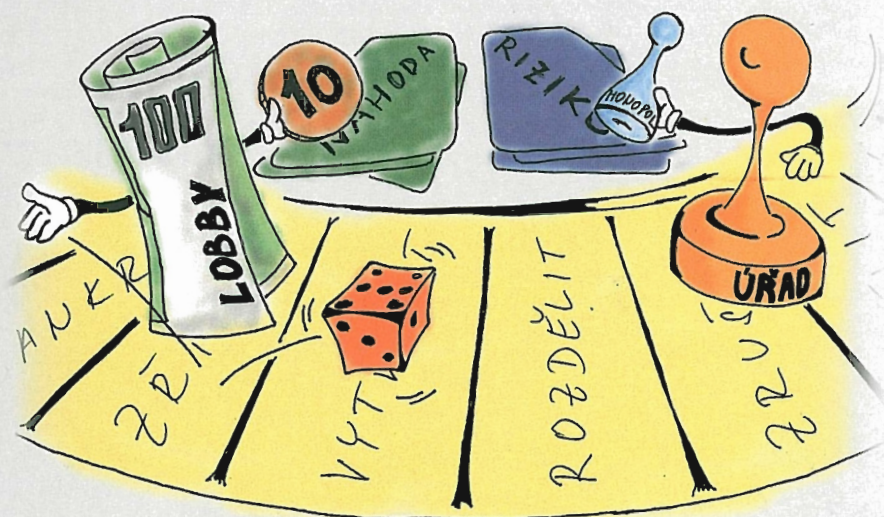


Dominick T.  
Armentano

## Proč odstranit protimonopolní zákonodárství



mega  
print

LIBERALNÍ INSTITUT  
LI  
PRAHA

Dominick T. Armentano

**PROČ ODSTRANIT  
PROTIMONOPOLNÍ  
ZÁKONODÁŘSTVÍ**



**Dominick T. Armentano:**  
**Proč odstranit protimonopolní zákonodárství**  
**Praha 2000**

Překlad z anglického originálu

Dominick T. Armentano: *Antitrust. The Case for Repeal*, Revised 2nd Edition, The Ludwig von Mises Institute, 1999. První vydání CATO Institute. Přetištěno a přeloženo se svolením.

Copyright © 1999 The Ludwig von Mises Institute

Vydavatel děkuje držiteli autorských práv za jejich laskavé poskytnutí.

Vydal:

Liberální institut  
Spálená 51, 110 00 Praha 1

Vydání zajistil:

MegaPrint Praha  
K Nouzovu 2131/7, 143 00 Praha 4

Všechna práva jsou vyhrazena. Žádná část knihy nesmí být reprodukována nebo dále šířena v žádné formě, žádnými prostředky, elektronickými nebo mechanickými, bez písemného souhlasu Liberálního institutu.

Český překlad © 2000 Anna Kadeřábková, Josef Šíma (předmluva, dovětek „Rakušané a chicagovci“)

Doslov © 2000 Josef Šíma

Předmluva k českému vydání © 2000 Dominick T. Armentano

Cover Design © Daniel Purmann, Radovan Kačín

Jazyková korektura: Eva Malypetrová

Odborná korektura: Josef Šíma, prof. Milan Žák

Sazba a grafická úprava: Radovan Kačín (MegaPrint Praha)

**ISBN 80-86389-04-9**

# Obsah

Obsah .....	5
Předmluva k českému vydání .....	10
Předmluva .....	13
Úvod: Přehled protimonopolní politiky .....	16
Ekonomická teorie a protimonopolní politika .....	17
Revizionismus teorie a reforma politiky .....	19
Nový protimonopolní aktivismus .....	20
1. Útok protimonopolní politiky na Microsoft .....	22
Monopol Microsoftu .....	23
Síťové efekty a vývojová závislost .....	25
Omezující praktiky .....	26
Lorain Journal .....	29
Pohled za zrcadlo .....	30
2. Výhrady proti protimonopolní politice .....	32
Důvody pro zrušení .....	36
Teorie protimonopolní politiky .....	39
Závěry .....	47
3. Konkurence a monopol: teorie a důkazy .....	48
Teorie .....	48
Důkazy .....	56
Právní monopol a blahobyt spotřebitele .....	61
Závěry .....	62
Dodatek .....	63
4. Překážky vstupu na trh .....	66
Produktová diferenciacce .....	66
Reklama .....	71
Efektivnost a inovace .....	74
Kapitál .....	76

Predátorské praktiky.....	77
Závěry .....	80
5. Cenová diskriminace a vertikální dohody.....	82
Cenová diskriminace .....	82
Vázané dohody .....	86
Dohody o stanovení maloobchodní ceny .....	88
Dohody o vertikální fúzi .....	89
Závěry .....	91
6. Horizontální dohody: fúze a fixování cen .....	92
Pravidlo rozumnosti: společenské náklady .....	93
Pravidlo rozumnosti: společenský přínos .....	97
Přístup <i>Per Se</i> .....	99
Závěry .....	106
7. Protimonopolní politika ve svobodné společnosti .....	107
Svoboda .....	107
Společenská efektivnost .....	109
Závěry .....	113
Dovětek .....	114
Doslov .....	116
Každý je monopolistou.....	117
Chování člověka – nebezpečná aktivita? .....	118
Co je prodej <i>pod náklady</i> ?.....	118
Suverénní nad svým vlastním majetkem .....	120
Vylobbujte si svůj zákon .....	120
Stát a monopoly .....	121

*Zřídka kdy se sejdou příslušníci téhož druhu podnikání, i když je to jen k zábavě a k rozptýlení, aby se nakonec jejich rozhovor nestočil na nějaké punktování proti společnosti nebo na vymýšlení nějakého způsobu, jak zvýšit ceny. Pravda, zabránit takovým schůzkám zákonem, který by se dal provádět a který by se neprotivil svobodě a spravedlnosti, není možné. Ale i když se tedy zákonem nedá zabránit tomu, aby se příslušníci jednoho druhu podnikání tu a tam sešli, nemělo by se jim takové scházení nijak usnadňovat, tím méně pak učinit z něho nutnost.*

Smith, Adam: *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*, Státní nakladatelství politické literatury, 1958, svazek první, str. 142.

ZE ZAHRANIČÍ: SPOJENÉ STÁTY AMERICKÉ

## **Gates zničen!**

*K rozhodnutí soudce Jacksona v kauze Microsoft*

5. dubna 2000

Poslední „zjištění skutkového stavu“ a rozhodnutí soudce Thomase Penfielda Jacksona, že Microsoft porušil protimonopolní zákony, je parodií na ekonomické uvažování a spravedlnost tak, jak ji chápe zdravý rozum. Jackson přijal většinu argumentů vlády, která tvrdí, že Microsoft je monopolem na relevantním trhu a že se uchýlil k praktikám namířeným „proti konkurenci“, aby tak zvýšil svou monopolistickou pozici. Microsoft se rozhodl proti rozsudku odvolat, chránit tak své právo svobodně stanovovat ceny svých výrobků a svobodně provádět inovace v rámci vlastní platformy Windows.

Zdůvodnění soudce Jacksona

je zcela mylné. Za prvé platí, že Microsoft má dominantní pozici pouze na úzce definovaném relevantním trhu. Nemá žádnou smysluplně definovanou monopolní pozici a ani žádnou monopolní sílu, která by mohla vést k omezení množství výstupu. Na trhu jsou dostupné konkurenční operační systémy, konkurenční systémy k prohlédávání internetové sítě a neexistují žádné zákonné překážky vstupu na jakékoli místo kybernetického prostoru. Za druhé je známé, že chce-li být firma „konkurenční“, znamená to, že musí nabízet spotřebitelům (kupujícím) stále dokonalejší produkty. Když Microsoft integroval svůj prohlížeč do Windows (aby mohl lépe konkurovat produktu společnosti Netscape, která byla vůdcem

na trhu), tak rozhodně nabídl spotřebitelům lepší produkt. To, že se Netscapu snížily tržby (ale že neztratil celý trh nebo přístup k počítačům spotřebitelů), je zřetelným důkazem toho, že integrace provedená firmou Microsoft nabídla spotřebitelům lepší produkt a že toto opatření bylo konkurenční. Monopoly omezují tržní výstup a zvyšují ceny. Microsoft místo toho zdokonalil svůj prohlížeč a zpřístupnil jej spotřebitelům zdarma. Soudce Jackson přijal to nejhorší možné akademické doporučení, vzal zřejmý důkaz fungování konkurence na svobodném trhu a překroutil jej o 180 stupňů, aby tak mohl najít „monopolizaci“ trhu a porušení zákona.

Rozhodnutí soudce Jacksona povede k šílenství a podávání žalob, v nichž se budou konkurenti a spotřebitelé domáhat náhrady škod, které jim údajně vznikly v důsledku nelegální monopolizace. Dojde dále k rozšíření regulace a politizace na budoucí inovace a tržní podíl dominantních firem v oborech vysoce rozvinu-

tých technologií. Jedinou dobrou zprávou je, že toto rozhodnutí umlčí, snad navždy, ty kritiky protimonopolního zákonodárství, kteří věří, že toto zákonodárství je „reformovatelné“. Uváděné názory na „reformu“ těchto zákonů byly vždy politicky velmi naivní. Nyní se opět jasně prokázalo, že protimonopolní zákonodárství je politicky řízený upír, jenž vzdoruje každému pokusu o reformu. Musíme konečně zasáhnout jeho srdce a zcela protimonopolní zákonodárství odstranit, dříve než napáchá další ekonomické škody.

**DOMINICK T. ARMENTANO,**  
Hartford

Autor je emeritním profesorem  
na *University of Hartford*,  
vědeckým pracovníkem *Ludwig  
von Mises Institute*.



## Předmluva k českému vydání

### Úspěšný exportní artikl

Protimonopolní zákonodárství je téměř výlučně americkým vynálezem a podobně jako je tomu s mnoha jinými věcmi přicházejícími z Ameriky, snaží se je horlivě zbytek světa (ať již jsou správné, nebo ne) napodobovat. V mnoha evropských zemích (uvnitř Evropské unie) i řadě rozvojových zemí proto existuje v současnosti silná tendence k přijímání a vynuucování přísné protimonopolní legislativy amerického stylu.

Důvod přijímání těchto opatření se zdá být zřejmý. Pro netržní ekonomiky jsou typické státní monopoly výroby a distribuce a obecně také neexistence konkurence na trhu. Když ekonomiky opouštějí statismus a socialismus a vydávají se na cestu více „kapitalistické“ a „tržní“ orientace, zdá se být jistá protimonopolní politika nezbytná k tomu, aby zajistila zachování konkurence, jež bude efektivně alokovat zdroje a podporovat inovace. Jsou-li tedy trhy liberalizovány, zdá se být správné provádět takovou politiku, která bude podporovat konkurenci a bránit vytváření monopolů.

Zdá se také, že protimonopolní politika je nutná k tomu, aby podporovala „spravedlivá“ pravidla hry pro podnikatele. Tvrdí se například, že podnikatelé by neměli provádět cenovou „diskriminaci“, že by neměli provádět „koluzi“ a omezovat tak obchod, neměli by „monopolizovat“ odvětví a nelegálně „vylučovat“ konkurenty z jejich „práva“ obchodovat. Neměli by dále prodávat jeden výrobek za podmínky, že kupující koupí i druhý výrobek a neměli by uskutečňovat fúze, které omezují konkurenci a mohou vést k vytvoření monopolu. Vláda by měla tyto protimonopolní zákony vynuucovat pomocí pokut a sankcí, které zajistí, že se podnikatelé

podřídí těmto pravidlům – to vše v zájmu spotřebitelů a spravedlnosti.

Všechny tyto věci jsou na první pohled zcela na místě. Ve skutečnosti tomu tak ale není. Mýty umírají v ekonomii pomalu a účinnost protimonopolního zákonodárství patří samozřejmě mezi velmi staré mýty. Stručně řečeno, protimonopolní politika ve skutečnosti nevytváří (správně chápanou) „konkurenci“, ani ji nechrání. Konkurenční tržní proces obsahující soupeření podnikatelů i jejich spolupráci bude existovat přirozeně tehdy, když bude ekonomika deregulována. Ještě důrazněji řečeno, zhoubný monopol je výtvořem vlády, a nikoli trhu. Bez pomoci státu se neefektivní monopol hroučí svou vlastní vahou. Deregulace ekonomiky, a nikoli nějaký druh protimonopolního zákonodárství, je jak nutnou, tak i postačující podmínkou zajištění svobodného procesu konkurence na trzích.

Největším mýtem ze všech je ten, jenž praví, že protimonopolní zákonodárství chrání spotřebitele tím, že reguluje podniky, které monopolizují odvětví, aby pak mohly omezit obchod. Tento mýtus lze vyvrátit jednoduše tak, že si přečteme klasické případy použití protimonopolního zákonodárství v žalobách, které podala vláda Spojených států (nebo nějaký soukromý subjekt) během uplynulých 100 let. „Omezovat obchod“ znamená snižovat produkci na trhu a zvyšovat tržní ceny. Protimonopolní zákonodárství bylo ale téměř vždy použito proti podnikům, které výrobu zvyšovaly, rychle zaváděly inovace a snižovaly tržní ceny, což je i případ současného sporu firmy Microsoft. Stručně řečeno protimonopolní zákonodárství bylo ve skutečnosti vždy využito k pokusům regulovat proces konkurence (a nikoli monopoly) a poškodilo blahobyť spotřebitelů, což jsou výsledky stojící v přímém rozporu k zamýšleným cílům.

Proč je protimonopolní politika prokletím pro konkurenci na trhu, když je jejím údajným záměrem ji uchovat a ochránit? Odpověď zní, že politický proces ze své podstaty musí v každé zemi plodit takovéto perverzní výsledky. Protimonopolní politika představuje „regulaci“ a regulace je téměř vždy využívána zájmovými skupinami uvnitř každé vlády a každé společnosti ke zvětšení jejich vlastního bohatství na úkor všech ostatních. Tento neefek-

tivní proces tzv. vyhledávání renty (rent-seeking) prostřednictvím regulací a pomocí soudů zajišťuje, že protimonopolní politika nemůže nikdy dosáhnout svých deklarovaných cílů a musí vést k výsledkům, které budou poškozovat obecné společenské zájmy. Stručně řečeno protimonopolní politika je a vždy byla mýtem a podvodem.

Protimonopolní zákonodárství může být sice populárním americkým exportním artiklem, jedná se nicméně o podvodnou politiku, která škodí svobodné a efektivní ekonomice. Existuje-li, mělo by být odstraněno. Neexistuje-li, je třeba se jeho zavedení důsledně bránit. Spojené státy americké trpí již 100 let perverzními dopady protimonopolního zákonodárství. Svět by se měl z této smutné zkušenosti poučit.

*profesor Dominick T. Armentano  
květen 2000*

## Předmluva

Horlivost federální a státní protimonopolní aktivity, zaměřené proti společnostem jako jsou Toys „R“ Us, Staples, Intel a Microsoft, může signalizovat začátek nové neblahé éry jejího uplatňování. Protimonopolní regulace, jako neúnavný Terminátor, je opět zde a s ní i hrozba závažné ekonomické pohromy.

Můj názor na protimonopolní politiku byl vždy jednoznačný: *Všechny* protimonopolní zákony a *všechny* protimonopolní úřady by měly být zcela zrušeny. Protimonopolní politiku nelze reformovat: je třeba ji odstranit.

Požadavek na zrušení je prý spojen se značným rizikem, a proto každý takový požadavek pravděpodobně povzbudí zájmy usilující o návrat k tradičně uplatňovaným politikám starého stylu. Protimonopolní „establishment“ – žalobci, poradci, úředníci protimonopolních institucí – by navíc pravděpodobně vystupňoval svůj útok na ty, kdo chtějí, z jeho hlediska, dále „oslabit“ protimonopolní politiku. Zastánci zrušení by byli opět zpodobňováni jako zastánci podnikatelů a nepřátelé spotřebitelů, kteří se nezajímají o blahobyt spotřebitele či ekonomickou spravedlnost. Pravděpodobně nejnebezpečnější je však stanovisko, že zásadní odpor vůči veškeré protimonopolní regulaci by mohl oddálit významné protimonopolní reformy či dokonce zvrátit některé částečné, již dosažené administrativní reformy.

Podobně jsou prý zásadní snahy o zrušení spojeny s rizikem, že ztratí podporu těch kritiků tradiční politiky, kteří se zasloužili o dosavadní mírné reformy protimonopolního zákonodárství. Většina významných kritiků protimonopolní politiky *nepodporuje* zrušení protimonopolních zákonů. Podle jejich názoru *hraje* v ekonomice svobodného trhu protimonopolní politika odpovídající úlohu, třebaže v omezeném rozsahu oproti tradičnímu pojetí. Tito kritici tvrdí, že protimonopolní politika je stále nezbytná

k boji proti kartelům, velmi rozsáhlým fúzím, *bona fide* predátorským praktikám.

S tím rozhodně nemohu souhlasit. Je jistě riskantní usilovat o zrušení, ale ještě riskantnější je nevést intelektuální argumentaci proti protimonopolní politice až k jejímu logickému závěru. Tvrdím, že důvody proti protimonopolní regulaci – veškeré protimonopolní regulaci – jsou ještě silnější, než jsou ochotni připustit i ti nejvýznamnější kritici. Tvrdím, že uplatňování protimonopolní politiky, dokonce ani vůči soukromým horizontálním dohodám, nelze zdůvodnit žádnou uznávanou obecnou teorií nebo empirickými důkazy. Tvrdím dokonce, že ony dosavadní mírné administrativní reformy mohou být pouze dočasné. Šlo koneckonců *pouze* o administrativní reformy a my jsme se již znovu propadli zpět do bažiny tradičněji uplatňovaných politik. Větší riziko by však spočívalo v uspokojení s jakousi skromnou „reformní“ agendou při současném zachování celé protimonopolní institucionální struktury soukromých žalob, úřadů a soudních odvolání. Z praktického hlediska by bylo daleko lepší zrušit všechna tato institucionální uspořádání a jednoduše se tak vypořádat s větším rizikem.

Řadu zde rozvinutých argumentů a diskutovaných případů budou znát čtenáři mé knihy *Antitrust and Monopoly*.<sup>1</sup> Noví čtenáři, pro něž budou tyto myšlenky podnětné – či je rozzuří – mohou některé z nich sledovat do větší hloubky v jiných pramelech.<sup>2</sup> Tímto upraveným vydáním publikace *Proč odstranit proti-*

---

<sup>1</sup> Armentano, D. T.: *Antitrust and Monopoly: Anatomy of a Policy Failure*, 2. vydání, Independent Institute, Oakland, Kalifornie, 1990.

<sup>2</sup> Bork, Robert H.: *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*, Basic Books, New York, 1978; Brozen, Yale: *Concentration, Mergers, and Public Policy*, MacMillan, New York, 1982; Smith, Fred L. Jr.: „Why Not Abolish Antitrust?“, *Regulation* 7, leden/únor 1983, str. 23–28; Easterbrook, Frank H.: „The Limits of Antitrust“, *Texas Law Review* 63, srpen 1984, str. 1–40; McChesney, Fred S.: „Law’s Honor Lost: The Plight of Antitrust“, *Antitrust Bulletin* 31, 1986, str. 359–382; Shughart William II: *Organization of Industry*, Homewood, Ill., Richard D. Irwin, 1990; McChesney, Fred S. a Shughart, William F. II: *The Causes and Consequences of Antitrust*, University of Chicago Press, Chicago, 1955.

*monopolní zákonodárství* bych chtěl zasáhnout širší okruh čtenářů a pomoci vysvětlit důvody pro zrušení protimonopolní regulace. Pochopení těchto důvodů se zdá být stále nezbytné.

## Úvod: Přehled protimonopolní politiky

Samozřejmě je obtížné shrnout v jediném pojednání více než stoletou historii uplatňování protimonopolní politiky. Nepochybně však platí, že protimonopolní zákony jsou často používány proti inovujícím podnikatelským organizacím, které rozšiřují výstup a snižují ceny. Tato charakteristika je zvláště patrná v soukromých protimonopolních řízeních (která tvoří 90 procent protimonopolních řízení), ale i v klasických vládních kauzách. Protimonopolní regulace (přinejmenším Shermanův zákon) byla vytvořena s cílem zabránit podnikatelským aktivitám, které poškozují zájmy spotřebitelů. Velká část praktikované protimonopolní politiky však z tohoto hlediska působí zcela chybně a lze ji označit za „paradoxní“.<sup>3</sup>

Tento paradox lze vysvětlit několika způsoby. První spočívá ve zpochybnění argumentu „veřejného zájmu“ spojeného se vznikem protimonopolní politiky.<sup>4</sup> Paradox mizí, pokud měl záměr zákonů směřovat k ochraně méně efektivních podnikatelských organizací před konkurencí spíše než k prosazování zájmů spotřebitelů. Z tohoto hlediska představuje protimonopolní regulace pouze další historický příklad protekcionistické legislativy podporující vyhledávání renty (rent-seeking), která snižuje ekonomickou efektivnost.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> K příkladům názoru, že protimonopolní zákony byly vytvořeny, aby sloužily spotřebitelům, viz Thorelli, Hans: *The Federal Antitrust Policy*, The John Hopkins Press, Baltimore, Maryland, 1955 a Bork, Robert H.: *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*, Basic Books, New York, 1978.

<sup>4</sup> DiLorenzo, Thomas J.: „The Origins of Antitrust: An Interest-Group Perspective“, *International Review of Law and Economics* 5, 1985, str. 73–90.

<sup>5</sup> Viz například Benson, Bruce L., Greenhut, M. I. a Holcombe, Randall G.: „Interest Groups and the Antitrust Paradox“, *Cato Journal* 6, zima 1987,

Tradičně se lze rovněž setkat se závažným teoretickým pomýlením významu „konkurence“. Toto pomýlení mohlo ovlivnit soudní řízení a administrativu protimonopolních zákonů.<sup>6</sup> Když například firma sníží cenu, jde o konkurenci nebo pokus o monopolizaci? Když firma získá tržní podíl, jde o důkaz efektivnosti či ohrožení konkurence? Když zákon omezuje spojování podniků, je konkurence zvýšena nebo omezována? Když firma realizuje nákladný výzkum a inovace, které konkurence nedokáže snadno napodobit, jde o monopolizaci? Chybný teoretický přístup k těmto otázkám může vysvětlit útok veřejné politiky na ekonomickou efektivnost ve jménu zachování konkurence.

## Ekonomická teorie a protimonopolní politika

Teoretické základy protimonopolní politiky obecně vycházejí z neoklasické mikroekonomie, rozpracované odborníky v oblasti „odvětvové organizace“. Přes hlubokou zakořeněnost teorie odvětvové organizace v modelech čisté konkurence a čistého monopolu se její pozornost od konce 40. let a v 50. letech stále více soustřeďuje na analýzu odvětví, jejichž struktura se pohybuje mezi těmito dvěma extrémy. Snaží se o pochopení vztahů mezi tržní strukturou, chováním podniku a celkovými ekonomickými výsledky.

Teoretici odvětvové organizace zpočátku přijímali deterministický vztah mezi tržní strukturou a ekonomickými výsledky. Při konkurenční struktuře trhů (malé podniky, homogenní produkty a snadnost vstupu do odvětví) vede tržní proces automaticky k takové alokaci zdrojů, kdy se cena, mezní náklady a minimum průměrných nákladů rovnají. Vysoká tržní koncentrace, koluze mezi firmami, úspory z rozsahu nebo produktová diferenciacce proti tomu mohou vytvořit překážky vstupu do odvětví a tržní

---

str. 801–18; Baumol, William a Ordover, Janusz: „Use of Antitrust to Subvert Competition“, *Journal of Law and Economics* 28, květen 1985, str. 247–65.

<sup>6</sup> Viz například DiLorenzo, Thomas J. a High, Jack C.: „Antitrust and Competition, Historically Considered“, *Economic Inquiry* 26, červenec 1988, str. 423–35.



sílu, která chybně alokuje ekonomické zdroje. Obecnou hypotézu teorie odvětvové organizace o lepších výsledcích konkurenčně strukturovaných trhů oproti trhům koncentrovaným zdánlivě podporovala i empirická data o tržní koncentraci a ziskovosti.

Od mikroekonomické teorie, regresní analýzy a technických studií o optimální velikosti výrobní jednotky vedla krátká cesta k doporučením žádoucí veřejné politiky. Pokud chybná tržní struktura vede k ekonomické neefektivnosti, protimonopolní regulace může takové „tržní selhání“ napravit. Protimonopolní regulace může například snížit nebo omezit odvětvovou koncentraci (protifúzová politika), omezit predátorské praktiky, zakázat horizontální dohody o cenách a výstupu (protikoluzní politika) a potlačit další dohody v rámci firem a mezi firmami (zákaz vázaných dohod a stanovování maloobchodních cen), které by mohly omezit obchod a konkurenci. Překážky vstupu, které chrání tzv. dominantní firmy (například produktová diferenciacce), lze napadnout podle protimonopolních zákonů a zvýšit tak efektivnost trhu.

Hledisko založené na vztahu struktura-chování-výsledek poskytovalo základní intelektuální zdůvodnění tradiční protimonopolní politiky v 50. a 60. letech.<sup>7</sup> V tomto rámci bylo vedeno několik protimonopolních řízení, která měla zabránit cenové diskriminaci,<sup>8</sup> vázaným dohodám,<sup>9</sup> rostoucí odvětvové koncentraci<sup>10</sup> a „vylučovacím“ praktikám a vysokému tržnímu podílu společ-

---

<sup>7</sup> Viz například Areeda, Phillip: *Antitrust Analysis: Problems, Text, Cases*, 2. vydání, Little, Brown, Boston, 1974; Scherer, F. M.: *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 2. vydání, Houghton Mifflin, Boston, 1980.

<sup>8</sup> *In the Matter of Borden Company*, 381 FTC 130 (1958), *Borden Company v. FTC*, 381 F. 2nd 175 (1969).

<sup>9</sup> *Fortner Enterprises, Inc. v. United States, Steel Corporation and United States Homes Credit Corporation*, 394 U.S. 495 (1969).

<sup>10</sup> *Brown Shoe Company v. United States*, 370 U.S. 294 (1962), *FTC v. Procter & Gamble Company*, 386 U.S. 568 (1967).

ností United Shoe Machinery<sup>11</sup> a International Business Machines.<sup>12</sup>

## Revizionismus teorie a reforma politiky

Kritika rámce vztahu struktura-chování-výsledek a tradiční protimonopolní regulace výrazně zesílily v 70. letech. Tzv. „nové učení“ zpochybnilo některé teoretické předpoklady staršího paradigmatu odvětvové organizace (například v novějších ekonomických analýzách ekonomická nejistota nahradila dokonalé informace) a řadu jeho významných empirických předpovědí.<sup>13</sup> Podle teoretiků nového učení, například Harolda Demsetze a Yalea Brozena, není rostoucí tržní koncentrace nutně spojena s neefektivností nebo monopolními zisky a tržní koncentrace může vést ke zvýšení tržní efektivnosti ve prospěch spotřebitelů.<sup>14</sup> Pečlivá přezkoumání dřívějších protimonopolních řízení navíc ukázala zcela chybné uplatňování protimonopolního zákonodárství. Do počátku 80. let ekonomové a profesori práva podrobili ostré kritice všechny části tradičního zdůvodnění aktivní protimonopolní politiky a tato intelektuální kritika napomohla při prosazení některých menších změn v jejím uplatňování.

Tak zvanou revoluci protimonopolní regulace na konci 70. a počátku 80. let dokazuje několik významných faktorů. Za prvé došlo k zásadnímu posunu struktury protimonopolních řízení iniciovaných Ministerstvem spravedlnosti a Federální obchodní komisí (FOK). Oproti minulosti je přezkoumáváno méně fúzí (podle

---

<sup>11</sup> *United States v. United Shoe Machinery Corporation*, 110 F. Supp. 295 (1953).

<sup>12</sup> *United States v. International Business Machines Corporation*, Docket no. 69, Civ. (DNE) Southern District of New York (1969).

<sup>13</sup> Souhrn kritických stanovisek k protimonopolní politice lze nalézt v Goldschmid, Harvey H., Mann Michael a Weston, J. Fred (ed.): *Industrial Concentration: The New Learning*, Little, Brown, Boston, 1974.

<sup>14</sup> Viz například Demsetz, Harold: „Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy“, *Journal of Law and Economics* 16, duben, 1973, str. 1–10; Brozen, Yale: „Concentration and Profits. Does Concentration Matter?“, *Antitrust Bulletin* 19, 1974, str. 381–99.

nových pravidel pro spojování podniků) a iniciováno více řízení ve věci fixování cen. Za druhé došlo k mírnému poklesu soukromé i veřejné protimonopolní aktivity. Za třetí, soudy, včetně Nejvyššího soudu, zaujímaly stále skeptičtější stanovisko k tradičním protimonopolním teoriím monopolní síly.

Poslední faktor byl pravděpodobně nejvýznamnější. Nejvyšší soud ve svých rozhodnutích, například ve věci společností *Sylvania*,<sup>15</sup> *Brunswick*,<sup>16</sup> *Illinois Brick*,<sup>17</sup> *Broadcast Music*,<sup>18</sup> *Monsanto*,<sup>19</sup> *Zenith Radio*,<sup>20</sup> *Sharp*,<sup>21</sup> rozšířil hledisko pravidla rozumnosti v protimonopolním zákoně. Tato rozhodnutí vycházela zásadně z ortodoxní mikroekonomické analýzy a nelze je označit za zcela konzistentní nebo dokonalá. Nicméně jasný trend soudních rozhodnutí v tomto období jednoznačně představoval posun od tradičních analýz a rozhodnutí v 50. a 60. letech a na počátku 70. let.

## Nový protimonopolní aktivismus

Revoluce v uplatňování protimonopolní regulace byla krátkodobá.<sup>22</sup> Noví úředníci na Ministerstvu spravedlnosti a ve Federální obchodní komisi v období Bushovy a Clintonovy administrativy rozšířili uplatňování protimonopolní regulace. Například Bushem jmenovaní pověřenci James F. Rill (Ministerstvo spravedlnosti) a Janet Steigerová (FOK) jasně vyjádřili zájem o širší a aktivnější uplatňování protimonopolní regulace oproti svým předchůdcům za Reaganovy administrativy. Úsilí o prozkoumá-

---

<sup>15</sup> *Continental T.V., Inc. v. GTE Sylvania, Inc.*, 433 U.S. 36 (1977).

<sup>16</sup> *Brunswick Corp. v. Pueblo Bowl-o-Mat, Inc.*, 429 U.S. 477 (1977).

<sup>17</sup> *Illinois Brick Co. v. Illinois*, 431 U.S. 720 (1977).

<sup>18</sup> *Broadcast Music, Inc. v. CBS, Inc.*, 441 U.S. 1 (1979).

<sup>19</sup> *Monsanto Co. v. Spray-Rite Service Corp.*, 465 U.S. 752 (1984).

<sup>20</sup> *Matsushita Electric Indus. Co. v. Zenith Radio Corp.*, 1067 S. Ct. 1348 (1986).

<sup>21</sup> Viz například *Business Electronics Corp. v. Sharp Electronics Corp.*, 108 S. Ct. 1115 (1988).

<sup>22</sup> Ordovery, Janusz A.: „Bingaman’s Antitrust Era“, *Regulation* 20, č. 2, 1997, str. 21–26.

vání a uplatňování protimonopolní regulace se zvýšilo také během Clintonovy administrativy, v období působení zástupkyně generálního prokurátora Anne K. Bingamanové a jejího nástupce na Ministerstvu spravedlnosti Joela Kleina. Vedle výrazného nárůstu pokut vybraných za domnělé fixování cen Clintonovi úředníci (včetně FOK) dramaticky zvýšili počet přezkoumávaných fúzí, iniciovali řízení ve vztahu k vertikální integraci, podpořili internacionalizaci uplatňování protimonopolní regulace a podávali žaloby v prestižních řízeních například proti společnostem Staples, Intel a samozřejmě Microsoft. Protimonopolní regulace se tedy navzdory desetiletím intelektuální kritiky vrátila zpět.

## 1. Útok protimonopolní politiky na Microsoft

Protimonopolní řízení<sup>23</sup> zahájené v roce 1998 Ministerstvem spravedlnosti a generálními prokurátory dvaceti států proti společnosti Microsoft Corporation zosobňuje vše špatné na protimonopolní politice a ukazuje, proč musí být příslušné zákony zrušeny.

Namísto je stručný historický přehled protimonopolních obtíží Microsoftu. Federální obchodní komise začala šetřit praktiky Microsoftu při poskytování licencí na software v roce 1990, ale v roce 1992 šetření uzavřela, aniž vznesla obvinění. (Tato skutečnost byla významná, protože FOK je výslovně pověřena dohledem nad tzv. „metodami narušujícími konkurenci“.) Ministerstvo spravedlnosti za Clintonovy administrativy se však, zcela nezvykle, pod vedením zástupkyně generálního prokurátora Anne K. Bingamanové chopilo přerušného šetření FOK ve vztahu k Microsoftu a výrazně rozšířilo jeho rozsah.<sup>24</sup>

Po dalším dvouletém zkoumání dospělo Ministerstvo spravedlnosti k závěru, že systém licenčních poplatků Microsoftu „per processor“ odradil výrobce osobních počítačů od instalace konkurenčního softwaru a že standardní dvouletý pronájem Microsoftu nespravedlivě vyloučil softwarové konkurenty z trhu. Ve snaze vyhnout se dlouhému soudnímu sporu podepsal Microsoft v roce 1994 s ministerstvem soudní smír a souhlasil s ukončením licencí *per procesor* a se zkrácením standardního dvouletého pronájmu na jeden rok. Soudce první instance Stanley Sporkin sice

---

<sup>23</sup> *United States vs. Microsoft Corp.*, Civ. Action No. 98 5012 (1998).

<sup>24</sup> Pod tlakem konkurentů Microsoftu senátoři Howard Metzenbaum (Demokratická strana, Ohio) a Orrin Hatch (Republikánská strana, Utah) naléhali na paní Bingamanovou, aby znovu přezkoumala případ Microsoft. Viz *Wall Street Journal*, 2. srpna, 1993, str. B8.

odmítl smír potvrdit, protože nevedl k „účinné protimonopolní nápravě“ a nebyl ve veřejném zájmu,<sup>25</sup> ale jeho rozhodnutí zvrátil odvolací soud. Soudní smír nabyl účinnosti v roce 1995.

Když byla jedna skupina domněle omezujících praktik vyřešena, soustředily se federální protimonopolní úřady okamžitě na skupinu novou, spojenou s tzv. „přístupem k internetu“. Nový zájem vyvolalo rozhodnutí Microsoftu integrovat (či napojit) různé softwarové aplikace do jeho stále populárnějšího operačního systému Windows.

V prvé řadě pohrozilo Ministerstvo spravedlnosti, zcela bezprecedentním způsobem, odložením zavedení Windows 95, protože Microsoft propojil svou vlastní on-line internetovou službu (Microsoft Network) s Windows. Potom se ministerstvo a Microsoft dostaly do ostrého konfliktu ohledně rozhodnutí Microsoftu propojit svůj internetový prohlížeč Explorer s vlastním operačním systémem. Ministerstvo tvrdilo, že propojený prohlížeč porušil soudní smír z roku 1995. Microsoft tvrdil, že smír výslovně umožnil „integraci“ prohlížeče i dalších aplikací. Odvolací soud rozhodl v červnu roku 1998 s konečnou platností ve prospěch Microsoftu, ale mezitím Ministerstvo spravedlnosti a 20 států zahájilo protimonopolní řízení proti Microsoftu.

Podle vzneseného obvinění disponoval Microsoft v operačních systémech pro osobní počítače monopolní silou, pokusil se nezákonně o rozšíření své monopolní síly v operačních systémech na další produkty nebo služby, uplatňoval omezující dohody s výrobcí osobních počítačů a poskytovateli internetových služeb a jeho monopolizace poškodila konkurenty a spotřebitele. V říjnu roku 1998 začal proces.

## Monopol Microsoftu

Odpověď na otázku, zda měl Microsoft monopol v operačních systémech, samozřejmě závisí na definici monopolu. Dokonalý monopol kontroluje *veškerou* dostupnou nabídku produktu na nějakém dobře vymezeném „relevantním“ trhu se silnými *práv-*

---

<sup>25</sup> *Wall Street Journal*, 15. února, 1995, str. A3, A9.

ními překážkami vstupu. Protože však Microsoft poskytuje odhadem 90 procent licencí softwaru operačního systému prodáváného v nových osobních počítačích a protože neexistují právní překážky vstupu na trh softwaru, nedisponuje dokonalým monopolem. Pro osobní počítače jsou k dispozici další operační systémy (Mac OS, Unix, OS/2) a spotřebitelé by je mohli využívat, pokud by systém Microsoftu nebyl dostupný. Na trh navíc mohou vždy vstoupit noví producenti. Právní vědci však přesto s poukazem na precedenty tvrdí, že každý tržní podíl přesahující 70 procent (v přítomnosti nebo nepřítomnosti právních překážek) může vést ke vzniku monopolu ve smyslu protimonopolního zákona.<sup>26</sup>

Později vysvětlíme, že teorie monopolu založená na tržním podílu je zmatená a zcela zavádějící. Z velké části se odvíjí od způsobu vymezení relevantního trhu pro produkt. Navíc firma může vyrábět nadprůměrný produkt při nízkých nákladech a spotřebitel si ji vybere jako dominantního dodavatele. Zákon by neměl směřovat k omezení takového přínosného chování.<sup>27</sup> Monopol, jakkoli definovaný, ve skutečnosti ani není podle Shermanova zákona nezákonný, nezákonná je „monopolizace“. Ve skutečnosti zákon vyžaduje (po dosažení prahové tržní pozice) důkaz, že obviněný uplatňoval tzv. monopolistické praktiky. Základní otázky zní: Jak firma dosáhla svého tržního podílu? Vyloučila firma protiprávně konkurenty z trhu? Omezovala protiprávně obchod a konkurenci?

Podle našeho názoru vznikl dominantní tržní podíl Microsoftu v operačních systémech legitimně v konkurenčním procesu svobodného trhu. Odvětví softwaru pro osobní počítače bylo právně otevřené a zahrnovalo mnoho talentovaných hráčů (Sun, Netscape, Novell, Oracle, Apple, IBM), některé z nich větší než Microsoft, některé menší. Tržní proces v tomto odvětví vždy charakterizují výrazné inovace, rychlý růst, výrazně klesající ceny a ostrá konkurence (a příležitostná spolupráce) mezi soupeři. Toto odvětví zosobňuje vizi konkurence rakouského ekonoma Josepha Schumpetera jako procesu kreativní destrukce.

---

<sup>26</sup> *United States v. E. I. duPont de Nemours & Co.*, 351 U.S. 377 (1956).

<sup>27</sup> *United States v. Grinell Corp.*, 384 U.S. 563 (1966).

Microsoft dosáhl své tržní pozice soustavnými inovacemi a rozvojem otevřené, standardizované platformy operačního systému, která integrovala různé aplikace (sdílení souborů, faxové nástroje, síťovou podporu) dříve dostupné odděleně. Stovky výrobců osobních počítačů, tisíce autorů softwarových aplikací a miliony spotřebitelů začaly oceňovat výhody přístupu Microsoft Windows. Výroba standardizovaného a integrovaného operačního systému byla levnější, jeho používání snadnější a přínosnější pro spotřebitele. Někteří počáteční vůdci na trhu v důsledku toho zakopli a padli na cestě, zatímco Microsoft vzešel z tohoto konkurenčního procesu s oprávněně vydobytým tržním podílem.

## Síťové efekty a vývojová závislost

Podle mínění některých kritiků se tržní dominance v softwaru nespravedlivě posiluje díky tzv. síťovým efektům.<sup>28</sup> Úspěšné firmy jako Microsoft v tomto pojetí prý získávají nespravedlivé výhody oproti menším firmám, protože větší počet uživatelů produktu – větší síť – vede k větším ziskům pro spotřebitele a tím zpětně k ještě větším sítím a ziskům pro dominantní firmy.

Lze připustit, že síťové efekty mohou pro větší firmy vytvářet výhody na straně poptávky a zvyšovat prospěch pro spotřebitele, kteří využívají jejich systémy. Úspory z rozsahu mohou rovněž vytvářet nákladové výhody pro tržní vůdce a tím ještě více ztěžovat menším firmám dosažení konkurenceschopnosti. Takový vývoj však není ani ekonomicky nespravedlivý, ani nežádoucí.

V prvé řadě rostoucí výnosy a nízké mezní náklady nezaručují vždy dlouhodobý úspěch. Historii podnikání zaplňují „průkopnické“ firmy, které utrpěly dramatické ztráty tržního podílu v důsledku změn spotřebitelských zálib a technologií. Za druhé, nízké náklady a rostoucí výhody pro velkou skupinu uživatelů sítě představují ekonomické *užitky* svobodného konkurenčního pro-

---

<sup>28</sup> Rozsáhlou diskusí o těchto otázkách lze najít v Lopatka, John E. a Page, William H.: „Microsoft, Monopolization, and Network Externalities. Some Uses and Abuses of Economic Theory in Antitrust Decision Making“, *Antitrust Bulletin* 40, léto 1995, str. 317–70.



cesu. *Nikdy* nejsou nežádoucí. Konkurenční proces vytváří nízké náklady a rostoucí přínosy pro spotřebitele a trestá konkurenty s nízkou hodnotou a vysokými náklady. Konkurence odměňuje firmy, které inovují jako první, vytvářejí integrované systémy a expandují v předstihu před svými konkurenty. Vytvářet z takových firem prvořadě terče protimonopolní politiky příkře odporuje předpokládanému záměru protimonopolních zákonů a odhaluje tak jejich skutečný ochránářský účel.

V duchu konceptu vývojové závislosti (path dependence) může monopolista dosahující rostoucích výnosů využívat nějakou méně vyspělou technologii a současně vylučovat konkurenty s lepšími inovacemi. Tento jev, ke kterému prý v dějinách podnikání docházelo opakovaně (často je citován případ klávesnice QWERTY), je považován za závažnou neefektivnost spojenou s monopolem.

V oblasti protimonopolní politiky mýty umírají pomalu. Pokud vezmeme správně v úvahu náklady, nelze empiricky podpořit tvrzení, že méně kvalitní technologie mohou vytlačit technologie lepší – cosi jako Greshamův zákon pro inovace.<sup>29</sup> Mýtus klávesnice QWERTY byl přesvědčivě odhalen podobně jako další domnělé příklady typu sporu o formát videopřehrávače BETA/VHS.<sup>30</sup> Nedostatečná empirická podpora nepřekvapuje, protože teoretici vývojové závislosti převraccí příběh o inovacích. Tržní podíl je koneckonců přímý výsledek odměn spotřebitelů firmám, které soustavně odměňovaly spotřebitele *lepšími* inovacemi. Protimonopolní útok na tržní vůdce je útokem na prokazatelnou efektivnost a na projevené spotřebitelské preference.

## Omezující praktiky

Pohled úředníků je zcela odlišný. Podle nich používal Microsoft omezující praktiky vůči původním výrobcům vybavení a po-

---

<sup>29</sup> Liebowitz, S. J. a Margolis, S. E.: „Path Dependence, Lock-in, and History“, *Journal of Law, Economics and Organization* 11, 1995, str. 205–26.

<sup>30</sup> Liebowitz, S. J. a Margolis, S. E.: „Fable of the Keys“, *Journal of Law and Economics* 33, 1990, str. 1–25.

skytovatelům internetu, čímž prý došlo k uzavření trhu pro významné konkurenty Microsoftu. Vezměme například problém internetového prohlížeče. Jak tvrdí konkurenční výrobci prohlížečů – jako například tržní vůdce Netscape Communications – Microsoft jim spojením vlastního prohlížeče, Exploreru, s Windows a jeho bezplatnou nabídkou výrobcům osobních počítačů postupně uzavíral trh prohlížečů.

Problémem protimonopolní politiky však je, zda Netscape a ostatní producenti byli z trhu vytlačeni *protiprávně*. Když Microsoft poskytl licence na svůj software, nezabránil obecně výrobcům osobních počítačů v instalaci konkurenčního softwaru.<sup>31</sup> Microsoft výslovně *neuzavíral* výlučné dohody s výrobcí osobních počítačů. Prominentní výrobci počítačů jako Dell, Compaq, Gateway a tisíce tzv. resellers, kteří vybavují téměř polovinu všech nových systémů osobních počítačů, si mohli svobodně, pokud chtěli, instalovat prohlížeč Navigator společnosti Netscape (nebo kterýkoli jiný prohlížeč). Produktová integrace Microsoftu tedy sama o sobě nezpůsobovala jakékoli fyzické vyloučení konkurentů.<sup>32</sup>

Úspěšná produktová integrace Microsoftu mohla snížit tržní podíl Netscapu, to je však zcela něco jiného. Pokud spotřebitelé upřednostňovali integrovaný prohlížeč od Microsoftu, mohli snad snížit svou poptávku po alternativních prohlížečích. Microsoft by tak uzavřel více obchodů a jeho konkurenti méně. Jak však argumentujeme dále, tato forma spotřebitelské volby neomezuje obchod, ani nesnižuje konkurenci. Konkurenční proces vlastně *zesílí*, když firmy přebírají obchodování od jiných firem, a celkový obchod *vzroste*, když například plně integrovaný prohlížeč pracuje účinněji pro spotřebitele.

---

<sup>31</sup> Microsoft nebránil výrobcům, aby po spuštění Windows na plochu přidávali „konkurenční“ software. Microsoft bránil držitelům licence, aby „vypisovali“ zdrojový kód, což není na softwarovém trhu nezvyklé. Mnozí konkurenti Microsoftu také integrují různé funkce a stanovují podobná omezení na změny jejich zdrojového kódu.

<sup>32</sup> Netscape distribuoval přes 100 milionů kopií svých prohlížečů v roce 1998. Viz *Wall Street Journal*, 6. listopadu, 1998, str. A3.

Protimonopolní úřady tvrdily, že Microsoft může „rozšířit“ svou monopolní sílu v operačních systémech na trh prohlížečů a poškodit tak spotřebitele. Toto tvrzení je však nepřesvědčivé. Za prvé, pokud je operační systém Microsoftu již pronajat za cenu, která maximalizuje zisk, nemůže už další rozšíření „vykorystít“ uživatele prohlížeče. Pro firmu navíc nemá ekonomický smysl snížit hodnotu lepšího produktu (operačního systému) spojením s domněle horším dodatečným produktem (prohlížečem). Konečně Microsoft poskytl svůj prohlížeč zdarma, což je slabý důkaz rozšíření monopolu či poškození spotřebitele. Operační systém s bezplatným prohlížečem je zcela zřejmě pro spotřebitele lepší než systém bez prohlížeče nebo s prohlížečem pořízeným za dodatečné náklady.

Jako obvykle vláda převrací ekonomickou logiku. Vázání nebo produktová integrace nepředstavuje nutně prvek monopolizace, ale může jít samozřejmě o významnou součást ostrého soupeření. Rozhodnutí Microsoftu integrovat prohlížeč do operačního systému směřovalo k vytvoření účinnějšího způsobu konkurence s ostatními firmami, které již zahrnuly technologii prohlížení internetu do svých operačních systémů (Apple Computer), a s novějšími konkurenty jako Netscape, kteří dosáhli dominantní pozice s vylepšeným samostatným prohlížečem. Když si tedy protimonopolní úřady a konkurenti Microsoftu stěžovali na vázání, integraci a rozšiřování, stěžovali si ve skutečnosti na tvrdost konkurenčního procesu, nikoli na monopolizaci.

Pokud by Microsoft omezil poskytování licencí na Windows na několik málo vybraných firem, byl by obviněn z monopolizace při omezování obchodu. Pokud by Microsoft požadoval za své intelektuální vlastnictví přehnané ceny, byl by obviněn z využívání své monopolní síly. Pokud by odmítl integraci svých softwarových aplikací, byl by obviněn, že potlačuje inovace a omezuje technologický vývoj, aby si užíval klidný život monopolisty.

Microsoft místo toho uplatňoval přesně opačný způsob podnikatelského chování. Poskytl licenci na svůj software všem oprávněným výrobcům osobních počítačů (na celém světě), přičemž

licenční poplatky za jeho operační systémy dosáhly v roce 1996 v průměru méně než 3 procenta nákladů na osobní počítače.<sup>33</sup> Postupně integroval různé softwarové aplikace při minimálních nákladech pro spotřebitele. Všeho přitom dosáhl bez jakékoli vládní dotace, právních překážek vstupu do odvětví nebo regulace. Přesto však kritici, svedení statistikami tržních podílů a rozmrzelými nářky konkurentů, stále věřili jakousi ďábelskou monopolizaci. A ve své regulační hysterii hrozili zničením jedné z nejúspěšnějších firem Ameriky.

## Lorain Journal

Robert H. Bork, který podporuje vládní protimonopolní řízení proti Microsoftu, tvrdí, že *Lorain Journal*,<sup>34</sup> protimonopolní případ z roku 1951, může sloužit jako přesná paralela s řízením proti Microsoftu.<sup>35</sup> Ve městě *Lorain* uzavřely jediné místní noviny s místními obchodníky dohody o přísně výlučném poskytování reklamy, aby jim zabránily v podpoře konkurenční rozhlasové stanice. Vláda dosáhla v soudním řízení ukončení výlučných dohod.

Fakta a argumentace v případě *Lorain* nemají nic společného se situací Microsoftu.<sup>36</sup> Obecné licenční dohody Microsoftu s výrobci osobních počítačů nevyžadovaly, aby bojkotovali produkty konkurentů Microsoftu. Výrobci si mohli svobodně nainstalovat konkurenční software a svobodně propagovat vlastní obsah na pracovní ploše Windows. Spotřebitelé mohli svobodně nahradit celou pracovní plochu (pokud chtěli) několika kliknutími myši. Microsoft navíc nebyl jediný operační systém (noviny) ve městě, ani nesoupeřil s jediným, vládou licencovaným konkurentem (rozhlasovou stanicí). Konečně, Microsoft mohl silně podpořit

---

<sup>33</sup> *Wall Street Journal*, 2. prosince, 1998, str. B6.

<sup>34</sup> 342 U.S. 143 (1951). Rozhodnutí soudu nižší instance 92 F. Supp. 794 (Ohio 1950).

<sup>35</sup> Bork, Robert H.: „Letter to the Editor“, *Wall Street Journal*, 15. května, 1998.

<sup>36</sup> Armentano, D. T.: „Why Robert Bork is Wrong: Microsoft and the *Lorain Journal* Case“, *On Point*, Competitive Enterprise Institute, 19. srpna, 1998.

integraci svého prohlížeče a operačního systému argumenty efektivnosti,<sup>37</sup> argumenty, které nemohly být přesvědčivě použity pro striktně vylučující dohody v případě zmíněných novin. Stručně řečeno, *Lorain Journal* a řízení proti Microsoftu nemají ve své podstatě nic společného.

## Pohled za zrcadlo

Případ Microsoftu osvětluje intelektuální bankrot protimonopolní politiky. Odvětví bylo právně otevřené, působil zde velký počet různě velkých konkurentů, technologická změna byla rychlá a soustavná, výrazně rostla produkce a klesaly ceny, vůdčí softwarová firma v široké míře a za rozumné ceny poskytovala licence na svůj operační systém a konkurenti si soustavně stěžovali na tvrdost konkurenčního procesu. Vládní soudní řízení proti Microsoftu bylo ironicky ve značné míře založeno na explicitních důkazech ostré konkurence: interních vzkazech a e-mailové korespondenci, které hovoří jasně o záměru Microsoftu porazit konkurenty a zvítězit ve válkách softwaru a prohlížečů.<sup>38</sup> V profesionálním sportu by takové chvástání „v šatně“ bylo jasně chápáno jako důkaz soutěživého soupeření. Pouze ve světě protimonopolní regulace, podobajícím se světu Alenky v říši divů, lze soutěživý projev a soupeřivé chování na trhu kouzlem změnit v jakýsi scénář nekalé monopolizace.

Pokud ponecháme stranou ekonomii, vládní stíhání Microsoftu rovněž popírá spravedlnost založenou na zdravém rozumu. Microsoft má vlastnické právo na software, který mu náleží a který ziskově inovuje, má vlastnické právo napsat jakýkoli nový kód, který zlepší počítačové aplikace, má vlastnické právo na požadavek, že držitelé licencí neodstraní žádnou část jeho programu

---

<sup>37</sup> Levy, Robert A.: „Microsoft and the Browser Wars: Fit to be Tied“, *Cato Institute Policy Analysis*, č. 296, 19. února, 1998.

<sup>38</sup> Vláda se zmocnila více než 3 milionů stran interní korespondence Microsoftu. Velká část vlastního řízení se zabývala diskusí nad významem a záměrem e-mailové korespondence řídicích pracovníků. Viz například *Wall Street Journal*, 17. listopadu, 1998, str. B6.

operačního systému, má vlastnické právo určovat délku pronájmu svého softwaru a rozhodovat o výši ceny svého vlastnictví, má vlastnické právo svobodně soutěžit či spolupracovat s každým konkurentem. Protimonopolní úřady se však přesto snaží zbavit Microsoft těchto základních práv a stanovit selektivní omezení jeho svobody, zatímco závistivé konkurenty podezřele ponechává bez omezení.

A jaký strašný zločin Microsoftu vyvolal takový přetrvávající a diskriminační útok? Úspěšně inovoval a prodával sofistikované produkty, které přinesly značný prospěch spotřebitelům. Bohužel toto neodůvodněné pronásledování za úspěch nepředstavuje v protimonopolní legislativě výjimku. Jak ukážeme v této práci, Microsoft je pouze poslední z dlouhé řady firem, která je trestána za své přednosti pouze proto, že její celková efektivnost vedla k dosažení významného podílu na trhu.<sup>39</sup> Tajemství protimonopolní regulace spočívá v tom, že zákony jsou důsledně používány k omezování úspěšných podnikatelských organizací a k ochraně jejich méně efektivních konkurentů. Dalo by velkou práci objevit nemorálnější či iracionálnější veřejnou politiku ve vztahu k podnikání, či politiku, která by si více zasloužila zrušení.

---

<sup>39</sup> Například společnost United Shoe Machinery Corporation disponovala po desetiletí dominantní pozicí při nadprůměrné inovativnosti a konkurenceschopné cenové politice. Přesto však soud nižší instance rozhodl, že celková efektivnost společnosti nezákonně „vyloučila“ konkurenty a Nejvyšší soud nakonec společnost rozdělil. Viz *United States v. United Shoe Machinery Corporation*, 110 F. Supp. 295 (1953) a *United States v. United Shoe Machinery Corporation*, 391 U.S. 244 (1968).

## 2. Výhrady proti protimonopolní politice

Případ uplatnění protimonopolní politiky a iracionálního útoku na Microsoft by nás neměl odvést od rozsáhlejšího a dlouhodobějšího problému: intelektuálního zdůvodnění výhrad vůči protimonopolní regulaci, které se formuje již po desetiletí.

V teoretické oblasti lze za nejvýznamnější posun považovat silící rozčarování odborníků nad tzv. doktrínou překážek vstupu do odvětví.<sup>40</sup> Podle této doktríny brání určité ekonomické překážky menším firmám v konkurenci s tzv. dominantními firmami, zvyšují jejich tržní sílu a snižují blahobyt spotřebitele. Ukázalo se však, že většina těchto domnělých překážek jsou úspory a zvýšení efektivity, jichž vůdčí firmy na trhu dosáhly. Efektivnost a úspěšná produktová diferenciacce mohou nepochybně omezit soutěž firem, které s takovou inovací nedokáží držet krok či ji nedokáží překonat. Lepší ekonomická výkonnost může novým firmám ztěžovat vstup na trh, či starým firmám ztěžovat zvýšení tržních podílů. Nic z uvedeného však nelze z hlediska spotřebitele považovat za nespravedlivé či špatné a ničím z uvedeného nelze zdůvodnit protimonopolní útok na firmy s lepšími výsledky.

Přezkoumání důkazů protimonopolních případů rovněž potvrzuje oprávněnost administrativní reformy protimonopolní politiky. Nejpozději v polovině 70. let už bylo zřejmé, že velká část historických protimonopolních případů nepotvrdila argumentaci ortodoxní teorie monopolu o chybné alokaci zdrojů. Ekonomická analýza významných protimonopolních řízení dokonce spíše uká-

---

<sup>40</sup> Vynikající kritika tradiční doktríny překážek vstupu do odvětví je obsažena v práci Roberta H. Borka, *The Antitrust Paradox: A Policy at War With Itself*, New York, Basic Books, 1978, kap. 16. Rovněž viz Demsetz, Harold: „Barriers to Entry“, *American Economic Review* 72, březen 1982, str. 47–57.

zala, že obviněné firmy zvyšovaly svou produkci a snižovaly ceny, a obecně se chovaly tak, jak bychom očekávali od konkurenčních firem na otevřených trzích, kde jsou vystaveny přímé či potenciální konkurenci.<sup>41</sup> Protimonopolní politika se v těchto případech snažila omezit konkurenční výsledek vůdčí firmy a tak chránit stávající tržní strukturu menších, méně efektivních podnikatelských organizací.

Tato zjištění jsou snad nejlépe ilustrována v procesu vedeném proti IBM,<sup>42</sup> katastrofálním vládním protimonopolním řízením proti International Business Machines Corporation, které významně podpořilo odklon od tradiční protimonopolní politiky. Společnost IBM byla v roce 1969 obviněna Ministerstvem spravedlnosti z nezákonné monopolizace trhu s digitálními počítačovými systémy. Žaloba vinila IBM ze systematického používání vylučujících podnikatelských praktik, které směřovaly k omezení obchodu a vytváření monopolu v rozporu se Shermanovým protimonopolním zákonem (1890). Případ se nakonec dostal v roce 1975 před soud. Po více než šesti letech soudního projednávání, jehož protokoly přesáhly 104 tisíc stran, se vláda v roce 1982 žaloby vzdala.

Od počátku bylo zřejmé, že všechny vládní i soukromé protimonopolní žaloby proti IBM<sup>43</sup> byly zásadně pochybené. Ve skutečnosti šlo o útoky na podnikatelský úspěch a efektivnost. IBM zcela jasně neomezovala produkci s cílem zvýšit ceny a zisky, ani nepotlačovala vynalézavost nebo inovace. IBM naopak dosáhla svého výrazného úspěchu a tržního podílu podstupováním bezprecedentních rizik výzkumu a vývoje, inovováním lepších produktů a rozvojem výjimečného, dlouhodobého firemního zájmu

---

<sup>41</sup> Armentano, D. T.: *Antitrust and Monopoly: Anatomy of a Policy Failure*, 2. vydání, Independent Institute, Oakland, Kalifornie, 1990.

<sup>42</sup> United States v. International Business Machines Corporation, Docket no. 69, Civ. (DNE) Southern District of New York (1969).

<sup>43</sup> Společnost IBM žalovalo podle protimonopolních zákonů mnoho firem, například Greyhound, Telex, Cal Comp., Memorex. Řada těchto řízení byla rozhodnuta ve prospěch IBM. Viz Fisher, Franklin M., McKie, James W. a Mancke, Richard B.: *IBM and the Data Processing Industry: An Economic History*, New York, Praeger Publishers, 1983, str. 448–49.



o podporu zákaznických služeb.<sup>44</sup> Většina domněle nespravedlivých praktik, jako byly slevy pro vzdělávací instituce a spojení hardwaru a softwaru, „vylučovala“ pouze méně efektivní prodejce – některé větší než IBM, některé menší – kteří nedokázali držet krok s celkovým tržním výsledkem IBM.

Výrazný obchodní úspěch IBM navíc v rozporu s tvrzeními vlády a soukromých žalobců nepoškodil celkový růst ostatních firem a obecně růst odvětví zpracování dat. IBM rostla rychle, ale odvětví ještě rychleji. Podíl IBM na domácích příjmech odvětví elektronického zpracování dat klesl ze 78 procent v roce 1952 na 33 procent v roce 1972, což stěží přesvědčivě dokazuje jakoukoli „monopolizaci“.<sup>45</sup> Zástupce generálního prokurátora, William Baxter, naprosto správně pochopil skutečný stav věcí, když v roce 1982 ukončil dosavadní absurdní právní postupy svého úřadu a označil je za „neodůvodněné.“<sup>46</sup>

Nový směr protimonopolní politiky rovněž ovlivnil konec tzv. „doktríny koncentrace“ (concentration doctrine).<sup>47</sup> První práce o odvětvové organizaci odhalovaly mírně pozitivní korelaci mezi tržní koncentrací (procento tržních prodejů nebo aktiv „kontrolovaných“ malou skupinou firem, obvykle čtyřmi) a průměrnými zisky firem na koncentrovaných trzích. Většina těchto studií předpokládala, že výše zmíněné překážky vstupu omezovaly konkurenci v koncentrovaných odvětvích a umožňovaly firmám dosahovat monopolní zisky.<sup>48</sup>

---

<sup>44</sup> Fisher, Franklin M., McGowan, John a Greenwood, John E.: *Folded, Spindled, and Multilated: Economic Analyses and U.S. v. IBM*, MIT Press, Cambridge, Mass., 1983.

<sup>45</sup> *Ibid.*, str. 111.

<sup>46</sup> Wall Street Journal, 11. ledna, 1982, str. 3.

<sup>47</sup> Demsetz, Harold: *The Market Concentration Doctrine*, American Enterprise Institute-Hoover Institution Policy Studies, srpen 1973; *idem*, „Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy“, *Journal of Law and Economics* 16, duben 1973, str. 1–9.

<sup>48</sup> Viz například Bain, Joseph S.: „Relation of Profit Rates to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936–1940“, *Quarterly Journal of Economics* 65, srpen 1951, str. 293; Mann, H. Michael: „Seller Concentration, Barriers to Entry, and Rates of Return in Thirty Industries:

Podle pozdějších výzkumů však vyšší zisky na koncentrovaných trzích bylo možno logičtěji vysvětlit nižšími náklady vůdčích firem, které díky své vyšší efektivnosti také rostly rychleji než firmy méně efektivní. V dlouhém období navíc míry zisku na vysoce koncentrovaných trzích klesaly, což ukazuje na zdravý a fungující konkurenční proces realokace zdrojů. Stručně řečeno, důkazy tzv. nového učení vyvrátily z větší části zdůvodnění tradiční protimonopolní regulace tržní koncentrace a vysokého tržního podílu.<sup>49</sup> V 80. letech se nevyhnutně objevuje nový směr protimonopolní politiky.

Některé formy tradiční protimonopolní politiky však přetrvávaly. Protimonopolní regulace se stále ještě do značné míry zabývala fixováním cen a dohodami o rozdělení trhu mezi konkurenty (horizontálními dohodami) a ani protimonopolní úřady, ani soudy neopustily svá stanoviska k nezákonnosti takových dohod *per se*. Určité mezifiremní kooperativní společné podniky stále podléhaly regulaci příslušných protimonopolních úřadů. Protimonopolní zákony nadále považovaly za nepřípustné tzv. predátorské praktiky a stanovení minimální maloobchodní ceny. Ministerstvo spravedlnosti a Federální obchodní komise dosud prostřednictvím revidovaných pravidel regulovaly horizontální fúze. Přestože postoje k fúzím a jejich pravidla se oproti předcházejícímu období o něco zmírnily, protimonopolní úřady nadále zasahovaly do spojování podniků v určitých odvětvích: pivovarnictví, odvětví kancelářských potřeb, telekomunikacích. Stručně řečeno, přes určitou změnu zaměření protimonopolní regulace v 80. letech a na počátku 90. let protimonopolní úřady dosud aktivně působí

---

1950–1960“, *Review of Economics and Statistics* 48, srpen 1966, str. 296–307.

<sup>49</sup> Brozen, Yale: „Concentration and Profits. Does Concentration Matter?“, *Antitrust Bulletin* 19, 1974, str. 381–99; Carter, John R.: „Collusion, Efficiency, and Antitrust“, *Journal of Law and Economics* 21, č. 2, říjen 1978, str. 434–44. Vynikající diskuse kontroverze o koncentraci a zisku se objevuje v práci Goldschmid, Harveye, Mann, H. Michael a Weston, J. Fred (ed.): *Industrial Concentration. The New Learning*, Little, Brown, Boston, 1974.

v oblastech fixování cen, fúzí a omezujících praktik, kde by firmy domněle mohly narušit společenský blahobyt.

Došlo k určitému pokroku při odklonu od výrazných iracionalit tradiční podoby politiky starého stylu. Někteří kritici tradičního pojetí snad mohli podlehnout pokušení spokojit se s těmito skromnými administrativními změnami, či požadovat další reformu jako všeobecné přijetí pravidla rozumnosti vůči určitým „omezujícím“ praktikám typu vázaných dohod nebo dohod o stanovení minimální maloobchodní ceny. Oživení protimonopolní politiky v 90. letech však ukazuje naivitu tohoto reformního přístupu. Jak ukážeme dále v textu, ani další reformy nelze považovat za postačující, naopak důvody proti protimonopolní regulaci jsou dostatečně silné, aby ospravedlnily úplné zrušení *všech* protimonopolních zákonů.

## Důvody pro zrušení

Důvody pro zrušení protimonopolních zákonů lze shrnout následovně:

*Za první,* zákony chybně interpretují podstatu konkurence i monopolu. Konkurence je otevřený tržní proces objevování a přizpůsobování v podmínkách nejistoty, který může zahrnovat přechodné soupeření i přechodnou spolupráci. V tomto konkurenčním procesu nevyjadřuje tržní podíl firmy její tržní „sílu“, ale odráží její celkovou efektivnost. Monopolní síla je vždy výsledkem právního omezení třetí strany vůči soupeření či spolupráci podniků, nikoli výsledkem ryze tržních aktivit účastníků svobodného trhu.

*Za druhé,* dějiny protimonopolní regulace ukazují, že uplatňované zákony často slouží k ochraně neefektivních firem s vysokými náklady před nižšími cenami a inovacemi konkurentů. Toto ochránářství je zvláště zřejmé v soukromých protimonopolních řízeních (v nichž jedna firma žaluje druhou), která představují více než 90 procent všech protimonopolních žalob.

*Za třetí,* některé protimonopolní zákony, jako například část 2 Claytonova zákona (1914) a Robinsonův-Patmanův zákon (1936), výslovně usilují o omezení cenového soupeření ve jménu zacho-

vání „konkurence“. Vládní protimonopolní řízení proti firmám, které cenově diskriminují, vedou téměř vždy k tomu, že obžalovaná firma *zvyšuje* své ceny, aby vyhověla zákonu.

*Za čtvrté*, část 7 Claytonova zákona omezuje fúze, které mohou oslabit konkurenci, a sama tak narušuje konkurenční proces. Omezování fúzí a převzetí může bránit přesunu produkce k efektivnějším manažerům. Protikonkurenční důsledek části 7 je zvláště patrný v protimonopolních řízeních proti vertikálním integracím a v řízeních, v nichž méně úspěšné domácí firmy mohou požadovat fúzi či jiné formy spolupráce, aby posílily svou konkurenční pozici vůči zahraničním firmám. I přes poněkud volnější postoje vůči některým fúzím a revizi jejich pravidel protimonopolní oddělení Ministerstva spravedlnosti a FOK nadále regulují, odkládají či brání řadě významných podnikových spojení.

*Za páté*, protimonopolní zákony považujeme za formu státní regulace, která snižuje efektivnost ekonomiky. Protimonopolní zásahy ve jménu zachování konkurence narušují samotný proces efektivní konkurence. Protimonopolní zákon může firmám zabránit v úsilí o snížení cen. Ještě významnější a zhoubnější je, že firmy, které by vytvářely nový proces či produkt, musí zvažovat, zda by díky takové inovaci nedosáhly nějaké „nespravedlivé“ konkurenční výhody, či nebyly označeny protimonopolními regulátory nebo některým konkurentem za „predátorské“.

*Za šesté*, uplatňování protimonopolních zákonů vychází z chybného předpokladu, že regulátoři a soudy mohou získat informace o společenském prospěchu, společenských nákladech a efektivnosti. Takové informace jsou však dostupné pouze při působení spontánního tržního procesu. Protimonopolní regulace mnohdy představuje jemnou formu odvětvového plánování, a plně se na ni proto vztahuje kritika „klamu znalostí“,<sup>50</sup> často používaná proti státnímu plánování.

---

<sup>50</sup> Viz přednášku F. A. Hayeka při udělení Nobelovy ceny „Troufalé zdání znalostí“ v Jonáš, Jiří (ed.): *Oslava ekonomie*, Academia, 1993. Viz také Hayek, F. A.: *Kontrarevoluce vědy*, Liberální institut, 1995 – pozn. překl.

*Za sedmé*, protimonopolní zákony jsou uplatňovány arbitrárně, narušují tradiční zásady procesního práva a práva vlastníků nebo jejich správců uzavírat či neuzavírat dobrovolné dohody. Jak si povšiml Adam Smith před více než dvěma sty lety, zákon, který narušuje soukromé a dobrovolné dohody, nemůže být „v souladu se svobodou a spravedlností.“<sup>51</sup>

*Za osmé*, dosavadní mírný pokrok v reformě protimonopolní politiky je *pouze* administrativní. Administrativní změny a reformy jsou užitečné a nelze je podceňovat. Nelze je však ani přeceňovat. Protimonopolní zákony – dokonce i očividně protispotřebitelsky působící Robinsonův-Patmanův zákon – stále platí a současné úsilí o jejich uplatňování vychází z větší části z tradičního, tedy zcela chybného pojetí.

Změny regulace v odvětví leteckých dopravců ilustrují přednosti úplného zrušení oproti pouhé reformě. V polovině 70. let bylo zřejmé, že vládní regulace tohoto odvětví v podobě Zákona o civilní letecké dopravě z roku 1938 podporuje omezení vstupu, neekonomické praktiky a obecně zvyšuje náklady a ceny pro spotřebitele.<sup>52</sup> Teoretická kritika regulace letectví ze strany ekonomů zesílila. Objevily se přesvědčivé empirické důkazy o neefektivnosti regulace letecké dopravy a o schopnosti svobodného trhu pracovat efektivněji. Teorie a empirické důkazy se následně spojily v pádném politickém zdůvodnění masivní deregulace odvětví letecké dopravy.

Důležité je, že argumentace nesměřovala k omezení regulace či změně činnosti Komise pro civilní letectví (Civil Aeronautics Board, CAB). Argumentace směřovala přímo ke zrušení komise – celé regulační struktury – a k otevření prostoru pro působení

---

<sup>51</sup> Smith, Adam: *An Inquiry Into The Nature and Causes of The Wealth of Nations*, New York: Modern Library, [1776] 1937, str. 128.

Český překlad tohoto díla vydává Liberální institut v roce 2000 – pozn. překl.

<sup>52</sup> Douglas, George a Miller, James: *Economic Regulation of Domestic Air Transport*, Brookings Institution, Washington, D.C., 1974. Přehled výsledků deregulace letectví podává Robson, John E.: „Airline Deregulation. Twenty Years of Success and Counting“, *Regulation* 21, 1998, str. 17–22.

otevřeného tržního procesu. Nutnou a postačující „reformu“ v tomto případě představovalo úplné zrušení ekonomické regulační struktury, k němuž došlo rozhodnutím Kongresu k 1. lednu roku 1985.<sup>53</sup>

Výsledek deregulace letecké dopravy by při zachování stávající regulační struktury nebyl tak úspěšný. Deregulace často vyžaduje bolestnou realokaci zdrojů, která nepochybně poškodí postavení zájmových skupin, a v odvětví letecké dopravy byl tento proces obzvláště bolestný. Rychle se objevila silná touha po opětné regulaci vedená obavou, že Amerika ztratí svůj „národní dopravní systém“. Po zrušení regulační struktury však nebylo možné zvrátit všeobecný *laissez-faire* náboj již uvedený do pohybu. Jako ve všech takových případech přinesla deregulace letecké dopravy spotřebitelům značný prospěch.

Kritici tradiční protimonopolní politiky mohou z uvedeného příkladu čerpat důležité poučení. Administrativní změny protimonopolní politiky jsou přechodné. Protože celá regulační protimonopolní struktura (zákony, soudy, úřady) dosud existuje, různí úředníci vycházející z různých teorií ji mohou aktivovat a používat přísněji. Pokud jsou důvody proti protimonopolní regulaci přesvědčivé, celý protimonopolní rámec musí být zrušen.

## Teorie protimonopolní politiky

Zrušení protimonopolního systému nebude snadné. Protimonopolní regulace je již od roku 1890 v Americe pevně zakotvená instituce. Tato kapitola zkoumá některé důvody přetrvávající víry v protimonopolní regulaci – navzdory jejím výsledkům – a zabývá se některými jejími jemnějšími významy.

---

<sup>53</sup> Některé regulační pravomoci komise, včetně práva regulovat systémy počítačových rezervací linek, byly přeneseny na Ministerstvo dopravy. Viz *Regulation* 9, leden/únor, 1985, str. 8. Důsledky protimonopolní regulace systémů počítačových rezervací ze strany Ministerstva dopravy lze najít v *Antitrust and Trade Regulation Reporter* 48, č. 1207, 21. března 1985, str. 505.

## Protimonopolní politika jako veřejný zájem

Široká podpora uplatňování protimonopolní politiky vychází v první řadě z přesvědčení o její schopnosti chránit, jakkoli nedokonale, ekonomiku (spotřebitele) před zneužíváním ze strany soukromého monopolu a soukromé monopolní síly. Toto hledisko můžeme označit jako teorii protimonopolní politiky založenou na „veřejném zájmu“.

Pojem konkurence je v americké společnosti velmi populární. Očekáváme a využíváme konkurenci ve sportu i v podnikání. V podnikání konkurence udržuje organizace ve střehu a nutí je k efektivnosti. Díky konkurenci v podnikání získávají spotřebitelé kvalitní výrobky za nízké ceny, kupující si mohou vybírat z alternativních nabídek. Konkurence nutí špatně řízené firmy k odchodu z trhu a omezuje tzv. ekonomickou sílu.

Monopol těmto procesům brání. Monopol v podnikání umrtvuje iniciativu a efektivnost, omezuje produkci, zvyšuje ceny, vylučuje konkurenty z trhu a chybně alokuje ekonomické zdroje. Může být ekonomicky a dokonce politicky nebezpečný. Od těchto dojmů vede jen krátká cesta k podpoře zákona, který povzbuzuje konkurenci a zakazuje monopol – tedy protimonopolního zákona.

Akademičtí ekonomové spojili tyto představy o konkurenci a monopolu do propracovaného teoretického paradigmatu, používaného ke zdůvodnění protimonopolní regulace. Podle této teorie, stručně řečeno, mohou svobodné trhy v určitých případech selhat při naplňování společenských zájmů. K tomuto „tržnímu selhání“ může dojít vždy, když soukromá podnikatelská organizace získá monopolní sílu, sílu omezovat produkci a zvyšovat tržní cenu. Takové firmy mohou produkovat méně a stanovovat vyšší ceny, a obecně vykazují vyšší náklady než srovnatelné firmy konkurenční. Zákon zakazující monopolizaci svobodného trhu podpoří zvýšení výstupu, snížení nákladů a spotřebitelských cen. Protimonopolní zákon proto chrání veřejný zájem před monopolní silou na svobodném trhu.

Pojetí protimonopolní politiky vycházející z argumentu veřejného zájmu lze analyzovat nejméně dvěma způsoby. V prvním případě zpochybníme teoretické modely konkurence a monopolu, na nichž tak silně závisí. Pokud jsou tyto modely ve své podstatě

chybné, vědecké zdůvodnění protimonopolní politiky je zásadně oslabeno. Ve druhém případě zpochybníme hledisko veřejného zájmu zkoumáním skutečného chování a výsledků firem, které byly usvědčeny na základě protimonopolních zákonů. Pokud takové firmy neomezovaly produkci, ani nezvyšovaly ceny – pokud naopak zvyšovaly produkci a snižovaly ceny – teorie protimonopolní regulace založená na veřejném zájmu ztratí své opodstatnění.

### Protimonopolní politika jako regulace

Zcela odlišný pohled na protimonopolní politiku představuje její chápání jako příkladu regulace ve prospěch zájmových skupin. Vládní regulace v Americe je často spojována se skupinami zvláštních zájmů, obvykle podnikatelskými skupinami, které se snaží využít legislativu k získání a udržení ekonomických výhod (nebo „rent“), které nelze získat na svobodném trhu.<sup>54</sup> Tyto výhody jsou často dosahovány díky právním překážkám vstupu do odvětví a konkurence, které slouží k omezení produkce a zvýšení cen. Například dovozní kvóty v textilním průmyslu chrání domácí textilní podniky před zahraniční konkurencí a současně na spotřebitele přenášejí rozsáhlé ekonomické ztráty.<sup>55, 56</sup>

Protimonopolní politika je, navzdory odmítavým názorům, příkladem státní regulace. Nelze s absolutní jistotou říci, zda protimonopolní zákony původně směřovaly k podpoře a ochraně

---

<sup>54</sup> Stigler, George J.: „The Theory of Economic Regulation“, *Bell Journal of Economics and Management Science* 2, jaro 1971, str. 3–21. Peltzman, Sam: „Toward a More General Theory of Regulation“, *Journal of Law and Economics* 19, srpen 1976, str. 211–40. Přehled literatury na téma vyhledávání renty lze najít v D. Tollison, Robert: „Rent Seeking: A Survey“, *Kyklos* 35, 1982, str. 575–602.

<sup>55</sup> Viz „Economic Effects of Significant U.S. Import Restraints“, *Publication* 2935, Washington, D.C., International Trade Commission, prosinec 1995. Ekonomické ztráty byly odhadovány na zhruba 10 mld. dolarů ročně.

<sup>56</sup> Obecné dopady cel jsou popsány v Hazlitt, Henry: *Ekonomie v jedné lekci*, Liberální institut, 1999, kap. XI.



zájmových skupin, třebaže tento názor podporují určité důkazy.<sup>57</sup> Jak však ukážeme dále, lze prokázat, že protimonopolní regulace je často používána jako legislativa zvláštních zájmů. V praxi chrání protimonopolní regulace stávající tržní struktury – do značné míry působí podobně jako ochrana prostřednictvím cel a kvót – a udržuje vyšší náklady a ceny pro konečné spotřebitele. Obžalování v protimonopolních řízeních prohrávají, protože jejich efektivní výsledky – nízké ceny a úspěšné inovace – byly prohlášeny za „vylučující“ méně efektivní konkurenty. Zvláště v soukromých řízeních je protimonopolní regulace často používána jako zbraň žalujících firem, dychtících omezit cenovou a inovační konkurenci efektivních žalovaných firem.<sup>58</sup> Soukromá řízení představují více než 90 procent veškerých protimonopolních žalob, což odhaluje podstatu protimonopolní politiky. Stručně řečeno, protimonopolní regulace, podobně jako téměř veškerá státní regulace, často přináší prospěch vybraným subjektům na úkor všech ostatních. Takový výsledek předvídá velká část literatury veřejné volby.<sup>59</sup>

Je-li tento pohled na protimonopolní regulaci správný, bude ve skutečnosti obtížnější, nikoli snadnější zrušit či dále reformovat protimonopolní zákony. Společenské náklady takové legislativy sloužící zájmovým skupinám, jako je protimonopolní politika,

---

<sup>57</sup> Thomas J. DiLorenzo ukázal, že výstupy v „trustových“ odvětvích – aniž by byly omezovány – v desetiletí před přijetím Shermanova zákona v roce 1890 výrazně vzrostly. Rovněž tvrdí, že motivy senátora Johna Shermana při podpoře zákona mohly být dvojnásobné. Viz DiLorenzo, Thomas J.: „The Origins of Antitrust“, *International Review of Law and Economics* 5, 1985, str. 73–90. Viz také Hazlett, Thomas W.: „The Legislative History of the Sherman Act Re-examined“, *Economic Inquiry* 30, 1992, str. 263–276.

<sup>58</sup> Baumol, William J. a Ordover, Janusz A.: „Use of Antitrust To Subvert Competition“, *Journal of Law and Economics* 28, květen 1985, str. 247–65.

<sup>59</sup> Viz například Tollison, Robert D.: „Public Choice and Antitrust“, *Cato Journal* 4, č. 3, zima 1985, str. 905–16. Rovněž viz Shughart, William F. II: *Antitrust Policy and Interest Group Politics*, Quorum Books, New York, 1990.

jsou obvykle ve společnosti jako celku široce rozprostřeny. Uvažujme například náklady, připadající na obyvatele, takových nesmyslných řízení jako je třináctiletá válka vlády s IBM nebo iracionální útok na Microsoft. Prospěch plynoucí z protimonopolní regulace se však často soustřeďuje na konkrétní zájmové skupiny – protimonopolní establishment – a tento prospěch může být značný. Protimonopolní žalobci, soukromí žalobci, poradci a sama protimonopolní byrokracie mohou velmi mnoho získat z pokračování protimonopolních regulací a mnoho ztratit při zrušení nebo omezení uplatňování protimonopolní politiky. V důsledku toho jsou skupiny, které z regulace získávají, silně motivovány k horlivému odporu proti reformě a zrušení protimonopolní regulace a k ostrému osočování všech jejích kritiků. Občejní občané a spotřebitelé jsou oproti tomu slabě motivováni ke spojení proti protimonopolnímu molochu, jsou slabě motivováni dokonce i ke vzdělávání v oblasti protimonopolní reality. Pokud je nezměníme, toto vyčíslení nákladů a přínosů bude ztěžovat pokusy o zrušení protimonopolních zákonů.

### **Protimonopolní politika jako odvětvová politika**

Třetí pohled chápe protimonopolní politiku jako jednu z nejstarších amerických odvětvových politik. Odvětvová politika je forma státního odvětvového plánování a velká část protimonopolní politiky je forma státního plánování. Například Ministerstvo spravedlnosti a FOK publikují podrobná pravidla fúzí, která zakazují právně přípustná spojení podniků. Dokonce často zasahují do fúzí, i když je povolují, a požadují, aby firmy prodaly určitá aktiva nebo podniky. FOK například schválila fúzi firem Texaco a Getty s podmínkou prodeje 600 benzínových čerpacích stanic, některých ropovodů a několika rafinérií. Fúzi firem Gulf a Chevron schválila FOK po uzavření dohody o prodeji 4000 čerpacích stanic Gulf a největší ropné rafinérie.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> *Oil and Gas Journal*, 23. leden, 1984, str. 48; *Wall Street Journal*, 24. duben, 1984, str. 4. Hartův-Scottův-Rodinův Antitrust Improvement Act z roku 1976 vyžaduje předchozí oznámení fúzí určité velikosti.

Další příklady protimonopolní odvětvové politiky zahrnují pravomoc FOK zkoumat náklady a přínosy společných podniků a udílet či zamítnout souhlas s mezifirmními dohodami o spolupráci. Protimonopolní úřady mohou postupovat proti firmám, které fixují maloobchodní ceny, stanovují nízké (predátorské) ceny, stanovují vysoké (monopolní) ceny a stanovují stejné ceny (koluze). FOK mohla bránit fúzi firem Staples a Office Depot z roku 1997 na základě jakéhosi arbitrárně úzkého vymezení relevantního trhu (viz 6. kapitola).

Tuto poznámku o odvětvovém plánování a politice zdůrazňujeme nikoli jako hraní se slovy. Na protimonopolní regulaci se totiž, podobně jako na ostatní politiky státního plánování, vztahuje kritika *předpokladu* dostupnosti informací *nutných* pro kvalifikovaná rozhodnutí o společenské efektivnosti. Jak ukážeme později, informace o nákladech a výnosech, nutné pro kvalifikovaná rozhodnutí o fúzích a rozdělení podniků, lze získat a odhalit pouze v otevřeném tržním procesu a jsou dostupné pouze jeho účastníkům. Protimonopolní úřady a soudy nadále předpokládají existenci takových informací, když zakazují fúzi, společný podnik, rozdělují firmu nebo prohlašují určité ceny za predátorské. Pokud však protimonopolní regulátoři a soudy nemohou získat přesné informace o budoucích společenských nákladech a užitcích, nelze v protimonopolních řízeních uplatnit pravidlo rozumnosti. Důvody proti protimonopolní regulaci jsou tak ještě silnější.

Odpůrci pojetí protimonopolní regulace jako státního odvětvového plánování budou obtížně vysvětlovat historické rozhodnutí o rozdělení společnosti American Telephone and Telegraph Company (AT&T), příklad jistě nejvýznamnějšího uplatnění protimonopolní regulace v dějinách protimonopolní politiky. Historický soudní smír vedl kromě jiného k oddělení 22 telefonních operátorů od AT&T a ukončil část soudního smíru z roku 1956, který společnosti bránil v konkurenci na neregulovaných trzích, například v oblasti zpracování dat.<sup>61</sup> Ukončení soudního smíru

---

<sup>61</sup> *United States v. AT&T*, 524 F. Supp. 1336 (1981); *United States v. AT&T*, 552 F. Supp. 131 (1982).

z roku 1956 – právního omezení vstupu na trh a konkurence – zcela odpovídalo otevření spontánního tržního procesu v telekomunikacích a zpracování dat. Oddělení telefonních operátorů a jejich reorganizaci do sedmi regionálních společností však považujeme za bezprecedentní experiment v oblasti protimonopolního odvětvového plánování.

Oddělení telefonních operátorů bylo zdůvodňováno řadou argumentů. Podle prvního z nich omezovalo vlastnictví telefonních operátorů společností AT&T potenciální konkurenty v oblasti dálkových hovorů. Díky vlastnictví operátorů získala společnost AT&T postavení, v jehož důsledku prý ztrácel konkurent spravedlivý přístup k větší části podnikání na trhu místních hovorů. Podle druhého argumentu by oddělení operátorů snížilo potenciální hrozbu křížového dotování příjmů mezi regulovanými a neregulovanými trhy a ukončilo nezbytné omezování společnosti AT&T při vstupu na neregulované trhy. Konečně oddělení operátorů by prý oslabilo vliv Western Electric Company, společnosti patřící AT&T a působící na trhu s telefonickým zařízením (protože operátoři objednávali většinu telefonického zařízení od společnosti Western Electric), a tím podpořilo dodatečné inovace a snížení cen zařízení.

Tyto argumenty nejsou zcela nepřijatelné a rozdělení AT&T mohlo skutečně vést k předpokládaným výsledkům. Jak však mohli jeho zastánci vědět, že předpokládané budoucí přínosy převýší náklady? Například i Robert W. Crandall a Bruce M. Owen ve své vynikající diskusi problémů rozdělení připouštějí, že bez přímých důkazů o spojených úsporách AT&T z vertikální integrace před rozdělením je „velmi obtížné dokázat, že rozdělení nutně povede ke zvýšení blahobytu.“<sup>62</sup>

Většina problémů spotřebitelů s telekomunikačními službami ve skutečnosti vůbec nesouvisí s vertikální integrací nebo rozdělením. Státní regulace, nikoli vertikální integrace *per se*, půso-

---

<sup>62</sup> Crandall, Robert W. a Owen, Bruce M.: „The Marketplace. Economic Implications of Divestiture“ v Shooshan, Harry M. (ed.): *Disconnecting Bell: The Impact of the AT&T Divestiture*, Pergamon Press, New York, 1984, str. 57.

bila jako zásadní překážka skutečně otevřeného tržního konkurenčního procesu v telekomunikacích. Federální obchodní komise po dlouhou dobu omezovala vstup na trh dálkových telefonních hovorů a regulovala sazby společnosti AT&T, tedy monopolního dodavatele. Vstup na lokální telefonní trhy právně omezovaly vlády jednotlivých států a telefonní služby a sazby regulovaly příslušné úřady v oblasti veřejných služeb. Dominantním dodavatelem byla opět společnost AT&T. Tato regulace nebyla samozřejmě náhodná. AT&T po dlouhou dobu před rozdělením podporovala státní regulaci a monopol v telekomunikacích a bránila pokusům o zvýšení konkurence prostřednictvím omezení státní regulace.

Většinu domnělých obtíží spojených s vertikální integrací společnosti AT&T – a většinu domnělých přínosů spojených s rozdělením – mohla vyřešit úplná deregulace. Například křížové dotování se mění v závažný problém teprve v regulovaném prostředí, kde se například firma může rozhodnout financovat cenové války na neregulovaných trzích z příjmů nebo zisků dosažených na regulovaných trzích. Ukončení regulace odstraňuje možnost „nespravedlivého“ křížového dotování. Téměř úplné obsazení trhu technického zařízení operátorů společností Western Electric je diskutabilní pouze proto, že operátoři mohou v regulovaném prostředí přenášet zvýšené náklady technického zařízení na konečné spotřebitele telefonních služeb. Na otevřeném konkurenčním trhu by důsledně nekonkurenční nákupy produktů vertikálně integrovanými podniky vedly k závažným ztrátám jejich tržního podílu – což by byla silná pobídka ke změně postupu. Zásadní příčinou tohoto problému tedy byla opět regulace, nikoli vertikální integrace.

Dokonce i tzv. problémy ztíženého přístupu jsou navzdory zamlžení skutečností, že při rozdělení nelze svobodně vyjádřit tržní hodnotu přístupu pro konkurenční podniky v oblasti dálkových hovorů. Současné poplatky za přístup nejsou stanoveny trhem, ale rozhodnutím regulační komise. Pokud nejsou k dispozici skutečné tržní hodnoty, ani zastánci rozdělení si nemohou být jisti tím, že přítomnost konkurenčních poskytovatelů telefonního

spojení skutečně zlepši celkovou efektivnost zdrojů a podpoří těžko definovatelný veřejný zájem.<sup>63</sup>

## Závěry

Akademická obec či širší veřejnost nedůvěřují protimonopolní politice, která je prováděná v zájmu zájmových skupin formou regulace či státního odvětvového plánování. Státní regulace a plánování jsou ekonomy ostře kritizovány a tento přístup je v zásadě zdiskreditován.<sup>64</sup> Přetrvávající podpora protimonopolní politiky tedy nyní vychází z hlediska veřejného zájmu, tedy z přesvědčení, že určitá protimonopolní regulace je nezbytná k tomu, aby zabránila tržnímu selhání.

V následujících kapitolách budeme kriticky zkoumat teorii protimonopolní regulace založenou na veřejném zájmu, abychom posoudili smysluplnost standardních teorií konkurence a monopolu, používaných k vysvětlení tržního selhání, a abychom posoudili důkazy klasických protimonopolních řízení o možnosti existence monopolu na svobodném trhu a následné chybné alokace zdrojů. Při konzistentnosti teorie a historie protimonopolní regulace může být určitá protimonopolní politika vhodná. Při jejich nekonzistentnosti však musíme hledisko veřejného zájmu a politiku, která je podporuje, odmítnout, nikoli pouze reformovat. Bez vědeckého zdůvodnění veřejného zájmu neexistuje *jediný* důvod pro protimonopolní regulaci v tržní ekonomice.

---

<sup>63</sup> Již záhy se objevily důkazy o tom, že „zájmy spotřebitelů“ rozdělení nepodpořilo. Viz MacAvoy, Paul a Robinson, Kenneth: „Losing by Judicial Policymaking. The First Year of the AT&T Divestiture“, *Yale Journal on Regulation* 2, 1985, str. 225–62.

<sup>64</sup> Viz například Poole, Robert W. Jr. (ed.): *Instead of Regulation*, Lexington Books, Lexington, Mass., 1983. Vynikající kritická analýza celého paradigmatu státního plánování od řady autorů viz *Cato Journal* 4, č. 2, podzim 1984. Ke kritice státního plánování v rozsahu knižní publikace viz Lavoie, Don: *National Economic Planning. What is Left?*, Ballinger, Cambridge, Mass., 1985.

### 3. Konkurence a monopol: teorie a důkazy

Podpora protimonopolní politiky do značné míry závisí na správnosti standardních teorií konkurence a monopolu, které lze stručně shrnout následujícím způsobem.

#### Teorie

Někteří ekonomové vymezují konkurenci jako situaci, kdy jsou soupeřící prodejci nějakého homogenního produktu – relativně k celkové tržní nabídce – tak malí, že nemohou individuálně ovlivňovat tržní cenu tohoto produktu.<sup>65</sup> Tito atomističtí prodejci berou cenu jako danou a následně se snaží vyrábět takové množství svých výrobků, které maximalizuje jejich zisk. V konečném výsledku (rovnováze) vede taková tržní organizace firem k tomu, že spotřebitelé získávají produkt při nejnižších možných nákladech a ceně. Takové trhy jsou označovány jako „čistě“ konkurenční („dokonale“ konkurenční v případě dokonalých informací) a zdroje na těchto trzích jsou alokovány efektivně.

Monopol na svobodném trhu je spojen s dobrovolným omezením tržního výstupu oproti výstupu v konkurenčních podmínkách. Ekonomové obvykle hovoří o monopolu, jedná-li se o případ jediného dodavatele produktu bez vhodných substitutů, či o případ dohody několika velkých dodavatelů produktu o omezení produkce. Taková monopolizace vede k omezení tržních výstupů (monopol omezuje obchod) a ke zvýšení cen pro spotřebitele.

---

<sup>65</sup> Standardní teoretickou analýzu konkurence, monopolu a chybné alokace zdrojů lze nalézt v jakémkoli textu mikroekonomie a ve většině textů o protimonopolní politice. Viz například Shughart, William F.: *The Organization of Industry*, 2. vydání, Dame Publications, Houston, Texas, 1997.

Uvedená omezení produkce rovněž způsobují chybnou alokaci zdrojů a snižují společenský blahobyt.

Pojem „chybná alokace zdrojů“ je v ekonomické teorii velmi významný. Charakterizuje situaci, kdy vzácné ekonomické zdroje nejsou využívány ekonomicky nejvýhodněji, a naznačuje, že nějaká alternativní alokace těchto zdrojů by mohla zlepšit celkovou ekonomickou výkonnost.

Monopol chybně alokuje zdroje dvěma základními způsoby. První je nazýván „alokační neefektivnost“ a znamená, že cena, kterou spotřebitel platí za produkt v případě monopolu – monopolní cena – převyšuje mezní náklady jeho produkce. Spotřebitelé vyjadřují svůj zájem o produkci většího množství nějakého statku placením ceny, která převyšuje mezní náklady jeho produkce. Firmy s monopolní silou však mohou maximalizovat své zisky omezením produkce a udržováním vyšších cen. Nabízející s monopolní silou nejsou motivováni k rozšíření produkce do bodu, kdy se tržní cena a tržní náklady rovnají. Při takovém rozhodnutí o nabídce jsou zdroje alespoň do určité míry chybně alokovány a společenský blahobyt snížen.

Monopolisté budou také pravděpodobně vydávat zdroje na získání monopolních pozic a další zdroje na jejich udržení. Bez přímé konkurence prodejců si navíc monopolisté, na rozdíl od firem v konkurenčním prostředí, mohou dovolit využívat vlastní zdroje méně efektivně. Všechny tyto dodatečné výdaje a neefektivnosti mohou zvyšovat nákladovou funkci monopolu oproti podmínkám konkurence a přispívat k tzv. „technické neefektivnosti“. Stručně řečeno, firmy s monopolní silou mohou produkovat méně, požadovat vyšší cenu a chybně alokovat ekonomické zdroje. Podmínky dokonalé konkurence jsou pro společnost výhodnější a důvody pro uplatnění protimonopolních zákonů tedy zřejmé.

## **Problém teorie konkurence**

Jakkoli logické se zdají standardní teorie konkurence a monopolu a jejich zdůvodnění protimonopolní politiky, provází je některé velmi závažné problémy. Alokační zdroje v podmínkách atomistické konkurence by skutečně mohla být efektivní při



existenci dokonalých informací či neměnných zálib a preferencí. Je však obtížné pochopit význam takové teorie v reálném světě diferencovaných preferencí, ekonomické nejistoty a dynamické změny. Ekonomický problém, který by měla konkurence řešit, *nespočívá* v nalezení způsobu alokace zdrojů v případě dokonalých informací a neměnných zálib. Pokud je vše známé a konstantní, řešení problému alokace zdrojů bude triviální. Ekonomický problém spočívá spíše v pochopení fungování konkurenčního tržního procesu objevování a přizpůsobení při koordinaci anticipované poptávky a nabídky ve světě nedokonalých informací. Pominutí odlišných očekávání a změny proto znamená pominutí všech reálných problémů spojených s konkurencí a procesem alokace zdrojů. Proto tedy, jakkoli mohou být standardní kritéria efektivnosti technicky správná ve statickém světě, pro skutečné tržní situace nemají význam.

Tržní nejistota a změna mohou vyžadovat diferencované produkty. Mohou rovněž namísto nezávislé rivality vyžadovat určitou mezifiremí či dokonce cenovou koordinaci. Mohou vyžadovat reklamu výrobků a služeb, která je v atomistické rovnováze zbytečná. Tyto proměnné neznamenaají, že konkurence neexistuje či že konkurenční proces je chybný nebo neefektivní. Znamenají pouze, že konkurenční proces je nutně ve stavu nerovnováhy. Tržní proces může, abstraktně řečeno, směřovat k nějaké teoretické rovnováze, ale nikdy jí nedosáhne.

Uplatnění tradiční protimonopolní legislativy z větší části vychází z chybného chápání efektivnosti v podmínkách statické rovnováhy. Výstupy, které nedosahují čistě konkurenční – teoretické – úrovně, jsou považovány za „omezené“. Reklama, produktová diferenciacce a inovace byly často spojovány s monopolní silou – nikoli s konkurenčním procesem – a považovány za možnou příčinu chybné alokace zdrojů a nižší společenské efektivnosti. Jakoukoli kontrolu nad tržní cenou označují ekonomové a protimonopolní úřady za „monopolní sílu“ a podezřívavě pohlížejí na mezifiremí dohody o spolupráci. Není-li však čistě konkurenční rovnováha vhodná jako kritérium blahobytu, žádný z těchto tradičních závěrů nedává smysl.

Alternativně lze na konkurenci pohlížet jako na podnikatelský proces objevování a přizpůsobení v podmínkách nejistoty.<sup>66</sup> Různě velké podnikatelské organizace v konkurenčním procesu soustavně usilují o objevení produktů a služeb, které spotřebitelé požadují, a soustavně se snaží nabízet takové produkty a služby, které jim přinášejí zisk a jejichž produkce je spojena s nejnižšími náklady.

Tento proces objevování a přizpůsobení může zahrnovat explicitně soupeřivé chování v obvyklém smyslu – přímou cenovou a necenovou konkurenci – a rovněž různé stupně mezifiremní kooperace, jako jsou společné podniky a fúze. Paradigmata mezifiremní spolupráce a soupeření si z hlediska tržního procesu neodporují. Nelze například *a priori* stanovit velikost kooperující podnikatelské jednotky nebo optimální počet soupeřících firem pro efektivní tržní koordinaci. Dokonce i cenové dohody mezi firmami mohou sloužit ke snížení rizika a nejistoty – například během recese – a zvýšit tržní efektivnost (viz 6. kapitola). Spolupráce a soupeření představují dobrovolná alternativní institucionální uspořádání, jejichž prostřednictvím podnikatelé v podmínkách nejistoty, při soustavné snaze o dosažení zisků, usilují o objevení příležitostí a koordinaci plánů. Veřejná politika by neměla bránit rozvoji či zániku těchto uspořádání.

V konkurenci zprostředkovávají zisky a ztráty nezbytné informace a podněcují soustavnou podnikatelskou ostražitost. Některé podnikatelské organizace mohou v tomto procesu uspět více než jiné a získat významný tržní podíl. Jiné organizace si pove-

---

<sup>66</sup> Hayek, F. A.: „The Meaning of Competition“ v *Individualism and Economic Order*, Henry Regnery, Chicago, 1972, str. 92–106. Historický popis vývoje rozdílu mezi konkurenčním procesem a konkurenční rovnováhou lze najít v McNulty, Paul J.: „Economic Theory and the Meaning of Competition“, *Quarterly Journal of Economics* 82, listopad 1968, str. 639–56. Ludwig von Mises označil konkurenční proces jako „katalytickou konkurenci“. Viz Ludwig von Mises, *Human Action: A Treatise on Economics*, Yale University Press, New Haven, 1963), str. 274–94. *Human Action* je dostupná na <http://www.mises.org>.

Viz také Kirzner: *Jak fungují trhy*, Liberální institut, 1998 – pozn. překl.

dou špatně, ztratí tržní podíl či dokonce zaniknou. Růst i úpadek firem tvoří nezbytnou součást procesu objevování. Zatímco jednotlivé trhy mohou v tomto procesu směřovat k vyčištění, chyby a měnící se informace nutně brání naplnění podmínky konečné rovnováhy.

## Problém teorie monopolu na svobodném trhu

Podobné teoretické nesrovnalosti diskreditují také teorii monopolu na svobodném trhu. První se týká skutečné schopnosti monopolní firmy či skupiny firem spojených koluzí omezovat tržní nabídku a dosahovat monopolní ceny a zisky. Firma sice může usilovat o omezení tržní nabídky a dosažení monopolních zisků, diskutabilní je však schopnost monopolu dosáhnout takového cíle na svobodném trhu.

Standardní učebnicové pojetí často *předpokládá* omezení monopolního výstupu a poté postupuje k (nepříznivě vyznívajícímu) srovnání tohoto omezeného výstupu s úrovní výstupu při atomistické rovnováze.<sup>67</sup> Jak předpoklad, tak i srovnání jsou však zcela chybné, protože atomisticky rovnovážná úroveň výstupu je jednak nedosažitelná a jednak irelevantní a nemůže sloužit jako měřítko srovnání blahobytu. Navíc lze stěží pochopit, jak se může na otevřeném trhu, v přítomnosti silných pobídek k rozšíření produkce, udržet úroveň výstupu, která je neefektivní či je zdrojem významných zisků.

Prvořadým předmětem zájmu protimonopolních úřadů je monopolní síla na svobodném trhu, která vzniká v důsledku fúze či koluze. Pokud však monopolizace vede ke zvýšení cen nad úroveň nákladů – mezních a průměrných, existují silné pobídky k rozšíření současné výroby a k zahájení výroby nových firem.

---

<sup>67</sup> Viz například Mansfield, Edwin: *Macroeconomics: Theory and Applications*, 5. vydání, W. W. Norton, New York, 1985, str. 294. Celé pojednání o monopolní ceně a výstupu v prostředí svobodného trhu může být neudržitelné. Viz Murray N. Rothbard, *Man, Economy, and State*, 2. díl, D. Van Nostrand, Princeton, 1962, str. 586–615. K vysvětlení Rothbardovy teorie monopolu také viz Dodatek k této kapitole.

Dojde ke zvýšení produkce, ceny klesnou a trh bude směřovat, *ceteris paribus*, k situaci, v níž se ceny a náklady rovnají.

Co se stane, když se monopolista na svobodném trhu pokusí snížením cen zvrátit tento konkurenční proces a odradit vstup konkurence? Snížené ceny povedou k dodatečným prodejm a situace na trhu bude směřovat k tradiční konkurenční rovnováze. Co se stane, když monopolista cenově diskriminuje? Monopolista může být skutečně silně ekonomicky motivován k cenové diskriminaci, v takovém případě však nakonec bude prodávat dodatečný výstup při nižší ceně a trh bude opět směřovat ke konkurenčnímu výstupu. Neefektivní monopolista samozřejmě nemůže zabránit vstupu jiných firem na trh. Neefektivnost bude působit jako výzva ke vstupu a k zahájení nové výroby. Na druhé straně *může* monopolista, který je jednoznačně efektivnější než potenciální rivalové, odradit konkurenty od vstupu, mimo hru je však udrží právě monopolistova efektivnost. V případě, kdy firmám s vysokými náklady zabrání ve vstupu lepší produkt či vyšší efektivnost stávajících výrobců, zdroje nejsou chybně alokovány a konkurenční proces není narušen.

Firmy se mohou snažit omezit tržní výstup prostřednictvím koluzních a kartelových dohod, ale naplnění této snahy bude ještě obtížnější než v případě monopolu s jednou firmou. Kartel na straně nabídky totiž provázejí stejné pobídky k rozšíření produkce a stejné problémy při koordinaci a sledování plánů omezení výstupu jako v předchozím případě.<sup>68</sup> Na svobodném trhu se mezifiremní dohody mohou vyskytovat, jak k tomu příležitostně docházelo před platností Shermanova zákona, a dokonce mohou dočasně stabilizovat některé cenové fluktuace. Nelze však spolehlivě prokázat, že koluze na svobodném trhu umožňují účast-

---

<sup>68</sup> Problémy účinné koluze jsou pojednány v knize Armentano, D. T.: *Antitrust and Monopoly: Anatomy of a Policy Failure*, 2. vydání, Independent Institute, Oakland, Kalifornie, 1990, str. 133–37. Viz také Stigler, George J.: „A Theory of Oligopoly“, *Journal of Political Economy* 72, č. 11, únor 1964, str. 44–61.

níkům dohody dosáhnout monopolní zisky.<sup>69</sup> Mezifiremní spolupráce může navíc přinášet značný prospěch, jenž může převyšovat případná omezení výstupu. (Viz diskuse v 6. kapitole.)

Podobně nepřesvědčivé jsou diskuse o neefektivnosti v podmínkách monopolu, založené na v podstatě vykonstruovaném a chybném argumentu alokační neefektivnosti. O monopolistovi se z definice předpokládá, že v případě nemožnosti vstupu do odvětví a snížení výstupu bude chybně alokovat zdroje oproti podmínkám čisté konkurence. K „chybné alokaci“ potom dochází právě proto, že v podmínkách monopolu nevzniká konkurenční proces, který dle předpokladu vede k atomistické konkurenci (cena, mezní náklady a minimální průměrné náklady se dle předpokladu rovnají). Pokud však v podmínkách monopolu na svobodném trhu vždy působí konkurenční proces a pokud předpokládáme, že podmínka konečné atomistické konkurence nemůže být nikdy naplněna, chybná alokace zdrojů v situaci monopolu na svobodném trhu jako nějaký jedinečný společenský problém jednoduše zmizí. Alokační neefektivnost se z modelu monopolu na svobodném trhu vytratí, podobně a ze stejných důvodů jako z modelu konkurenční nerovnováhy.

Diskutabilní jsou rovněž standardní předpoklady o technické neefektivnosti v podmínkách monopolu. Při jakékoli soustředěné snaze o monopolizaci svobodného trhu budou podniky snižovat spíše než zvyšovat náklady a rozšiřovat spíše než snižovat produkci. Nejúčinnější cesta k získání a udržení monopolní pozice na svobodném trhu spočívá v dosažení vyšší efektivity ve srovnání s konkurenty či potenciálními konkurenty. Větší firmy oproti firmám menším mohou navíc docílit nižších nákladů díky využití úspor z rozsahu spojených s výrobou, financováním a marketingem, nebo díky inovacím. Snahu firem o dosažení

---

<sup>69</sup> Negativní vztah mezi koluzí a ziskovostí byl zjištěn Peterem Aschem a Josephem J. Senecou v článku „Is Collusion Profitable?“, *Review of Economics and Statistics* 58, únor 1976, str. 1–12. Viz rovněž Marvel, Howard, Netter, Jeffrey a Robinson, Anthony: „Price Fixing and Civil Damages: An Economic Analysis“, *Stanford Law Review* 40, 1988, str. 561–78.

monopolní pozice na svobodném trhu mohou tedy provázet nižší, nikoli vyšší celkové podnikové náklady. (Oproti tomu náklady na získání a udržení právně zajištěného monopolu jsou ze společenského hlediska plýtváním. Tato problematika je diskutována dále v textu.)

Problém technické neefektivnosti někdy zatemňuje uvažování o nákladech produktové diferenciaci v analýze zvýšených nákladů v podmínkách monopolu. Výroba diferencovaných produktů bývá spojena s dodatečnými náklady, které jsou porovnávány s náklady firem v podmínkách atomistické konkurence. Toto srovnání je však chybné, protože náklady diferencovaných produktů nelze srovnávat s náklady homogenních statků. Ochota spotřebitelů platit vyšší ceny, které pokrývají vyšší náklady diferencovaných produktů, nedokazuje neefektivnost či plýtvání, ani nezpůsobuje chybnou alokaci zdrojů. (Viz 4. kapitola.)

V souhrnu musí oprávněnost protimonopolní regulace ve veřejném zájmu vycházet z teorie, která přijatelně zdůvodní schopnost monopolu na svobodném trhu trvale omezovat produkci a zvyšovat ceny, snižovat efektivnost ekonomiky a chybně alokovat zdroje. Standardní teoretický přístup, jak zde již bylo uvedeno, však trpí závažnými nedostatky. V první řadě je výstup monopolu neoprávněně srovnáván s nedosažitelným atomistickým výstupem. Navíc lze stěží pochopit, jak může monopol na svobodném trhu využívat své síly, omezovat produkci a udržovat vyšší ceny, pokud současně připustíme možnost dosahování monopolních zisků. (Bariéry vstupu do odvětví, včetně tzv. predátorských praktik, budou diskutovány ve 4. kapitole.) Za podobně chybný nebo irelevantní lze považovat předpokládaný výskyt neefektivností v podmínkách monopolu na svobodném trhu. *Všechny* firmy se účastní konkurenčního tržního procesu. Standardní teorie monopolu na svobodném trhu nedokáže přesvědčivě podpořit své vlastní závěry a ještě méně potom protimonopolní zásahy státu do soukromých trhů ve „veřejném zájmu“.

## Důkazy

Problém chybného chápání monopolu lze podpořit dvěma základními typy důkazů. První zahrnuje případové studie, které jsou z větší části převzaty z klasických protimonopolních řízení. Protimonopolní řízení proti společnosti *Standard Oil* z roku 1911,<sup>70</sup> snad nejslavnější a nejnepochopenější protimonopolní řízení v celé historii podnikání, ilustruje problémy spojené s teorií monopolu na svobodném trhu.

### Případ Standard Oil

Případ *Standard Oil* je obvykle prezentován zhruba následujícím způsobem. Společnost Standard Oil používala ve snaze o monopolizaci ropného průmyslu v 19. století nekalé podnikatelské praktiky. Po získání monopolu snížila tržní výstup a zvýšila tržní cenu petroleje, nejvýznamnějšího produktu odvětví. Federální vláda obvinila společnost Standard Oil podle Shermanova zákona na samém vrcholu její monopolistické síly. Před soudem prokázala, že společnost jednala nevhodně vůči spotřebitelům a konkurentům, a dosáhla jejího rozdělení, které napomohlo obnovení konkurence v ropném průmyslu.

Tato prezentace však nemá téměř nic společného se skutečnými fakty. Nemůžeme zde sledovat celou historii případu, avšak k osvětlení problému postačí shrnutí vládních obvinění proti společnosti a jejího skutečného jednání.

Společnost Standard Oil byla v 19. století považována za vůdčí subjekt rozvoje ropného průmyslu. Vznikla v roce 1870 z malého podniku v Ohiu se zhruba 4procentním tržním podílem a do roku 1890 vyrostla v obří konglomerát s mnoha divizemi s 85procentním podílem na domácím rafinérském trhu. Tento růst byl výsledkem úspěšných vyjednávání o surové ropě, promyšlených investic do výzkumu a vývoje, rabatů od železničních dopravců, přísného finančního účetnictví, vertikální a horizontální integrace k dosažení efektivity v konkrétních aktivitách, investic

---

<sup>70</sup> *Standard Oil Company of New Jersey v. United States*, 221, US. 1 (1911).

do cisternových aut a ropovodů k dosažení účinnější kontroly dopravy surové ropy a rafinérských produktů, a řady dalších manažerských inovací. Interně vytvářená efektivnost umožnila společnosti nákup dalších firem a řízení nových aktiv se stejným zaujetím pro efektivnost, a dokonce rozšíření firemních operací do zahraničí.

Efektivnost vedla k výraznému úspěchu společnosti: udržovala své náklady na nízké úrovni a dokázala na otevřeném trhu prodávat stále více svých rafinérských produktů, obvykle za stále nižší cenu.<sup>71</sup> Ceny petroleje klesly z 30 centů za galon v roce 1869 na 9 centů v roce 1880, 7,4 centu v roce 1890 a 5,9 centu v roce 1897. Tento úspěch byl přitom dosažen na trhu otevřeném vůči konkurentům, jejichž počet a velikost se po roce 1890 značně zvýšily. Konkurenti rostli v období před federálním protimonopolním řízením dokonce tak rychle, že podíl Standard Oil na trhu ropného rafinérství klesl ze zhruba 85 procent v roce 1890 na 64 procent v roce 1911. V roce 1911 konkurovalo společnosti Standard Oil nejméně 147 rafinérských firem, včetně takových velkých společností jako Gulf, Texaco, Union, Pure, Associated Oil and Gas, Shell.

Tento vývoj konkurence není překvapující vzhledem k významným změnám v ropném průmyslu, ke kterým došlo po roce 1890. Pozice společnosti Standard Oil, která dominovala na pensylvánských trzích surové ropy a v národní produkci petroleje, byla ohrožována vývojem produkce surové ropy na jihozápadě Spojených států a poklesem poptávky po petroleji. Rostoucí popularita ropného paliva a později benzínu a neschopnost společnosti Standard Oil kontrolovat tržní dostupnost surové ropy (společnost sama produkovala v roce 1907 pouhých 9 procent národní nabídky) v podstatě zaručovala, že ropný průmysl nebude monopolizován jediným podnikem.

---

<sup>71</sup> Viz Armentano, Dominick: *Antitrust and Monopoly*, str. 575–73. Viz také Chemow, Ron: *Titan: The Life of John D. Rockefeller, Sr.*, Random House, New York, 1998.



Podle tradičního pojetí prokázal vládní protimonopolní proces proti společnosti Standard Oil, že společnost snižovala výstupy a zvyšovala ceny a používala vůči svým dodavatelům a konkurentům nekalé podnikatelské praktiky. Fakta však hovoří jinak. Soudci nižší instance, kteří odsoudili Standard Oil v roce 1909, dospěli pouze k závěru, že vytvoření holdingové společnosti, Standard Oil of New Jersey v roce 1899, bylo „dohodou či spojením při omezení obchodu“, které Shermanův protimonopolní zákon výslovně zakazuje.<sup>72</sup> Rozdělení společnosti bylo považováno za odpovídající – a postačující – soudní opatření k obnově konkurence.

Tato skutečnost je velmi významná. Soud nižší instance nezjistil, že ceny petroleje byly vyšší proto, že Standard Oil snížil výstupy, či proto, že rabaty získané od železnic byly nekalé. Soud nižší instance *nerozhodoval* o žádné podstatné ekonomické otázce, i když samozřejmě vyslechl argumenty vlády a obhajobu Standard Oil vůči vzneseným obviněním.

Obecně se rovněž předpokládá, že Nejvyšší soud aplikoval na podnikatelské praktiky této společnosti princip „pravidla rozumnosti“ a určil, že skutečně omezovala tržní výstup a zvyšovala tržní cenu. Je pravda, že soudce White ve svém podání prezentuje vhodnost aplikace pravidla rozumnosti v protimonopolních řízeních. Podle Whita také musí „každá rozumná mysl“ dospět k závěru, že společnost Standard Oil jednala dle tohoto právního principu nerozumně.

*Není* však pravda, že vláda v soudním řízení přednesla nějaká specifická zjištění o vině ve věci pochybení a monopolistického chování společnosti. Takové zjišťování není koneckonců záležitostí soudu nižší instance, který, jak jsme již uvedli, nezjistil provinění společnosti Standard Oil ve významných a podstatných záležitostech. Nejvyšší soud, oproti převažujícímu konvenčnímu pojetí, dospěl k závěru, že některé praktiky společnosti Standard Oil, jako například fúze, dokazují nepochybný záměr monop-

---

<sup>72</sup> *United States v. Standard Oil Company of New Jersey*, 173, F. Rep. 179 (1909).

lizace a že tyto praktiky byly nerozumné. Proč byly nerozumné? Protože podle Nejvyššího soudu byla jejich nerozumnost zřejmá. Ani soud nižší instance, ani Nejvyšší soud nikdy neprovedly detailní analýzu tržního působení společnosti *Standard Oil*, což odporuje obvyklému postupu v protimonopolních řízeních uplatňujícím pravidlo rozumnosti.

Pozdější výzkum ukázal, že produkce petroleje se během 19. století zvýšila a ceny se snížily a že společnost *Standard Oil* nepoužívala nekalé praktiky, například predátorské snižování cen. Protimonopolní nadšenci tedy stěží mohou uvádět případ této společnosti jako důkaz existence problému monopolu na svobodném trhu či jako důkaz nutnosti ochrany spotřebitelské veřejnosti před soukromou ekonomickou silou prostřednictvím protimonopolních zákonů.

## Empirické výzkumy

Druhý typ důkazů ve vztahu k monopolu představují empirické výzkumy tržní koncentrace, ziskovosti a ztrát blahobytu spojených s monopolní silou. V těchto výzkumech ziskovost často slouží jako měřítko monopolní síly a chybné alokace zdrojů.

Myšlení vnímající ziskovost jako měřítko monopolní síly vychází z úvahy, že ekonomické zisky budou v konkurenčních podmínkách směřovat k nule. Existence ekonomických zisků v dlouhém období proto může naznačovat omezení konkurenčního procesu. Podle části empirických výzkumů by některé podnikové výdaje, jako například výdaje na reklamu a produktovou diferenciaci, měly být společně se zisky zahrnuty do celkových společenských nákladů spojených s monopolní silou.<sup>73</sup>

Tyto výzkumy však provázejí některé velmi závažné metodologické problémy, včetně již diskutovaného vztahu mezi koncentra-

---

<sup>73</sup> Objevují se různé pokusy o měření společenských nákladů monopolu. Viz například Cowling, Keith a Mueller, Dennis C.: „The Social Cost of Monopoly Power“, *Economic Journal* 88, prosinec 1978, str. 727–48.

cí a zisky.<sup>74</sup> V první řadě většina empirických výzkumů odvozuje závěry o ekonomickém zisku z údajů o účetním zisku, což je přinejlepším diskutabilní postup. Za druhé, monopol vytvořený zákonem a monopol na svobodném trhu mohou být ve skutečném světě podnikání propojeny: cla, kvóty, licence a další právní omezení vždy směřují k vytváření ekonomických rent na jinak otevřeně konkurenčních trzích. Za třetí, měřítkem blahobytu je téměř ve všech empirických výzkumech podmínka atomisticky konkurenční rovnováhy. Oproti možnosti rozptýlení ekonomických zisků v imaginárním světě rovnováhy však sledujeme skutečnou alokaci zdrojů. Alokační zdrojů od méně hodnotných využití k využitím hodnotnějším je podmíněna informacemi a pobídkami obsaženými v ziscích (a ztrátách). Dlouhodobé zisky mohou vypovídat o organizacích, které jsou dlouhodobě efektivnější než jiné, a o konkurenčním procesu, který ještě nedospěl do konečné rovnováhy.

Ekonomické faktory jako je nejistota, riziko, cenová očekávání a inovace nepředstavují krátkodobá tržní narušení, která zmizí, pokud budeme čekat dostatečně dlouho. Jsou trvalou součástí konkurenčního tržního procesu. Reklamu a diferenciaci produktů nelze navíc ve světě nerovnováhy považovat pouze za jakousi nevíтанou přítěž blahobytu či společenské náklady. (Viz 4. kapitola.) Zisky tedy nemusí dokazovat výraznou společenskou neefektivnost nebo ztrátu a racionální protimonopolní regulace nemůže spoléhat na empirické výzkumy regrese zisků a koncentrace.

---

<sup>74</sup> Vynikající kritiku všech těchto výzkumů a měření lze nalézt v Littlechild, S. C.: „Misleading Calculations of the Social Costs of Monopoly Power“, *Economic Journal* 91, červen 1983, str. 348–63. Statistickou kritiku výzkumů vztahu mezi koncentrací a zisky lze najít v Singer, Eugene M.: *Antitrust Economics and Legal Analysis*, Grid Publishing, Columbus, Ohio, 1981, str. 31–33.

## Právní monopol a blahobyt spotřebitele

Oproti zásadně pochybené teorii monopolu na svobodném trhu mohou právní překážky konkurence skutečně vytvářet chybně alokující monopolní sílu. Vláda rozhodne, obvykle pod tlakem nějakého podnikatelského zájmu, o právním omezení vstupu na určité trhy. Udělování státních licencí, certifikátů a koncesí, domácích i zahraničních kvót vede k omezení vstupu do odvětví, snížení nabídky dostupného výstupu či ke zvýšení tržní ceny pro spotřebitele. Firmám a dodavatelům, ochotným dobrovolně uzavřít obchod a uskutečnit směnu se spotřebiteli-kupujícími, brání ve vstupu překážky dané zákonem. Spotřebitelé si nemohou koupit dodatečný výstup za nižší ceny, inovace nových producentů se zpozdí nebo se vůbec neuskuteční. Zákon tak oslabuje či uměle omezuje tržní proces.

Monopolní síla státu – zákonem omezený obchod – může způsobit snížení tržní nabídky a zvýšení tržní ceny. K omezení výstupu nedochází dobrovolně, ani v důsledku „nerovnováhy“. Nedošlo k žádnému dobrovolnému odmítnutí obchodu. Perspektivní kupující a prodávající sice mají zájem o obchodování a tím i o zlepšení svého relativního blahobytu, obchodování však brání zákon. Potenciální nabízející nejsou vyloučeni proto, že využívají kapitál méně efektivně nebo nedokáží dosáhnout úspor z rozsahu. Jsou vyloučeni na základě rozhodnutí státní moci. Můžeme dokonce rozumně předpokládat, že někteří potenciální konkurenti vstupující na trh jsou efektivnější než stávající producenti. K čemu tedy právní omezení?

V případě monopolu garantovaného zákonem navíc nepůsobí ekonomické pobídky k odstranění zákonných snížení výstupu. Chráněné podnikatelské subjekty, jak jsme již zmínili, jsou ekonomicky motivovány k udržení či rozšíření stávajících monopolních omezení, která s pomocí zákona vylučují potenciální konkurenty. Firmy budou plýtvat dodatečnými zdroji, aby si udržely zákonem daná privilegia a své monopolní renty. Standardní kritika monopolu se tedy ve skutečnosti *vztahuje* na monopol garantovaný zákonem a zdůvodňuje zrušení takového omezení.

## Závěry

V této kapitole jsme prezentovali pochybenost teorie monopolu na svobodném trhu. Protimonopolní politiku nelze zdůvodnit ani teoreticky, ani empiricky. Můžeme však protimonopolní regulaci zdůvodnit omezením obchodu v důsledku bariér vyplývajících ze zákona?

Uplatnění protimonopolních zákonů na případy překážek vstupu na trh, vytvořených státními a místními vládami, by mohlo vést i k jejich odstranění. Někteří kritici protimonopolního systému připouštějí jeho použití *výhradně* při odstranění právních omezení konkurence nebo spolupráce.<sup>75</sup> Tento přístup je však nutno zpřesnit. Za prvé, jediné zdůvodnitelné použití protimonopolního systému představují zákonem dané překážky vstupu do odvětví. Za druhé, možná nebezpečí zneužití protimonopolního systému – například stíhání dohody o spolupráci mezi subjekty nabídky namísto výhradně zákonných překážek obchodu a umožnění soukromých protimonopolních řízení – budou pravděpodobně tak veliká, že převýší případný mezní přínos stíhání monopolu vytvořeného zákonem. Pokud by politická volba spočívala v zachování protimonopolní regulace, nebo jejím úplném zrušení, lepší postup by stále představovalo úplné zrušení. Konečně, pokud by Kongres a soudy zabránily uplatnění protimonopolního systému na monopoly vytvořené zákonem, jakákoli protimonopolní politika by ztratila opodstatnění.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Viz Armentano, D. T.: „Towards a Rational Antitrust Policy“, Hearings before the Joint Economic Committee, 14. listopadu 1983, v *Antitrust Policy and Competition*, U.S. Government Printing Office, Washington, D.C., 1984, str. 23–33.

<sup>76</sup> Tzv. *Parkerova doktrína* (*Parker v. Brown*, 317 U.S. 341, 1943) již vyjímá z protimonopolního zákona explicitní regulaci na úrovni států. Local Government Antitrust Act z roku 1984 odebrává místním úředníkům pravomoci v protimonopolní politice. Viz *Antitrust and Trade Regulation Reporter* 47, č. 1178, 16. srpna 1984, str. 345–52.

## Dodatek

### Rothbardovská teorie monopolu

Ekonom Murray N. Rothbard (1926–1995) významně přispěl k teorii monopolu. Tyto příspěvky však jsou mainstreamovými teoretiky odvětvové organizace ignorovány. Rothbardovo pojetí monopolu a nemožnosti výskytu „konkurenčních cen“ a „monopolních cen“ (na svobodném trhu) představuje výzvu mainstreamové neoklasické pozici a liší se i od pojetí ekonomů rakouské školy.

Rothbard považuje vymezení monopolu „jako kontroly nad celou nabídkou komodity nebo zdroje“, definiční přístup obvyklý v neoklasických a rakouských kruzích, za matoucí (a dokonce absurdní). Podle této definice by nejmenší, spotřebitelem vnímaný rozdíl mezi různými jednotkami komodity nebo zdroje (například vzhledem k lokalizaci) znamenal, že každý prodejce je „monopolista.“<sup>77</sup> I v případě přijatelnosti tohoto definičního přístupu však Rothbard považuje pojem „monopolní ceny“ na svobodném trhu za nelogický. Každá přijatelná teorie monopolní ceny totiž sama závisí na nezávislém stanovení „konkurenční“ ceny, s níž by mohla být monopolní cena srovnávána. Rothbard však popírá možnost nezávislého stanovení konkurenční ceny na svobodném trhu. Svobodný trh zahrnuje *pouze* tržní ceny.<sup>78</sup>

Konkurenční ceny jsou v ortodoxní literatuře obvykle spojovány s oceňováním na základě mezních nákladů, zvláště v podmínkách dlouhodobé rovnováhy. Pro Rothbarda však takové ceny postrádají smysl a význam, protože jsou podmíněny statickou rovnováhou, která ve skutečnosti nemůže nikdy existovat, a kdyby existovala, nebyla by nutně optimální. Ve skutečné tržní situaci všichni prodávající do určité míry ovlivňují cenu a tržní informace nejsou nikdy dokonalé. Na všech reálných trzích se prodávající střetávají se skloněnou poptávkovou křivkou, nikoli

---

<sup>77</sup> Rothbard, *Man, Economy, and State*, str. 590–591.

<sup>78</sup> *Ibid.*, str. 604–605.

s dokonale elastickou poptávkovou křivkou atomistické konkurence. Veškeré tržní oceňování tedy probíhá na svobodném trhu, ať už je realizováno mnoha malými prodávajícími, či několika firmami s významným tržním podílem. Konkurenční ceny jsou stejně tak fiktivní jako středověký koncept „spravedlivé“ ceny.

Monopolní cena je obvykle vymezena jako cena dosažená při omezeném výstupu v podmínkách neelastické poptávky, která zvyšuje čistý důchod prodávajícího. Podle Rothbarda však nelze objektivně stanovit, že taková cena je monopolní, či že takové „omezení“ je protispolečenské. Víme pouze, že se *všechny* firmy snaží produkovat takové množství statků, které při jejich odhadu poptávky maximalizuje jejich čistý důchod. Snaží se stanovit cenu tak, *ceteris paribus*, že část poptávky nad touto cenou je elastická. Pokud zjistí, že mohou v následujícím prodejním období zvýšit svůj nominální důchod snížením produkováného množství, sníží je.

Rothbard považuje za nesmyslné hovořit o počáteční ceně jako o ceně „konkurenční“ a o ceně v následujícím období jako o ceně „monopolní“. Jak objektivně určit, že prvním případě skutečně jde o cenu konkurenční a nikoli „sub-konkurenční“? Je přece možné, že i atomistické firmy se mohou dopouštět chyb a produkovat příliš mnoho.<sup>79</sup> V takovém případě musí v dalším období produkci omezit a tržní cena může vzrůst, což však neznamená, že tato cena je monopolní. Iracionalita celé diskuse odráží absenci *nezávislých* kritérií, která by umožnila takové situace určit. Víme pouze, že ceny před změnou a po změně nabídky jsou tržní ceny dosažené na svobodném trhu.

Ani případné monopolní ceny však nebudou spojeny s negativními dopady na blahobyt. Rothbard považuje neelasticitu poptávky pouze za „výsledek dobrovolných poptávek“ spotřebitelů. Při dobrovolnosti směny (při vyšší ceně) nelze jednoznačně spojovat jakékoli omezení nabídky se snížením společenského blahobytu.

---

<sup>79</sup> *Ibid.*, str. 607.

Rothbard důrazně kritizuje ortodoxní analýzu užitku a blahobytu.<sup>80</sup> Reformní i ortodoxní zastánci protimonopolní regulace požadují zákaz podnikatelských dohod, jako je fixování cen, protože prý snižují spotřebitelský blahobyt a společenskou efektivnost. Pro Rothbarda však jsou náklady a užitek plynoucí ze směny osobní a subjektivní a nelze je kardinálně měřit či agregovat. Popírá možnost sčítání nákladů pro spotřebitele a přínosů pro producenty (či naopak) napříč různými trhy a jejich srovnání k určení *společenské* efektivnosti či neefektivnosti dohody mezi podnikateli. Rothbard vlastně považuje pojem společenské efektivnosti za mýtus.<sup>81</sup> Připouští existenci individuálního užitku a přebytku spotřebitele a výrobce, ale nikoli jejich matematickou manipulovatelnost pro účely soudů v duchu pravidla rozumnosti a následnou státní regulaci.

Na základě kritiky konvenční a rakouské teorie monopolu dochází Rothbard k vymezení monopolu jako zvláštního státního privilegia, které právně vyhradí „určitou oblast produkce určitému jedinci či skupině.“<sup>82</sup> Tuto definici monopolu Rothbard považuje za historicky relevantní a jednoznačnou. Historická relevance odráží původní význam pojmu v anglickém zvykovém právu a přetrvávající výskyt tohoto typu monopolu. Jednoznačnost odráží schopnost jasného rozlišení tržních cen na svobodném trhu a monopolních cen. Svobodné trhy – různě silně soupeřící či kooperující – mohou vést pouze ke vzniku tržních cen. Na druhé straně monopolní ceny vznikají při každém omezení obchodu ze strany státu pomocí zákona. Protimonopolní politika potom musí dospět k nutnosti zrušení takových privilegií, která omezují obchod i samotné ortodoxní protimonopolní politiky.

---

<sup>80</sup> Rothbard, Murray N.: *Toward a Reconstruction of Utility and Welfare Economics*, Center for Libertarian Studies, New York, 1977.

V českém překladu „O užitku a ekonomii blahobytu“ v *Ekonomie státních zásahů*, Liberální institut, 2000.

<sup>81</sup> Rothbard, Murray N.: „The Myth of Efficiency“ v Rizzo, Mario (ed.): *Time, Uncertainty, and Disequilibrium*, D.C. Heath, Boston, 1979, str. 90–95.

<sup>82</sup> Rothbard, Murray N.: *Man, Economy, and State*, str. 591.



## 4. Překážky vstupu na trh

Vstupu na svobodný trh z definice nebrání žádné právní překážky. Správnost teorie monopolu na svobodném trhu prý podporuje existence ne-právních překážek vstupu, které dle předpokladu narušují konkurenční proces a vedou firmy k chybné alokaci zdrojů. Protimonopolní politika zaměřená proti těmto překážkám má potom dle stejného předpokladu zvyšovat ekonomickou efektivnost a spotřebitelský blahobyt.

### Produktová diferenciacie

Podle protimonopolních nadšenců vedou dodatečné náklady spojené s produktovou diferenciací k omezení vstupu na trh.<sup>83</sup> Firmy budou odrazovány od vstupu například do automobilového průmyslu, protože každoroční změny stylu karosérie jsou spojeny s náklady na nové strojní vybavení. V případě homogenity produktu, zvláště homogenity v čase, by byl vstup na automobilový trh méně nákladný a působilo by na něm více soupeřících subjektů.

Diferenciacie je rovněž považována za prvek monopolní síly. Firmy, které úspěšně diferencují své produkty, mohou zvyšovat ceny nad úroveň dosažitelnou na čistě konkurenčním trhu.<sup>84</sup> I když tedy prodejci na trzích s diferencovanými produkty mohou mezi sebou intenzivně soupeřit, konkurence je stále „nedokonalá“ a alokace zdrojů stále do určité míry chybná.

---

<sup>83</sup> Bain, Joseph S.: *Barriers to New Competition*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1956 a *idem*, *Industrial Organization*, John Wiley and Sons, New York, 1968.

<sup>84</sup> Viz například diskuse v knize Arred, Phillip: *Antitrust Analysis: Problems, Text, Cases*, 2. vydání, Little, Brown, Boston, 1974, str. 17–23.

Tyto argumenty jsou však nepřesvědčivé. Problém vstupu na trh a problematika soutěže se zavedenými firmami odrazí přítomnost projevených spotřebitelských preferencí. Při úspěšné diferenciaci produktů spotřebitelé vyjadřují svou ochotu pokrýt náklady s ní spojené. Pokud kupující podporují každoroční změny stylu karosérie a trestají firmy, které je neprovádějí, podílejí se svými preferencemi na omezení konkurenčního vstupu do automobilového průmyslu.

Taková situace může sice působit nepříznivě na určité potenciální výrobce, nikoli však na spotřebitelský blahobyt či efektivní alokaci zdrojů. Měřítkem efektivnosti daného způsobu využití zdrojů je hodnocení spotřebitelů, nikoli ekonomů. Využití zdrojů na každoroční změny karosérie vychází z preferencí spotřebitelů. Potenciální či stávající konkurenti se mohou vždy pokusit přesvědčit spotřebitele, aby podporovali menší či dokonce nulovou produktovou diferenciaci – při nižší ceně. Případně se potenciální konkurenti mohou před vstupem na trh pokusit o nalezení levnějších produkčních a marketingových postupů, s nimiž mohou konkurovat zavedeným firmám. Bez takových změn preferencí či postupů však jsou potenciální konkurenti skutečně „omezení“ výkonností soupeřů a projevenými preferencemi spotřebitelů. Tato omezení však nepředstavují překážky vstupu zdůvodňující protimonopolní zásah.

Při vzácnosti zdrojů a alternativnosti jejich využití je podle kritiků protimonopolní politiky zcela správné, že efektivnost a projevené preference omezují vstup a vylučují potenciální konkurenty. Ekonomický problém spočívá v zajištění takového využití zdrojů, které spotřebitelé hodnotí nejvýše, což je přesně společenská funkce konkurenčního tržního procesu. Efektivnost a spotřebitelská volba konkurenci neomezují.

K častému a zásadnímu pomýlení dochází v ekonomii protimonopolní politiky ve spojitosti s významem pojmu „konkurence“. Ve významu čistě konkurenční rovnováhy může konkurenci nepříznivě omezit produktová diferenciaci a efektivnost producentů. Čistá konkurence však nepředstavuje vhodné měřítko blahobytu: jde o podmínku statické rovnováhy bez konkurenčního procesu. Předpokládá homogenní produkty a preference,

existenci nabízejících, kteří již používají nejlepší technologie, a absenci chyb či překvapení. V takovém světě jsou zdroje alokovány efektivně, ale pouze díky *předpokladu* existence podmínek rovnováhy.

Skutečný konkurenční proces zahrnuje proces objevování a přizpůsobení, nejde o statický stav.<sup>85</sup> Ekonomický problém nespočívá v efektivní alokaci zdrojů ve známém a neměnném světě, ale v nalezení způsobu alokace a realokace zdrojů ve světě nejistém a proměnlivém. Konkurence zahrnuje podnikatelský proces objevování skutečných preferencí spotřebitelů a firem, které je dokáží uspokojit svými produkty. Konkurenční proces není omezován neúspěchem specifických produktů či firem nebo tím, že by efektivnost nebo preference bránily potenciálním soupeřům v soutěži. Ti, kdo říkají, že zachovávají konkurenci udržováním určitých konkurentů či dotováním nových firem při vstupu na trhy, ve skutečnosti nechápu podstatu konkurenčního tržního procesu.

Někteří kritici diferenciaci považují část produktové diferenciaci za v podstatě zanedbatelnou, bez přínosu ke skutečnému zlepšení.<sup>86</sup> Jak jinak však lze odlišit skutečná zlepšení od kosmetických změn, než prostřednictvím projevených preferencí spotřebitelů? Kritici mají právo na svůj názor, ale konečné slovo při posuzování hodnoty diferenciaci přísluší spotřebitelům na svobodném trhu. Pokud spotřebitelé považují „zlepšení“ za zanedbatelné, nebudou ochotni za ně zaplatit vyšší cenu. Na druhé straně, ochota spotřebitelů zaplatit výrazně více za danou diferenciaci prokazuje její *nezanedbatelnost* a efektivnost alokace zdrojů použitých na její vytvoření.

---

<sup>85</sup> Kirzner, Israel: *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago, 1973.

Viz v českém jazyce Kirzner, Israel: *Jak fungují trhy*, Liberální institut, 1998 – pozn. překl.

<sup>86</sup> Viz například diskuse v knize Byrns, Ralph T. a Stone, Gerald W.: *Economics*, upravené vydání, Scott, Foresman, Glenview, Ill., 1984, str. 607. Viz rovněž Mueller, Willard F.: „The Anti-Antitrust Movement“, v Craven, John V. (ed.): *Industrial Organization, Antitrust, and Public Policy*, Kluwer-Nijhoff, Boston, 1983, str. 30–31.

Firmy se samozřejmě mohou dopouštět chyb a nesprávně odhadnout spotřebitelské preference. Mohou podcenit či přecenit hodnotu, kterou spotřebitelé přisuzují diferenciaci či inovaci. Mohou dnes vydávat zdroje, které se jim v budoucnu nevrátí. V takových situacích jsou zdroje v určitém smyslu vydány zbytečně.

Takové použití pojmu „zbytečný“ však musíme zasadit do kontextu ekonomického problému, který má být řešen v tržní ekonomice. Část problému spočívá v tom, že se firmy snaží koordinovat svá nabídková rozhodnutí s preferencemi spotřebitelů předtím, než spotřebitelé ve skutečnosti odhalí své preference na trhu. Firmy musí správně předvídat projevené preference spotřebitelů a konkurentů a tento anticipační proces provází riziko a nejistota. Problém koordinace plánů přitom zahrnuje nejen cenovou koordinaci, na kterou se soustřeďuje většina základních ekonomických textů, ale také produktovou koordinaci: produkt musí přesně odpovídat preferencím spotřebitelů. Koordinace ceny i produktu tedy probíhá předtím, než je trh z hlediska spotřebitele efektivní.

Mnoho diskusí konkurence trivializuje tento koordinační problém předpokladem, že dokonalé informace o spotřebitelských chutích a cenách již existují, či že trh již vybral nějaký standardizovaný produkt k prodeji. Tento předpoklad je však nerealistický. Ve skutečných tržních situacích objevují firmy ceny produktů a preference teprve působením samotného tržního procesu. I přes silnou ekonomickou motivaci firem ke správnému předvídaní spotřebitelských preferencí a plánů konkurentů, alokaci zdrojů – při zásadní nejistotě – nevyhnutelně provázejí chyby. Při dosahování dokonalé rovnováhy či koordinace nelze očekávat dokonale fungující trhy. Lze pouze rozumně očekávat, že svobodný tržní proces bude směřovat k efektivnímu řešení soustavným vytvářením informací a pobídek k realokaci zdrojů od méně hodnotných k hodnotnějším užitím, která určují spotřebitelé.

Neslavně proslulé řízení Federální obchodní komise (FOK) proti největším výrobcům cereálií dobře ilustruje pomýlenost protimonopolní politiky ve vztahu k produktové diferenciaci, spotřebitelským preferencím a překážkám vstupu.

V roce 1972 zahájila FOK proces proti firmám Kellog, General Foods, General Mills a Quaker Oats, protože jejich 90procentní tržní podíl považovala za monopolizaci odvětví.<sup>87</sup> Vůdčí firmy soutěžily nabídkou nových značek cereálií a obměnami značek starých. Málokdy se uchýlovaly k přímé cenové konkurenci. Podle FOK se tržní pozice firem zakládala přímo na tomto „plýtvavém“ rozšiřování značek, které vedlo k závažnému omezení vstupu nových firem a konkurence. Náklady a rizika spojená s vývojem, výrobou a marketingem nové značky cereálií působily na nové firmy prohibitivně. Nedostatek cenové konkurence navíc umožňoval vůdčím firmám dosahování dlouhodobých „nadměrných“ zisků. Řešení podle FOK spočívalo v rozbití vůdčích firem a v poskytnutí licencí na jejich populární obchodní značky potenciálním soupeřům.

Závěr FOK, že vysoké riziko neúspěchu při produkci nových značek cereálií omezovalo vstup na trh, je nepochybně pravdivý. Stejně jako tendence určitých úspor z velikosti, zvláště v reklamě, k omezení počtu nových konkurentů. Není však pravda, že kterákoli z těchto skutečností mohla poškodit spotřebitele, či že byl ohrožen konkurenční proces, či že tato omezení mohla ospravedlnit protimonopolní zásah, jenž by měl situaci pomoci.

Efektivnost při využívání zdrojů, včetně efektivnosti při produkci specifických typů výrobků, může vždy omezit počet konkurentů. Jak jsme již uvedli, vlastní účel konkurenčního tržního procesu spočívá v objevení výrobků, které spotřebitelé preferují, ať už z jakéhokoli důvodu, a posléze v produkci a prodeji těchto výrobků spotřebitelům. Skutečnost, že vůdčí firmy s dlouhodobými zkušenostmi a úsporami z rozsahu mohou splnit tento úkol efektivněji než malé či novější organizace, je z hlediska spotřebitele irelevantní: spotřebitelský blahobyt není narušen a zdroje nejsou alokovány chybně.

Uvedené problémy lze chápat i jiným způsobem. Pokud větší firmy u spotřebitelů s rozšířenou značkou cereálií neuspějí, ztratí

---

<sup>87</sup> *In the Matter of Kellogg Company, General Mills, Inc., General Foods Corporation, the Quaker Oats Company*, FTC Docket No. 8883, žaloba podaná 26. dubna 1972.

tržní podíl a vůdčí pozici v odvětví ve prospěch jiných firem. Pokud jsou produkční náklady větších firem vyšší – nikoli nižší – než náklady potenciálních konkurentů, mohou opět ztratit tržní podíl a vůdčí pozici ve prospěch menších, efektivnějších firem. Stručně řečeno, pokud by větší firmy cereálií neprodukovaly své výrobky efektivně a úspěšně, neudržely by si po celá desetiletí vůdčí pozici.

Úspěšné zavedení mnoha nových značek cereálií v nejistém tržním prostředí přímo dokazovalo soustavnou efektivnost vůdčích firem při využívání zdrojů, nikoli monopolní sílu vedoucí k chybné alokaci ekonomických zdrojů. Spotřebitelé nebyli nuceni k nákupu nových značek cereálií, byli pouze pozváni k jejich vyzkoušení. Spotřebitelé neplatili přehnané ceny za diferencované produkty. Ochotně platili vyšší cenu za nové značky, které vnímali jako hodnotnější než značky staré. Soupeřící výrobci či potenciální konkurenti, přesvědčení o iracionalitě takového chování spotřebitelů, mohli vždy svobodně vyzkoušet svou teorii efektivního marketingu cereálií. Spotřebitelské preference méně diferencovaných značek cereálií za nižší ceny by otevřely novějším či menším firmám cestu ke snadné soutěži.

Úspěšný pokus FOK o vyloučení společnosti Quaker Oats z původní protimonopolní žaloby v tomto případě vlastně podkopával celou její teorii překážek vstupu. Firma Quaker Oats dosáhla totiž přesně toho, co komise považovala za téměř nemožné: vyvinula významné nové produkty a značky a zvýšila svůj tržní podíl v odvětví, jemuž dominovaly větší firmy. Firma Quaker Oats vyvinula řadu tzv. přírodních cereálií, přesvědčila spotřebitele, aby je kupovali, a tak protrhla těsné sevření vůdčích firem na trhu. Navzdory této epizodě komise nadále v případě pokračovala, až v roce 1981 prohrála správní soud a v roce 1982 řízení před FOK.

## Reklama

Velmi často zaznívá také kritika reklamy, překážky vstupu, která omezuje konkurenci a způsobuje chybnou alokaci zdrojů. V dokonale konkurenčním modelu akademického ekonomů se

reklama nevyskytuje, protože produkty jsou podle předpokladu homogenní a tržní informace o produktech a cenách dokonalé. Výskyt reklamy na výrobky v reálném světě diferencovaných produktů a neznalosti však vyžaduje vysvětlení. Podle některých ekonomů umožňuje prý reklama firmám diferencovat produkty a poté za ně požadovat vyšší ceny. Velké výdaje na reklamu mají pomáhat velkým firmám udržet tržní podíl na úkor menších rivalů a firem nově vstupujících na trh. Podle jiných umožňuje reklama při absenci dokonalých informací efektivnější koordinování plánů mezi nabízejícími a spotřebiteli, protože snižuje informační a vyhledávací náklady. První skupina ekonomů vnímá reklamu jako prvek monopolní síly, příčinu společenské neefektivnosti.<sup>88</sup> Druhá skupina jako prvek konkurenčního procesu, který umožňuje pochopení způsobu efektivní alokace zdrojů v nejistém světě.<sup>89</sup>

Problém produktové diferenciacce jako překážky vstupu jsme již diskutovali. Lze nicméně ještě upozornit na naprostou arbitrárnost pojetí reklamy jako zbytečných prodejních výdajů – oproti jiným, odůvodněným produkčním výdajům. *Všechny* podnikové náklady jsou prodejní výdaje, protože všechny zdroje jsou vynakládány za účelem ziskového prodeje výrobků spotřebitelům. Výdaje na reklamu se v tomto smyslu nijak neliší od výdajů vynaložených na kontrolu kvality, strojní zařízení, pojištění proti požáru či od jakýchkoli jiných výdajů na zajištění potenciálně ziskové aktivity. Zbytečnost reklamy (stejně jako pojištění proti požáru) v dokonalé konkurenci s dokonalými informacemi je

---

<sup>88</sup> Robinsonová, Joan: *The Economics of Imperfect Competition*, 2. vydání, St. Martin's Press, New York, 1961. Viz rovněž diskuse v knize Greer, Douglas F.: *Industrial Organization and Public Policy*, Macmillan, New York, 1980, str. 44–84.

<sup>89</sup> Nelson, Philip: „Advertising as Information“, *Journal of Political Economy* 82, červenec/srpen 1974, str. 729–54; Brozen, Yale: „Entry Barriers: Advertising and Product Differentiation“, v Goldschmid Harvey, Mann, Michael H. a Weston, Fred J. (ed.): *Industrial Concentration: The New Learning*, Boston, 1974, str. 115–37.

Viz také Kirzner, Israel: *Jak fungují trhy*, Liberální institut, 1998. str. 63–67 – pozn. překl.

zcela nepodstatná pro problémy řešené v dynamické a nejisté tržní ekonomice.

Některé podniky nicméně naplňují funkce reklamy efektivněji než jejich konkurenti. Některé podniky dokonce dosahují díky účinné reklamě významných úspor z rozsahu a vyšších zisků. Tato efektivnost může pro méně efektivní firmy působit jako překážka, která však opět není spojena s chybnou alokací zdrojů. K jedinému zjevnému plýtvání zde dochází u firem, jejichž reklama je méně účinná.

Mohou úspěšné firmy dosáhnout dlouhodobých monopolních výnosů ze svých investic do reklamy? Některé starší empirické výzkumy objevily zdánlivě pozitivní vztah mezi výdaji na reklamu a ziskovostí firmy, který vedl k závěru, že reklama může vytvářet nadměrné výnosy.<sup>90</sup> Pozdější studie, které pojímaly výdaje na reklamu jako investice spíše než jako běžné podnikové výdaje, však nepotvrdily negativní souvislost se ziskem z reklamou.<sup>91</sup>

Samotný výskyt takové statistické souvislosti by však stejně nedokazoval nic závadného. Konkurenční podnikatelský svět nemusí zapadat do ekonomova pojetí podmínky dlouhodobé rovnováhy, kde jsou všechny tržní anomálie eliminovány a všechny firmy dosahují stejného výnosu. Na otevřeném trhu mohou samozřejmě působit silné tendence k dosažení rovnováhy a naše chápání efektivního konkurenčního procesu do značné míry vychází z pojmu rovnovážnosti a koordinace. Dlouhodobé podnikatelské rovnováhy jsou však nedosažitelné a nemohou proto sloužit jako relevantní měřítko hodnocení tržní výkonnosti konkurenčních firem.

---

<sup>90</sup> Viz například Comanor, William S. a Wilson, Thomas A.: „Advertising, Market Structure, and Performance“, *Review of Economics and Statistics* 49, listopad 1967, str. 423–40.

<sup>91</sup> Ayanian, Robert: „Advertising and Rate of Return“, *Journal of Law and Economics* 18, říjen 1975, str. 479–506; Bloch, Harry: „Advertising and Profitability: A Reappraisal“, *Journal of Political Economy* 82, duben 1974, str. 267–86.



## Efektivnost a inovace

Úspory a efektivnost dosahované některými firmami mohou zpozdit vstup a přímé tržní soupeření, či jim dokonce zabránit. Firmy, které dosahují úspor z rozsahu či využívají levné technologie, nebo firmy, které soustavně úspěšně inovují, mohou ztěžovat tržní soupeření nebo jej v extrémním případě znemožnit. Přijmeme-li tvrzení, že větší počet konkurentů je vždy lepší než menší, mohou být úspory z rozsahu a úspěšné inovace obviněny z „omezování“ konkurence.

Nesprávnost takové analýzy je však zcela zřejmá. Vylučování firem z trhu založené na efektivnosti je správné, protože právě spotřebitelé s konečnou platností rozhodují o podpoře efektivních firem a potrestání firem méně efektivních. Tržní proces spočívá v objevování efektivní služby, efektivního produktu, efektivní podnikové organizace. Konkurence – soupeření i spolupráce – nijak nesouvisí s nějakým arbitrárně stanoveným počtem firem. Spotřebitelé mohou mít na trhu více konkurentů, když projeví ochotu platit vyšší ceny pokrývající náklady méně efektivních nových firem. Pokud spotřebitelé nepodpoří dodatečné konkurenty, samozřejmě nezpůsobí neefektivnost či pokles svého blahobytu. Ke své ochraně spotřebitelé nepotřebují protimonopolní regulaci.

Společnost Aluminium Company of America (Alcoa) představuje v období do roku 1937 klasický případ dominantní firmy, která si udržela tržní podíl především díky inovacím a efektivnosti, které působily jako překážky vstupu do odvětví. V protimonopolním řízení rozhodl v roce 1939 soud nižší instance ve prospěch této společnosti.<sup>92</sup> Dle vyjádření soudce Caffeyho Alcoa nemonopolizovala (oproti výkladu v mnoha učebnicích) produkci bauxitu, kysličníku hlinitého, hliníkových odlitků, drátů ani dalších hliníkových produktů. Nemonopolizovala protiprávně produkci hliníkového ingotu. Nestanovovala nadměrně vysoké ceny, ani nedosahovala nadměrných zisků. Ceny hliníkového ingotu –

---

<sup>92</sup> Rozhodnutí soudu: *United States v. Aluminium Company of America*, 44 F. Supp. 97 (1939). Rozhodnutí odvolacího soudu: *United States v. Aluminium Company of America*, 148 F. 2. 416 (1945).

hlavního produktu společnosti – klesly ze zhruba 5 dolarů za libru v roce 1887, kdy pod názvem Pittsburgh Reduction Company společnost Alcoa vznikla, na 22 centů za libru v roce 1937, kdy byla obviněna z monopolizace. V tomto období dosahovaly zisky v průměru 10 procent z celkových investic. Alcoa se neúčastnila žádného protiprávního vylučování potenciálních konkurentů. Jediný tzv. preventivní nákup krachující francouzské firmy v roce 1915 schválilo Ministerstvo spravedlnosti. Na základě těchto zjištění soudce Caffey zamítl celou protimonopolní žalobu proti společnosti Alcoa.

Alcoa si udržela monopol na domácí produkci ryzího hliníkového ingotu 50 let, i když patenty na elektrolýzu pro produkci hliníku vypršely v roce 1906. Vstup do primární produkce hliníku byl obtížný, dokonce i pro Henryho Forda, protože Alcoa dosahovala velkých úspor z rozsahu produkce a technologických výhod ve výzkumu a vývoji. Alcoa přenášela tyto ekonomické výhody na kupující ve formě konkurenčních cen ingotu a bránila vstupu nových firem tím, že se chovala jako by skutečně existovali konkurenti usilující o odlákání zákazníků a získání dominantního podílu společnosti. Pouze díky takové výrazné ekonomické výkonnosti si Alcoa skutečně udržela „monopolní“ tržní podíl v produkci ryzího ingotu.

Soud nižší instance vyjádřil významné odlišení „monopolní“ pozice a „monopolizace“ při omezení obchodu. Pro soudce Caffeyho byla monopolní pozice – při absenci nevhodných vylučovacích praktik – rozumná a nepředstavovala porušení Shermanova zákona, který nepostihoval monopoly *per se*. Zákon nezamýšlel postih podniku, který dosáhl dominantní tržní pozice díky své vyšší efektivnosti.

Odvolací soud, který v roce 1945 zvrátil rozhodnutí soudce Caffeyho, připustil efektivnost společnosti Alcoa. Soudce Hand však v rozporu se zásadou rozumnosti dospěl k závěru, že „schopnosti, energie a iniciativa“ společnosti vyloučily konkurenci a že efektivnost není právní omluvou pro monopolizaci. Podle vyjádření soudce Handa:

*[Alcoa] nemusela vždy nevyhnutelně předpokládat zvýšení poptávky po ingotu a připravovat se na její uspokojení. Nic ji nenutilo zdvojnásobovat a zečtyřnásobovat kapacitu předtím, než ostatní vstoupili do hry. [Alcoa] tvrdí, že nikdy nevyklučovala konkurenty. Ale my si nedokážeme představit účinnější vyloučení než soustavné využívání každé nově naskytnuté příležitosti a konfrontování každého nově vstupujícího s novou kapacitou, již rozvinutou ve velkou organizaci, s výhodou zkušeností, obchodních kontaktů a elitního personálu.*<sup>93</sup>

Konkurenční přednosti tak vlastně zpečetily výsledek protimonopolního řízení v neprospěch společnosti. Při její nižší efektivnosti by konkurence pravděpodobně byla silnější, tj. s větším počtem konkurentů, a nedošlo by k porušení zákona. Taková je zvrácená ekonomická logika protimonopolní politiky v případě společnosti Alcoa.

Konkurenti však ve skutečnosti existovali, třebaže je odvolací soud v roce 1945 odmítal uznat. Stovky konkurenčních firem prodávaly tzv. „sekundární hliník“ či odpadový hliníkový ingot, téměř dokonalý – a tudíž konkurenční – substitut primárního ingotu společnosti Alcoa. Při zahrnutí prodeje sekundárního ingotu klesne její podíl na relevantním trhu z 90 procent (zbývajících 10 procent připadalo na dovozy hliníku) na 66 procent a s dalšími přízpusobenými na 33 procent. Alcoa tedy nemonopolizovala žádný rozumně vymezený relevantní trh.

## Kapitál

Finanční kapitál se někdy považuje za překážku konkurenčního vstupu a cestu vůdčích firem k monopolizaci. Někteří potenciální producenti musí dle tohoto pojetí platit za kapitál vyšší cenu proti již zavedeným firmám.

Zaplacení ceny vzácných zdrojů podmiňuje jejich alokaci (nebo realokaci) výše hodnoceným užitím. Finanční kapitál, jako všechny ostatní zdroje, nemůže být k dispozici zdarma všem

---

<sup>93</sup> *United States v. Aluminium Company of America*, 148 F. 2., str. 430–31.

zájemcům o jeho využití, ale pouze těm, kdo nesou související náklady.

Explicitní náklady kapitálu jsou určovány na konkurenčních kapitálových trzích a zájemci o jeho získání musí zaplatit svobodně určené tržní ceny. Některé firmy jsou schopny získat kapitál za nižší ceny, protože vykazují nižší rizika při jeho užití. Firma s více než padesátiletou působností, s trvale ziskovými výnosy z investic, bude pravděpodobně získávat kapitál s nižšími náklady než nová firma, která má s využíváním kapitálu malé zkušenosti.

Kapitálové náklady tak mohou představovat překážku vstupu. Efektivnější uživatelé kapitálu budou, *ceteris paribus*, vylučovat méně efektivní uživatele z trhu. Efektivnost jako překážka však stěží škodí blahobytu spotřebitele. Taková překážka a jí způsobený vylučovací proces dokonce nutně podmiňují tok kapitálu těm firmám, které jej pravděpodobně se ziskem využijí pro služby spotřebitelům. Tisíce nových firem, které získávají kapitál a nakonec uspějí a expandují, dokazují překonatelnost této tzv. překážky konkurence a ostatních neprávních překážek prostřednictvím vynikající ekonomické výkonnosti. A právě taková cesta je z hlediska blahobytu spotřebitele žádoucí. Vládní politiku by v tomto případě zdůvodňovalo jedině odstranění všech právních překážek omezujících přístup kupujícího nebo prodávajícího na dluhové či kapitálové trhy.

## Predátorské praktiky

Při „predátorském“ snižování cen mohou přý vůdčí firmy svou cenovou politikou negativně ovlivnit konkurenci či potenciální konkurenci. Například dočasným stanovením cen pod úroveň nákladů se mohou snažit o odstranění konkurentů či odrazení potenciálního vstupu na trhy. Při „necenových predátorských praktikách“ mohou vůdčí firmy prostřednictvím necenové konkurenční proměnné – například produktové inovace nebo reklamy – zvýšit konkurentovy náklady nebo snížit poptávku po jeho výrobku či službě. V hodinářském průmyslu například některé vůdčí firmy náhle zavedou revoluční nové hodinky, které oslabí

poptávku po hodinkách menších konkurentů. Tato inovace prý může významně snížit konkurenci a poškodit blahobyt spotřebitele.

Přes protispolečenský zvuk slova „predátorství“ se pokusy o využití protimonopolní politiky k omezení takového soupeření potýkají se závažnými problémy. V prvé řadě není jasné, jak regulátoři a soudci dokáží odlišit skutečně predátorské praktiky a běžné snižování cen a vylučování firem z trhu, k nimž dochází v průběhu každého konkurenčního tržního procesu. Jsou ceny pod úrovní nákladů vždy predátorské? Na jakých nákladech je takové hodnocení založeno? Jaká je relevance historických účetních nákladů? Ani rozsáhlé diskuse těchto otázek (podle některých až příliš rozsáhlé) v odborných časopisech nepřinesly jasné odpovědi.<sup>94</sup>

I při případné shodě ekonomů na významu predátorského způsobu stanovování cen nejsou zřejmé důvody pro jeho právní omezování. Koneckonců predátorské praktiky nemohou uspět bez přímé podpory spotřebitelů a kupujících. Pokud například potenciální kupující ignorují snižování cen, nelze je zřejmě označit za predátorské. Na druhé straně, pokud kupující změní své preference a podporují firmu, která snižuje ceny, jsou to oni, nikoli firma, kdo vyvíjí tlak na firmy s vysokými cenami a nakonec některé z nich odstraní z trhu. Spotřebitelé-kupující mohou vždy odstranit určité konkurenty změnou svých nákupních preferencí a upřednostněním jednoho produktu před jiným. Stežít lze zdůvodnit zásah protimonopolní politiky do tohoto ozdravného procesu.

Zastánci protimonopolní politiky mohou argumentovat tím, že rozhodnutí kupujících odměnit firmu, která snižuje ceny, nesle-

---

<sup>94</sup> Viz například Areeda, Phillip a Tumer, Donald: „Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act“, *Harvard Law Review* 88, únor 1975, str. 697–733; Williamson, Oliver E.: „Predatory Practices: A Strategic and Welfare Analysis“, *Yale Law Journal* 87, prosinec 1977, str. 284–340. Rovněž viz Armentano, D. T.: „Antitrust Reform: Predatory Practices and the Competitive Process“, *Review of Austrian Economics* 3, 1989, str. 61–74.

duje jejich dlouhodobý zájem. Nikdo však nemůže znát dlouhodobé zájmy kupujících. Navíc nelze předpokládat nadřazenost tzv. dlouhodobých zájmů nad krátkodobými. Kupující se sami rozhodují o svých časových preferencích a o tom, zda výhody krátkodobých snížení cen převyšují možné nevýhody plynoucí z menšího počtu nabízejících v budoucnu. Spotřebitelské volby jsou v obou případech racionální a ke snížení blahobytu dojde pouze tehdy, když státní protimonopolní politika zabraňuje spotřebitelům ve stanovení jimi upřednostňované struktury tržní nabídky.

Stejný argument se vztahuje na necenové predátorské praktiky, související problémy jsou zcela stejné. Pokud vůdčí firma zavádí produktovou inovaci, je na spotřebitelích, aby rozhodli, zda inovace sníží počet konkurentů. Pokud spotřebitelé nadšeně podporují inovaci na úkor konkurenčních produktů, budou někteří konkurenti skutečně odstraněni. Pokud na druhé straně inovaci nepodporují, nemůže ohrozit konkurenci a nemůže být predátorská. Ani v jednom scénáři neexistuje legitimní důvod, aby preference pro regulaci převážily projevené preference kupujících ve vztahu k rychlosti a charakteru technologické změny. Stěží si lze představit protimonopolní zásah tak potenciálně nebezpečný či škodlivý pro budoucí blahobyt spotřebitele, jako je regulace inovací.<sup>95</sup>

Podle některých ekonomů, zvláště Johna McGeea, nejsou predátorské praktiky obvykle racionální či efektivní způsoby získání či udržení tržního podílu.<sup>96</sup> Firmy, které se uchylují k predátorskému oceňování, například mohou při financování predátorské války ztratit značnou část příjmů a zisku. Pokud je firma velká a válka dlouhá, náklady a rizika jistě významně odrazují od účasti na této válce. Odstranění cílových konkurentů z trhu může být obtížné. Aktiva odstraněných firem mohou navíc získat

---

<sup>95</sup> K diskusi protimonopolního útoku na inovace viz Bock, Betty: *The Innovator as an Antitrust Target*, Conference Board Information Bulletin č. 174, 1980.

<sup>96</sup> McGee, John S.: „Predatory Price Cutting: The Standard Oil (N.J.) Case“, *Journal of Law and Economics* 1, říjen 1958, str. 137–69.

nové firmy, které vstoupí do soutěže ihned po zrušení predátor-  
ské ceny. Cenové predátorství tedy, stručně řečeno, provázejí  
značná finanční rizika, která mohou významně odrazovat od to-  
hoto postupu, zvláště v odvětvích bez právních překážek vstupu  
na trh.

Historie podnikání nabízí jen velmi málo jednoznačných pří-  
padů, kdy se vůdčí firmy pokoušely zajistit či udržet téměř  
monopolní pozici prostřednictvím rozsáhlých predátorských  
praktik.<sup>97</sup> Dokonce i domněle klasické případy predátorských  
praktik v petrolejářském a tabákovém průmyslu v 19. století,  
zahrnující společnosti Standard Oil a American Tobacco, jsou  
buď nadnesené nebo nezdůvodněné. Společnost Standard Oil, jak  
jsme již uvedli, si zajistila svou tržní pozici v petrolejářském  
průmyslu především vnitřní efektivností a fúzemí, nikoli syste-  
matickými predátorskými praktikami. Společnost American To-  
bacco sice příležitostně používala silnou cenovou konkurenci  
k získání tržního podílu – zde lze vzpomenout velkou „šňupací  
válku“, ale všeobecná predátorská politika by v tabákovém  
průmyslu, s tisíci nabízejícími a nulovými překážkami vstupu,  
nebyla rozumná.<sup>98</sup> Případné cenové války potom přinášely znač-  
ný užitek spotřebitelům, kteří po celá léta nakupovali výrazně  
vyšší množství tabákových produktů za velmi nízké ceny. Proč by  
tedy protimonopolní regulace měla omezovat takové příležitostné  
praktiky, které očividně přinášejí spotřebitelům užitek?

## Závěry

Tato diskuse se snažila ukázat, že výskyt ne-právních překá-  
žek vstupu nemůže racionálně podpořit teorii monopolu na svo-  
bodném trhu či zdůvodnit protimonopolní zásahy. Firmy mohou  
dosáhnout řady podnikatelských výhod – podnikatelských zkuše-  
ností, úspor z rozsahu, efektivnosti reklamy, úspěšné produktové

---

<sup>97</sup> Koller, Ronald H.: „The Myth of Predatory Pricing. An Empirical Study“, *Antitrust Law and Economics Review* 4, č. 4, léto 1971, str. 105–23.

<sup>98</sup> Armentano, D. T.: *Antitrust and Monopoly: Anatomy of a Policy Failure*, 2. vydání, Independent Institute, Oakland, Kalifornie, 1990, str. 85–95.

inovace a mnoha dalších, které skutečně mohou zabránit vstupu potenciálních nabízejících. Taková omezení a vylučování však nejsou neefektivní, nepoškozují spotřebitele a především nesnižují konkurenci na trhu.



## 5. Cenová diskriminace a vertikální dohody

Protimonopolní zákony dosud zakazují cenovou diskriminaci a vertikální podnikové dohody (fúze, stanovení maloobchodních cen), které mohou podstatně snižovat konkurenci. Cenovou diskriminaci postihuje část 2 Claytonova zákona (1914) doplněného Robinsonovým-Patmanovým zákonem (1936), fúze část 7 Claytonova zákona, vázané dohody a další omezující dohody část 3 Claytonova zákona nebo část 5 Zákona o Federální obchodní komisi (1914).

### Cenová diskriminace

Při cenové diskriminaci je homogenní produkt – zboží srovnatelného stupně a kvality – prodáván různým kupujícím za různé ceny. Například firma cenově diskriminuje, pokud homogenní sůl prodává různým kupujícím za různé ceny. Za cenovou diskriminaci se považuje už samotná cenová odlišnost, která je nezákonná (s výjimkou některých níže uvedených podmínek), pokud může významně omezit konkurenci nebo vést k vytvoření monopolu.

V protimonopolní praxi formulace „může významně snížit konkurenci“ označuje jednání, které nepříznivě či pravděpodobně nepříznivě dopadá na ostatní firmy na trhu. Takové jednání je právně postižitelné. Cenová diskriminace v příkladu prodeje soli může nepříznivě ovlivnit konkurenčního výrobce, kterému klesají tržby a tím i zisky, či může poškodit velkoodběratele, který platí vyšší ceny a soutěží s velkoodběrateli, kteří platí nižší ceny. Jednání prodejce může být v obou případech nezákonné, stejně jako velkoodběratelem vědomě akceptovaná nezákonná cenová diskriminace.

Právní zákaz cenové diskriminace považuje každý nepříznivý dopad na soupeřící firmy za snížení konkurence, postižitelné zákonem. Takové pojetí konkurence však dokládá pomýlenost

ekonomie protimonopolní politiky. Snížení cen i pohyb zdrojů od prodejců s vysokými náklady k prodejcům s nízkými náklady nedílně provázejí konkurenční proces. Pokud spotřebitelé nakupují u prodejců s nízkými náklady, prodejci s vysokými náklady zcela oprávněně přicházejí o tržby. Zasahování do tohoto procesu a trestání firem s nižšími cenami – a pouze nižší ceny ohrožují konkurenty – chrání stávající tržní struktury nabízejících.

Pro mnohé je taková kritika příliš ostrá. Prodejci obvinění z cenové diskriminace se přece mohou pokusit v obhajobě prokázat jednání v dobré víře, tedy snahu obstát v konkurenci (například vůči soupeřícímu prodejci), nebo cenovou diskriminaci plně zdůvodnit specifickými úsporami nákladů. V praxi však tyto tzv. pozitivní obhajoby nebyly příliš úspěšné. Zřejmě není zcela jasné, kdy je snížení ceny vedeno dobrou vírou. Agresivní konkurenti se často snaží přebít ceny, nikoli obstát vůči cenám konkurentů. Obhajoba založená na úsporách nákladů je zcela iluzorní, protože vyžaduje v podstatě nedosažitelnou technickou přesnost v nákladovém účetnictví, zvláště v účetnictví režijních nákladů. Se zdůvodněním specifických cenových snížení u specifických produktů jsou soudy nebo FOK zřídka spokojeny.<sup>99</sup> Většina firem obviněných z cenové diskriminace – tedy z cenové konkurence – se nedokázala úspěšně obhájit. Prohrály či vzdaly své případy a poté *zvyšily* ceny, aby vyhověly zákonu.

V současné době se o zaměření či dopadu zákona o cenové diskriminaci odborně téměř nediskutuje. Tento zákon přitom jednoznačně směřuje ke snížení cenové konkurence a k ochraně podniků s vysokými náklady a vysokými cenami před realokací zdrojů. Robinsonův-Patmanův zákon patří podobně jako zákony o minimální mzdě, dotace zemědělských cen a ustanovení Zákona o národní obnově v období velké hospodářské krize k represivní legislativě zaměřené na oslabení tvrdosti trhu prostřednictvím snížení cenové konkurence.<sup>100</sup> Zdůvodnění takového zákona z 30.

---

<sup>99</sup> Taggard, Herbert F.: *Cost Justification*, School of Business Administration, University of Michigan, Ann Arbor, 1959.

<sup>100</sup> Robinsonův-Patmanův zákon (1936) byl navržen Americkou asociací velkoobchodníků s potravinami. Viz Caves, Richard: *American Industry*:

let již očividně ztratilo význam, pokud jej vůbec kdy mělo. Jediný jeho současný důsledek spočívá v blokování konkurenčního tržního procesu.

Případ kondenzovaného mléka firmy Borden ilustruje iracionalitu spojenou se snahou o uplatnění zákona proti cenové diskriminaci. V roce 1958 obvinila FOK společnost Borden z prodeje kondenzovaného mléka srovnatelného typu a kvality různým kupujícím za různé ceny. Firma prodávala odběratelům s vlastní značkou mléko za nižší cenu, mléko pod svou vlastní značkou („Elsie“) prodávala za cenu vyšší. Cenová odlišnost a chemická totožnost prodáváného mléka vedla k obvinění společnosti z nezákonné cenové diskriminace.<sup>101</sup>

Produkováno mléko sice mohlo být stejné, ale jeho vnímání spotřebitelem v maloobchodě očividně *nikoli*. Spotřebitelé ochotně platili více za značku kondenzovaného mléka firmy Borden než za mléko balené stejnou firmou, ale prodávané pod různými soukromými značkami. Spotřebitelé možná platili více za reputaci společnosti Borden, potvrzenou generacemi spotřebitelů, v oblasti vysoce kvalitních produktů. Firma například pečlivě kontrolovala způsob nakládání s mlékem vlastní značky až na regály prodejen, zatímco její odpovědnost za mléko prodávané pod jinými značkami končila v okamžiku zabalení a prodeje. Účtování nižších cen distributorům s vlastními značkami zdůvodňovaly i nižší náklady, které nezahrnovaly reklamu, dopravu a ochranné známky. Odlišnosti značek kondenzovaného mléka a výsledné cenové rozdíly mezi produkty tedy odrážely poptávkové i nákladové odlišnosti.

Především však nižší ceny pro distributory jiných značek nepoškodily žádnou ze zúčastněných stran: samotné distributory vlastních značek ochotně nakupovat mléko od společnosti Borden, jejich zákaznící nakupující kvalitní mléčný výrobek za nižší cenu, zákaznící společnosti Borden a jejího „prémiového“ kondenzovaného mléka, kteří mohli kdykoli přejít k levnějším pro-

---

*Structure, Conduct, Performance*, 2. vydání, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N. J., 1967, str. 86.

<sup>101</sup> *In the Matter of the Borden Company*, 381 FTC 130 (1958).

duktům. Produkce kondenzovaného mléka jiných značek nebyla předmětem zkoumání monopolního postavení, protože společnost Borden nikdy nedosáhla více než 11procentního podílu v balení mléka pro jiné značky na středozápadním trhu. Tento podíl navíc získala oprávněně díky využití lokalizačních výhod svých mlékáren.

Dlouhodobé pronásledování společnosti Borden ze strany FOK podnítila ztráta části obchodu některých menších nezávislých mlékáren na Středozápadě distribuujících vlastní značky. Záznamy FOK nenaznačovaly, že se společnost Borden přímo podílela na zániku těchto mlékáren, některé z nich dokonce odešly z trhu před vstupem společnosti do odvětví balení mléka. Z rozhodnutí proti společnosti Borden z roku 1966 však plyne, že se FOK v souvislosti se ztrátou nezávislých mlékáren především obávala tendence ke snížení konkurence. Společnost Borden byla dlouhodobě právně pronásledována za svou schopnost poskytnout zákazníkům ekonomické výhody a za (touto společností neovlivněnou) neschopnost některých konkurentů dosahovat podobných výsledků. Úsilí o uplatnění zákona proti cenové diskriminaci tedy směřovalo výhradně k ochraně neefektivní firemní struktury trhu. Řízení proti společnosti Borden bylo v roce 1967 zastaveno,<sup>102</sup> ale význam této kauzy i dlouhodobého uplatňování Robinsonova-Patmanova zákona zůstává zřejmý: konkurenti s vysokými náklady mají být chráněni ve jménu zachování konkurence.

Nový směr protimonopolní politiky v zásadě hlásá, že by neměl být Robinsonův-Patmanův zákon uplatňován. FOK by se pak dnes pravděpodobně zaměřovala pouze na boj proti soustavné diskriminaci, která by dle jejího názoru mohla vést k monopolu. Takový vývoj při uplatňování protimonopolních zákonů lze označit za pozitivní, nic však nezaručuje jeho trvalost. Důvody zrušení protimonopolního zákonodárství jsou ve skutečnosti nejsilnější právě ve vztahu k Robinsonovu-Patmanovu zákonu.<sup>103</sup> Pro

<sup>102</sup> *Borden Company v. FTC*, 381 F. 2nd. 175 (1967).

<sup>103</sup> Liebler, Wesley J.: „The Robinson-Patman Act: Let's Repeal It!“ *Antitrust Law Journal* 44, duben 1976, str. 18–43.

zákon namířený proti cenové diskriminaci, který „ve veřejném zájmu“ stíhá úspěšné firmy ve jménu zachování konkurence, ne lze najít teoretickou ani empirickou podporu.

## Vázané dohody

Vázané dohody, jako například územní omezení či vázané prodeje, zahrnují dobrovolné smluvní dohody mezi prodávajícími a kupujícími produktů nebo služeb, které obvykle určitým způsobem omezují aktivity kupujících. Kupující například mohou podepsat dohodu o koupi zboží nebo služby X za podmínky, že od stejného prodávajícího rovněž koupí zboží nebo službu Y. Územní omezení ve smlouvě může nějakému distributorovi produktu zakázat prodej produktu na území jiného distributora. Vázané dohody o prodeji nebo pronájmu obuvních strojů mohou zahrnovat omezení jimi poskytované služby. Výrobce může pronajmout kopírku za podmínky, že pronajímatel bude používat toner nebo papír dodávaný výrobcem kopírky nebo některou jeho pobočkou. Konečně výrobce značkových džínsů se může prostřednictvím smlouvy pokusit o omezení prodeje na určité distributory nebo o stanovení minimální prodejní ceny džínsů.

Podle tradičního pojetí mohly tyto omezující praktiky narušit konkurenci a konečné spotřebitele. Žádoucí je tedy jejich zákaz, pokud zahrnují významný objem obchodu. Soudy až do roku 1977 toto pojetí výrazně podporovaly. V následujících letech se však odborný názor na některé omezující praktiky významně změnil. Podle novějšího pohledu není zcela zřejmé, proč by chtěl výrobce poškodit své vlastní distributory či konečné spotřebitele vlastního produktu. Stejně tak není zcela zřejmé, jak by čistě *vertikální* omezení obchodu mohla vést k *horizontálnímu* omezení výstupu a vyšší tržní ceně.

Určité vertikálně restriktivní dohody se skutečně mohou snažit o cenovou diskriminaci, přesun určitých rizik podnikání, finanční posílení určitých distributorů, ochranu před neefektivním

„černým pasažérstvím“.<sup>104</sup> Například výrobce osobních počítačů může požadovat, aby distributoři před prodejem poskytovali obsáhlé informace o poprodejních službách. Bez omezující dohody by zákazníci mohli zdarma využívat informace poskytované distributory, kteří zajišťují plné služby, a poté nakupovat zařízení od prodejců nabízejících zboží se slevou. Výsledná konkurence v rámci jedné značky by nakonec mohla donutit autorizované prodejce poskytující plné služby k tomu, že přestanou poskytovat nákladné předprodejní informace, což by mohlo poškodit výrobce. Řešení situace a účinnější soupeření s ostatními výrobci počítačů potom může zabezpečit dohoda mezi výrobcem a jeho distributory o územním omezení a stanovení maloobchodních cen, které chrání ziskové marže.

Ekonomické zdůvodnění omezujících vázaných dohod uznal Nejvyšší soud v roce 1977 v případě společnosti *Sylvania*.<sup>105</sup> Se společností *Sylvania*, poměrně malým výrobcem televizorů, se na základě protimonopolních zákonů soudila společnost *Continental*, jeden z jejích distributorů. Společnost *Continental* se bránila zákazu vytvoření nového prodejního střediska v Sacramentu v Kalifornii, kde *Sylvania* již měla jiného autorizovaného prodejce. *Sylvania* tvrdila, že další konkurence v rámci jedné značky by oslabil konkurenci prodejních středisk a schopnost společnosti konkurovat silnějším soupeřícím producentům a distributorům. Nejvyšší soud akceptoval toto specifické omezení aktivity prodejců, protože v případě společnosti *Sylvania* šlo o poměrně malého výrobce, který usiloval o udržení klesajícího tržního podílu, a nikoli o téměř monopolního výrobce usilujícího o likvidaci veškeré konkurence. Třebaže přístup k omezujícím dohodám založený na

---

<sup>104</sup> Viz například diskuse v práci Richarda A. Posnera, *Antitrust Law: An Economic Perspective*, University of Chicago Press, Chicago, 1976, str. 171–84. Rovněž viz od stejného autora, „The Next Step in the Antitrust Treatment of Restricted Distribution: *Per Se* Legality“, *University of Chicago Law Review* 48, zima 1981, str. 6–26. Viz rovněž Marvel, Howard P. a McCafferty, Stephen: „The Welfare Effects of Resale Price Maintenance“, *Journal of Law and Economics* 28, květen 1985, str. 363–79.

<sup>105</sup> *Continental T.V. Inc. v. GTE Sylvania, Inc.*, 433 U.S. 36 (1977).

pravidle rozumnosti není zcela uspokojivý, neuznání nezákonnosti *per se* v případě společnosti *Sylvania* určitě představovalo posun správným směrem, tj. k zákonnosti *per se*.

## Dohody o stanovení maloobchodní ceny

Dohody o stanovení maloobchodní ceny – vertikální dohody omezující cenu – nadále zůstávají nezákonné *per se*, přestože lze jejich povolení ekonomicky přesvědčivě zdůvodnit.<sup>106</sup>

Nechuť vůči této praktice se datuje od období krize ve 30. letech a let bezprostředně následujících, kdy působily tzv. zákony korektního obchodování. Tyto zákony legalizovaly smlouvy o stanovení maloobchodních cen jejich vynětím z federální protimonopolní regulace. Tyto zákony však často přesahovaly pouhé povolení restriktivních vertikálních cenových dohod mezi kupujícími a prodávajícími. Podle klauzulí o ne-signatářích mohl být každý maloobchodník, který odmítl podepsat smlouvu o korektním obchodování s výrobcem, právně zavázán podmínkami dohod, které podepsali ostatní!<sup>107</sup>

Politici se v období velké hospodářské krize k cenové konkurenci stavěli výrazně negativně, protože ji považovali za jeden z hlavních důvodů přetrvávající ekonomické stagnace ve 30. letech. Zdaňování obchodních řetězců a ustanovení o ne-signatářích omezující snížení cen představovaly jen dva příklady tohoto negativního přístupu. Současní zastánci svobodného obchodu samozřejmě odmítají zákonem dané restriktivní ustanovení o ne-

---

<sup>106</sup> Calvani, Terry a Lagenfeld, James: „An Overview of the Current Debate on Resale Price Maintenance“, *Contemporary Policy Issues* 3, jaro 1985, str. 1–8. Viz také Overstreet, Jr., Thomas R.: *Resale Price Maintenance: Economic Theories and Evidence*, Bureau of Economics Staff Report to the Federal Trade Commission, listopad 1983. K odlišnému pohledu viz Pitofsky, Robert: „In Defense of Discounters: The No-Frills Case for a *per se* Rule Against Vertical Price Fixing“, *Georgetown Law Review* 71, prosinec 1983, str. 1487–95.

<sup>107</sup> Klauzule o ne-signatářích byly prohlášeny za ústavní v Illinois Nejvyšším soudem ve sporu *Old Dearborn Distribution Co. v. Seagram Distillers, Corp.*, 299 U.S. 183 (1936).

signatářích. Dohody o stanovení maloobchodních cen by však podle jejich názoru měly být vyňaty z protimonopolního zákonodárství. Producenti a distributoři by potom v případě zájmu tyto dohody uzavírali dobrovolně. Vláda by je neměla zakazovat či nutit firmy k jejich uzavírání.

## Dohody o vertikální fúzi

Skutečně vertikálně „restriktivní“ dohodu mezi producentem a distributorem představuje vertikální fúze. Výrobce obuvi, který koupí maloobchodního prodejce obuvi, by například mohl dospět až k fixování maloobchodních cen ve vlastních obchodech. Vertikálně integrovaný producent by mohl svému plně vlastněnému maloobchodníkovi nařídit, aby z prodeje vyloučil obuv konkurenčního výrobce. Producent obuvi by mohl koupit dodavatele kůže a buď zrušit dodávky kůže konkurentovi, nebo nařídit, aby byla tato kůže prodávána za vyšší cenu a tím dusit konkurenta mezi vysokými náklady na vstupy a nízkými cenami obuvi v maloobchodě.

Zdůvodnění protimonopolní politiky takovými argumenty je však slabé a nepřesvědčivé, protože podobné postupy nemohou narušit konkurenční tržní síly. Soupeřící producenti, vyloučení z některých maloobchodních prodejen, nebudou vyloučení z trhu obuvi. Pravděpodobně existují i jiné maloobchodní prodejny a vždy jich lze ještě více vytvořit. Vyšší ceny kůže na otevřeném, konkurenčním trhu s kůží by pouze znamenaly nižší prodeje kůží a nižší zisky. Prodej menšího množství kůže – či menšího počtu bot – v žádném případě nemůže přinášet větší, vertikálně integrované firmě zisk.

V jednom případě samozřejmě může dojít k vyloučení soupeřících prodejců: v případě úspěšné vertikální integrace, která vede ke zvýšení efektivnosti a nižším nákladům a cenám. Pouze jediný typ fúzí ohrožuje konkurenty: fúze přinášející zúčastněným firmám úspory z integrace, které pak prospívají spotřebitelům ve formě nižších cen nebo zlepšených služeb. Takové fúze mohou skutečně inspirovat neintegrované firmy k plánování podobných integrací, spojených s úsporou nákladů. Z hlediska spotřebitele



platí, že čím dříve k takovým integracím dojde, tím lépe. Jejich zákaz v tzv. veřejném zájmu by představoval vrchol ekonomické iracionality.

Případ společnosti *Brown Shoe* z roku 1962 výstižně vyjadřuje všechny negativní charakteristiky právní regulace vertikální integrace.<sup>108</sup> Výrobce obuvi *Brown Shoe* koupil v roce 1956 Kinneyho řetězec maloobchodních prodejen. Jak připustil i sám soud, fúze by umožnila dosažení určitých úspor a zvýšení efektivity například dosažením rychlejších změn stylu a nižších cen obuvi, které mohly být přeneseny na spotřebitele. Takový vývoj by zesílil konkurenční tlak na neintegrované výrobce obuvi a maloobchodníky a podnítil i je k vertikální integraci. Tento trend směrem ke koncentraci obuvnického průmyslu však prý působil na konkurenci destruktivně, zcela v rozporu se záměry zákonodárců. Navzdory nepochybnému prospěchu pro spotřebitele byla tedy fúze prohlášena za nezákonnou a společnost *Brown Shoe* se Kinneyho řetězce musela vzdát.

Takové rozhodnutí nelze zdůvodnit hlediskem blahobytu spotřebitele. Společnost *Brown Shoe* se 4procentním podílem na domácí produkci byla v roce 1956 relativně malý producent obuvi, Kinney vlastnil pouze 845 maloobchodních prodejen z celkového počtu více než 70 000 prodejen v odvětví. Trhy výroby obuvi a jejího maloobchodního prodeje byly pro nové firmy snadno přístupné. Koncentrace v obuvnickém průmyslu se navzdory tvrzení soudu nezvyšovala. Konečně pojetí efektivity podnikání jako vylučujícího omezení obchodu staví protimonopolní regulaci na hlavu. Pokud rozhodnutí ve věci *Brown Shoe* nebylo nejhorší v historii protimonopolní regulace (je zde koneckonců velká konkurence!),<sup>109</sup> jistě zaujímá jedno z předních míst.

---

<sup>108</sup> *United States v. Brown Shoe Company*, 370 U.S. 294 (1962).

<sup>109</sup> Ward Bowman nominuje kauzu *Utah Pie Company v. Continental Baking Company*, 386 U.S. 685 (1967). Viz Bowman, Ward: „Restraint of Trade by the Supreme Court: The Utah Pie Case“, *Yale Law Journal* 77, listopad 1967, str. 70–85.

## Závěry

Protimonopolní regulace ušla od dob soudních řízení proti společnostem Borden a Brown Shoe dlouhou cestu. V současné době převažuje názor, že cenová diskriminace a vertikální dohody obecně nepředstavují závažnou hrozbu pro blahobyt spotřebitele a že jejich právní omezování nelze zdůvodnit nepříznivým dopadem na konkurenční prodejce. Kritici protimonopolní regulace samozřejmě s tímto pojetím souhlasí, případně požadují úplné zrušení Claytonova zákona, aby již nedošlo k takovým nehoráznostem, jako byly kauzy společností Borden a Brown Shoe.<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> Příliš úzký přístup k vymezení relevantního trhu v kauze Brown Shoe by se bohužel mohl vrátit. Viz *FTC v. Staples, Inc.*, 90 F. Supp. at 1075 (1997).

## 6. Horizontální dohody: fúze a fixování cen

Poslední zbývající intelektuální baštou přísného uplatňování protimonopolního zákonodárství je pokračující regulace horizontálních dohod, jako jsou společné podniky, dohody o cenách a horizontální fúze, které mohou snížit tržní výstup a zvýšit tržní ceny. Podle obecného protimonopolního pojetí horizontálních dohod by většina fúzí a společných dohod měla být posuzována na základě ekonomického pravidla rozumnosti, zatímco cenové koluze a dohody o rozdělení trhu by měly zůstat nezákonné *per se*.

V duchu pravidla rozumnosti rozhodují protimonopolní úřady na základě možných společenských nákladů a přínosů navrhované fúze nebo společného podniku. Dohody o společném podnikání mohou vést k významným úsporám nákladů v produkci a distribuci, stejně jako při financování, výzkumu a vývoji výrobků. Umožňují případně také inovace zcela nových výrobků a služeb, nerealizovatelné bez mezifirmní spolupráce. Na druhé straně vždy existuje možnost, že fúze a společné podniky povedou k omezení výstupu a potlačení cenové konkurence. Protimonopolní úřady a soudy musí proto vážit možnosti zvýšení společenského přínosu proti rizikům a nákladům potenciálního omezení výstupu. Při uplatnění pravidla rozumnosti budou povoleny fúze, jejichž možný přínos převyší možné náklady, a zakázány fúze, jejichž možné náklady převyší možný přínos.

Přístup pravidla rozumnosti dosud není všeobecně přijímaný v případech dohod o fixování cen nebo rozdělení trhu. Toto pojetí požaduje zachování nezákonnosti takových dohod *per se*.<sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> Bork, Robert H.: *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*, Basic Books, New York, 1978, kapitola 13. Viz také klasický článek od stejného autora, „The Rule of Reason and the *Per Se* Concept. Price Fixing and Market Division“, *Yale Law Journal* 75, leden 1966, 375–475.

Obecně se předpokládá zanedbatelný či nulový společenský přínos spojený s fixováním cen a úsilím takových dohod o omezení tržního výstupu. Proto mohou být vyloučeny z analýzy založené na pravidle rozumnosti a zcela zakázány. Právní jednoznačnost *per se* přístupu k fixování cen by zároveň měla odrazovat od takové aktivity v budoucnu.

Přes zdání adekvátnosti provází přístup pravidla rozumnosti k fúzím a společným podnikům a přístup všeobecného zákazu omezení cen a výstupu řada problémů. Oba přístupy mylně předpokládají, že protimonopolní instituce nebo soudy mají k dispozici informace o budoucím vývoji tržního procesu. Oba přístupy rovněž předpokládají schopnost měřit ekonomické jevy, které v principu žádný vnější pozorovatel měřit nedokáže. Přes zdání vědeckosti a objektivity jsou oba přístupy ve skutečnosti pseudo-vědecké a nemohou zdůvodnit vládní protimonopolní zásahy do této oblasti.

## Pravidlo rozumnosti: společenské náklady

Podle přístupu pravidla rozumnosti by protimonopolní instituce měly povolit horizontální dohody, pokud očekávané společenské zisky převyšují společenské ztráty. Společenské ztráty odrážejí pravděpodobnost, že dohoda sníží tržní výstup. Tato pravděpodobnost zpětně závisí na tom, zda dohody vytvoří či nevytvoří tzv. tržní sílu. Podle standardní teorie závisí tržní síla přímo na tržním podílu zúčastněných firem a na pravděpodobnosti vlivu tržní koncentrace na omezení výstupu.

Protimonopolní oddělení Ministerstva spravedlnosti a Federální obchodní komise zveřejňují pravidla horizontálních fúzí, založená na Herfindahlově indexu tržní koncentrace.<sup>112</sup> Fúze, která

---

<sup>112</sup> K objasnění Herfindahlova indexu viz Weinstock, David S.: „Using the Herfindahl Index to Measure Concentration“, *Antitrust Bulletin* 27, léto 1982, str. 285–97. Kritiku analýzy uplatnění pravidel v praxi lze najít v Rogowsky, Robert A.: „The Justice Department’s Merger Guidelines. A Study in the Application of the Rule“ v Zerbe Jr., Richard O. (ed.): *Research in Law and Economics*, JAI Press, Greenwich, Conn., 1984, sv. 6, str. 135–66.

zvýší Herfindahlův index o větší než uvedený počet bodů nebo zvýší index odvětví nad stanovenou úroveň, pravděpodobně vyvolá právní zásah.

Pravidla fúzí vycházejí ze dvou základních předpokladů. První spočívá v přesvědčení o existenci nějakého vědeckého způsobu vymezení tzv. relevantního trhu pro jakoukoli fúzi. Druhý v přesvědčení o existenci vědeckého způsobu přesného stanovení těch úrovní tržní koncentrace, které vytvářejí nebo nevytvářejí tzv. tržní sílu. Ve skutečnosti však nelze relevantní trh stanovit s vědeckou přesností. Dále není možné, teoreticky ani empiricky, stanovit, které úrovně tržní koncentrace vytvářejí tržní sílu.

## Relevantní trh

Racionální diskuse o tržní koncentraci závisí na nalezení přijatelné definice „relevantního trhu“. Firmy prý soutěží na relevantním trhu a fúze nebo společný podnik mohou ohrozit, vytvořit či zvýšit jejich tržní sílu. Při úzkém vymezení relevantních trhů zvýší téměř každá horizontální dohoda tržní koncentraci a vytvoří tržní sílu. Při velmi širokém vymezení relevantních trhů (v což fúzující firmy obvykle doufají) nedokáže téměř žádná horizontální dohoda vytvořit tržní sílu. Problém potom spočívá ve způsobu vymezení relevantních trhů pro stanovení odpovídajících úrovní tržní koncentrace.

Relevantní trh obecně zahrnuje všechny nabízející, jejichž produkty jsou „rozumné substituty“, a vylučuje všechny ostatní. Například při hodnocení možné fúze mezi dvěma producenty limonád, nebo mezi producentem limonád a pivovarem, bychom museli stanovit vzájemnou substituovatelnost produktů vyráběných a prodávaných jednotlivými firmami. V úzkém významu můžeme produkty považovat za substituty (a jejich nabízející za konkurenty), pokud cenové přizpůsobení jednoho nabízejícího přímo ovlivňuje výstup a prodeje jiného nabízejícího. Pokud například změna ceny limonády přímo ovlivní prodeje piva, limonády a pivo jsou rozumné substituty a relevantní trh možné fúze by musel zahrnout alespoň tyto dva produkty a nabízející firmy.

Tento přístup však provázejí značné problémy. V první řadě je v praxi obtížné stanovit, zda změny cen limonád způsobily změnu prodeje piva. Za druhé, změny cen limonád – při nezměněných ostatních cenách – nemusí být tak významné, aby prodej piva ztlačily. Ve hře jsou i necenové faktory, mnohdy významnější než cena. Skutečnost, že změna ceny limonády ztlačí prodej piva, nutně neznamená, že jejich výrobci nejsou konkurenti. Cenové změny v takovém případě pouze slabě odrážejí substituovatelnost na trzích s významnou necenovou konkurencí.

Co přesně zahrnuje relevantní trh pro limonády? Pouze limonády nebo také ovocné nápoje, pomerančový džus, mléko, balenou vodu, víno a pivo? Zahrnuje pouze americké producenty a prodejce nebo také producenty v Kanadě a Holandsku? Měl by být relevantní trh vymezen podle zemí nebo rozdělen na regionální subtrhy? Můžeme tyto otázky zodpovědět jednoznačně?

Jednoznačné odpovědi jsou přitom velmi významné. V tradičním pojetí problematiky fúzí může totiž přesné vymezení relevantního trhu zcela změnit jejich uvažované důsledky. Při omezení relevantního trhu pro limonády pouze na tyto nápoje téměř každá fúze mezi jejich velkými producenty potenciálně ohrozí výstup. Pokud však trh pro limonády tyto nápoje přesahuje, lze povolit mnohem více horizontálních dohod. Bez možnosti jednoznačného vymezení relevantního trhu nelze s vědeckou jistotou určit, zda změny tržního podílu nebo úrovně koncentrace ohrožují konkurenci a zvyšují pravděpodobnost účinného omezení výstupu.

### Tržní podíl a tržní síla

I při jasném vymezení relevantních trhů provází uplatnění pravidla rozumnosti další problém. Vládní pravidla pro slučování podniků sice vyjadřují pravděpodobnost protimonopolního zásahu, jsou však bezcenná v teoretických diskusích tržní síly a při ospravedlnění státního zásahu. Veřejnost sice nabývá dojmu, že protimonopolní instituce stanovují určité limity Herfindahlova indexu tržní koncentrace na základě dostatečného zdůvodnění, tyto limity jsou však *zcela arbitrární*. Nikdo – a určitě ne proti-

monopolní úřad – nemůže vědět, zda v důsledku fúze, která vytvoří například 36procentní tržní podíl nebo zvýší Herfindahlův index o 150 bodů, vznikne ekonomická síla schopná snížit tržní výstup a zvýšit tržní ceny. Nikdo nemůže vědět, zda monopolní síla vzniká s 36 či 36,74procentním tržním podílem. Ani ekonomická teorie, ani empirické důkazy nemohou zdůvodnit pravidla pro slučování podniků nebo jejich zákaz.<sup>113</sup>

Ani případná jednoznačnost a objektivnost úvah o relevantním trhu a tržní koncentraci by však stále ještě dostatečně nezdůvodňovala právní omezení horizontálních dohod. Zde platí všechny aspekty diskuse ve třetí kapitole k problému skutečné schopnosti firem na svobodných trzích stanovovat dlouhodobě monopolní ceny a dosahovat monopolní zisky. Teorie protimonopolní regulace neprokazuje schopnost firem na svobodných trzích stanovovat dlouhodobě monopolní ceny a dosahovat monopolní zisky, ani možnost neefektivní alokace zdrojů. Svobodné trhy jsou vždy konkurenční a přirozeně směřují k odstranění neefektivnosti.

## Omezení výstupu

Uplatnění pravidla rozumnosti na horizontální fúze a společné dohody dále komplikuje obtížnost měření omezení výstupu a označení monopolní síly jako zdroje tohoto omezení. Stávající úroveň produkce nelze porovnávat s ideálem čisté konkurence (viz 3. kapitola), případně považovat úroveň výstupu odvětví před fúzí za odpovídající úroveň produkce. Úroveň výstupu před fúzí je nerovnovážná a vznikla v důsledku vzájemně závislého stanovování výstupu a cen spíše než nezávislého stanovování cen jako v případě atomistické konkurence. Nemůže sloužit jako kritérium blahobytu, protože v principu neexistuje rozdíl mezi stanovením tržní ceny a výstupu v situaci před a po fúzi. Vzájemně závislé stanovování cen a výstupu se vyskytuje v *obou*

---

<sup>113</sup> Pautler, Paul A.: „A Review of the Economic Basis for Broad-Based Horizontal-Merger Policy“, *Antitrust Bulletin* 28, podzim 1983, str. 571–651.

typech podmínek a oba typy podmínek jsou součástí objevování na otevřeném trhu a procesu přizpůsobení. Zákaz vstupu na trh ve formě monopolu stanoveného zákonem by mohl poskytnout jednoznačné kritérium omezení výstupu. V ostatních případech omezení produkce a vstupu na trh však nelze stanovit, zda fúze neefektivně snižuje výstupy svobodného trhu. Nemůžeme tedy jednoznačně odmítnout ani fúzi vedoucí k „monopolu“.

## Pravidlo rozumnosti: společenský přínos

Stranu přínosu pro společnost stejně jako stranu společenských nákladů v rovnici pravidla rozumnosti provází stejné množství problémů. Společenský prospěch horizontálních dohod obecně zahrnuje úspory a efektivnosti mezifiremní produkce, financování, reklamy, distribuce, marketingu a výzkumu a vývoje. Některý přínos je měřitelný a objektivní, některý je obtížně postižitelný a subjektivní. Pochopení přínosu v některých oblastech vyžaduje finanční a účetní znalosti, jindy jsou ve své podstatě anticipací a očekáváním založeným na podnikatelských zkušenostech. Dokáží protimonopolní instituce nebo soudy zhodnotit možný přínos horizontálních dohod tak přesně jako zúčastnění podnikatelé? Dokáží strany mimo dohodu vůbec budoucí přínos správně zhodnotit?

Podnikatelé-vlastníci jsou silně motivováni ke správnému odhadu přínosů a nákladů mezifiremní spolupráce. V sázce je jejich vlastní úspěch či dokonce samotné přežití jejich firem. Podnikatelé zvažující horizontální dohody budou tedy obzvláště pečliví při získávání co nejpřesnějších informací o možných finančních efektech fúze nebo společného podniku.

Všechny podnikatelské propočty budoucích nákladů a výnosů však nutně obsahují subjektivní prvek. Podnikatelský proces, při němž úspěšní podnikatelé objevují a využívají ziskové příležitosti, které ostatní „nevidí“, přesahuje nákladové účetnictví a ekonomické kalkulace.<sup>114</sup> Úspěšné podnikatelské dohody jsou jako

---

<sup>114</sup> Viz například Kirzner, Israel: *Discovery and the Capitalist Process*, University of Chicago Press, Chicago, 1985, str. 15–39. Dokonce i Robert



úspěšná manželství. Fungují efektivně, ale pouze zúčastněné strany dokáží pochopit jejich relativní náklady a výnosy. Trvalost jejich úspěchu navíc jako u manželství závisí spíše na subjektivních, vnějšímu pozorovateli neznámých znalostech a pochopení, než na objektivních propočtech nákladů a výnosů.

Jediný objektivní *ex post* test správnosti podnikatelských rozhodnutí je samotný tržní proces. Pokud podnikatelé, kteří uzavřeli horizontální dohodu, správně odhadnou možné náklady a výnosy, může se zvýšit tržní výkonnost firmy vytvořené fúzí a její tržní podíl a zisky. Pokud se na druhé straně podnikatelé ve svých propočtech zmýlili, firma promrhá ekonomické zdroje a ztratí tržní podíl ve prospěch efektivnějších konkurentů. Ani v jednom z obou případů nelze u protimonopolních úřadů nebo soudů předpokládat přímou znalost takových nákladů a výnosů či rozumný způsob náhrady fungujícího tržního procesu zásahem státu proti monopolu.

### Případ FOK v. Staples

Mnohé zmíněné problémy provázející analýzu horizontální fúze lze zaznamenat v negativním stanovisku Federální obchodní komise k plánované fúzi mezi firmami Staples a Office Depot z roku 1997. Řetězce obchodů s kancelářskými potřebami od projektu fúze nakonec upustily, když FOK přesvědčila okresní soud, aby vydal předběžný příkaz k jejímu zastavení.<sup>115</sup>

Okresní soud zohlednil argumentaci komise, že kvůli fúzi dojde k vytvoření tržní síly, která fúzujícím firmám umožní zvýšit či udržet ceny na „protikonkurenčních úrovních“. Soud nekriticky přijal analýzu FOK, podle níž Staples a Office Depot ve městech, kde soutěžily s jinými řetězci, již zvýšily ceny o 5 až 10 procent. Soud vydal příslušné rozhodnutí, protože fúze by vedla

---

Bork připouští, že efektivnosti spojené s dohodou nelze kvantitativně měřit a že ty nejvýznamnější mohou být „nehmotné a vyvíjet se postupně v čase.“ Viz Bork, Robert: „Rule of Reason,“ str. 386.

Viz také teorii podnikatelského objevování v knize Kirzner, Israel: *Jak fungují trhy*, Liberální institut, 1998 – pozn. překl.

<sup>115</sup> *FTC v. Staples, Inc.*, 970 F. Supp. 1066 (D.D.C. 1997).

k 75procentnímu tržnímu podílu, na trhu by zbyl jen jeden nezávislý konkurent (Office Max) a domnělé úspory nákladů spojené s fúzí nebyly „prokázány“.

Toto soudní rozhodnutí představuje parodii zdravých ekonomických principů a uvažování. Soud přijal neskutečně úzké vymezení relevantního trhu formulované komisí (obchodní řetězce s kancelářskými potřebami!), pominul nízké bariéry vstupu do odvětví prodeje kancelářských potřeb a zcela deformoval pravou podstatu konkurence na tomto trhu. Ve skutečnosti vedle řetězce Office Max konkurují firmám Staples a Office Depot tisíce nezávisle vlastněných obchodů s kancelářskými potřebami, včetně velkých národních diskontů jako Wal-Mart a Best Buy. Při každém rozumném vymezení relevantního trhu by navíc spojení firem Staples a Office Depot představovalo v roce 1996 pouze 5procentní podíl na prodeji kancelářských potřeb.<sup>116</sup>

Soudem posvěcený zásah FOK proti Staples-Office Depot lze označit za bezdůvodné provádění protimonopolního odvětvového plánování. Státní moc, nikoli dobrovolné volby akcionářů nebo spotřebitelů, rozhodla o budoucím vývoji organizace odvětví kancelářských potřeb. „Osudová domyšlivost“ tohoto výkonu státní moci je zřejmá.<sup>117</sup>

## Přístup *Per Se*

Absolutní zákaz horizontálních cenových dohod vychází z předpokladu, že „koluze“ usiluje pouze o omezení výstupu, jež je spojené se společenskými náklady, vytváří však malou či dokonce nulovou příležitost pro inkasování společenských zisků, neboť nezahrnuje mezifiremní integraci zařízení a výrobních kapacit. Ekonomická analýza a zohlednění tzv. efektivnosti uplat-

---

<sup>116</sup> Niskanen, William A.: „Welcome to the FTC Follies! Kicking Around the Staples-Office Depot Merger“, *Legal Times*, 16. června 1997, str. 26.

<sup>117</sup> Vynikající kritiku protimonopolního útoku na fúze lze najít v Shughart II, William F.: „The Government’s War on Mergers: The Fatal Conceit of Antitrust Policy“, *Cato Institute Policy Analysis* č. 323, 22. říjen, 1998. (Dostupné na <http://www.cato.org> – pozn. překl.)

nění práva mají údajně poskytovat důvod k postavení takových dohod *per se* mimo zákon.

Při snaze o uplatnění přístupu *per se* na dohody o fixování cen se však setkáváme se stejnými obtížemi jako při hodnocení fúzí pomocí pravidla rozumnosti. V první řadě mohou takové dohody vést k efektivnosti a úsporám společenských nákladů. Za druhé nejsou obecně schopny dosáhnout omezení produkce a zvýšení zisků skupiny výrobců, byť o to mohou usilovat.

### Koordinace cen a efektivnost

V posledních několika letech se objevují úvahy o možnosti zvýšení tržního výstupu a zvýšení blahobytu spotřebitele prostřednictvím horizontální koordinace cen, která snižuje rizika na otevřených a nejistých trzích.<sup>118</sup> Koordinace může rovněž podnítit úspory informačních nákladů a nákladů cenových přizpůsobení.<sup>119</sup> Někteří analytici dokonce připouštějí možnost uplatnění přístupu pravidla rozumnosti na všechny horizontální cenové dohody.<sup>120</sup>

Mezifiremní koordinace cen a výstupu v podmínkách tržní nejistoty a nedokonalých informací (tedy v normálních podmínkách) může vést k řadě efektivností. Přizpůsobení cen mohou být nákladná pro kupující i prodávající. Koordinace cen může omezit cenové změny, snížit náklady cenových přizpůsobení a získávání informací o cenách. Spojení cenové nejistoty a averze vůči riziku může snížit nákupy kupujících a tržní výstup prodávajících. Koordinace cen může snížit riziko a zvýšit prodeje a výstup, stabilizovat fluktuace výstupu a zásob v krátkém období a v dlouhém období podnítit zvýšení výstupů a snížení nákladů. Možnost

---

<sup>118</sup> Viz například Wu, S. Y.: „An Essay on Monopoly Power and Stable Price Policy“, *American Economic Review* 69, březen 1979, str. 60–72.

<sup>119</sup> Dewey, Donald: „Information, Entry, and Welfare: The Case for Collusion“, *American Economic Review* 69, září 1979, str. 587–94. Viz také Malmgren, H. B.: „Information, Expectations, and the Theory of the Firm“, *Quarterly Journal of Economics* 75, srpen 1961, str. 399–421.

<sup>120</sup> „Fixing the Price Fixing Confusion: A Rule of Reason Approach“, *Yale Law Journal* 92, březen 1983, str. 706–30.

uzavření dohody o cenách a výstupu by snížila nejistotu vstupu na trh pro nové firmy. Cenová nejistota omezuje necenové soupeření. Koordinace cen může podnítit další výzkum a inovace.

Podpora přístupu *per se* nezákonnosti fixování cen vychází z předpokladu, že je dopředu možné odlišit, která podnikatelská strategie je schopna být společensky efektivní a která ne. Tedy z předpokladu, že informace získané díky působení tržního procesu lze znát *před* začátkem působení tohoto procesu. Kartely a dohody o rozdělení trhu nemusí být vždy správné. Bez otevřeného tržního procesu však nemáme k dispozici vědecký podklad pro tvrzení, že takové dohody jsou vždy společensky nežádoucí nebo by měly být nezákonné *per se*.

Problém znalostí a princip objevování ve vztahu ke koordinaci cen se projevily ve zbytečném sporu o vypršení platnosti Reedova-Bulwinkleova zákona (1948), který vyňal nákladní dopravu z jurisdikce Shermanova zákona. Představitelé odvětví trvali na nutnosti částečného pokračování této výjimky, aby dopravci mohli i nadále koordinovat trasy a ceny.<sup>121</sup> Protimonopolní nadšenci oproti tomu prosazovali pojetí kolektivní konstrukce tarifu jako horizontální cenové koluze. Toto stanovisko bránilo zvýšení blahobytu spojenému s deregulací a rostoucí konkurencí v odvětví nákladní automobilové dopravy.<sup>122</sup>

Pouze při pokračování kolektivní konstrukce tarifu na svobodném a neregulovaném trhu bychom zjistili, zda dohoda v souhrnu sloužila či nesloužila dopravcům. Konstrukce tarifů prostřednictvím specializovaných kanceláří koordinovala ceny a trasy

---

<sup>121</sup> Viz například Hausman, Jerry A.: „Information Costs, Competition, and Collective Rate Making in the Motor Carrier Industry“, příspěvek připravený pro Motor Carrier Ratemaking Study Commission, 16. srpna 1982.

<sup>122</sup> Zajímavou diskusi těchto otázek lze nalézt v Duke, Paul R.: „The Impact of the Removal of Antitrust Immunity on Collective Ratemaking in the Motor Carrier Industry“, vystoupení před Motor Carrier Ratemaking Study Commission, Boston, 19. března 1982. Viz také Popper, Andrew: „The Antitrust System: An Impediment to the Development of Negotiation Models“, *American University Law Review* 32, zima 1983, str. 283–334.

v nákladní automobilové dopravě po mnoho desetiletí a její právní zákaz či omezení v podmínkách volného vstupu na trh není zdůvodnitelný. Pokud dopravci díky službě těchto kanceláří dosahují efektivnosti, mohou získat podíl na trhu a podnikání na úkor dopravců, kteří stanovují ceny a trasy nezávisle. Pokud však náklady cenové koordinace převyšují její přínos, dopravci mohou ztratit podíl na podnikání a trhu ve prospěch těch, kteří stanovují ceny nezávisle. Žádný z obou případů nezdůvodňuje *ex ante* zákaz *per se*.

Kromě toho by bylo nesmyslné nahradit regulaci dopravy prováděnou Komisí pro mezistátní obchod (KMO) regulací protimonopolního odboru Ministerstva spravedlnosti. Regulace komise ve vztahu k tarifům, trasám a omezením vstupu bránila padesát let konkurenčnímu procesu otevřeného trhu v nákladní automobilové dopravě. Odvětví bylo deregulováno právě kvůli *objevení* takové organizace, která umožní dosažení efektivních služeb pro zákazníky.

Regulátoři a ekonomové stejně jako státní zástupci a soudci očividně nemohou předem odlišit společensky efektivní a neefektivní tržní instituce. Právě v tom spočívá smysl otevřených trhů. Pokud jsou kanceláře pro konstrukci tarifů v souhrnu neefektivní, budou rozpuštěny. Pokud jsou efektivní, budou i nadále fungovat. O tom však může rozhodnout pouze zcela deregulovaný trh dopravy, kde všichni dopravci požívají úplnou imunitu chránící je před činností protimonopolního úřadu.

Podle zastánců *per se* nezákonnosti cenových dohod lze společenské zisky s nimi spojené dosáhnout snadněji a přijatelněji prostřednictvím přímé smluvní integrace. Firmy s vážným úmyslem dosáhnout efektivnosti díky koordinaci mohou vždy fúzovat nebo vstoupit do smluvního vztahu společného podniku. Proč však nutit veškerou koordinaci podnikatelské činnosti k cestě formální integrace? Smluvní integrace může podnítit dodatečné a významné úspory, zúčastněné firmy si však nemohou – stejně jako protimonopolní úřad – být jisté dodatečnými úsporami při úvaze rizik spojených s formální integrací. Pokud cesta smluvní integrace jednoznačně povede k dodatečným čistým přírůstkům efektivnosti, firmy ji budou nadšeně sledovat. Oproti tomu mo-

hou výhody cenové koordinace vést k maximálním čistým přírůstkům, dosažitelným mezifiremní dohodou. V takovém případě je volná cenová koordinace společensky efektivní.

V nejistém světě může volná koordinace cen představovat mnohem pružnější cestu k dosažení možných úspor než formální smluvní integrace. Při významnosti rizik a nákladů formální integrace v podmínkách nejistoty může volné spojení, které firmám kdykoli umožňuje zaujmout konkurenční pozici, představovat téměř optimální společenskou organizaci. Tlak na soustavnou dokonalou konkurenčnost firem může vést ke ztrátě efektivností spojených s mezifiremní koordinací. Z hlediska efektivnosti je podobně nesmyslné nutit firmy, které chtějí koordinovat některé aktivity, k dohodám o formální integraci a s nimi souvisejícím rizikům. Firmy by si měly samy zvolit stupeň koordinace, který odpovídá řešenému problému. Nezdůvodnitelnost protimonopolní regulace je zde opět zřejmá.

## Cenové dohody a omezení výstupu

Další argument proti *per se* nezákonnosti dohod o fixování cen, zvláště významný, je-li s ním spojena společenská efektivnost, vychází z přesvědčení, že nelze zdůvodnit jejich škodlivost pro společnost. Dohody o rozdělení trhu jsou bez přímé podpory státu velmi slabé a na otevřených trzích náchylné k rozpadu. Dohody o omezení výstupu jsou obvykle krátkodobé a nedokáží čelit měnícím se tržním podmínkám. Pokud zákon neomezuje vstup na trh a nebrání fungování konkurence, tržní podmínky neutralizují pokusy o snížení tržního výstupu a zvýšení tržních cen.

Veřejnost lze snadno uvést v omyl ohledně účinnosti tajných dohod o cenách. Uznání viny v protimonopolních řízeních proti fixování cen veřejnost často chápe jako důkaz toho, že firmy skutečně omezovaly výstup a zvyšovaly ceny. Tato souvislost však obvykle *není* odůvodněná. Podle zákona jsou cenové dohody nezákonné *per se*. Tedy pouhé uzavření dohody, bez ohledu na její účinnost, postačuje k obvinění z porušení protimonopolních zákonů. Ve vládních řízeních proti tajným dohodám o cenách není obvykle důležité, zda v důsledku těchto dohod skutečně došlo k omezení tržního výstupu či zvýšení cen. Firmy obviněné

z fixování cen podle Shermanova protimonopolního zákona často samy uplatňují obhajobu *nolo contendere*,<sup>123</sup> protože si uvědomují, že k odsouzení postačuje samotná existence dohody bez ohledu na její účinnost.

Některé tradiční problémy spojené s *per se* přístupem k dohodám o fixování cen ilustruje klasický případ společnosti *Addyston*.<sup>124</sup> Příklad se týkal tajné dohody šesti výrobců litinového potrubí, kteří se v 90. letech minulého století snažili o zmanipulování cenových nabídek potrubí prodávaného odborům vodní správy městských úřadů. Precedent spojený s případem *Addyston* je považován za jeden z nejvýznamnějších v celém protimonopolním zákonodárství. Soudce Taft ve svém vyjádření k odvolání v případě *Addyston* prohlásil dohody o cenových nabídkách za nezákonné v jejich podstatě, protože usilovaly výhradně o potlačení konkurence mezi firmami s cílem vzájemného zvýhodnění. Vynesení rozsudku tedy nevyžadovalo ekonomickou analýzu skutečně stanovených cen, tj. uplatnění pravidla rozumnosti.<sup>125</sup> Soudce Peckham v podání k Nejvyššímu soudu v roce 1899 souhlasil s Taftovou analýzou a rozhodnutím podobně jako řada významných odborníků v oblasti protimonopolního zákonodárství. Například Robert Bork nazval Taftovo rozhodnutí „jedním z nejvýznamnějších, pokud ne nejvýznamnějším protimonopolním názorem v dějinách práva.“<sup>126</sup>

Analýza takových hodnocení případu společnosti *Addyston* však vyvolává závažné otázky. Přístup *per se* účelově zatemňuje ekonomické aspekty, které jsou v takových případech významné. V případě *Addyston* soudce Taft a později Bork předpokládali, že s cenovými dohodami nejsou spojeny žádné významné ekonomické přírůstky efektivnosti a že tajná dohoda omezuje tržní

---

<sup>123</sup> Latinská formule, která znamená „nehodlám to popírat“; tvrzení v trestní věci, které má podobný právní účinek jako doznání – pozn. překl.

<sup>124</sup> *Addyston Pipe and Steel Company et al. v. United States*, 175 U.S. 211 (1899).

<sup>125</sup> *United States v. Addyston Pipe and Steel Company et al.*, 84 F. Supp. 293 (1897).

<sup>126</sup> Bork, *The Antitrust Paradox*, str. 26.

produkci a zvyšuje tržní ceny litinového potrubí. Takové předpoklady však mohly být chybné.

Podrobné pojednání případu *Addyston*, jehož autorem je George Bittlingmayer, ukazuje, že některá „kooperativní řešení tržní alokace“ podmiňovala přijatelně efektivní produkci litinového potrubí v tomto odvětví na konci minulého století. Na trhu s potrubím nebylo možno dosáhnout „konkurenční rovnováhy“, která by byla v souladu s nákladovými a poptávkovými podmínkami odvětví. Při velmi cyklické a nestabilní poptávce a klesajících dlouhodobých průměrných a mezních nákladech produkce by stanovení cen na „konkurenční“ úrovni (tj. na úrovni mezních nákladů) neumožnilo firmám plně pokrýt jejich náklady. Tržní ceny by byly trvale pod úrovní průměrných nákladů a většina firem by nakonec zkrachovala. Udržení efektivního provozu výrobních kapacit a jejich udržení v obdobích klesající poptávky tedy vyžadovalo určitý stupeň mezifiremní kooperace, například v podobě dohod o nabídkových cenách.<sup>127</sup>

Dostupné důkazy rovněž naznačují, že ceny potrubí i při rozsáhlé koluzi nebyly obvykle udržovány na úrovni mezních nákladů, natož nákladů průměrných. Nevyhnutelné soupeření mezi účastníky dohody i konkurence firem s významnými produkčními kapacitami, které se dohody neúčastnily, a významné a nepředvídané výkyvy poptávky znemožňovaly účinné dlouhodobé cenové dohody.<sup>128</sup> Z tohoto důvodu jsou tedy předpoklady o schopnosti takových dohod dosáhnout monopolní ceny a monopolních zisků bez odpovídajícího společenského přínosu zcela neopod-

---

<sup>127</sup> Bittlingmayer, George: „Decreasing Average Cost and Competition: A New Look at the Addyston Pipe Case“, *Journal of Law and Economics* 25, říjen 1982, str. 201–29. *Idem*, „Price Fixing and the Addyston Pipe Case“, *Research in Law and Economics* 5, 1983, str. 57–130. Když byla cenová dohoda v roce 1899 soudem prohlášena za nezákonnou *per se*, její účastníci se formálně spojili a vytvořili korporaci U.S. Cast Iron Pipe and Foundry.

<sup>128</sup> Tato podmínka byla pravděpodobně poprvé zmíněna v práci Almarina a Phillipse, *Market Structure, Organization, and Performance*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., 1962.



statněné, podobně jako v několika dalších klasických případech tajných dohod o fixování cen.<sup>129</sup>

## Závěry

Kritiku *per se* přístupu k velkým fúzím a horizontálním cenovým dohodám nelze chybně interpretovat jako bezvýhradnou podporu pravidla rozumnosti. I když by pravidlo rozumnosti představovalo zlepšení oproti nezákonnosti *per se*, samotný přístup pravidla rozumnosti je zásadně chybný. Žádnou protimonopolní politiku vůči fúzím a dalším horizontálním mezifiremním dohodám nelze vědecky zdůvodnit. Zákon by jim neměl ani pomáhat, ani jim bránit.

---

<sup>129</sup> Viz například diskuse o dohodě v oblasti elektrických zařízení a další případy fixování cen, zmiňované v práci Armentano, D. T.: *Antitrust and Monopoly: Anatomy of a Policy Failure*, 2. vydání, Independent Institute, Oakland, Kalifornie, 1990, 5. kapitola.

## 7. Protimonopolní politika ve svobodné společnosti

Dosud prezentovaná argumentace proti protimonopolní politice se soustředila výhradně na ekonomické aspekty. Kritická analýza protimonopolní regulace však musí zahrnovat i některé neekonomické úvahy. Protimonopolní zákonodárství přímo narušuje občanské svobody, individuální práva a práva na spravedlivý soudní proces. Tyto souvislosti mohou mít významné důsledky pro ekonomické argumenty protimonopolní regulace, založené na efektivnosti. Z našeho pohledu však svoboda nemusí být obětována podpoře efektivnosti, naopak tvrdíme, že pouze plná ochrana *všech* vlastnických práv je konzistentní se společenskou efektivností.

### Svoboda

Administrativa a uplatňování protimonopolních zákonů vždy komplikovaly pozici zastánců striktního pojetí individuálních práv, svobodné směny a řádného soudního procesu.<sup>130</sup> Protimonopolní zákony samou svou podstatou kolidují s právy soukromého vlastnictví.<sup>131</sup> Zákaz cenové diskriminace, spojování podniků, fixování cen a dokonce i monopolizace svobodného trhu brání smluvním stranám s legitimními vlastnickými právy v uzavírání či odmítání určitých smluvních ujednání, jimiž sledují své nejlepší zájmy. Navzdory námi odhalené slabosti ekonomických argu-

---

<sup>130</sup> Část následující diskuse je převzata z práce Armentano, D. T.: „Efficiency, Liberty and Antitrust Policy“, *Cato Journal* 4, č. 3, zima 1985, str. 925–32.

<sup>131</sup> Pilon, Roger: „Corporations and Rights: On Treating Corporate People Justly“, *Georgia Law Review* 13, léto 1979, str. 1245–1370.

mentů na podporu protimonopolní regulace trvají někteří ekonomové nadále na zdůvodnitelnosti zákazu takových ujednání a zdůvodňují je tradičním hlediskem efektivnosti. Ponecháme-li tradiční ekonomické úvahy stranou, vidíme, že soukromé a mírumilovné aktivity, jako cenová diskriminace, spojování podniků, vázané dohody a fixování cen, nenarušují vlastnická práva v jejich běžném významu. Neznamenaají tedy nutně podvod nebo použití síly. Z hlediska přirozených práv však protimonopolní zákony, které regulují soukromé a mírumilovné obchodování, narušují vlastnická práva. Jak jsme již poznamenali, dokonce i Adam Smith, přes výhrady k cenovým ujednáním, odmítal protimonopolní zákony, protože jejich uplatňování není „konzistentní se svobodou a spravedlností“.

Podle některých kritiků se podnikatelé a korporace při spojování a omezování výroby vzdávají svých práv na plnou svobodu, protože takové chování narušuje práva potenciálních kupujících. Takové chápání práv je však chybné. Výrobci vlastní svůj majetek či jej spravují pro jeho vlastníky a disponují tedy *všemi* právy spojenými s tímto majetkem, včetně absolutního práva na jeho *neúplné* využití. Podobně spotřebitelé disponují plnými právy na svůj majetek, včetně absolutního práva na utrácení nebo neutrácení svých peněz. Individuální práva (vlastnická práva) žádné strany nemůže narušit odmítnutí či částečné odmítnutí spolupráce prostřednictvím nějakého dobrovolného omezení obchodu.

Spotřebitelův bojkot výrobceva produktu například nenarušuje vlastnická práva výrobce. Výrobce v první řadě nemá právo na spotřebitelův důchod. Podobně omezení produkce na straně výrobce – výrobcův bojkot – nemůže narušit práva spotřebitelů, protože spotřebitelé bez smluvního ujednání nemají vlastnická práva na výrobcův produkt. Restriktivní dohody jako fixování cen, byť nepopulární, tedy nenarušují práva žádného subjektu a státní omezení takových dobrovolných ujednání je z hlediska práv a svobody zcela nezdůvodnitelné.

Další skupina argumentů proti protimonopolním zákonům a jejich uplatnění se vztahuje k základním otázkám řádného soudního procesu a spravedlnosti. Před protimonopolním zásahem a domnělým porušením zákona nemůže nikdo s dostatečnou

jistotou vědět, co znamená „podstatně snižovat konkurenci“ nebo „nerozumně omezovat obchod“. Nikdo nemůže s dostatečnou jistotou vědět, jaký je relevantní trh či zda byly ceny sníženy k dosažení konkurence v „dobré víře“. Firmy vyvíjející nové výrobky či snižující ceny mohou po letech zjistit, že takové praktiky poškozují konkurenty, snižují „konkurenci“ a porušují zákon. Protože však protimonopolní „zákon“ není dostatečně jasně znám předem, protimonopolní zákony a zásahy úřadů jsou nevypočitatelné a arbitrární a jednotlivci a firmy souzené podle takového zákona se mohou stěží těšit řádnému soudnímu procesu.<sup>132</sup>

## Společenská efektivnost

Ekonomové většinou odmítají diskutovat normativní otázky svobody a práv *per se*, přesto však připouštějí, že v oblasti protimonopolní regulace musí být některé svobody, například svoboda koluze, obětovány ve prospěch konkurence a efektivní alokace zdrojů. I když se o svobodných trzích s pečlivě vymezenými vlastnickými právy obecně předpokládá, že podporují ekonomickou efektivnost, maximalizují bohatství a minimalizují náklady, připouštějí se významné výjimky, jako cenová koluze, které zdůvodňují regulaci. *Svoboda* tedy musí být obětována *efektivností*.

Již jsme uvedli některé teoretické a empirické argumenty proti takovému stanovisku. Zde se soustředíme na neudržitelnost standardní neoklasické teorie efektivnosti a blahobytu a na možnost souladu individuální svobody a úplné ochrany všech vlastnických práv se správně chápanou efektivností.

## Subjektivní náklady a přínosy

Tradiční teorie společenské efektivnosti v protimonopolní regulaci závisí na možnosti měření přebytků spotřebitele a producen-

<sup>132</sup> Tento postup je zvláště zřejmý v prosazování Robinsonova-Patmanova zákona Federální obchodní komisí. Viz Mason, Lowell B.: *The Language of Dissent*, The World Publishing Company, Cleveland, Ohio, 1959.

ta. Je prý nutno zvážit přírůstky a ztráty spojené s takzvanými restriktivními praktikami a s ohledem na význam efektivity připustit pouze takové podnikatelské praktiky, které vedou k čistému zvýšení společenského blahobytu. Ostatní praktiky, například fixování cen, prý způsobují ztráty blahobytu ve formě mrtvé váhy a neměly by být povoleny.<sup>133</sup> Problém takových „kalkulací“ však spočívá v tom, že jsou ve skutečnosti neproveditelné. Individuální náklady a přínosy nějakého opatření jsou totiž zcela subjektivní a osobní, nelze je jednoduše sčítat nebo odečítat k určení čisté společenské efektivity nebo blahobytu. Jak jsem již na jiném místě uvedl:

*Náklady jednání jsou subjektivní příležitosti, jichž se svým rozhodnutím člověk vzdává. Přínosy představují subjektivní uspokojení. ...Protože náklady a přínosy jsou subjektivní, nelze je kardinálně měřit. Neexistuje hodnotová jednotka, která by umožnila sčítání individuálních nákladů a přínosů do společenských agregátů a jejich srovnání. Předpoklad schopnosti racionální protimonopolní politiky poměřovat náklady a užitky restriktivních dohod a poté odlišit společensky efektivní a neefektivní dohody, je tedy zavádějící.*<sup>134</sup>

Obtíže spojené s agregací osobních nákladů a přínosů lze ilustrovat metaforou. Předpokládejme teplotu v místnosti 20 stupňů. Různým lidem v této místnosti bude teplo nebo zima. Údaj, že v místnosti je 20 stupňů ve skutečnosti neměří, jak teplo či zima jim bude, ale měří pouze úroveň rtuti na objektivní stupnici. Subjektivní stavy tepla či chladu nelze přímo zjistit nebo měřit, ani je přičítat, odečítat, srovnávat, agregovat či jinak matematicky manipulovat. Údaje o teplotě lze průměrovat, ale pocity pohodlí či nepohodlí u jednotlivých jedinců nelze matema-

---

<sup>133</sup> Viz například obsáhlý přehled standardního modelu ekonomického blahobytu v práci Lebler, Wesley J.: „Intraband Cartels under GTE Sylvania“, *UCLA Law Review* 30, říjen 1982, 13–17.

<sup>134</sup> Armentano, D. T.: „Antitrust Policy: Reform or Repeal?“, *Cato Institute Policy Analysis* č. 21, 18. ledna 1983, str. 9–10.

tický manipulovat. Podobně je tomu s jejich individuálními náklady a užitky.

Hledisko společenské efektivity v rámci neoklasického paradigmatu charakterizuje argument, že všechny podnikatelské dohody mohou *ex ante* snížit náklady a že takové úspory mohou vyrovnat tzv. ztráty blahobytu v důsledku vyšších cen, protože náklady příležitosti jsou vlastně subjektivní a osobní. Protimonopolní regulace vždy vycházela z jednoduchého předpokladu, že náklady spojené s určitými horizontálními dohodami výrazně převažují jejich přínosy, pokud se vůbec vyskytují, a tento předpoklad zdůvodňuje regulaci či zákaz takových dohod. Pokud jsou však náklady ve své podstatě subjektivní, posuzování nákladů a přínosů daného opatření nemůže být nikdy jednoznačné.<sup>135</sup> Dohody o rozdělení trhu mohou ukončit nákladné soupeření a reklamu. Dohody mezi konkurenty v dopravě mohou snížit informační a transakční náklady. Horizontální dohody, které snižují riziko a nejistotu, mohou podpořit efektivity. Protože jen jednotlivé strany dohody mohou *znát* náklady a užitky s touto dohodou spojené, protimonopolní regulaci nelze nikdy dostatečně zdůvodnit.

## Koordinace plánů a efektivity

Ještě zásadnější hledisko společenské efektivity zahrnuje pojetí „koordinace plánů“, podle něhož všechny dobrovolné dohody, včetně takzvaných restriktivních dohod, podporují efektivity, protože všechny tyto dohody *ex ante* směřují ke koordinaci plánů různých účastníků trhu. Protože tržní informace nejsou dokonalé ani konstantní, proces koordinace plánů prostřednictvím dohody nemůže nikdy dosáhnout konečné rovnováhy. Jak jsme však již zmínili, žádná analýza efektivity se nemůže soustředit na konečnou rovnováhu. Analýza se musí zaměřit na institucionální rámec vlastnických práv a otevřený tržní proces,

---

<sup>135</sup> Dokonce i Robert Bork připouští, že tuto pozici lze racionálně zdůvodnit. Viz Bork, Robert H.: „The Rule of Reason and the Per Se Concept“, *Yale Law Journal* 75, leden 1966, str. 390.

kteřé soustavně vytvářejí účinné podněty k objevování a využívání nejlepších dostupných informací s cílem koordinovat plány a korigovat ty, které nesplní stanovené cíle. Efektivní trh je otevřený a učící se trh, který směřuje k poskytnutí co nejširšího prostoru a podpory pro vytváření, korekci a koordinaci soukromých plánů.

Tento přístup k tržní efektivnosti umožňuje jednoznačné odsouzení omezení konkurence, kooperace a vstupu do odvětví daných zákonem jako společensky škodlivých – neefektivních, protože přímo omezují tržní informace a rozsah dobrovolné koordinace plánů.<sup>136</sup>

Teorie efektivnosti založená na koordinaci plánů zcela podkopává protimonopolní regulaci. Všechny podnikové fúze a společné podniky je v jejím světle nutno chápat jako společensky efektivní ujednání, usilující o dosažení nějakého vzájemně provázaného podnikatelského cíle. Takovéto dohody nemohou být ve jménu efektivnosti regulovány Ministerstvem spravedlnosti nebo FOK. Dlouhotrvající obava teorie odvětvové organizace z vysoce diferencovaných produktů je vnímána jako nesmyslná diskuse o výsledcích, nikoli prostředcích. Konečně je třeba říci, že tradiční soustředění protimonopolní regulace na vysoký tržní podíl, koncentraci a bariéry vstupu je zcela pochybené. Jakýkoli tržní podíl a jakákoli úroveň tržní koncentrace jsou totiž nutným výsledkem otevřeného tržního procesu dobrovolné koordinace plánů. Za jediné překážky efektivnosti lze považovat ty, které podobně jako samotná protimonopolní politika *zákonem* omezují svobodný obchod. A takové překážky by samozřejmě měly být zrušeny.

---

<sup>136</sup> O'Driscoll, Jr., Gerald P. a Rizzo, Mario J.: *The Economics of Time and Ignorance*, Basil Blackwell, Oxford, 1985, str. 154–58. Viz také Cordato, Roy E.: *Welfare Economics and Externalities in an Open-Ended Universe: A Modern Austrian Perspective*, Kluwer, Boston, 1992.

## Závěry

Adam Smith byl přesvědčen, že systém přirozené svobody – svobodný trh – podporuje ekonomický zájem veřejnosti a že státní regulace má tendenci bránit působení konkurenčního tržního procesu. Zvláště se obával, že zákonem garantovaný monopol – vytvořený pro specifické zájmy producentů – bude využit k omezení svobodného vstupu na trhy a ke zvýšení cen pro spotřebitele. Uvědomoval si, že podnikatelé se často setkávají za účelem uzavření tajných dohod o zvýšení cen. Přesto však nesouhlasil se zaváděním zákonů, které by takovým dohodám zabránilo, pro jejich neslučitelnost se svobodou.

Byl Smithův pohled naivní? Právě naopak. Po více než stoletých zkušenostech s protimonopolními zákony se Smithovo hodnocení monopolu jeví jako velmi trefné. Ačkoli byly protimonopolní zákony údajně zaměřeny na podporu konkurence, byly opakovaně používány – vládou i soukromými žalobci – k oslabení a omezení konkurenčního tržního procesu a k ochraně stávající odvětvové struktury, čehož se právě Smith v souvislosti se státním monopolem nejvíce obával. Zákony sloužily k omezení obchodu a konkurence, zatímco skuteční monopolisté v americkém podnikatelském systému – firmy, které disponují monopoly garantovanými státem – zůstávají relativně chráněni před protimonopolním stíháním. Konečně protimonopolní zákony zcela jasně narušují „svobodu a spravedlnost“, což přesně Smith předpověděl.

Ekonomické a normativní zdůvodnění zrušení protimonopolních zákonů je působivé. Tyto zákony ztratily jakoukoli oprávněnost. Tíha důkazů nyní spočívá na těch, kteří chtějí udržet či reformovat protimonopolní zákony, aby zdůvodnili jejich zachování.



## Dovětek

### Monopoly: Rakušané versus chicagovci

#### D. T. Armentano

Mnozí chicagští ekonomové provádějí velmi užitečný empirický výzkum zaměřený na „testování“ jistých protimonopolních teorií. Lidé jako Robert Bork, Yale Brozen, Ward Bowman, Harold Demsetz a mnozí jiní vykonali dobrou práci, když například ukázali, že samotná koncentrace trhů neznamená, že vedoucí firmy vydělávají nadměrné zisky. Ukázali to, co velcí podnikatelé skutečně dělali: prováděli inovace a drželi ceny na nízké úrovni. Ukázali, že většina firemních spojení vychází z ekonomické logiky a že predátorské praktiky jsou velmi vzácné.

Chicagští ekonomové se však výrazně odlišují od ekonomů rakouských na teoretické rovině a to se také odráží v některých aspektech hospodářsko-politických doporučení. Chicagská škola stále lpí na neoklasické teorii ceny. Stále lpí na teorii rovnováhy a dokonalé konkurenci jako ideálu blahobytu, s nímž jsou srovnávány situace reálného světa. Většina ekonomů chicagské školy stále zastává mylnou teorii monopolní síly. Stále chtějí hovořit o tržním podílu a ukazatelích koncentrace. Stále si neosvojili názor, že dokud nejsou trhy omezeny zákony, jsou nutně konkurenční a neměly by být nijak regulovány. Mezi chicagskými ekonomy zabývajícími se problematikou monopolu stále převládá vážný omyl „troufalého zdání znalosti“.

Projevuje se to následujícím způsobem: Chicagští ekonomové nebudou tvrdit, že bychom měli zrušit protimonopolní zákonodárství. Pamatuji si, že jsem strávil dlouhou dobu přesvědčová-

ním Yalea Brozena, že bychom protimonopolní zákonodárství měli zrušit. Souhlasí s 99 % všeho, co tvrdím, ale pak najednou řekne: „No dobře, Dominicku, co ale uděláme s cenovým fixováním?“.

Pro chicagské ekonomy neexistuje nic odpornějšího a nic, co by bylo více proti konkurenci, než fixování cen. I když se proberete literaturou a ukážete, že cenové fixování obvykle nefunguje (a i Brozen to uznává), stále se najdou někteří chicagští ekonomové, kteří budou tvrdit, že se jedná o „neproduktivní“ činnost a že nedochází k naplňování legitimního společenského cíle.

Chicagští ekonomové postrádají koordinační teorii efektivnosti, která by byla podobná teorii, jakou uznávají rakouští ekonomové. Proto se nikdy nevysloví pro úplné zrušení protimonopolních zákonů. Místo toho budou zastávat cosi, co lze nazvat *ad hoc* přístupem k protimonopolnímu zákonodárství. Je důležité nějak chicagské ekonomy přesvědčit, že by se měli zříci svých rovnovážných modelů a přihlásit se k rakouskému přístupu. Pochybuji ale, že k tomu někdy dojde.

Výňatek z *Austrian Economics Newsletter*, podzim 1998. Celý článek je dostupný na <http://www.mises.org>.

## Doslov

### Stát, monopoly a hrozba EU

#### Josef Šíma

Je jen málo oblastí, které by se vyznačovaly takovou mírou jednostranného uvažování, takovou mírou všeobecného odsouzení, takovým rozsahem historické desinterpretace a takovou intenzitou vládních zásahů, jako je oblast monopolů a protimonopolní politiky. Dnes a denně slyšíme o nutnosti dalšího zákona nebo dalšího zákroku proti mocným monopolům, proti snaze kartelů rozdělit si trh, proti pokusům velkých obchodních řetězců mít „příliš nízké“ ceny, nebo snaze EU prodat zemědělské výrobky „pod náklady“. Učebnice se zároveň hemží teoriemi o predátorském snižování cen a teoriemi o konstrukci daní, které by odčerpaly „monopolní“ zisky. Jak etatističtí ekonomové či politikové, tak i jejich tzv. protržní soukmenovci se ve většině výše zmíněných případů shodnou na jediném řešení: větší, případně rozhodnější úloze státu a silnější „ochraně konkurence“. Tento přístup trpí ovšem všemi nedostatky uvedenými v první větě této práce a je neslučitelný se svobodnou společností, jak ukážeme dále. Bohužel používaná vypjatá terminologie okamžitě staví každého, kdo nepřikyvuje standardnímu výkladu, do nepříjemné situace a často brání nezaujatému pohledu na věc. Ten, kdo se zastává tzv. predátorského snižování cen, bude ihned označen za predátora či jeho advokáta (podobně jako ten, kdo se vysloví proti „sociálnímu zákonodárství“, je okamžitě označen za antisociálního, necitlivého a nelidského); ten, kdo se zastane velkých hráčů na trhu, bude osočen, že je proti malým podnikům

a podnikatelům. Logika a zdravá teorie podepřená historickou zkušeností však ukazují, že je nutné tuto nezáviděníhodnou pozici zaujmout a že cesta hledání pravdy vede právě tímto směrem.

## Každý je monopolistou

„Co je monopol?“ zní základní otázka. „*Monos* – jediný, *polein* – prodávat – jediný prodávající na trhu,“ zní většinou odpověď. „A to je špatné,“ je často dodáváno. „Prodávající čeho a na jakém trhu?“ měl by se ptát ten, kdo se nespokojí s jednoduchou odpovědí. Odpověď na tuto otázku již tak jednoduchá není. Telecom sice možná má monopol v poskytování dálkové hlasové služby. Není ale monopolistou (jediným prodávajícím) v případě, že za relevantní produkt (službu) na tomto trhu označíme přenos informací. Pro takto široce definovaný produkt již existuje větší množství prodávajících a větší množství nabízených produktů (internet, pošta, zasilatelské služby apod.). Podobně zúžením definice produktu dosáhneme toho, že každý pekař v pekárně A je jediným producentem *Housek z pekárny A* na celém světě, nebo obdobně že prodávající chleba v obchodě na rohu ulic B a C je na tomto místě monopolním prodejcem chleba. Chce-li někdo nakoupit jiné výrobky než výrobky z obchodu na rohu ulic B a C, musí vynaložit nějaké dodatečné náklady a popojít o blok dále. Zdá-li se někomu cena *Housek z pekárny A* příliš vysoká, zřekne se tohoto produktu a koupí si např. rohlíky z „dovozu“ ze sousedního města. Na tomto příkladu vidíme, že otázka širší definice a otázka dostupnosti substitutů má zásadní význam. Každý spotřebitel se s ní potýká podle svého. Co je substitutem pro jednoho, nemusí být substitutem pro druhého. Spotřebitelé, kteří se neustále rozhodují o nejhodnější koupi z mnoha dostupných alternativ za své vydělané peníze, umějí tato rozhodnutí dělat a denně je také dělají.

Jelikož jsme tedy všichni monopolisty, necháme-li státního úředníka bojovat proti monopolům, jsme všichni potenciálně v ohrožení.

## Chování člověka – nebezpečná aktivita?

Vedle tzv. zneužívání monopolního (dominantního) postavení na trhu je za další důvod státní intervence považována *snaha o zvýšení podílu na trhu* za použití nejrůznějších metod, na které je prý potřeba dohlížet a proti kterým je v případě potřeby nutno zakročit (pokus o diferenciaci produktu pomocí reklamy, snižování ceny vlastních výrobků atd.). Je pravdou, že každý, kdo vidí svět očima teorie dokonale konkurenční rovnováhy, musí považovat každého, kdo není čistým cenovým příjemcem, tj. má moc stanovit si cenu svých výrobků, za narušovatele ideálu této teorie. Problémem, před kterým ale stojí podnikatel reálného světa, není jak maximalizovat svůj užitek při dokonalých informacích a konstantních preferencích spotřebitelů, ale jak v situaci nejistoty předčít druhého podnikatele, jak lépe odhadnout situaci, jak lépe uspokojit budoucí přání spotřebitelů a jak podle toho stanovit ceny svých výrobků. Každý se tedy neustále snaží *zvýšit svůj podíl na trhu*, ukázat na přednosti svého výrobku pomocí reklamy, a tak svůj výrobek lépe prodat. Jeden vidí své šance na větší zisk ve snížení současných cen, druhý je přesvědčen, že k úspěchu na trhu je nutné ceny jeho výrobků zvýšit. Nelze žádným způsobem vypočítat (a dvojnásob to platí pro schopnost státního úředníka), jaká je „správná“, tedy „konkurenční cena“, jaká je „optimální“ velikost nějakého podniku nebo jeho „ještě bezpečný“ podíl na trhu. Má-li být snaha zvýšit svůj podíl na trhu potenciálně kriminální aktivitou, jsme opět všichni v ohrožení.

## Co je prodej pod náklady?

Prodej pod náklady je hlavním strašákem státních „dohlížečů“ na konkurenci na trhu. *Kdo prodává pod náklady, je predátorem*, zní jejich heslo. Chce prý pomocí nepřiměřeně nízkých nákladů (a nejlépe ještě pomocí masivní reklamy, které místní podnikatelé – je-li v převaze zrovna nálada proti cizincům – nebo malí výrobci – jsou-li za nepřátele zrovna považovány velké podniky – nemohou využít, protože na takovou reklamu „zatím“ nemají) přivést své konkurenty ke krachu, aby poté mohl své ceny opět

zvýšit na úkor tzv. celé společnosti. Bez ohledu na paranoidní vidění světa zastánců této teorie a existenci přesvědčivých argumentů proti takové situaci, které lze najít na jiných místech, je potřeba si odpovědět na otázku, jak podobnou situaci vůbec identifikovat. Jaké náklady mají být předmětem této úvahy? Dlouhodobé průměrné, nebo krátkodobé průměrné náklady? Variabilní, či fixní náklady? Nebo mezní náklady? A sice krátkodobé, nebo opět dlouhodobé? Ekonomie již něco přes sto let pracuje s mezními náklady jako klíčovými pro tvorbu ceny. Rakouská škola přidala další důležitý rozměr: metodologický individualismus a subjektivismus, který je lidskému konání vlastní, tj. v případě nákladů se vždy jedná o subjektivně vnímané náklady obětované příležitosti, které rozhodují o ceně. Tyto náklady zná pouze ten, kdo činí rozhodnutí, a to pouze v okamžiku tohoto rozhodování. Rozhoduje-li se tedy někdo o prodeji nějakého výrobku, nemůže prodat „pod náklady“. Náklady na tento prodej jsou totiž většinou nulové a někdy mohou být i záporné. Náklady vynaložené někdy v minulosti jsou pouhou historickou kategorií a nemají na rozhodování o ceně vliv. Z toho vyplývá, že pro daného člověka (výrobce) může být výhodné, neexistuje-li žádná lepší varianta, prodat i za zápornou cenu, např. někomu ještě zaplatit za to, aby si vyrobené zboží odvezl. Cena -300 Kč přinese podnikateli zisk 200 Kč v okamžiku, kdy náklady obětované příležitosti (přínos druhé nejlepší varianty) budou např. -500 Kč (cena odvozu zboží na skládku). Existence úřadu na kontrolu nákladů a cen, které mají být „nad náklady“, je proto naprosto absurdní. Subjektivní náklady obětované příležitosti nikdo nemůže znát. Ale i kdyby je nějakým zázrakem úředník znát mohl, musel by předložit velmi zásadní argumenty pro to, aby ospravedlnil použití mocenského aparátu státu proti někomu, jehož jediným deliktem je to, že vyrobil nějaký výrobek, který ostatní lidé chtějí kupovat, a o kterém si státní úředník myslí, že má příliš nízkou cenu.

## **Suverénní nad svým vlastním majetkem**

Už jsme se zmiňovali o tom, že rozhodování podnikatele v reálném světě je rozhodování o množství vyráběného produktu a také o jeho ceně. Tak často zmiňovaná „suverenita spotřebitele“ znamená, že se spotřebitel může rozhodnout, zda za nabízenou cenu daný produkt koupí, nebo nekoupí. Nikdo druhý by neměl do této volby zasahovat. Tato suverenita ovšem nemůže znamenat omezení možnosti výrobce stanovit si cenu, tak jak to stát často dělá ve jménu jakési blíže neurčené „ochrany spotřebitele“ v nějakém širokém rámci spotřebitelské volby a suverenity. Stejně jako je spotřebitel suverénní v otázce zda koupit či nekoupit nějaký výrobek za danou cenu, výrobce musí být suverénní v otázce za kolik svůj výrobek prodat. Podobně jako spotřebitel utratí část svých prostředků za okamžitou spotřebu a část uspoří, protože si uvědomuje možná rizika a nejistoty budoucnosti a chce se proti nim bránit, výrobce se rozhoduje o tom, jakou část svých výrobků prodá teď a jakou část v budoucnosti v očekávání vyššího zisku. Zatímco aktivita spotřebitele je považována za samozřejmou a spoření je ještě (mnohdy i neospravedlnitelně) státem podporováno, výrobce se při analogickém chování vystavuje trestnímu postihu, protože se snažil manipulovat s cenou a nabízeným množstvím a prováděl jakousi blíže nespécifikovanou „agresi“ proti „zájmům spotřebitelů“.

## **Vylobbujzte si svůj zákon**

Mnozí by očekávali, že pohled do historie antimonopolního zákonodárství ukáže, že statický pohled na konkurenci a trh očima nějaké (z našeho současného poznání mylné) teorie vedl k přijetí zákonů, které měly trh a konkurenci chránit. Při bližším pohledu se ale ukazuje, že tento proces byl naprosto opačný. Nejprve došlo k přijetí antimonopolní legislativy (zákony v USA na přelomu století) a až poté se objevily ucelené teorie, které se snažily intervencionistické činy politiků ospravedlnit. Nejednalo se o nic jiného než o aktivity placené neúspěšnými konkurenty z trhu ekonomického, kteří se na politickém poli snažili s použitím státního donucovacího aparátu „naložit“ se svými rivaly. Vše

tedy bylo obdobou známých současných politických praktik, kdy politici v tzv. „zájmu spotřebitelů“ brání cly dovozu levnějších produktů ze zahraničí a brání spotřebitele před *sebou samými*, protože prý spotřebitel nemůže docenit možná budoucí rizika. Je prokázané, že tolik očerňované praktiky monopolů na sklonku 19. století (Standard Oil aj.), které vedly k zákonům, jejichž neblahé dopady cítíme v současnosti (a s přijetím do EU teprve pocítíme – viz tamní boj proti šumivým multivitamínovým tabletám jako nekalé praktice tzv. vázaného prodeje ap.), vedly k **poklesu cen a nárůstu** výroby, které byly v daných „monopolních“ odvětvích větší než ve zbytku ekonomiky.

## Stát a monopoly

Ve svobodné společnosti samozřejmě může docházet k situacím, kdy jeden výrobce je natolik úspěšný, že je díky přízni zákazníků schopen zásobovat velkou část trhu. Jeho produkt je tak kvalitní a laciný, že si jej všichni kupují (dnešní situace Microsoftu). Přestává-li ovšem uspokojovat přání zákazníků, začne pozici na trhu ztrácet (příklady IBM nebo XEROX mohou tento vývoj ilustrovat). Právě dynamika fungování trhů (faktor času), která tolika lidem uniká, je odpovědná za tento proces. Pro zásah státu zde není žádný prostor. Stát, který trestá úspěšného výrobce, trestá i většinu svých občanů (a to navíc údajně v jejich zájmu). To se děje i tehdy, když stát začne vytvářet segmenty ekonomiky, kam uměle brání přílivu kreativity soukromého sektoru. Pouze v těchto ochromených sektorech nepůsobí blahodárný vliv konkurence na snižování cen a nárůst kvality. Příklady Českých drah, Českého Telecomu, České pošty, ale v jistém smyslu i vývoj ve školství a zdravotnictví, nám dávají nepřehledné množství smutných příkladů. Jediný monopol, který může na trhu přežít po velmi dlouhou dobu, je tedy monopol vynucovaný mocenským aparátem státu. I na změnu této zdánlivě beznadějně situace ovšem působí rozvoj technologií (např. internet řeší monopol Telecomu, malé kogenerační jednotky monopol elektrárenských a rozvodných společností atd.), ale situace by se mohla



vyvíjet ku prospěchu spotřebitelů mnohem rychleji bez politické snahy „ochránit spotřebitele“.

Standardní analytický aparát ekonomie, který je používán pro ospravedlnění úlohy státu a jeho zásahů do ekonomiky v případě existence monopolu, je nepoužitelný. Teorie, která jej podepírá, je umělá a tedy mylná. Historická zkušenost je přesvědčivá a naše současné fungování úřadů v čele s úřadem na ochranu hospodářské soutěže je smutné a směšné. Je na čase zrušit všechny tyto úřady včetně zákonů, které hlásají nesmysl, že stát je tím, kdo zachrání trh. Největší myslitelná monopolní struktura – národní stát či evropský superstát – jako negace trhu nemůže nikdy sloužit „k ochraně konkurence na trhu.“

Protimonopolní zákonodárství bylo ve skutečnosti vždy využito k pokusům regulovat proces konkurence (a nikoli monopoly), a poškodilo tak blahobyt spotřebitelů. To jsou výsledky stojící v přímém rozporu se zamýšlenými cíli. Proč je protimonopolní politika prokletím pro konkurenci na trhu, když jejím údajným záměrem je konkurenci uchovat a ochránit? Odpověď zní: politický proces ze své podstaty musí v každé zemi plodit takovéto perverzní výsledky. Protimonopolní politika představuje "regulaci" a regulaci téměř vždy využívají zájmové skupiny uvnitř každé vlády a každé společnosti ke zvětšení svého vlastního bohatství na úkor všech ostatních. Stručně řečeno, protimonopolní politika je a vždy byla mýtem a podvodem. Jedná se o podvodnou politiku, která škodí svobodné a efektivní ekonomice. Existuje-li, měla by být odstraněna. Neexistuje-li, je třeba se jejímu zavedení důsledně bránit. Spojené státy americké se již sto let potýkají s perverzními dopady protimonopolního zákonodárství. Svět by se měl z této smutné zkušenosti poučit.

Problém protimonopolního zákonodárství nespočívá pouze v tom, že se jedná o arbitrární a nevypočitatelnou aplikaci zákona, ale samotný tento zákon je založen na ekonomickém omylu. Profesor Armentano se s neobyčejnou srozumitelností a na velmi malém prostoru zabývá oběma aspekty. Z těchto důvodů je jeho kniha v současnosti jednoznačně nejlepším dostupným vysvětlením problematiky protimonopolního zákonodárství. Řešení, které navrhuje - odstranění protimonopolních zákonů - je radikální, avšak nutné, má-li vzkvétat svobodné podnikání a má-li docházet k růstu ekonomik.

*Llewellyn H. Rockwell, Jr.*  
*prezident Ludwig von Mises Institute.*

Protimonopolní úřady jsou obecně považovány za nezastupitelné pro ochranu konkurenčního prostředí. Na druhé straně existuje mnoho monopolů, které jsou udržovány zvláštními privilegii udělovanými vládou. Přestože se chovají "arogantně" vůči klientům, nikdo se nad jejich statutem příliš nepozastavuje. Kniha profesora Armentana poskytuje přesvědčivou ekonomickou argumentaci proti politickým zásahům do ekonomiky prostřednictvím protimonopolního zákonodárství. Nepotvrzuje náhodou naše každodenní zkušenost tyto závěry?

*Jiří Schwarz*  
*prezident Liberálního institutu*

Jednoho dne se historikové zabývající se dějinami ekonomie podívají zpět na současnou protimonopolní politiku stejně nevěřícím pohledem, jakým nyní hledí na takové mylné teorie, jako je pracovní teorie hodnoty. Profesor Armentano svou novou knihou zcela jistě zasadil osudovou ránu zbytku vážnosti, kterou si protimonopolní teorie ještě zachovávala.

*Fred L. Smith, Jr.*  
*prezident Competitive Enterprise Institute*

**sis**  
SPORITELNÍ INVESTIČNÍ SPOLEČNOST a.s.  
člen Finanční skupiny České spořitelny

ISBN 80-86389-04-9



9 788086 389042