

Oligopol z pohledu hospodářské soutěže

Pojem oligopol označuje takovou strukturu tržního prostředí, kdy v daném odvětví existuje pouze několik málo konkurenčních společností, které představují většinový podíl nabídky. Na oligopolním trhu tedy zpravidla působí pouze několik firem, které se svojí činností mohou navzájem ovlivňovat a disponují nezanedbatelnou tržní silou. Krajní podobou je duopol, kde na trhu působí jen dvě firmy. Pokud je oligopol tvořen firmami s přibližně stejně velkými tržními podíly, jedná se o tzv. symetrický oligopol. Pokud je oligopol tvořen firmami s různě velkými tržními podíly, je označován jako oligopol asymetrický. Typickým znakem oligopolních trhů je relativní stabilita velikosti tržních podílů.

Problematika oligopolních struktur je složitou a náročnou oblastí moderní ekonomie. O tom svědčí mimo jiné i to, že v roce 2014 obdržel Nobelovu cenu za ekonomii profesor Jean Tirole¹, který se oblasti regulace tržních struktur dlouhodobě zabývá. Uvedenou problematikou se rovněž zabývali prominentní ekonomové jako Joseph Stiglitz² a Louis Kaplow³. Ekonomové se shodují na tom, že oligopolní struktura apriori neznámá to, že by subjekty na takovém trhu nevytvářely konkurenční tlak.

Oligopolní struktury mohou vznikat v řadě sektorů hospodářství. To, že v některých odvětvích je efektivní mít pouze několik velkých hráčů, je dáno tím, že v nich často existují velmi vysoké fixní náklady pro vstup na trh a současně zde lze dosahovat úspor z rozsahu (tj. nižší náklady na jednotku produkce) a z rozmanitostí produkce. Příkladem takového trhu je výroba mobilních telefonů, které vyrábí jen omezený počet výrobců, a přitom nabízejí často velký počet modelů s různými parametry. V takovýchto odvětvích pak zpravidla vzniká oligopol přirozeně, nelze tedy mluvit o selhání soutěžní politiky. Taková oligopolní tržní struktura sama o sobě nepředstavuje narušení hospodářské soutěže a nelze ji zakazovat, protože i na takových trzích může být rozvinutá hospodářská soutěž mezi jednotlivými tržními subjekty, která vytváří tlak na snižování cen pro spotřebitele.

Chováním firem v oligopolu vysvětluje řada ekonomických modelů a teorií. Popisují vzájemné reakce subjektů spočívající v reakci na ceny a množství produkce a z toho plynoucí volby jejich optimální strategie. Rozhodování firem v oligopolu je tedy závislé na strategii konkurentů. K analýze chování firem v oligopolu slouží v moderní ekonomii tzv. teorie her, které se zabývají strategiemi subjektů (hráčů) při stanovování cen a objemu výroby, kdy hry mohou být kooperativní i nekooperativní povahy. Pro analýzu jsou používány různé modely, mezi nejznámější patří model Cournotův, který popisuje volbu produkce a model Bertrandův, který popisuje volbu ceny. Rovnovážná situace, kdy si každý hráč zvolí svou nejlepší strategii při daných strategiích, které si zvolili ostatní hráči, se označuje jako Nashova rovnováha. Uvedené modely představují východisko pro regulaci oligopolů. Bez znalosti fungování oligopolních struktur nelze efektivně vytvářet a aplikovat jejich regulaci na konkrétním trhu.

¹ MASKIN, E., TIROLE, J. A Theory of dynamic oligopoly, II: Price competition, kinked demand curves and Edgeworth cycles. *Econometrica*, 1988, vol. 56, no. 3

² STIGLITZ, JOSEPH E. Competition and the Number of Firms in a Market: Are Duopolies More Competitive than Atomistic Markets?, *Journal of Political Economy*, University of Chicago Press, 1987

³ KAPLOW, LOUIS. Competition Policy and Price Fixing. Princeton University Press, 2013

Jak lze uvedené modely číst z pohledu hospodářské soutěže? I když firma na oligopolním trhu přizpůsobuje svou strategii vůči strategii ostatních oligopolních hráčů, může cena klesnout následkem konkurenčního tlaku až na úroveň dokonale konkurenčního trhu. I na oligopolním trhu tedy může existovat účinná soutěž.

Pokud na oligopolním trhu firmy stanovují ceny ve shodě vůle s ostatními oligopolisty, pak se takový stav označuje jako koluze a cena je v takovém případě vyšší, než odpovídá běžné tržní rovnováze. Mezi tržní faktory, které napomáhají vzniku koluze, patří podobnost či blízkost produktů, srovnatelné náklady na výrobu, relativně stabilní tržní podíly a existence dlouhodobějších vztahů mezi dodavateli a odběrateli. Koluzi rovněž nahrává existence bariér vstupu na trh, existence případných vazeb mezi členy oligopolu a relativně stabilní poptávka.

Koluze může být povahy explicitní či implicitní (tacitní). Je-li chování oligopolistů stanoveno explicitní (výslovnou) dohodou, jedná se o kartel, který je z v rozporu se soutěžním právem a soutěžní úřady proti takovému chování zasahují. Implicitní koluze je snaha o udržování určitého statusu quo a z pohledu firem je vlastně takové jednání racionální, neboť se stabilizací tržního prostředí a tím snížení možné nejistoty se snaží maximalizovat svůj zisk. Ten se může dostat až na úroveň monopolu, pokud budou jednotlivé firmy na trhu disponovat odvetnými strategiemi, které zajistí stabilitu koluzivního chování. Ostatně proto existuje v soutěžní doktríně koncept kolektivní dominance, který vychází z toho, že jako monopol se nemusí chovat pouze jeden subjekt, ale trhu může dominovat společně více subjektů, přičemž jejich společné chování může vést až ke stavu srovnatelnému právě s monopolem. Aby na trhu mohla vzniknout tržní struktura označovaná jako kolektivní dominance, musí být naplněny určité podmínky. Tyto podmínky jsou označovány v soutěžní politice jako tzv. Airtours kritéria, a to podle rozhodnutí Tribunálu v případě Airtours⁴, ve kterém byly vymezeny. Jedná se o následující tři kritéria. Prvním z nich je transparentnost. Tedy stav, kdy každý člen oligopolu je schopen rozpoznat chování ostatních oligopolistů. Druhým kritériem je existence odvetného mechanismu, který má zajistit soudržnost chování oligopolistů a eliminovat riziko odchýlení se od společné strategie. Třetím kritériem je absence protiváhy ze strany konkurentů či zákazníků, která by mohla ohrozit společný postup oligopolistů.

Soutěžní politika se věnuje oligopolům řadu let a napříč soutěžními úřady. Mezinárodní organizace, jako je OECD a řada významných mezinárodních sdružení, jako je Mezinárodní soutěžní síť (ICN) vytvořily a publikovaly řadu materiálů, které se týkají soutěžní politiky na oligopolních trzích. Např. v roce 2015 se Soutěžní výbor OECD detailně věnoval této oblasti⁵ a na základě diskuse odborníků publikoval svá doporučení pro soutěžní politiku.

Jaká je tedy implikace pro soutěžní politiku? Jaké nástroje má soudobé soutěžní právo k dispozici pro intervenci na oligopolních trzích? Prvním nich je výše uvedený zákaz kartelů (tedy explicitní koluze). Rovněž tak mohou soutěžní úřady zasahovat proti kolektivní dominanci, nicméně se v takovém případě jedná o velmi náročná řízení a jejich četnost je v praxi minimální. Oba nástroje patří mezi využitelné ex-post. Dalším nástrojem, který je aplikován ex-ante, je kontrola spojování soutěžitelů. Má za cíl

⁴ Rozsudek Tribunálu z 6. června 2002 ve věci T-342/99 - Airtours

⁵ <https://www.oecd.org/daf/competition/oligopoly-markets.htm>

eliminaci stavu, kdy by následkem daného spojení vznikla (nebo se posílila) taková oligopolní struktura, kde by mohlo dojít k vytvoření tacitní koluze. Posuzování oligopolních struktur je nicméně velice složité, stejně jako prokazování jejich negativních dopadů na hospodářskou soutěž⁶.

Mimo výše uvedené nástroje, které se týkají rozhodovací činnosti, mohou soutěžní úřady vyvinout rovněž řadu dalších aktivit. V první řadě mohou navrhnout taková opatření, která napomohou rozvoji soutěže na předemném trhu. Jedná se zejména o opatření vedoucí ke stimulaci vstupu nových soutěžitelů, jako jsou doporučení pro snížení nadměrné regulace vstupu na trh nebo usnadnění možnosti přeshraničního obchodu. Dále opatření vedoucí ke snížení nadbytečné regulace a administrativní zátěže spojené s působením na trhu. V některých případech může být prospěšné změnit schéma případných podpor a dotací tak, aby vedly k podpoře menších subjektů, a nikoliv k posilování velkých subjektů. Vedle těchto tradičních nástrojů se v poslední době v některých jurisdikcích začíná diskutovat o zavedení nových nástrojů a s tím spojené zavedení širší pravomoci soutěžních úřadů. Např. v Německu již dokonce byla schválena novela soutěžního zákona, která mimo jiné zavádí nové pravomoci tamějšího soutěžního úřadu⁷. Ty by měly působit proti závažnému a trvajícím narušení hospodářské soutěže, zjištěnému na základě sektorového šetření, uložením behaviorálních nebo strukturálních nápravných opatření, která mohou zahrnovat i rozdělení společností. Jedním z cílových trhů jsou právě trhy oligopolní, které jsou přirozeně náchylné ke koluzi.

Výše uvedený pohled na problematiku oligopolu z perspektivy hospodářské soutěže lze shrnout do následujících závěrů:

Existence oligopolu sama o sobě není protisoutěžní. I na oligopolním trhu může za určitých okolností existovat rozvinutá soutěž mezi jednotlivými subjekty, která přináší nízké ceny pro spotřebitele, zejména pokud existují velké úspory z rozsahu produkce. Za určitých okolností však může docházet v oligopolu ke koluzi. Je-li koluze výsledkem explicitní dohody, jedná se o dohodu v rozporu se soutěžním právem, tedy kartel, a soutěžní úřady mají pravomoc ji zakázat. Je-li však koluze tacitní, bez explicitní dohody, pak ji nelze nástroji tradiční soutěžní politiky stíhat. Soutěžní právo nemá pravomoc na „rozbíjení“ oligopolů ve smyslu rozdělení oligopolistů na menší subjekty. Soutěžní úřady nicméně v rámci kontroly spojování mohou eliminovat riziko, že posuzovaným spojením dojde k vytvoření takové oligopolní struktury, která by vedla k podstatnému narušení soutěže. Nástroje, které by mohly prosadit strukturální změny na oligopolních trzích a zlepšit tak úroveň hospodářské soutěže, jako jsou snížení administrativních bariér, liberalizace přeshraničního obchodu atd., jsou nástroje mimo rámec tradiční politiky ochrany hospodářské soutěže vykonávané soutěžními úřady. Pokud by měly soutěžní úřady v takovém smyslu na oligopolních trzích intervenovat, muselo by dojít k posílení jejich pravomocí, neboť tradiční soutěžní právo jim to neumožňuje.

⁶ Z posledních významnějších případů viz např. rozsudek Soudního dvora ve věci Case-376/20 P, Commission v. CK Telecoms

⁷https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2023/07_11_2023_GWB_No_velle.html