



Mezinárodní marketing a informační technologie

Vybrané kapitoly

BOHUMÍR ŠTĚDRŮ,
JAROSLAV POLÁČEK, JIŘÍ VINOPAL,
VÁCLAV STŘÍTESKÝ, LUKÁŠ HLAVÁČ,
TOMÁŠ PRENĚK, MONIKA RYŠAVÁ



Wolters Kluwer
Česká republika

MEZINÁRODNÍ MARKETING
A INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE
VYBRANÉ KAPITOLY

Mezinárodní marketing a informační technologie

Vybrané kapitoly

BOHUMÍR ŠTĚDRŮ, JAROSLAV POLÁČEK,
JIŘÍ VINOPAL, VÁCLAV STŘÍTESKÝ, LUKÁŠ HLAVÁČ,
TOMÁŠ PRENĚK, MONIKA RYŠAVÁ



Wolters Kluwer
Česká republika

Vzor citace: ŠTĚDRONĚ, B., POLÁČEK, J., VINOPAL, J., STRÍTESKÝ, V.,
HLAVÁČ, L., PRENĚK, T., RYŠAVÁ, M. *Mezinárodní marketing
a informační technologie: Vybrané kapitoly*. 1. vydání. Praha :
Wolters Kluwer ČR, 2011. 196 s.

Recenzenti: RNDr. Jan Svatoš
Ing. Jana Halířová
Ing. Marcela Zamazalová, Ph.D.
Ing. Petr Budiš, Ph.D.

© RNDr. Bohumír Štědroň, CSc., Mgr. Jaroslav Poláček, PhDr. Jiří Vinopal, Ph.D.,
Ing. Václav Stříteský, Ph.D., Ing. Lukáš Hlaváč, Bc. Tomáš Preněk,
Ing. Monika Ryšavá, 2011

ISBN 978-80-7357-690-5

Vydává Wolters Kluwer ČR, a. s., U Nákladového nádraží 6, 130 00 Praha 3, v roce 2011
jako svou 906. publikaci. Publikace byla schválena vědeckou redakcí nakladatelství.
Odpovědná redaktorka Petra Šobrová. Jazykové korektury Zdislava Novotná. Vydání
první. Stran 196. Sazba Tomáš Brejcha (PageDTP.cz). Tisk Serifa, Jinonická 80, 150 00
Praha 5.

www.wkcr.cz, e-mail: knihy@wkcr.cz, tel.: 246 040 405, 246 040 444, fax: 246 040 401

OBSAH

Předmluva	7
I Politický systém a antimonopolní úřady	9
II Klasické pojetí marketingu	21
III Značka	31
IV Případové studie	49
V Internetový marketing	59
VI Microsoft, Apple, Google a IBM v nové ekonomice marketingové strategie společností	87
VII Marketing v Číně	115
VIII Povaha veřejného mínění a jeho zkoumání	137
IX Kampaň TOP 09 v roce 2009 a 2010 se zaměřením na „nová“ média ...	159
 Závěr	 173
Abstract	178
Použitá literatura	179
Použité internetové zdroje	186
O autorech	190
Rejstřík	193

PŘEDMLUVA

Marketing v klasickém pojetí připomíná newtonovskou mechaniku; pracuje s jednoduchými, jasně strukturalizovanými pojmy a modely ve stabilním prostředí. Reálná skutečnost je mnohem složitější: probíhající globální proces megaintegrace a superstabilizace obsahuje dílčí destrukční mechanismy (postupný rozpad řady národních států) s kyvadlovým pohybem a s exponenciálními trendy, diskontinuitami a globálními technologickými megavynálezy (internet, RFID aj.) činí klasický přístup částečně neaplikovatelným. Na tuto skutečnost reaguje nová publikace *Chaotika* (Kotler, Caslione).

Připomeňme si některé současné (2011) globální skutečnosti a diskontinuity:

1. Neidentifikovatelnost pomalých pyramidálních her ve světovém segmentu finančních derivátů.
2. „Neviditelná a nekontrolovatelná“ část finančního trhu, spojená s hedgeovými fondy, daňovými ráji a exponenciálním nárůstem stínového finančního systému, který povede k cyklickému budoucímu pádu akciových trhů a nedostatku úvěrových zdrojů.
3. K možným „dílčím“ diskontinuitám patří: ceny realit poklesnou o více než 50 %, ztráty v bilionech USD ze subprime hypoték a nezajištěných spotřebitelských dluhů, dominové efekty při pádu významných regionálních finančních systémů, exponenciálně narůstající ztráty bank ze spekulativních půjček a rychlý nárůst počtu firem nesplácejících své závazky, absence finančních prostředků pro státní dotace.
4. Degenerace, neschopnost a nečinnost vrcholových manažerských elit, spojená s feudálními výsadami, neřešících aktuální problémy správním řízením nebo změnou legislativy (podle britských zdrojů byl Federal Reserve System informován o Maddoffově Ponziho schématu zhruba 10 let před bankrotem).
5. Kartelové dohody a faktická nevymahatelnost škod, způsobených auditorskými firmami, ratingovými agenturami a insidery.
6. Probíhající megaintegrace v nové ekonomice postupně vede k vyřazení mechanismů, zabezpečující základní marketingové a kontrolní funkce (pokračující globální nečinnost antimonopolních a finančních úřadů).

Tyto relativně nové jevy na jedné straně deformují a omezují marketingový prostor (například kartelové dohody v segmentu obchodních řetězců nebo v segmentu bankovníctví), na druhé straně vytvářejí nové marketingové kanály a segmenty trhu (virtuální svět SECOND LIFE s vlastní měnou, vázanou na USD a ambasádami z řad členů OSN představuje ekonomiku středně vyspělého afrického státu v roce 2011).

Na řadu uvedených aktuálních skutečností i problémů systémově reaguje formou vybraných kapitol a názorů odborníků předkládaná publikace, která je v úvodní kapitole zaměřena na politický systém a antimonopolní úřady. Další část demonstruje základní marketingové pojmy klasického marketingu v segmentu softwarových firem. Značka představuje nejdůležitější marketingový pojem a následuje případová studie (marketing v Nestle). Další části knihy jsou orientovány na novou ekonomiku, a to na internetový marketing, případová studie analyzuje giganty Microsoft, Apple, Google a IBM. Zajímavá je i studie *Marketing v Číně*; HDP Číny podle některých prognóz převyší v roce 2016 HDP EU a později i USA v roce 2017. Závěrečné úvahy se týkají prognóz, které náš život budou ovlivňovat v příštích 10–20 letech.

Vedoucí autorského kolektivu děkuje Mgr. Jaroslavu Poláčkovi, náměstkovi generálního sekretáře a volebnímu manažerovi TOP 09 (Marketing TOP 09), Petru Ducháčkovi (za část Předvolební kampaň na internetu), PhDr. Jiřímu Vinopalovi, Ph.D., vedoucímu Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR (Povaha veřejného mínění a jeho zkoumání) za studie týkající se politického marketingu. Dále děkuje Ing. Lukáši Hlaváčovi ze Šanghaje (Marketing v Číně) a Ing. Václavu Stříteskému, Ph.D., (Internetový marketing), Ing. Monice Ryšavé (Případové studie) a Bc. Tomáši Preňkovi z VŠE Praha (Microsoft, Apple, Google a IBM v nové ekonomice) a za podklady a případové studie.

Knih, obsahující vybrané názory odborníků, představuje otevřený dokument a autoři budou zavázáni čtenářům za nové náměty i kritické připomínky.

Bohumír Štědroň

I POLITICKÝ SYSTÉM A ANTIMONOPOLNÍ ÚŘADY

Po celou historii civilizace měl politický systém rozhodující vliv na marketing a praktické marketingové činnosti. Jiné podmínky nabízela obchodní velmoc starověké Kartágo, jiné moderní feudální monarchie s demokratickou fasádou a bez fungující antimonopolní instituce a zcela jiné možnosti nabízí demokracie angloamerického typu. Dnes, stejně jako v minulosti, má politický systém úzkou vazbu ke všem ostatním společenským systémům s ním spojenými především pak k právnímu systému, ekonomickému a kulturnímu systému. Politický systém představuje soubor institucí, úřadů, politických organizací, které určují celkové taktické a strategické cíle společnosti a je největším zdrojem zakázek pro velké, střední i malé firmy.

Politický systém v sobě zahrnuje pojmy jako politická instituce, politické organizace, zájmové skupiny a politické strany, vztahy mezi jednotlivými politickými institucemi, normy a pravidla systémů v jednotlivých zemích, volby, politické strany, volební kampaně jednotlivých politických stran, politické tradice, postoje zákazníků k politice, politická orientace a mnoho dalších. V každém politickém systému existuje dynamická nebo statická elita, která řídí a zpětnovazebně usměrňuje a mění legislativní systém, který vytváří prostor pro mikro a makro marketing.

V souvislosti s politickými systémy politologie zavádí řadu důležitých pojmů a analytických nástrojů. V roce 1945 teoretický biolog Ludwig von Bertalanffy vytvořil koncept obecné systémové teorie (*Zu einer allgemeinen Systemlehre*), která později byla úspěšně aplikována ve společenských vědách. Politika může být rovněž interpretována jako strukturně-funkcionální systém. Tento systém rozděluje hodnoty ve společnosti a zdůrazňuje důležitost dosažení cíle a vzájemné závislosti mezi jednotlivými komponentami systému.

Základem další koncepce je behaviorismus a zkoumání chování v parlamentu, příčiny chování a původ elit. Obecně vzato politický systém má mnoho funkcí a mezi ně patří:

1. politická socializace,
2. politická komunikace,
3. sdružení zájmů a artikulace zájmů,
4. tvorba, aplikace a posuzování norem a pravidel.

Mezi institucionální zájmové skupiny patří struktury, jako byrokracie, legislativa, exekutiva, armáda, církev a mnoho dalších. Zajímavou a velmi vlivnou skupinou jsou sdružené zájmové skupiny – hospodářská sdružení, profesní sdružení, odbory i občanské iniciativy. Všechny tyto zájmové skupiny ovlivňují a usměrňují prostor pro obecný marketing a dílčí marketingové činnosti. Nejdůležitějšími systémovými regulátory jsou v marketingovém kontextu antimonopolní úřady.

Téma ochrany hospodářské politiky je jednou z hlavních priorit hospodářské politiky všech států. Orgány pro kontrolu a ochranu hospodářské soutěže jsou antimonopolní úřady. Ochrana hospodářské politiky působí zejména proti utváření kartelových dohod, dominantního postavení a jako dohled nad veřejnými zakázkami.

Antimonopolní ochranu v České republice vykonává *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže*. Ten dohlíží na dodržování zákonů týkajících se ochrany hospodářské soutěže, zadávání veřejných zakázek a zároveň působí jako koordinační orgán v oblasti veřejné podpory. V této oblasti má funkci koordinační, poradenskou, konzultační a monitorující. Výjimkou je v ČR oblast rybolovu a zemědělství, kde ve věci veřejné podpory nemá pravomoci.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže je orgánem, který rozhoduje nezávisle na státní správě.

Zákon č. 273/1996 Sb., ve znění zákona č. 187/1999 Sb., vymezuje nejdůležitější pojmy, které se v antimonopolní politice vyskytují. Cílem zákona je mj. co nejbližše představit právní zázemí české hospodářské soutěže, veřejných zakázek a následně veřejné podpory.

„Podmínky hospodářské soutěže upravuje zákon o ochraně hospodářské soutěže č. 143/2001 Sb. Zákon ochraňuje hospodářskou soutěž před jejím vyloučením, omezením, narušením či ohrožením, a to způsoby narušení, kterými jsou:

- dohody soutěžitelů,
- zneužití dominantního postavení soutěžitelů,
- spojením soutěžitelů.

Pojem *soutěžitel* představuje fyzickou osobu, právnickou osobu či jejich sdružení, pokud se účastní hospodářské soutěže. Soutěžitelem je dále pak osoba, která je schopna hospodářskou soutěž nějakým způsobem ovlivnit, aniž by byla podnikatelem.

Na zneužití hospodářské soutěže je zaměřen zákon o ochraně hospodářské soutěže. Zneužití se týká soutěže samotné, nikoli přímo poškození jednotlivých soutěžitelů. Za nekalou soutěž se považuje jednání soutěžitele, který jedná na úkor dobrých mravů soutěže a může způsobit újmu jak jiným soutěžitelům, tak spotřebitelům. Mezi klamavé praktiky tak například patří: klamavá reklama, srovnávací reklama, ohrožení zdraví spotřebitelů aj. K jednotlivým bodům, které narušují hospodářskou soutěž, patří:

Pokud je cílem dohody soutěžitelů narušení hospodářské soutěže, jsou tyto dohody zakázané a neplatné, pokud Úřad pro ochranu hospodářské soutěže nepovolí výjimku. Pokud má daná dohoda pouze zanedbatelný dopad, nepovažuje se za zakázanou.¹ Mezi dohody, které se považují za zakázané, patří ujednání o:

- „Přímém nebo nepřímém určení cen, popřípadě o jiných obchodních podmínkách.
- Omezení nebo kontrole výroby, odbytu, výzkumu a vývoje nebo investic.
- Rozdělení trhu nebo nákupních zdrojů.
- Tom, že uzavření smlouvy bude vázáno na přijetí dalšího plnění, které věcně ani podle obchodních zvyklostí a zásad poctivého obchodního styku s předmětem smlouvy nesouvisí.
- Uplatnění rozdílných podmínek vůči jednotlivým soutěžitelům při shodném nebo srovnatelném plnění, jimiž jsou někteří soutěžitelé v hospodářské soutěži znevýhodněni.
- Tom, že účastníci dohody nebudou obchodovat či jinak hospodářsky spolupracovat se soutěžiteli, kteří nejsou účastníky dohody, anebo jim budou jinak působit újmu (skupinový bojkot).“²

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže může stanovit tzv. blokové výjimky, pokud se například prokáže skutečnost, že daná dohoda by vedla k převážení výhod nad negativy pro jiné účastníky, a to nejvíce pro spotřebitele.

Typy dohod podle českého právního ustanovení znázorňuje následující obrázek.

OBR. 1 Typy dohod

HORIZONTÁLNÍ	VERTIKÁLNÍ	SMÍŠENÉ
▪ Stejná úroveň trhu ▪ Soutěžitelé jsou vzájemní konkurenti ▪ Příklady: dohody o cenách, o rozdělení trhu, omezení výroby aj.	▪ Odlišná úroveň trhu ▪ Vztah dodavatel odběratel ▪ Příklad: distribuční dohody aj.	▪ Dohody působící na horizontální i vertikální úrovni ▪ Právní praxe považuje tyto dohody za horizontální

Zdroj: obrázek vlastní, data použita ze zákona o ochraně hospodářské soutěže

¹ Zákon o ochraně hospodářské soutěže [online], [cit. 2010-10-10]. Dostupný z WWW: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Legislativa/HS/CR/UZ_c_143-2001_2_final.pdf>.

² Zákon o ochraně hospodářské soutěže [online], [cit. 2010-10-10]. Dostupný z WWW: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Legislativa/HS/CR/UZ_c_143-2001_2_final.pdf>, s. 3.

„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.“³

„Tržní síla je Úřadem pro ochranu spotřebitele vyměřována z různých hledisek. Zejména bývá posuzováno:

- hospodářská síla soutěžitele,
- finanční síla soutěžitele,
- dosažený tržní podíl,
- překážky právního typu aj. pro vstup nových soutěžitelů,
- stupeň vertikální integrace,
- struktura trhu,
- tržní podíl nejbližších konkurentů.

Za dominantní postavení se považuje dosáhnutí alespoň 40% tržního podílu soutěžitelem či soutěžiteli se společnou dominancí. Samotné dominantní postavení se v České republice nepovažuje za protiprávní, není zakázáno. Právně je možno postihnout až nedovolené zneužití dominantního postavení. V českém zákoně o ochraně hospodářské soutěže není pevně ukotven význam tohoto slovního spojení. Je zde pouze uveden seznam chování, jež je bráno jako zakázané:⁴

- 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.
- 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.
- Uplatňování rozdílných podmínek při shodném nebo srovnatelném plnění vůči jednotlivým účastníkům trhu, jimiž jsou tyto účastníci v hospodářské soutěži znevýhodňováni.
- Zastavení nebo omezení výroby, odbytu nebo výzkumu a vývoje na úkor spotřebitelů.
- Dlouhodobé nabízení a prodej zboží za nepřiměřeně nízké ceny, které mají nebo mohou mít za následek narušení hospodářské soutěže.

³ *Zákon o ochraně hospodářské soutěže* [online], [cit. 2010-10-10]. Dostupný z WWW: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Legislativa/HS/CR/UZ_c_143-2001__2__final.pdf>, s. 5.

⁴ *Hospodářská soutěž* [online], 7. 6. 2010, [cit. 2010-10-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech-hospodarska-soutez-opu/1000818/47329/>>.

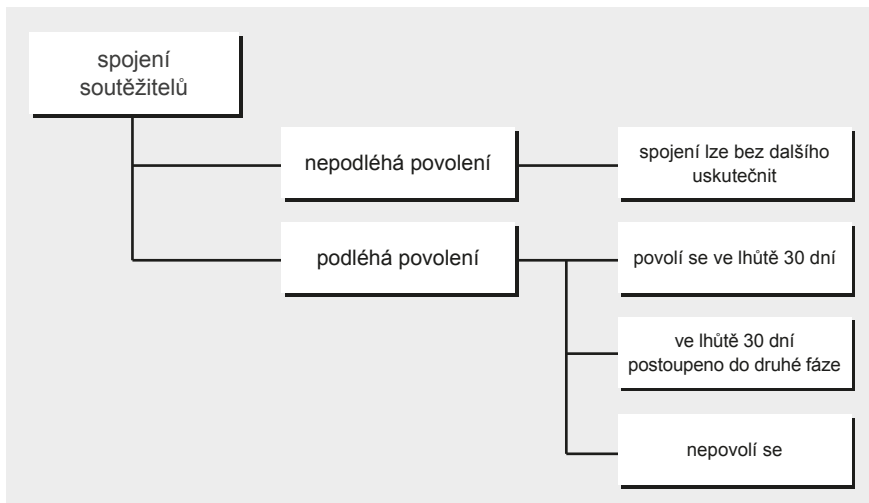
- Odmítnutí poskytnout jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu přístup k vlastním přenosovým sítím nebo obdobným rozvodným a jiným infrastrukturním zařízením, které soutěžitel v dominantním postavení vlastní nebo využívá na základě jiného právního důvodu, pokud jiní soutěžitelé z právních nebo jiných důvodů nemohou bez spolužívání takového zařízení působit na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé, kteří přitom neprokážou, že takové spolužívání není z provozních nebo jiných důvodů možné anebo je od nich nelze spravedlivě požadovat; totéž přiměřeně platí pro odmítnutí přístupu jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu k využití duševního vlastnictví nebo přístupu k sítím, které soutěžitel v dominantním postavení vlastní nebo využívá na základě jiného právního důvodu, pokud je takové využití nezbytné pro účast v hospodářské soutěži na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé nebo na jiném trhu.⁵
- Ke spojení soutěžitelů může docházet v těchto formách: fúze dříve dvou nezávislých podniků (splynutí podniků, sloučení podniků).
- Soutěžitel může získat podnik či podíl podniku jiného soutěžitele v rámci dražby nebo za jiných okolností: nepodnikatel (1 nebo více osob) kontroluje soutěžitele, nebo podnikatel (1 nebo více osob) kontroluje přímou či nepřímou formou jiného soutěžitele (držení účastnických cenných papírů, smluv atd.).

Úřad nekontroluje všechna tržní spojování. Mezníkem pro kontrolu a následné povolení či nepovolení spojení je obrat. Povolení úřadu podléhají soutěžitelé s čistým obratem vyšším než 1,5 mld. Kč, kteří působí na českém trhu, za podmínky, že se alespoň dvěma z nich podařilo za poslední účetní období vytvořit čistý obrat přesahující 250 mil. Kč. Dále pak podléhají povolení spojení soutěžitelů: zahraničního, který doposud nefiguroval na českém trhu a jeho čistý celosvětový obrat přesahuje 1,5 mld. Kč a soutěžitele z České republiky, jehož čistý obrat je také více než 1,5 mld. Kč.⁶

Postup povolování Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže je znázorněn na následujícím schématu.

⁵ *Zákon o ochraně hospodářské soutěže* [online], [cit. 2010-10-10]. Dostupný z WWW: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Legislativa/HS/CR/UZ_c_143-2001_2_final.pdf>, s. 5, § 11.

⁶ *Hospodářská soutěž* [online], 7. 6. 2010, [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech-hospodarska-soutez-opu/1000818/47329/>>.

OBR. 2 Postup povolování

Zdroj: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech/hospodarska-soutez-opu/1000818/47329>>

K nejdůležitějším pojmům patří:

1. Kartel

„Za kartel je považována skupina firem jednající ve shodě, zpravidla dohoda firem o ceně a prodávaném množství.“⁷ Většina kartelových uskupení figuruje tajně mimo zákon.

2. Bid rigging⁸

Typ kartelu v oblasti veřejných zakázek.

V českém překladu smluvená nabídka, znamená spojení dvou nebo více podniků, které by si správně měly konkurovat. Namísto toho tyto podniky uzavřou tajnou dohodu o zvýšení ceny či snížení kvality zboží, služeb aj. Poškozuje tím kupující, kteří tak nemají šanci vlastního výběru. Dále se tím poškozuje přirozená rivalita, díky níž se v odvětví může dosáhnout nižších cen, zlepšování kvality nebo inovací.

⁷ MACÁKOVÁ, L., a kol. *Mikroekonomie základní kurz*. Melandrium, 2007.

⁸ *Pokyny pro boj proti kartelovým dohodám mezi uchazeči o veřejnou zakázku*, [online], únor 2009, [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.oecd.org/dataoecd/29/44/42886665.pdf>>, platí pro celou podkapitolu.

Velké ohrožení představují smluvené nabídky v oblasti veřejných zakázek. Bid rigging vybízí daňové poplatníky k nedůvěře ve veřejné zakázky a také kazí přínos zakázek na soutěžním trhu. Smluvená nabídka je v členských státech OECD brána za protizákonnou praxi, a tedy může být postihována podle místních soutěžních zákonů. Smluvená nabídka je v mnoha z těchto zemí považována dokonce za trestný čin.

3. Liniency program

„Je program, který napomáhá k odhalování kartelů. Principem tohoto programu je nahlášení kartelu jedním z účastníků za příslib nižšího trestu.

Za závažné narušení hospodářské soutěže v rámci dohod o přímém či nepřímém určení ceny, rozdělení trhu, nákupních zdrojů či zákazníků, omezení nebo kontrole výroby, odbytu, vývozu nebo dovozu hrozí soutěžitelům pokuta až ve výši 10 % z jejich čistého obrátu dosaženého na relevantním trhu za poslední účetní období. Jestliže soutěžitel nahlásí kartel a poskytne k němu všechny informace, které má k dispozici včetně důkazů, je mu v rámci Liniency programu nabídnuta jistá shovívavost v podobě snížení pokuty, v některých případech dokonce je pokuta zcela odpuštěna.“⁹

Liniency program funguje ve státech Evropské unie, tedy i v České republice, a také ve Spojených státech amerických.

V rámci veřejných zakázek proudí vítězným firmám velká část veřejných prostředků. Je tedy zcela nutné, aby tato oblast byla ošetřena zákony. V České republice upravuje postup zadávání veřejných zakázek a dále pak postup uzavírání koncesních smluv zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, a zákon č. 139/2006 Sb., o koncesních smlouvách a koncesním řízení. Cílem těchto zákonů je zabezpečení takové praxe, kdy:

- je zajištěna volná a svobodná soutěž mezi dodavateli zakázek,
- a dále zajištěn výběr nejvhodnější nabídky transparentně bez diskriminace.

Stejně, jako je tomu u hospodářské soutěže, dohlíží na dodržování zákona o veřejných zakázkách Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (od roku 1995).¹⁰

V České republice jsou veřejné zakázky často diskutovaným pojmem jak v politické, tak ve veřejné sféře, a to díky tomu, že státní zakázky bývají často netransparentními. Nyní v době před komunálními volbami se politici předhánějí

⁹ *Leniency program – pravidla výhody nahlášení kartelu*, [online], [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.compet.cz/hospodarska-soutez/zakazane-dohody-a-zneuziti-dominance/leniency-program/>>.

¹⁰ *Veřejné zakázky*, [online], 23. 9. 2009, [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.compet.cz/verejne-zakazky/>>.

v nápadech, jak jejich radnice co nejlépe očistit a konečně zajistit transparentnost veřejných zakázek.

„Každá podpora, která je poskytnuta státem, a to v jakékoli formě či z veřejných prostředků, a dále každá podpora, která může narušit průběh hospodářské soutěže, je brána za veřejnou podporu. Veřejná podpora může zvýhodnit určité soutěžitele či odvětví, dále může ovlivnit mezinárodní obchod členských států. Taková podpora je zakázána, jelikož se neslučuje s pravidly společného trhu. Evropská komise může ovšem v některých případech povolit tzv. blokovou výjimku z obecného zákazu poskytování veřejné podpory.

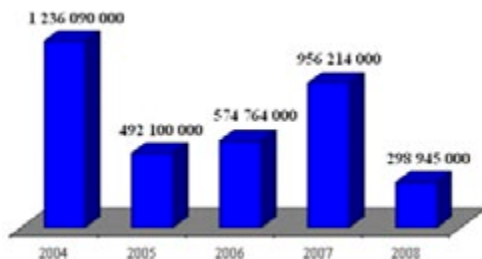
Pokud jde o poskytovatele a příjemce veřejné podpory, za poskytovatele veřejné podpory se bere subjekt, který rozhoduje o poskytnutí. Ten má právo nakládat s prostředky, které pocházejí ze státních, regionálních a místních zdrojů či ze zdrojů EU. Jsou to tedy jednotlivá ministerstva, kraje, obce atd. Příjemcem může být jakákoli fyzická nebo právnická osoba, u které bylo kladně o podpoře rozhodnuto.“¹¹

Pokud jde o statistiky Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, jsou veřejně přístupné na internetovém portálu Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže www.compet.cz. Data bývají zveřejňována v rámci výročních zpráv a většinou se týkají výše jednotlivých pokut, počtu zahájených řízení, či vydaných rozhodnutí.

Hospodářská soutěž

V prvním grafu můžeme sledovat celkové výše uložených sankcí za narušování hospodářské soutěže v průběhu let 2004–2008.

OBR. 3 Celková výše pokut uložených úřadem v 1. stupni (v Kč)

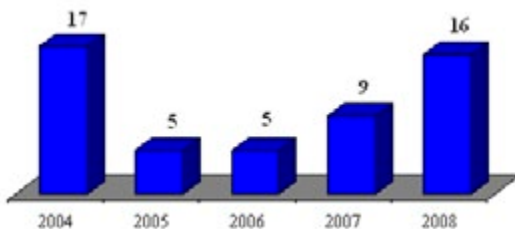


Zdroj: <<http://www.compet.cz/informacni-centrum/statistiky/statistiky-hs/>>

¹¹ *Základní pojmy*, [online], [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.compet.cz/veřejna-podpora/zakladni-pojmy/>>.

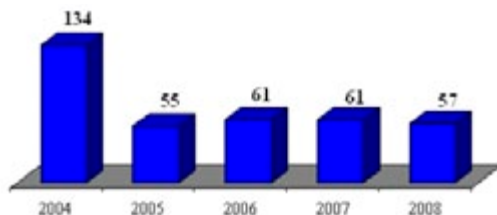
V následujících třech grafech jsou vyčísleny počty zahájených správních řízení v oblastech zakázaných dohod, fúzí a zneužití dominantního postavení.

OBR. 4 Počet zahájených správních řízení – zakázané dohody



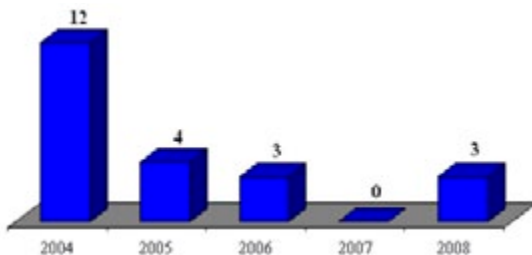
Zdroj: <<http://www.compet.cz/informacni-centrum/statistiky/statistiky-hs/>>

OBR. 5 Počet zahájených správních řízení – fúze



Zdroj: <<http://www.compet.cz/informacni-centrum/statistiky/statistiky-hs/>>

OBR. 6 Počet zahájených správních řízení – zneužití dominantního postavení



Zdroj: <<http://www.compet.cz/informacni-centrum/statistiky/statistiky-hs/>>

Antimonopolní politika Evropské unie je analogická s politikou České republiky, protože české soutěžní právo vychází z práva evropského. Soutěžní právo EU má na starosti Evropská komise. Ta může na základě soudního příkazu vykonávat předem neohlášené inspekce jak ve firmách, tak i v domácnostech zaměstnanců. Dále může požadovat od společností informace. Jestliže Evropská komise zjistí provinění, jež poškozují hospodářskou soutěž, může firmám uvalit sankce do až do výše 10 % z jejich ročního obrátu.

Většina kartelů EU je odhalena přiznáním jednoho z účastníků (díky Liniency programu). Uložené pokuty se ročně pohybují v řádu od 0,5 do 1 mld. €. Peníze z pokut putují do rozpočtu Společenství. Mezi Evropskou komisí a jednotlivými úřady pro ochranu hospodářské soutěže různých států existuje velmi úzká spolupráce, a to v rámci Evropské sítě pro hospodářskou soutěž. Úřady se vzájemně informují o svých případech ještě před vykonáním rozhodnutí. Tímto je eliminováno možné duální vyšetřování v několika státech.

V rámci Evropské sítě pro hospodářskou soutěž mohou jednotlivé státy v případech potřeby spolupracovat, koordinovat svá vyšetřování, vzájemně si pomáhat či vyměňovat důkazy. Tento mechanismus výrazně pomáhá v případech, kdy soutěžitelé působí protiprávně ve vícero státech najednou.¹²

V následujících dvou grafech jsou vyčísleny celkové částky udělených pokut Evropskou komisí. V prvním grafu jsou částky neočištěné, zatímco ve druhé jsou částky očištěné od rozsudků z Evropského soudního dvora. Z nulového rozdílu částek je patrné, že Evropská komise ukládá pokuty opravdu oprávněně, tudíž firmy u odvolání nebyly nikterak úspěšné.

Jistě zajímavé by bylo toto srovnání v České republice, kde by ovšem výsledek nebyl pro Úřad pro ochranu hospodářské soutěže tak pozitivní. Částky za rok 2010 jsou zaznamenány do 20. července.

„Antimonopolní politika Spojených států amerických má nejdelší historii a v současnosti se americkou antimonopolní politikou zabývá Federální obchodní komise, která řeší zejména strukturální problémy. Následuje Antimonopolní oddělení Ministerstva spravedlnosti USA, které převážně sleduje cenové fixace, kartelové dohody a ukládá sankce. Dále zde funguje Federální obchodní komise, která má spíše blíže ke Kongresu než k administrativním činnostem.“¹³

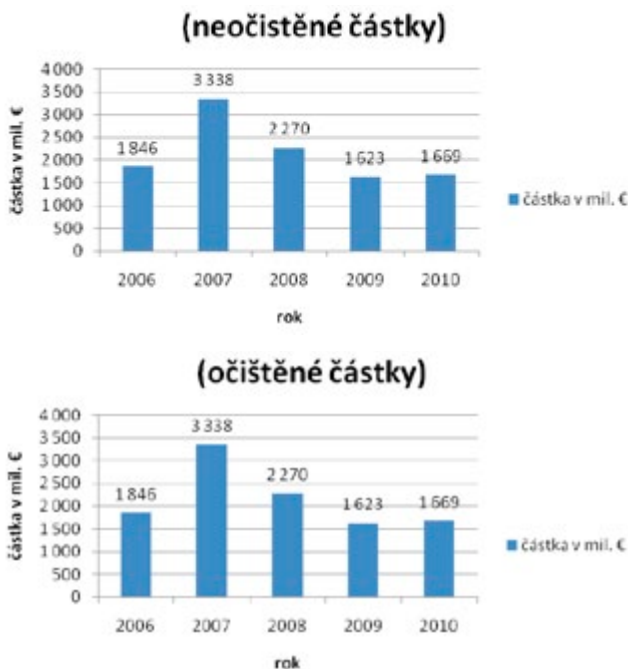
Stejně jako je tomu v právu evropském, může být antimonopolní řízení zahájeno podnětem zvenčí čili stížností apod. nebo vlastní iniciativou úřadů. V americkém

¹² *Politika hospodářské soutěže v Evropské unii a spotřebitel*, [online], [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/competition/publications/consumer_cs.pdf>.

¹³ PANEŠ, P. *Kořeny antimonopolní politiky*, [online], [cit. 2010-10-11]. Dostupný z WWW: <<http://nf.vse.cz/download/veda/workshops/koreny.pdf>>.

antitrustovém právu je dále stejně jako v Evropě ukotven od roku 1993 Liniency program v rozšířené podobě, a to o individuální program amnestií.¹⁴

OBR. 7 Výše udělených pokut v mil. €



Zdroj: číselné údaje do obou grafů převzaty z: <<http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf>>

Ke známým případům řešeným v USA patří:

China Airlines

„Jedním z nejnovějších případů ohledně zakázaného kartelu je kauza China Airlines, letecká tchajwanská společnost. Společnost se dohodla s americkým ministerstvem spravedlnosti na přiznání viny na konci září letošního roku. Americké ministerstvo spravedlnosti obvinilo firmu z kartelu při přepravě nákladů.

¹⁴ FIGALA, F. *Antimonopolní politika USA vs. EU ve věci kartelových dohod*. Bakalářská práce, 2008.

Pokuta, kterou společnost očekává, se pohybuje okolo 40 mil. \$, tedy v přepočtu asi 730 milionů Kč.

Společnost předložila důkazy o dohodě, jejímž obsahem byl společný postup sestavování cen při přepravě nákladů na letecké lince do USA a zpět. Americké úřady obvinily 18 leteckých společností a dále pak osm manažerů. Celková pokuta se vyšplhala až 1,6 mld. \$, tedy více než 29 mld. Kč. Rozhodnutí nezůstalo jen u pokut a čtyři obvinění manažeři dostali nepodmíněné tresty.“