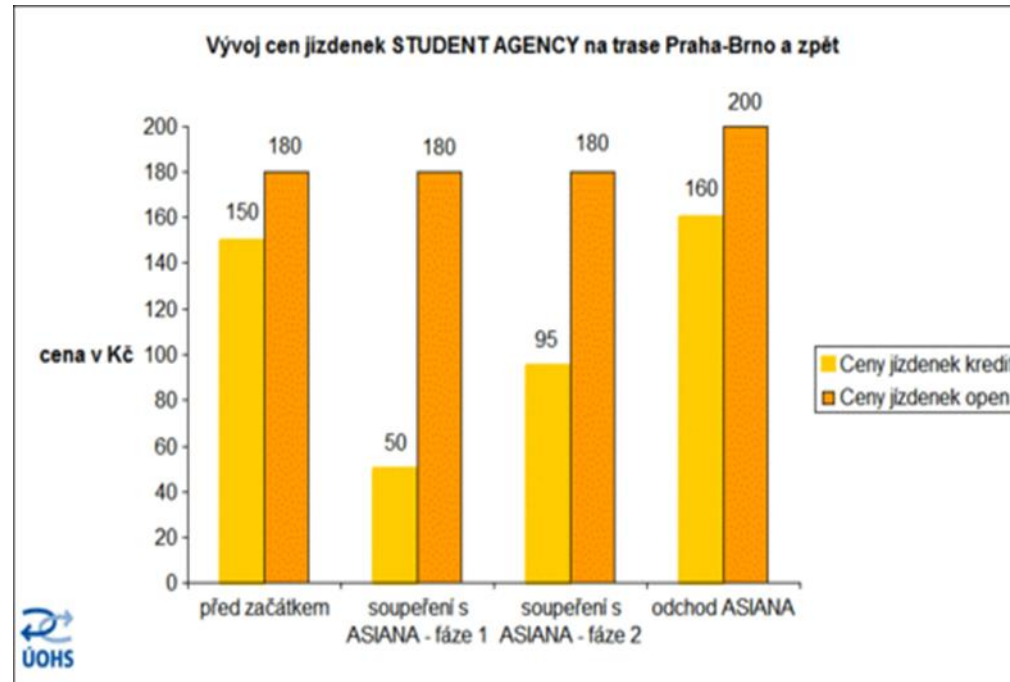
- Společnost DB Group vlastní železniční tratě a její dceřiné společnosti provozují dopravu – konkurenční dopravci stejně jako dcery DB platí za použití tratě poplatky.
- DB stanoví velmi vysoké poplatky => co zaplatí dcera, vydělá matka.
- účelové zvýšení ceny meziproduktu (poplatku za trať) a relativní snížení ceny finální produkce (jízdních tarifů) vytlačuje konkurenty

Cenová diskriminace

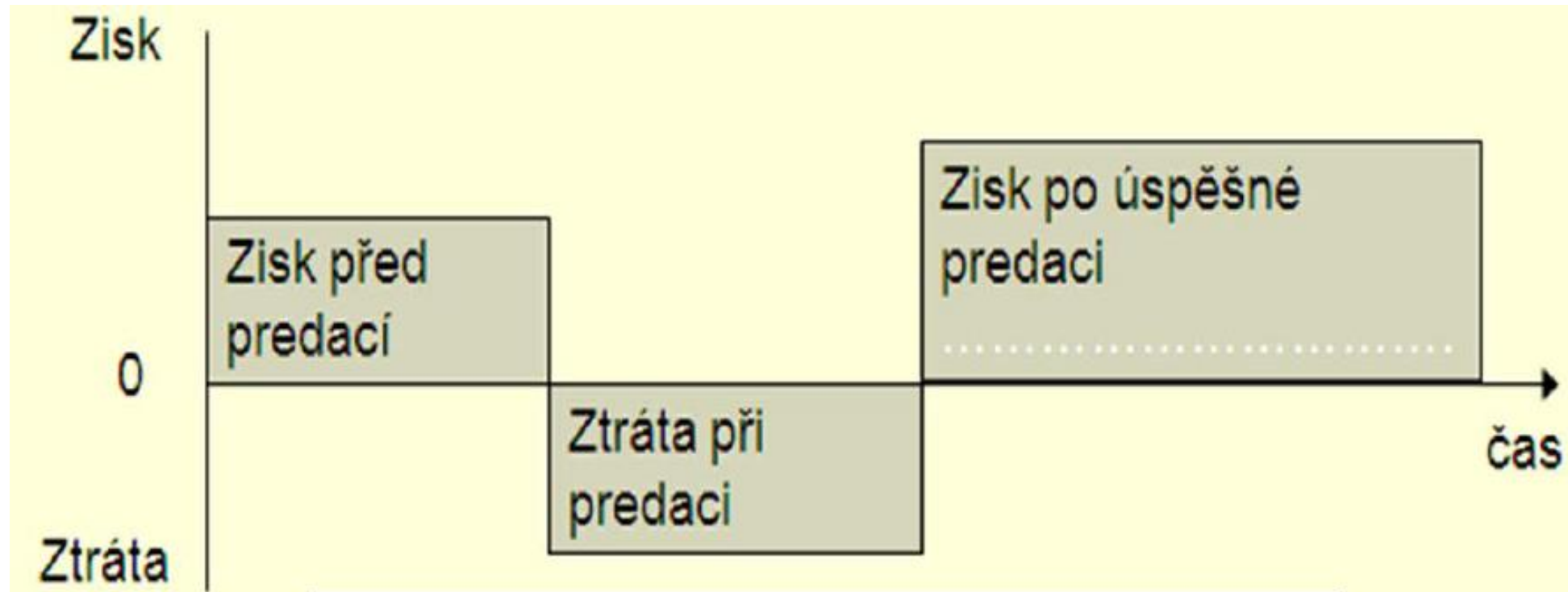
- Nerovné cenové podmínky pro obchodní partnery a spotřebitele
- Diskriminace konkurenta – Eurotel + RadioMobil, 2002
 - obě společnosti účtovaly svým zákazníkům za minutu volání do sítě společnosti Český Mobil a.s. částku vyšší než za minutu volání, jakou si účtovaly navzájem za volání mezi svými sítěmi.
 - cenová diskriminace zákazníků konkurenta
 - pokuta 63 miliónů Kč (48 mil. +15 mil.)

Nepřiměřeně nízké ceny (cenové predátorství)

- Cena je pod variabilními náklady (MC x AC x AVC)



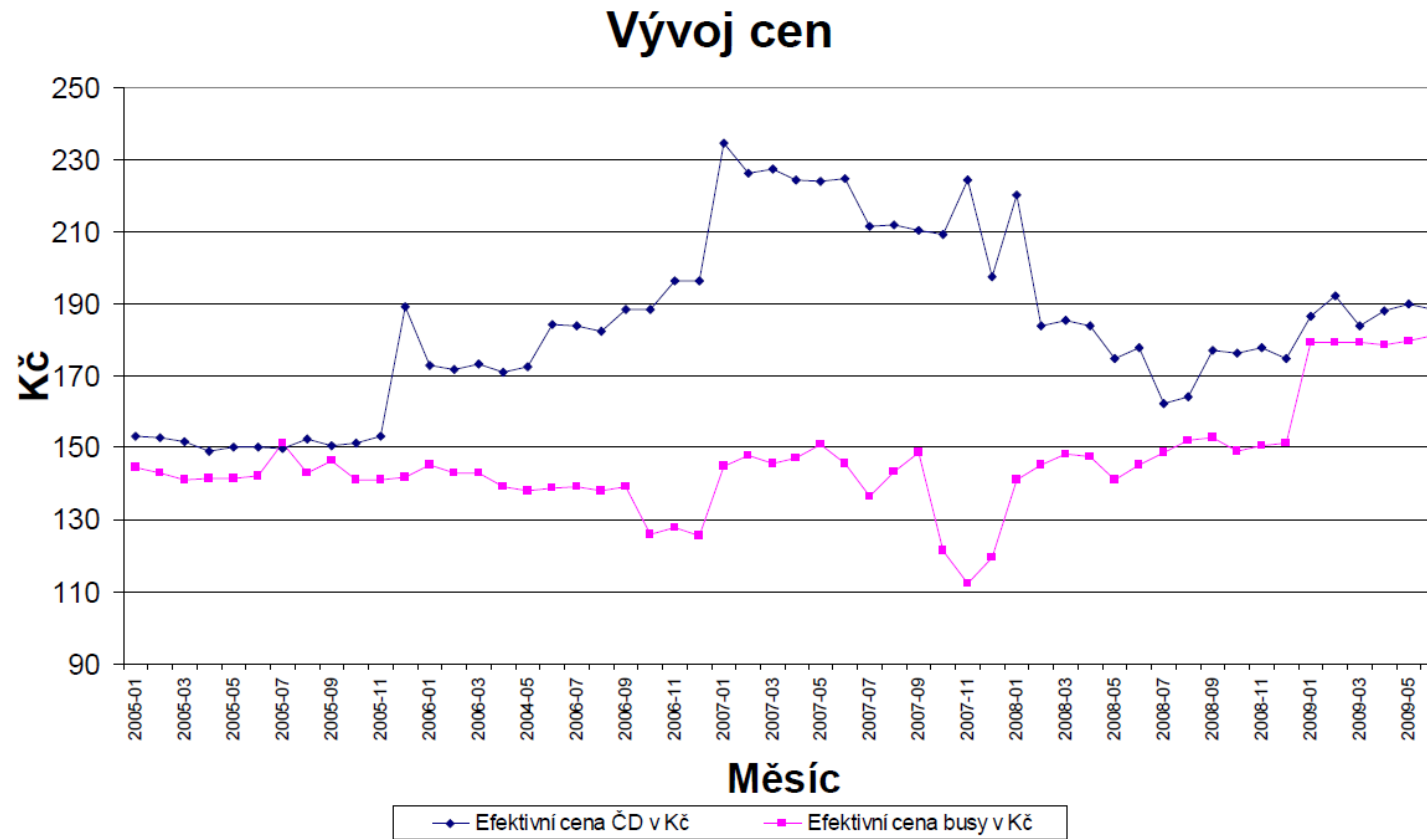
Nepřiměřeně nízké ceny (cenové predátorství)



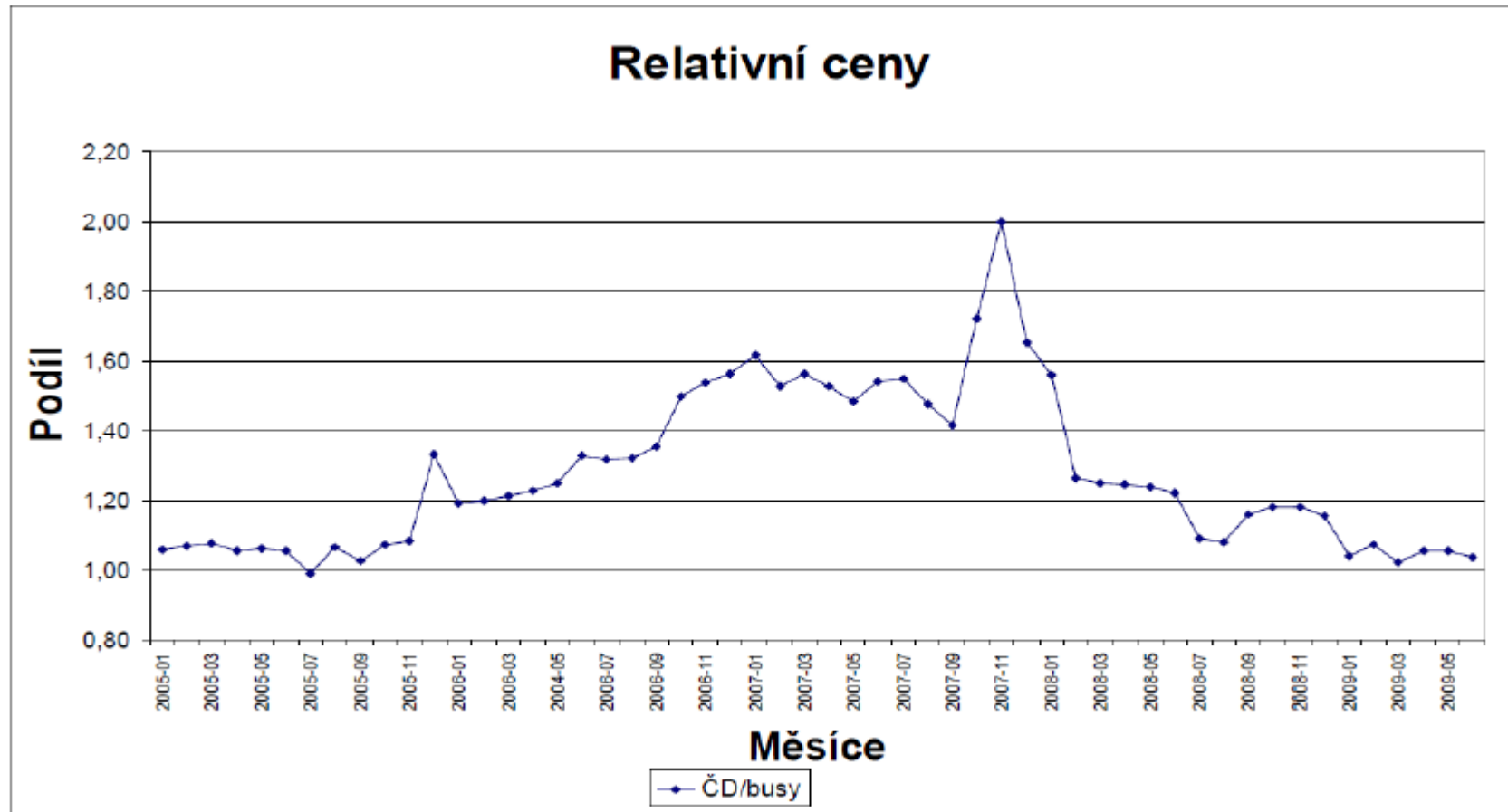
CS: Student Agency/Asiana

- Zneužití dominantního postavení
- Klíčové otázky
 - Relevantní trh
 - Dominantní postavení
 - Zneužití dominantního postavení

Relevantní trh – cenová korelace

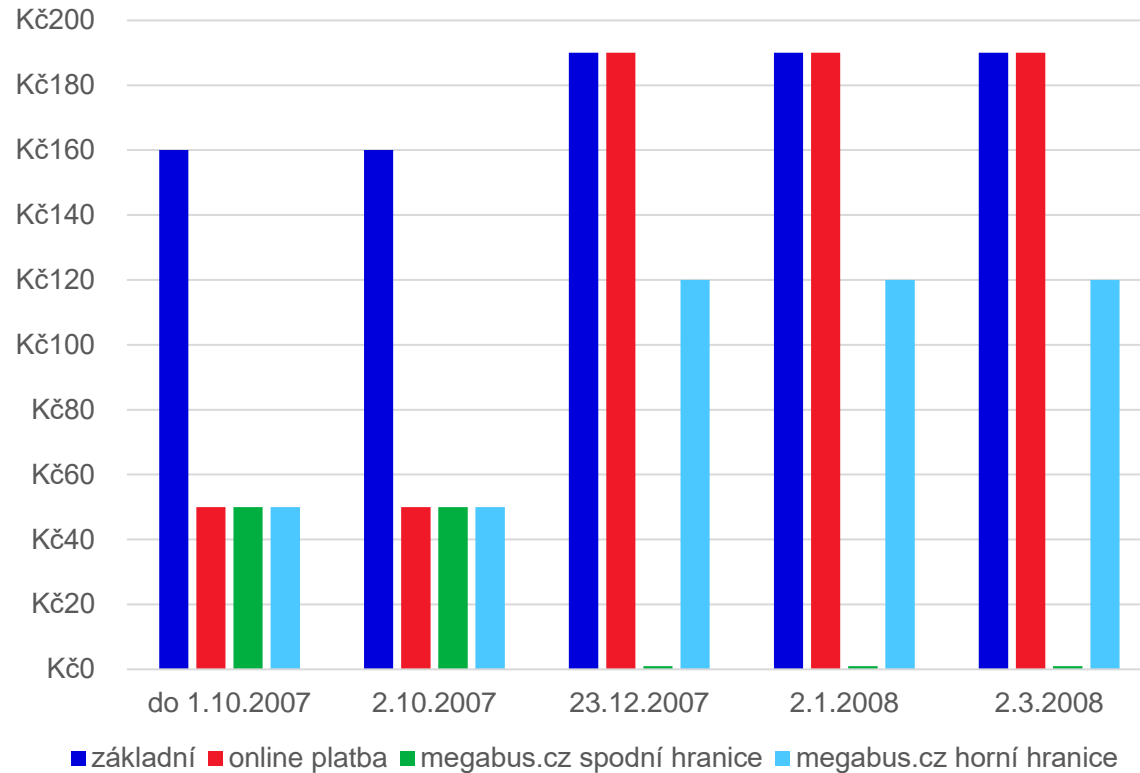


Relevantní trh – analýza stacionarity

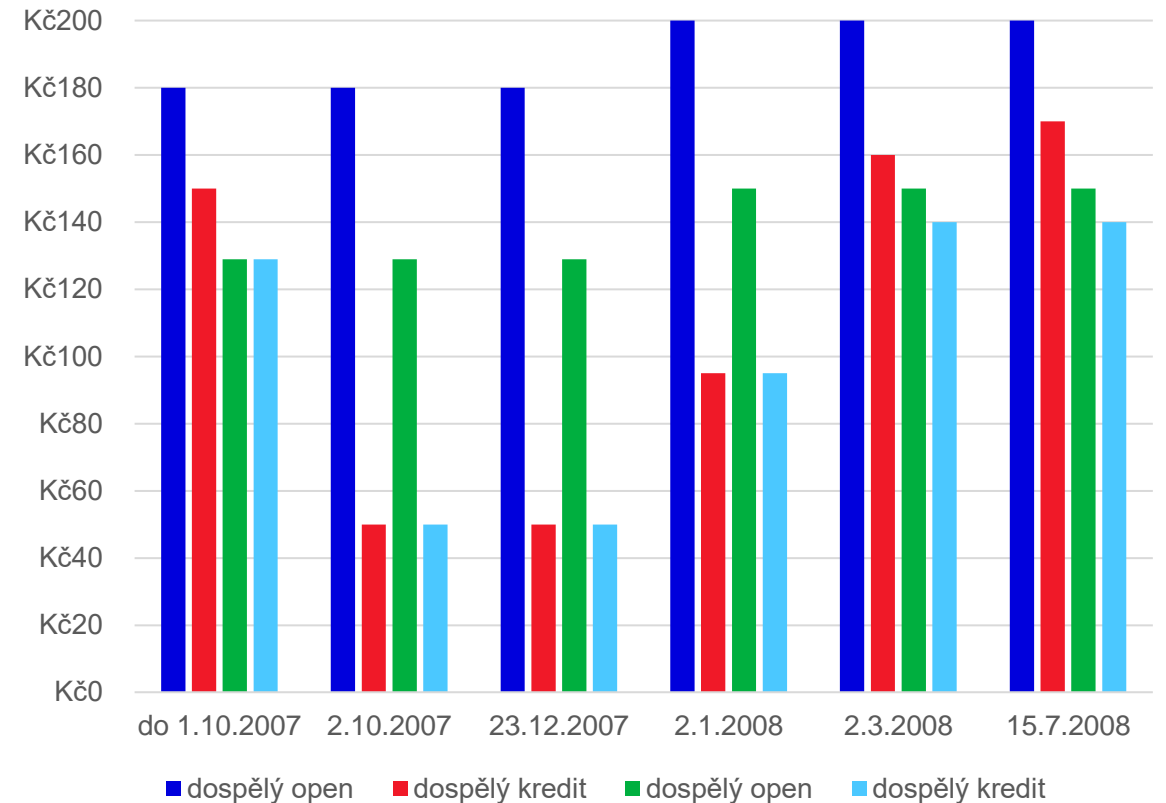


Posuzování praktiky

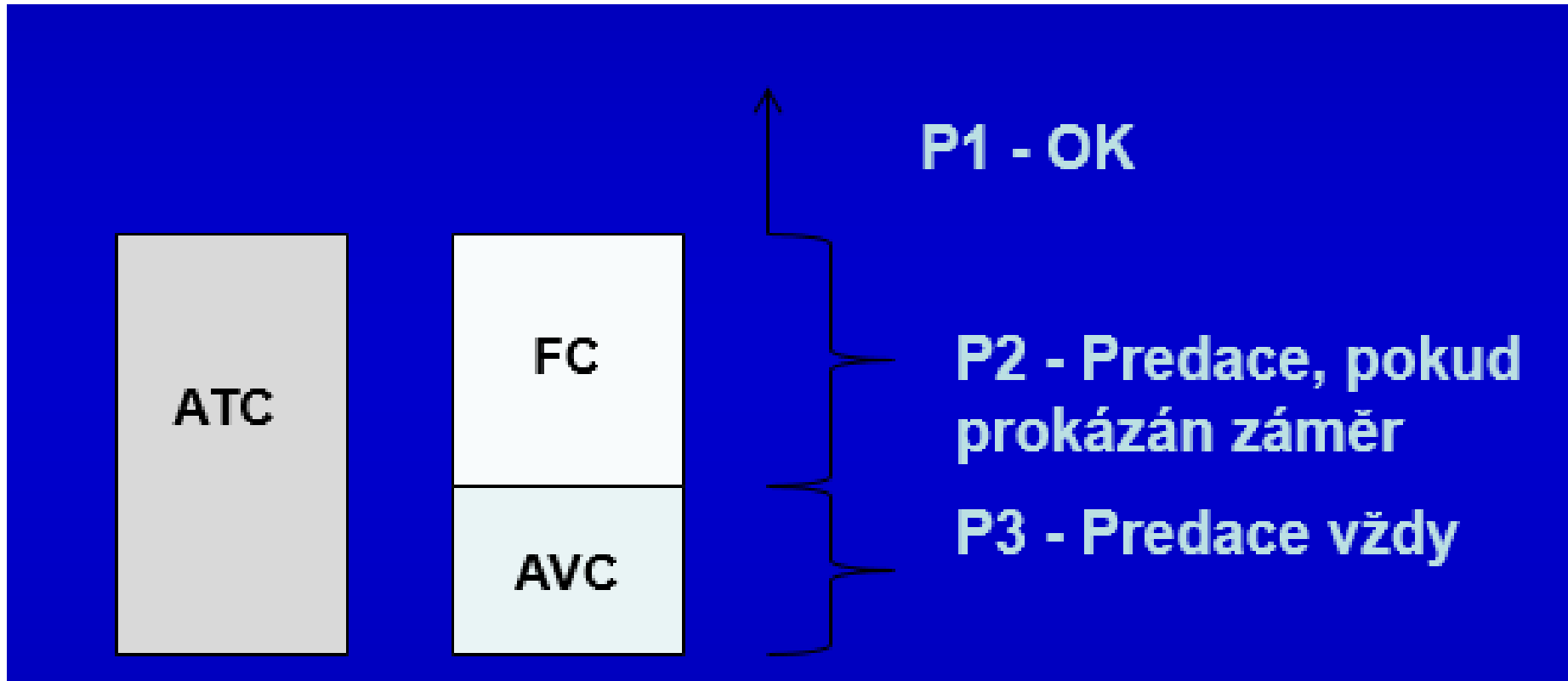
Asiana



Studen Agency



Jaké použít náklady?



Rozdělení nákladů

Náklad	Typ
Materiál – pohonné hmoty - autobusy	variabilní
Materiál - náhradní díly, opravy, pneumatiky	variabilní
Leasing	fixní
Služby, ostatní poplatky za nástupiště, vjezdy	variabilní
Pojištění autobusů	fixní
Mzdové náklady posádky včetně pojištění	variabilní
Mzdové náklady autobusového oddělení včetně pojištění	fixní
Mýto	variabilní

Posouzení praktiky

- $AVC = (50 \text{ Kč} - 95 \text{ Kč})$
- $ATC > 95 \text{ Kč}$
- otázka, zda průměrná tržba na cestujícího pokrývala AVC
- výsledek: Student Agency kvůli cenové politice dosahoval ztráty
- Student Agency porušil zákaz zneužití dominantního postavení
 - pokuta 5,154 milionu Kč

Kartelové dohody

- Zjevné, skryté dohody
- Mohou to být jen informace o podnikatelských strategiích
- Kartel
 - Cenový
 - Kvótový
 - Dohoda o rozdělení trhu
 - Závazek, že smlouvy musí obsahovat další plnění
 - Závazek omezit přístup na trh podnikatelům, kteří nejsou součástí dohody
- Horizontální
- Vertikální

Kartely

- CS: Cenový kartel Sdružení pohřebnictví v ČR
 - Kodex cti
 - Nepožadovat za své služby ceny nižší, než jsou ceny obvyklé
- CS: Kartel olomouckých směnárén
 - vzájemně se informovali o směnných kurzech
 - jednání vedlo ke sjednocení cen

Bid rigging

- kartelová dohoda v úmyslu ovlivnit výsledek veřejné zakázky
- CS: Kartel dodavatelů oken
 - společnosti DAFE - PLAST Jihlava, s.r.o., OSF 2000, s.r.o. a SULKO s. r. o. se dohadovaly, kdo podá nabídku ve veřejné zakázce na výměnu oken
 - pokuta 20,8 milionu Kč

Leniency program

- program shovívavosti
- teorie her
- kartelista může být vyvázán z placení pokuty, pokud předloží soutěžnímu úřadu důkazy o existenci kartelu
- možné je snížení pokuty pro ostatní spolupracující podniky

Dohody o sloučení podniku – fúze

– Vertikální x horizontální

– Počty fúzí posuzovaných Evropskou komisí

Year	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
Notifications	11	64	59	59	95	110	131	168	224	276	330	335	271	211	247	313	356	402	343	259	274	309	283	277	303	337	276
Prohibitions	0	1	0	0	1	2	3	1	2	1	2	5	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	2	0	0	1
Commitments	0	6	7	2	4	6	3	9	16	23	38	20	15	17	16	18	19	22	24	16	16	6	15	13	17	20	17

Nutnost notifikace

- obrat jednoho soutěžitele v ČR > 1,5 mld. Kč a zároveň celosvětový čistý obrat dosažený dalším spojujícím se soutěžitelem > 1,5 mld. Kč
- obrat všech spojovaných soutěžitelů v ČR > 1,5 mld. Kč + alespoň dva ze spojovaných soutěžitelů dosáhli každý čistého obratu > 250 milionů Kč

Výsledek

- povolení
- povolení se závazky
- zamítnutí
 - pokud významným způsobem ovlivní soutěž posílením nebo získáním dominantního postavení

CS: Fúze Alstom a Siemens

- relevantní trh: trh vysokorychlostních železničních vozidel
 - pro rychlost 250-300 km/h
 - pro rychlost vyšší než 300 km/h
 - geografický: globální trh kromě Japonska, Číny a Jižní Korey

CS: Fúze Alstom a Siemens

Výrobce	250-300 km/h	300+ km/h	celkově
Alstom	20-30 %	60-70 %	50-60 %
Siemens	20-30 %	10-20 %	10-20%
A+S	50-60 %	80-90 %	70-80 %
CRRC	0-5 %	5-10 %	0-5 %
Bombardier	10-20 %	0-5 %	5-10 %
Stadler	20-30 %	0-5 %	5-10 %
Talgo	0-5 %	10-20 %	5-10 %
CAF	0-5 %	0-5 %	0-5 %
Hitachi	5-10 %	0-5 %	0-5 %

CS: Fúze Aholdu a Sparu

- Ahold: 228 supermarketů a 56 hypermarketů
- Spar: 14 supermarketů a 36 hypermarketů
- relevantní trh
 - produktový: trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech
 - geografický:
 - a) Česká republika
 - b) lokální trhy (20-30 minutová dojezdová vzdálenost ≈ okresy)
 - c) jednotlivá města

CS: Fúze Aholdu a Sparu: národní pojetí RT

Pořadí	Soutěžitel	Tržní podíl (2013)
1.	Kaufland+Lidl	25-35 %
2.	Ahold+Spar	15-25 %
3.	Billa a Penny	15-25 %
4.	Tesco	5-15 %
5.	Globus	5-15 %
6.	Coop	pod 5 %
7.	Hruška	pod 5 %
8.	Norma	pod 5 %
9.	Pramen	pod 5 %
celkem		100 %

CS: Fúze Aholdu a Sparu: okresní pojetí RT

- ve 14 okresech tržní podíl nad 25 % z toho dva okresy nad 40 %
- okres Jihlava
 - tržní podíl 35-45 %
 - Kaufland 15-25 %; Tesco 15-25 %; Lidl 5-15 %, Penny 5-15 %, Coop pod 5 %
 - v horizontu do dvou let od fúze dvě nové prodejny konkurentů => ok
- okres Třebíč
 - tržní podíl 35-45 %
 - Penny 15-25 %, Kaufland 15-25 %, Billa 5-15 %, Lidl 5-15 %
 - nedojde v nejbližší době od fúze k otevření nové prodejny
 - závazek snížení tržního podílu => ok

CS: Fúze Aholdu a Sparu: pojetí RT územím měst

- 21 měst s tržním podílem nad 25 %; z toho 4 města nad 40 %
- v Mladé Boleslavě a Jihlavě díky plánovaným novým prodejnám ok
- Česká Lípa
 - tržní podíl 45-55 %
 - Kaufland 35-45 %, Lidl 5-15 % a Penny pod 5 %
 - závazek snížit tržní podíl o 5-15 % => ok
- Litoměřice
 - tržní podíl 45-55 %
 - Kaufland 35-45 %, Lidl 5-15 % a Penny 5-15 %
 - závazek snížit tržní podíl o 5-15 % => ok
- podobně Tábor a Třebíč

CS: Fúze Aholdu a Sparu

- závěr: **fúze povolena za podmínky splnění závazků**
- riziko: konkurence ví, že musí odprodat některé provozovny =>
horší postavení při prodeji

Veřejná podpora

- Veřejná (státní) podpora = adresná pomoc hospodářskému subjektu
- hospodářská soutěž x (skrytý) státní dumping

Formy veřejné (státní) podpory

- subvence – dotace k ceně, úhrada ztráty...
- zvýhodněné úvěry – úrok, splatnost, záruka...
- daňové úlevy – daňové prázdny, individuální účetní standardy
- kapitálové investice na účet státu – navýšení kapitálu, individuální cena emisí...
- redistribuce veřejných statků – přenechání pozemků...
- státní nákupy – cena převyšující cenu na trhu...

Prodej nádraží ČD Správě železnic

- notifikace EK
- nákladová x výnosová metoda
- 6 mld. Kč => 3,24 mld. Kč

Výjimky pro podpory:

- sociální podpory bez výrobkové diskriminace
- náhrada za živelní pohromy
- operace regionální politiky
- politika zaměstnanosti
- podpory kulturního dědictví

Závěry

- Politika hospodářské soutěže je mikroekonomickou součástí hospodářské politiky.
- Existence monopolu nebo oligopolu není sama o sobě důvodem k zásahu soutěžní politiky.
- Bez soutěžní politiky by řada odvětví inklinovala k úplnému vyloučení konkurence.
- Do soutěžní politiky stále více vstupuje ekonomický přístup.

MUNI
ECON