

# OBSAH

PŘEDMLUVA .....	11
SEZNAM ZKRATEK .....	13
ÚVOD .....	15
<b>1 SMLUVNÍ SVOBODA – ROVNOST STRAN, NEBO OCHRANA SLABŠÍHO? .....</b>	<b>23</b>
1.1 Zásada rovnosti nerovných.....	23
1.2 Smluvní svoboda jako výraz soukromoprávní autonomie vůle a ochrana slabšího .....	27
1.3 Pojem slabší strany a její identifikace .....	35
1.3.1 Spotřebitel jako slabší strana.....	37
1.3.2 Podnikatel jako slabší strana .....	40
1.3.3 Zvláštní soukromoprávní „protorežim“ pro malé a střední podnikatele .....	43
1.3.4 Kritéria příslušnosti ke skupině malých a středních podniků.....	44
1.3.5 Funkce zvláštních úprav pro malé a střední podnikatele .....	45
1.3.6 Souběh „slabšího“ s „malým nebo středním podnikatelem“ .....	46
1.3.7 Vnitřní kategorizace malých a středních podnikatelů.....	47
1.3.8 Širší rámec režimu malých a středních podnikatelů .....	47
1.3.9 Jednotný standard ochrany pro nehomogenní skupinu malých a středních podnikatelů?.....	49
1.4 Přednost obecné ochrany slabší strany .....	51
1.5 Generální klauzule soukromoprávní ochrany slabšího a důsledky jejího porušení.....	52
1.5.1 Skutková podstata podnikatelského zneužití silnější pozice.....	52
1.5.2 Dvojitý statusový režim .....	54
1.5.3 Neúměrné zkrácení a lichva.....	56
1.5.4 Ochrana slabšího jako generální klauzule.....	58
<b>2 ROVNOST A ZÁKAZ DISKRIMINACE .....</b>	<b>61</b>
<b>3 VYJEDNÁVACÍ SÍLA .....</b>	<b>67</b>
3.1 Pojem vyjednávací síly .....	67
3.2 Tržní moc a vyjednávací síla .....	71
3.3 Pojmoslovná kritika.....	75
3.4 Druhy vyjednávací síly.....	80

3.5	Předpoklady vyjednávací síly .....	82
3.5.1	Mocenská nerovnováha.....	84
3.5.2	Informační asymetrie.....	86
3.5.3	Asymetrie skutečná a tvrzená.....	88
3.5.4	Další zdroje vyjednávací síly .....	92
<b>4</b>	<b>MONOPSON, KUPNÍ SÍLA A EKONOMICKÁ ZÁVISLOST.....</b>	<b>95</b>
4.1	Definice kupní síly.....	95
4.2	Příčiny a možné projevy vyšší síly na straně poptávky.....	103
4.3	Zvláštní regulace subdominantní tržní síly na straně poptávky v podmínkách oligopsonu i polypsonu.....	106
4.3.1	Nebezpečí poptávkové tržní převahy.....	108
4.3.2	Rozdíly v působení monopsonu (oligopsonu) a monopolu (oligopolu) na trhu.....	115
4.4	Ekonomická závislost.....	120
4.5	Využití a zneužití tržní moci, vyjednávací síly a ekonomické závislosti.....	123
4.6	Dílčí závěry.....	126
<b>5</b>	<b>OBSAHOVÁ A PROCEDURÁLNÍ KONTROLA SPRÁVNOSTI SMLUV.....</b>	<b>131</b>
5.1	Spravedlnost a ochrana slabší smluvní strany .....	131
5.2	Některá hlediska obsahové spravedlnosti v distribuci prostřednictvím obchodních řetězců .....	135
5.2.1	Poplatky za „zalistování“ společnosti (listing fees) .....	137
5.2.2	Zpoplatnění účasti na tzv. promočních akcích .....	138
5.2.3	Zpoplatnění nově zavedeného výrobku (zaváděcí ceny).....	138
5.2.4	První dodávka zdarma.....	138
5.2.5	Nejlepší nákupní ceny a množstevní bonusy .....	138
5.2.6	Splatnost faktur.....	139
5.2.7	Umístění výrobku.....	139
5.2.8	Dodatečné jednostranné změny a úpravy obchodních podmínek a další sporné požadavky .....	140
5.3	Asymetrie v obchodních vztazích jako důvod obsahové kontroly smluv .....	142
5.4	Obsahová kontrola smluv a adaptace prodejců na nové podmínky distribuce .....	145

<b>6 NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY MEZI PODNIKATELI JAKO FORMA ZNEUŽITÍ SILNĚJŠÍ VYJEDNÁVACÍ POZICE.....</b>	<b>147</b>
6.1 Dopad vyjednávací převahy na trh, konkurenty a spotřebitele .....	148
6.2 Využití a vykořisťovatelské zneužití silnější vyjednávací pozice .....	152
6.3 Zdánlivý cílový konflikt mezi ochranou soutěže, spotřebitelským blahobytem a blahobytem malých a středních podniků.....	159
6.4 Zákonné standardy nekalosti obchodních praktik používaných vůči spotřebitelům a vůči podnikatelům .....	164
6.4.1 Spotřebitel a podnikatel jako objekt paternalismu .....	164
6.4.2 Podnikatel a zákazník.....	166
6.4.3 Jednotný nebo diferencovaný standard ochrany .....	167
6.4.4 Nekalé obchodní praktiky vůči spotřebiteli (B2C) a mezi podnikateli (B2B).....	168
6.4.5 Druhy nekalých obchodních praktik.....	170
6.4.6 Oprávněnost diferenciacce ochrany.....	173
6.4.7 Specifická sektorová ochrana.....	177
6.5 Etické autoregulační standardy - iniciativa „férový obchod“ .....	180
6.6 Svoboda a poctivost při mocenské nerovnováze smluvních stran.....	186
6.7 Soukromoprávní možnosti řešení „poctivosti“ obchodních podmínek.....	188
6.8 Procedurální poctivost standardních obchodních podmínek.....	191
6.8.1 Pojem a podstata .....	191
6.8.2 Způsob vzniku a působnost obchodních podmínek.....	195
6.8.3 Všeobecné a statusově rozlišené obchodní podmínky.....	196
6.8.4 Funkce obchodních podmínek.....	201
6.8.5 Kolize obchodních podmínek.....	204
6.8.6 Změna podmínek a jejich rozpor.....	207
6.8.7 Právně-politická a ekonomická hlediska hodnocení konfliktu obchodních podmínek.....	210
6.8.8 Změna obchodních podmínek.....	213
6.8.9 Překvapivost obchodních podmínek.....	215
6.9 Úprava adhezní kontraktace jako procedurální nástroj korekce slabšího postavení.....	219
6.9.1 Podstata adhezní smlouvy.....	219
6.9.2 Adhezní a individuálně sjednané smlouvy.....	220
6.9.3 Adhezita celková a částečná.....	223
6.9.4 Právní důsledky adhezní kontraktace .....	226

6.10	Veřejnoprávní možnosti.....	231
6.10.1	Nízké nákupní a prodejní ceny podle zákona o cenách .....	232
6.10.2	Pokusy o veřejnoprávní omezení významné tržní síly a ekonomické závislosti .....	236
6.10.3	Dílčí hodnocení vhodnosti plošné veřejnoprávní mocenské intervence do ekonomického vztahu podnikatelů .....	240
<b>7</b>	<b>REGULACE VÝZNAMNÉ POPTÁVKOVÉ SÍLY .....</b>	<b>245</b>
7.1	Ekonomický kontext.....	245
7.2	Mezinárodní kontext.....	250
7.2.1	Maďarsko.....	252
7.2.2	Litva a Lotyšsko.....	253
7.2.3	Spojené království .....	254
7.2.4	Spojené státy americké.....	255
7.2.5	Rakousko .....	256
7.2.6	Německo.....	257
7.2.7	Portugalsko.....	262
7.2.8	Slovensko.....	265
7.2.9	Španělsko .....	269
7.2.10	Francie.....	271
7.2.11	Itálie.....	273
7.2.12	Japonsko .....	275
7.2.13	Shrnutí.....	276
7.2.14	Přehledné srovnání přístupu k regulaci maloobchodních řetězců .....	281
7.3	Česká úprava významné tržní síly .....	316
7.3.1	Ochranný účel zákona o významné tržní síle.....	316
7.3.2	Možné překryvy tzv. významné tržní síly s jiným tržně pozicním statusem.....	320
7.3.3	Kvalifikovaná subdominance.....	324
7.3.4	Jednostranně nevýhodné podmínky .....	326
7.3.5	Nejasná věcná pravomoc ÚOHS.....	329
7.3.6	Možné soutěžní dopady velké kupní síly .....	331
7.3.7	ZVTS 2009 a jeho novela.....	336
7.3.8	Právně politická opodstatněnost úpravy.....	341
7.3.9	Tzv. faktor strachu .....	344
7.4	Významná tržní moc jakožto objektivní postavení na trhu.....	345
7.5	Některé další problémové dopady novelizace ZVTS .....	346
7.5.1	Forma smlouvy .....	346
7.5.2	Diskrece správního orgánu a vybavenost k jejímu uplatňování .....	349
7.5.3	Cena a jiné povinné náležitosti kupních a souvisejících smluv .....	350
7.5.4	Nákupní aliance a další účastníci vztahu.....	359
7.5.5	Generální klauzule zneužití významné tržní síly.....	364

7.5.6	Demonstrativní skutkové podstaty zneužití významné tržní síly.....	366
7.5.6.1	<i>Nerovnovážné podmínky</i> .....	366
7.5.6.2	<i>Neekvivalentní plnění</i> .....	368
7.5.6.3	<i>Konečná výše ceny</i> .....	370
7.5.6.4	<i>Přijetí zboží do podeje a jeho umístění</i> .....	370
7.5.6.5	<i>Doba splatnosti</i> .....	372
7.5.6.6	<i>Právo na vrácení zboží</i> .....	374
7.5.6.7	<i>Refundace sankce</i> .....	379
7.5.6.8	<i>Diskriminace prodávajícího</i> .....	381
7.5.6.9	<i>Kontrola dodavatele</i> .....	387
7.5.6.10	<i>Nedbání na výsledky úředních kontrol</i> .....	390
7.6	Dílčí závěr.....	391
<b>8</b>	<b>OCHRANA DODAVATELŮ POTRAVIN JAKOŽTO TZV. STŘEDNÍCH A MALÝCH PODNIKŮ</b> .....	<b>399</b>
8.1	Obecné důvody pro a proti zvýhodnění malých a středních podniků.....	399
8.2	Malí a střední dodavatelé potravin.....	404
<b>9</b>	<b>VÝZNAMNÁ TRŽNÍ SÍLA A ANTITRUSTOVÉ ZÁKAZY</b> ....	<b>409</b>
9.1	Rozdílné ochranné účely a jejich vztah .....	409
9.2	Některé dílčí souvislosti substantivní antitrustové regulace a úpravy tzv. významné tržní síly.....	416
9.2.1	Souběh zneužití dominance a zneužití „významné tržní síly“ .....	417
9.2.2	Obchodní aliance a dohody o cenách .....	420
9.2.3	Vymezení relevantního trhu a ekonomická závislost.....	426
9.2.4	Předcházení koncentraci na straně poptávky? .....	429
9.3	Zvláštní pravidla pro malé a střední podniky? .....	432
9.4	Věcná a právní hlediska přístupu k „sebeobranným“ bagatelním kartelům .....	434
9.4.1	Problém formy úpravy (právní předpis versus metodické sdělení).....	435
9.4.2	Některé důsledky odklonu od zákonné úpravy zanedbatelnosti kartelů a příklonu k „regulaci metodikou“ .....	438
9.4.3	Tzv. prioritizace.....	441
9.5	Dílčí závěr.....	443
9.6	Kartely „cílové“ a „dopadové“ .....	443

9.6.1	Právně politické zdůvodnění .....	445
9.6.2	Doktrína pouhé nebezpečnosti jednání a jeho skutečného dopadu v aktuální evropské kasuistice .....	446
9.6.2.1	<i>Případ Expedia</i> .....	446
9.6.2.2	<i>Případ Bankovní karty</i> .....	448
9.6.2.3	<i>Případ Intel</i> .....	450
9.6.3	Dílčí závěr.....	452
9.7	Možnost obrany malých a středních podnikatelů bagatelní kartelizací.....	453
9.7.1	Cílové kartely dodavatelů obchodních řetězců .....	453
9.7.2	Zákonná výjimka z prodejních kartelů? .....	454
9.8	Závěry k antitrustové obraně malých a středních podnikatelů proti zneužití tržní moci.....	457
<b>10</b>	<b>CELKOVÉ ZÁVĚRY</b> .....	<b>459</b>
	SUMMARY .....	473
	LITERATURA A DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE .....	483