

VERTIKÁLNE DOHODY A ICH VPLYV NA HOSPODÁRSKU SÚŤAŽ V EÚ

Peter Silanič¹, Edita Nemcová²

¹ *Prognostický ústav SAV, Šancová 56, 811 05, Bratislava*
Email: peter.silanic@gmail.com

² *Prognostický ústav SAV, Šancová 56, 811 05 Bratislava*
Email: progedit@savba.sk

Abstract: The aim of this article is to show the current state of assessment of vertical agreements between businesses by the competition authorities in the EU. We would like to propose a new perspective, which would make the issue more transparency. The result should be to increase efficiency and improve the business environment. We will try the submitted comments analytically to justify using the concept of Nash equilibrium. The main benchmark will be the total social welfare, i.e. the sum of consumer surplus and surplus of companies. In other words, the output efficiency of each scenario will be assessed by minimizing of the deadweight loss. For minimizing of the deadweight loss we use standard mathematical methods. Next, we would like to present some practical problems that rise in the cases of vertical restraints. For example, such problem is internet sale. The main result of this paper is that assessment of vertical restraints should be different in comparison with horizontal restraints. Vertical restraints can improve efficiency more probably than horizontal restraints.

Keywords: vertical agreements, vertical restraints, competition, resale price maintenance

JEL classification: K21, L42

1. Úvod

Podľa pravidiel hospodárskej súťaže v EÚ, sú zakázané dohody medzi podnikmi, ktorých cieľom alebo následkom je obmedzenie hospodárskej súťaže. Tieto pravidlá sa vzťahujú na horizontálne, ako aj vertikálne dohody medzi podnikmi. Tento prístup vyplýva z toho, že z ekonomickej teórie je známe, že zdravá hospodárska súťaž, resp. konkurencia medzi podnikmi vedie k efektívnejšej alokácii zdrojov, k rastu produkčnej efektívnosti, a tým aj k pozitívnym výsledkom pre celú spoločnosť. Spotrebitelia vďaka tomu získavajú kvalitnejšie produkty za nižšie ceny, ako by tomu bolo pri neexistujúcom konkurenčnom boji. V tomto texte sa budeme bližšie venovať práve vertikálnym dohodám obmedzujúcim hospodársku súťaž a tomu, ako k ich posudzovaniu z hľadiska hospodárskej súťaže pristupuje Európska komisia.

Je však potrebné poznamenať, že vertikálne dohody sú pomerne kontroverznou oblasťou súťažnej politiky. Ich vnímanie jednotlivými súťažnými autoritami na celom svete sa stále vyvíja. Akékoľvek závery tohto dokumentu nemožno preto chápať ako definitívne a všeobecne platné. V konečnom dôsledku bude stále potrebné vziať do úvahy konkrétne okolnosti daného prípadu.

Zároveň je potrebné uviesť, že v texte sa zameriame na hodnotenie vertikálnych dohôd v súlade so všeobecnými tendenciami vývoja súťažnej politiky. To znamená, že budeme podporovať presadzovanie tzv. viac ekonomického prístupu (a more economics approach), resp. prístupu založeného skôr na posudzovaní dopadov jednotlivých praktík než na posudzovaní samotnej formy týchto praktík (a more effects based approach). To znamená, že pri posudzovaní konkrétneho prípadu sa bude v hlavnej miere prihliadať na celkový dopad na súťaž a na spotrebiteľa. Všeobecne platí, že po formálnej stránke podobné praktiky môžu viesť k rozdielnym dopadom na súťaž a na spotrebiteľa, a teda aj z pohľadu súťažnej autority by mali byť takéto prípady posudzované rozdielne. Aj tento ekonomický prístup však so sebou prináša určité nevýhody. To znamená, že v texte poukážeme aj na slabšie stránky tohto prístupu v porovnaní s tzv. formálnym prístupom.

2. Princípiálne rozdiely medzi vertikálnymi a horizontálnymi dohodami

Pokiaľ ide o súčasnú aplikáciu právnych predpisov v oblasti ochrany hospodárskej súťaže, tak od 01.05.2004 je v SR účinné Nariadenie Rady (ES) č. 1/2003 zo 16. decembra 2002 o vykonávaní pravidiel hospodárskej súťaže ustanovených v článkoch 101 a 102 Zmluvy¹ (ďalej len „Nariadenie 1/2003“), ktoré stanovuje postup pri aplikácii čl. 101 a 102 Zmluvy (v minulosti čl. 81 a 82 Zmluvy o fungovaní Európskej únie)². Podľa čl. 3 ods. 1 Nariadenia 1/2003 ak orgány hospodárskej súťaže členských štátov alebo vnútroštátne súdy uplatňujú vnútroštátne súťažné právo na dohody, rozhodnutia združení podnikov alebo zosúladené postupy v zmysle článku 101 ods. 1 Zmluvy, ktoré môžu ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi v zmysle uvedeného ustanovenia, uplatnia aj článok 101 Zmluvy na také dohody, rozhodnutia alebo zosúladené postupy.

Podstatou uvedených právnych predpisov je konštatovanie, že všetky dohody medzi podnikateľmi, rozhodnutia združení podnikateľov a zosúladené postupy, ktoré môžu ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi a ktoré majú za cieľ alebo následok vylučovanie, obmedzovanie alebo skresľovanie hospodárskej súťaže v rámci vnútorného trhu, sú zakázané. Rovnako v slovenskom zákone o ochrane hospodárskej súťaže sa uvádza, že dohoda a zosúladený postup podnikateľov, ako aj rozhodnutie združenia podnikateľov, ktoré majú za cieľ alebo môžu mať za následok obmedzovanie súťaže (ďalej len "dohoda obmedzujúca súťaž"), sú zakázané.³

Ako sme spomínali vyššie, zdravá hospodárska súťaž, resp. konkurencia medzi podnikmi vedie k efektívnejšej alokácii zdrojov, k rastu produkčnej efektívnosti a tým aj k pozitívnym výsledkom pre celú spoločnosť. Spotrebitelia vďaka tomu získavajú kvalitnejšie produkty za nižšie ceny, ako by tomu bolo pri neexistujúcom konkurenčnom boji. Zároveň je známe, že jedným z najzávažnejších porušení pravidiel hospodárskej súťaže sú dohody obmedzujúce túto efektívnu súťaž. Motivácia firiem uzatvárať takéto dohody je intuitívne jasná. Obmedzením súťaže medzi nimi si zabezpečia vyššie zisky na úkor svojich zákazníkov, ktorí sú v takomto prípade nútení zaplatiť za požadovaný tovar vyššiu cenu, ako by tomu bolo v prípade efektívnej súťaže.

Táto úvaha je zrejماً, ale len v prípade horizontálneho vzťahu medzi firmami. Horizontálny vzťah medzi firmami znamená, že tieto firmy pôsobia na rovnakom stupni dodávateľského reťazca, alebo inými slovami na rovnakom relevantnom trhu. Túto úvahu môžeme analyticky podporiť jednoduchým modelom s firmami, ktoré si navzájom konkurujú v tzv. Cournotovom modeli.

2.1 Problém dvojitej marže

Pre jednoduchosť a bez ujmy na všeobecnosti predpokladajme, že na trhu sú aktívne len dve firmy. Máme teda dve firmy, ktoré sa snažia maximalizovať zisk. Predpokladajme, že trhový dopyt po ich výrobkoch je daný vzťahom:

$$P(Q) = a - b \cdot Q \quad (1)$$

kde a a b sú kladné konštanty a Q je celkové množstvo tovaru, ktoré tieto dve firmy spoločne dodávajú na trh. Platí teda, že

$$Q = q_1 + q_2. \quad (2)$$

Ak do rovnice (1) dosadíme rovnicu (2), dostávame

$$P(Q) = a - b \cdot (q_1 + q_2). \quad (3)$$

Z toho, že trhová cena je funkciou len súčtu množstiev, ktoré na trh dodávajú jednotliví hráči, pričom vôbec nezávisí, ktorý z nich dodáva aké množstvo, plynie implicitne ďalší z veľmi dôležitých

¹ Zmluva o fungovaní EÚ (ZFEU)

² Lisabonskou Zmluvou došlo s účinnosťou od 01.12.2009 k zmene číslovania článkov 81 a 82 a názvu Zmluvy o založení Európskeho spoločenstva (ďalej len „ZES“ alebo „Zmluvy“) z pôvodného článku 81 a 82 Zmluvy o založení Európskeho spoločenstva na článok 101 a 102 Zmluvy o fungovaní Európskej Únie. Znenie článkov však ostáva v nezmenenej podobe. V texte používame označenie článok 81 aj 101 – ide však o totožný článok Zmluvy upravujúci dohody obmedzujúce súťaž.

³ Zákon č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže, § 4, odsek 1.

predpokladov, a to predpoklad o homogénosti produktu. To znamená, že spotrebitelia nerozlišujú medzi produktom firmy 1 a produktom firmy 2. Vnímajú len celkové množstvo, ktoré tieto dve firmy na trh dodali a na základe tohto spoločného množstva sa na trhu vytvorí trhovú cenu.

Predpokladajme ďalej, znova bez ujmy na všeobecnosti, že obe firmy majú rovnaké hraničné náklady, povedzme vo výške c a nulové fixné náklady. Funkcia zisku pre i -tu firmu ($i, j = 1, 2; i \neq j$) je potom

$$\pi_i = (P(Q) - c)q_i = (a - b \cdot (q_i + q_j) - c)q_i \quad (4)$$

Nájďme teraz nutnú podmienku prvého rádu pre maximalizáciu tejto funkcie zisku vzhľadom na produkované množstvo. Treba mať na zreteli, že funkcia $\pi_i(q_i, q_j)$ je v premennej q_i kvadratická so záporným znamienkom parametra, a teda nutná podmienka bude automaticky aj postačujúcou podmienkou pre maximum funkcie. Podmienka teda vyzerá nasledovne

$$\frac{\partial \pi_i(q_i, q_j)}{\partial q_i} = a - 2b \cdot q_i - b \cdot q_j - c = 0 \quad i, j = 1, 2; i \neq j \quad (5)$$

a odtiaľ dostávame výraz pre optimálne množstvo, ktoré by mala firma i dodať na trh ako funkciu množstva, ktoré na trh dodáva firma j :

$$q_i^*(q_j) = \frac{a - b \cdot q_j - c}{2b} \quad i, j = 1, 2; i \neq j \quad (6)$$

Túto funkciu nazývame tzv. reakčnou funkciou firmy i , pretože určuje firme i , aké množstvo má dodať na trh, ak chce maximalizovať svoj zisk a pozná množstvo, ktoré na trh dodá jej konkurent, teda firma j . Analogicky, podobný vzťah platí aj pre firmu j . Keď teda do rovnice (6) dosadíme optimálne množstvo firmy j , môžeme odvodiť optimálne množstvá, ktoré na trh dodávajú firmy 1 a 2.

$$q_i^*(q_j^*) = \frac{a - b \cdot q_j^* - c}{2b} = \frac{a - b \cdot \frac{a - b \cdot q_i^* - c}{2b} - c}{2b} = \frac{a}{4b} + \frac{q_i^*}{4} - \frac{c}{4b} \quad (7)$$

$$q_i^* = \frac{a - c}{3b} \quad i = 1, 2 \quad (8)$$

Za normálnych podmienok, keď si firmy 1 a 2 konkurujú a obe sa snažia maximalizovať zisk, dostane sa v tomto modeli na trh nasledujúce množstvo výrobkov:

$$Q^s = q_1 + q_2 = 2 \cdot \frac{a - c}{3b} \quad (9)$$

Následne trhovú cenu, ktorá sa na trhu vytvorí, je:

$$P^s = a - bQ = \frac{a + 2c}{3} \quad (10)$$

a každá z firiem dosahuje zisk vo výške

$$\pi_1 = \pi_2 = \frac{a - c}{3} \cdot \frac{a - c}{3b} \quad (11)$$

Zisk celého odvetvia je následne

$$\pi^s = 2 \cdot \frac{a - c}{3} \cdot \frac{a - c}{3b} \quad (12)$$

Predpokladajme teraz, že firmy by na trhu uzavreli kartel, teda horizontálnu dohodu a pokúsili by sa maximalizovať nie individuálne každá svoj zisk, ale spoločne zisk celého odvetvia. V takomto prípade môžeme zisk celého odvetvia zapísať v tvare

$$\pi^k = (a - bQ - c)Q \quad (13)$$

a príslušná podmienka prvého rádu vyzerá nasledovne

$$\frac{\partial \pi^k(Q)}{\partial Q} = a - 2bQ - c = 0 \quad (14)$$

Optimálne množstvo produktov, ktoré sa v takomto prípade dostane na trh je

$$Q^k = \frac{a - c}{2b} \quad (15)$$

Následne rovnovážna cena a zisk odvetvia v takejto situácii sú dané vzťahmi

$$P^k = \frac{a + c}{2} \quad \pi^k = \frac{a - c}{2} \cdot \frac{a - c}{2b} \quad (16)$$

Ak teda porovnáme výstupy odvetvia dosiahnuté v prípade, že si firmy konkurujú, a v prípade, keď majú medzi sebou uzavretú horizontálnu dohodu (v tomto prípade ide o dohodu o množstve

dodávanom na trh), môžeme vidieť nasledujúce závery. Kvôli jednoduchšiemu porovnávaniu výrazov, sme niektoré z nich ešte vhodne upravili.

$$Q^s = 2 \cdot \frac{a-c}{3b} > \frac{a-c}{2b} = Q^k \quad (17)$$

$$P^s = \frac{a+2c}{3} < \frac{a+c}{2} = P^k \quad (18)$$

$$\pi^s = \frac{(a-c)^2}{\frac{9}{2}b} < \frac{(a-c)^2}{4b} = \pi^k \quad (19)$$

Z uvedeného vyplýva, že pri horizontálnej dohode medzi konkurentmi sa na trh dostáva menšie množstvo produkcie, ako by tomu bolo, keby si firmy efektívne konkurovali (17), následkom toho sa na trhu vytvorí vyššia cena (18) a v konečnom dôsledku je kartelizované odvetvie ziskovejšie (19). Je však potrebné poznamenať, že uvedené tvrdenia neplatia všeobecne pre akékoľvek typy horizontálnych dohôd. Aj v judikatúre EÚ sa na takéto výnimky myslí a existuje viacero nariadení, ktoré isté typy dohôd vynímajú spod zákazu. Ide napríklad o nariadenia Komisie vzťahujúce sa na niektoré dohody o špecializácii⁴, o výskume a vývoji⁵, alebo o transfere technológií⁶. V týchto prípadoch sa predpokladá, že cieľom dohôd nie je vylúčenie, obmedzenie alebo narušenie hospodárskej súťaže, a teda, že nejde o tzv. cieľové dohody.

Uvedeným sme len chceli poukázať na možno zrejmy fakt, že v prípade horizontálnych vzťahov medzi firmami existuje silná motivácia uzatvárať medzi sebou cieľové dohody, ktoré v konečnom dôsledku vedú k vyšším ziskom celého odvetvia. Uvedené vyplýva najmä z toho, že pri horizontálnych vzťahoch sú výrobky jednotlivých konkurentov v substitučnom vzťahu. To znamená, že firme vyhovuje, ak jej konkurent zníži objem produkcie dodávanej na trh, zvýši cenu svojich výrobkov, prípadne zníži ich kvalitu. Z pohľadu spotrebiteľa ide o negatívny jav, pretože má k dispozícii menej výrobkov za vyššie ceny, prípadne výrobky nižšej kvality. Z pohľadu konkurenta takejto firmy však ide o pozitívny krok, pretože takéto konanie ho zvýhodňuje na trhu.

Táto jednoduchá úvaha ovplyvňovala v minulosti nazeranie na dohody ako také, a teda aj dohody vertikálne. Vertikálny vzťah znamená, že jeden podnikateľ je dodávateľom druhého podnikateľa, resp. ekvivalentne, že jeden podnik je odberateľom druhého podnikateľa. Trh, na ktorom pôsobí dodávateľ, budeme nazývať trhom vyššej úrovne (upstream market) a trh, na ktorom pôsobí odberateľ, budeme nazývať trhom nižšej úrovne (downstream market). Pri vertikálnych vzťahoch je však základná motivácia firiem opačná v porovnaní s horizontálnymi vzťahmi. Aj v tomto prípade môžeme jednoduchým modelom porovnať dve situácie. V jednej budú firmy z dvoch rôznych úrovní distribučného reťazca maximalizovať každá svoj vlastný zisk a túto situáciu porovnáme s prípadom, kedy firmy maximalizujú ich spoločný zisk.

Predpokladajme najprv, že máme jednu firmu na trhu vyššej úrovne (napr. výrobca) a jednu firmu na trhu nižšej úrovne (maloobchodník), ktorá odoberá tovar priamo od výrobcu a predáva ho konečným spotrebiteľom. Trhový dopyt konečných spotrebiteľov nech je znova daný funkciou

$$P(Q) = a - b \cdot Q \quad (20)$$

⁴ Nariadenie Komisie (EÚ) č. 1218/2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na niektoré kategórie dohôd o špecializácii. Dostupné na:

http://www.antimon.gov.sk/data/files/104_nariadenie-komisie-eu-c-1218_2010-zo-14-decembra-2010-o-uplatnovani-clanku-101-ods-3-zmluvy-o-fungovani-europskej-unie-na-niektore-kategorie-dohod-o-specializacii.pdf

⁵ Nariadenie Komisie (EÚ) č. 1217/2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na niektoré kategórie dohôd o výskume a vývoji. Dostupné na:

http://www.antimon.gov.sk/data/files/103_nariadenie-komisie-eu-c-1217_2010-zo-14-decembra-2010-o-uplatnovani-clanku-101-ods-3-zmluvy-o-fungovani-europskej-unie-na-niektore-kategorie-dohod-o-vyskume-a-vyvoji.pdf

⁶ Nariadenie Komisie (ES) č. 772/2004 o uplatňovaní článku 81 ods. 3 zmluvy na kategórie dohôd o transfere technológií. Dostupné na:

http://www.antimon.gov.sk/data/files/179_nariadenie-komisie-es-c-772_2004-zo-7-aprila-2004-o-uplatnovani-clanku-81-ods-3-zmluvy-na-kategorie-dohod-o-transfere-technologiei.pdf

Ďalej predpokladajme, že jediným nákladom maloobchodníka je nákupná (veľkoobchodná) cena, za ktorú nakupuje produkt od výrobcu a označme túto cenu písmenom c . To znamená, že priemerné, ako aj hraničné náklady maloobchodníka sú c . Bez ujmy na všeobecnosti budeme predpokladať, že náklady výrobcu sú nulové. Zisk maloobchodníka môžeme zapísať ako

$$\pi^R = (P(Q) - P^W)Q = (a - bQ - P^W)Q, \quad (21)$$

kde P^W je cena, ktorú stanoví výrobca, a teda pre maloobchodníka predstavuje hraničné náklady. V závislosti od tejto ceny sa maloobchodník rozhoduje, koľko výrobkov nakúpi, aby maximalizoval svoj zisk. Podmienka prvého rádu teda vyzerá nasledovne

$$\frac{\partial \pi^R(Q)}{\partial Q} = a - 2bQ - P^W = 0 \quad (22)$$

a odtiaľ dostávame reakčnú funkciu pre maloobchodníka v závislosti od výrobcom stanovenej veľkoobchodnej ceny

$$Q^*(P^W) = \frac{a - P^W}{2b}. \quad (23)$$

Na základe tejto reakčnej funkcie aj výrobca vie, aké množstvo výrobkov od neho maloobchodník odoberie v závislosti od ceny, ktorú mu za svoje výrobky stanoví. Môžeme teda zapísať funkciu zisku výrobcu:

$$\pi^W = P^W Q^* = P^W \frac{a - P^W}{2b} \quad (24)$$

Následne nutná podmienka prvého rádu vyzerá

$$\frac{\partial \pi^W(P^W)}{\partial P^W} = \frac{a - 2P^W}{2b} = 0 \quad (25)$$

odkiaľ dostávame optimálnu hodnotu veľkoobchodnej ceny

$$P^{W*} = \frac{a}{2}. \quad (26)$$

Keď teraz túto hodnotu dosadíme do výrazu (23), dostávame, že maloobchodník si pri tejto veľkoobchodnej cene objedná a na trh sa dostane nasledujúce množstvo produkcie

$$Q^* = \frac{a}{4b}. \quad (27)$$

Využitím výrazov (20), (21) a (24) dostávame tieto výstupy modelu

$$P^* = \frac{3a}{4} \quad (28)$$

$$\pi^R = \frac{a^2}{16b} \quad (29)$$

$$\pi^W = \frac{a^2}{8b} \quad (30)$$

$$\pi^R + \pi^W = \frac{a^2}{16b} + \frac{a^2}{8b} = \frac{3a^2}{16b} \quad (31)$$

Predpokladajme teraz, že tieto dve firmy uzavreli medzi sebou vertikálnu dohodu, ktorej cieľom je maximalizácia ich spoločného zisku. To znamená, že výšku veľkoobchodnej ceny nemusíme brať do úvahy, pretože tá je nákladom jednej firmy, ale ziskom druhej, na ich spoločnom zisku to nič nemení. Funkcia spoločného zisku, jeho maximalizácia a výsledne optimálne hodnoty vyzerajú nasledovne

$$\pi = (P(Q))Q = (a - bQ)Q \quad (32)$$

$$\frac{\partial \pi(Q)}{\partial Q} = a - 2bQ = 0 \quad (33)$$

$$Q^* = \frac{a}{2b} \quad (34)$$

$$P^* = \frac{a}{2} \quad (35)$$

$$\pi^* = \frac{a^2}{4b} \quad (36)$$

Keď teraz porovnáme medzi sebou výrazy (27) a (34), (28) a (35), (31) a (36), tak vidíme, že v prípade vertikálnej dohody o maximalizácii zisku sa na trh dostáva väčšie množstvo produkcie, spotrebitelia získavajú tieto produkty za nižšie cenu a spoločný zisk je v tomto prípade taktiež vyšší.

Vertikálna dohoda v tomto prípade viedla prostredníctvom odstránenia tzv. dvojitej marže k zlepšeniu situácie všetkých strán na trhu.

Týmto jednoduchým príkladom sme chceli poukázať na základnú rozdielnosť v motivácii strán dohody v prípade horizontálnej dohody a v prípade vertikálnej dohody. Zatiaľ čo horizontálna dohoda o maximalizácii zisku viedla k vyšším cenám a menšiemu výberu pre spotrebiteľov, vertikálna dohoda, naopak, viedla k nižším cenám a väčšiemu množstvu tovarov na trhu. Tento ilustratívny príklad samozrejme neplatí vo všeobecnosti a výslednú situáciu ovplyvňujú mnohé faktory. Rozhodne však z toho môžeme dedukovať, že vertikálne dohody si vyžadujú rozdielny prístup pri ich posudzovaní. Konkrétnym špecifikám vertikálnych dohôd sa budeme venovať v ďalších častiach tohto článku.

3. Právna úprava vertikálnych dohôd v EÚ

Pod vertikálnymi dohodami rozumieme „dohody alebo zosúladené postupy dojednané medzi dvoma alebo viacerými podnikateľmi, z ktorých každý podniká, na účely dohody alebo zosúladeného postupu na inej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca a ktoré sa týkajú podmienok, za ktorých môžu strany nakupovať, predávať alebo ďalej predávať určitý tovar alebo služby“.⁷ To, že podniky pôsobia každý na rôznej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca znamená, že napríklad jeden podnik produkuje suroviny, ktoré ďalší podnik využíva ako vstup alebo že jeden podnik je výrobcom, druhý veľkoobchodníkom a tretí maloobchodníkom daného tovaru.

Dohoda a zosúladený postup podnikateľov, ako aj rozhodnutie združenia podnikateľov, ktoré majú za cieľ alebo môžu mať za následok obmedzovanie súťaže (ďalej len "dohoda obmedzujúca súťaž"), sú zakázané, ak tento zákon neustanovuje inak. Uvedené ustanovenia sa vzťahujú aj na vertikálne dohody.

V súlade s Nariadením Rady (ES) 1/2003⁸ sa v prípade vertikálnej dohody, ktorá môže ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi,⁹ aplikuje článok 101 Zmluvy o fungovaní Európskej únie.¹⁰ Pri posudzovaní vertikálnych dohôd sa okrem spomínaného článku 101 Zmluvy vychádza aj z judikatúry Súdneho dvora EÚ, rozhodovacej praxe Európskej komisie a môže sa vychádzať aj z usmernení, ktoré Európska komisia vydala v súvislosti s aplikáciou súťažných pravidiel EÚ.¹¹

Pre právne posúdenie vertikálnych dohôd z hľadiska hospodárskej súťaže, je veľmi dôležité členenie dohôd na tzv. cieľové dohody a následkové dohody. Niektoré dohody majú na základe svojich charakteristík za cieľ obmedzenie hospodárskej súťaže. Takéto dohody sú považované za škodlivé a teda aj zakázané bez bližšieho skúmania ich skutočných následkov. Naopak, tzv. následkové alebo efektové dohody nemusia mať za cieľ obmedzenie hospodárskej súťaže, avšak svojím pôsobením na trhu vyvolávajú reálne škodlivé následky. Preukázanie škodlivosti takýchto dohôd by malo byť založené na podrobnom posúdení, podloženom ekonomickou analýzou skutočných dopadov.

V prípade, že nejde o cieľovú, resp. hard-core vertikálnu dohodu, je dôležitý trhový podiel účastníkov dohody na daných relevantných trhoch. Ako vidíme v schéme 1, v prípade, že trhový podiel, ktorý má každá zo strán takejto dohody, nepresahuje 15 % na akomkoľvek z relevantných

⁷ Usmernenia o vertikálnych obmedzeniach (2010/C 130/01).

Dostupné na: http://www.antimon.gov.sk/data/files/66_ok-uvo.pdf

⁸ Nariadenie Rady (ES) č. 1/2003 o vykonávaní pravidiel hospodárskej súťaže stanovených v článkoch 81 a 82 Zmluvy, čl. 3 ods. 1; dostupné na: http://www.antimon.gov.sk/data/files/178_nariadenie-rady-1_2003.pdf

⁹ Prístup Komisie pri posudzovaní vplyvu na obchod medzi členskými štátmi je uvedený v Usmernení o koncepte účinku na obchod obsiahnutý v článkoch 81 a 82 Zmluvy (OJ C 101/81, 27/04/2008, s. 0081-0096)

¹⁰ Zmluva o fungovaní EÚ (ZFEU); dostupné na: http://www.antimon.gov.sk/data/files/91_konsolidovane-zmenie-zmluvy-o-fungovanii-europskej-unie.pdf

¹¹ Takéto usmernenie Európskej Komisie nie sú pre členské štáty záväzné, majú však podporné slúžiť aj pre národné súťažné orgány pri aplikácii únijskeho súťažného práva.

trhov dotknutých dohodou, úrad pri posudzovaní tejto dohody aplikuje oznámenie Európskej komisie de minimis¹², resp. ekvivalentne vyhlášku úradu.¹³

Ak podiel niektorého z účastníkov cieľovej dohody presahuje 15 %, ale zároveň trhov podiel žiadnej zo strán takejto dohody nepresahuje 30 % na akomkoľvek z relevantných trhov dotknutých dohodou, úrad pri posudzovaní tejto dohody aplikuje nariadenie Komisie o uplatňovaní článku 101 (3) Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov (všeobecná blokovaná výnimka, resp. BER – block exception regulation).¹⁴ Z toho vyplýva, že podľa článku 101 ods. 3 zmluvy a s výhradou ustanovení tohto nariadenia (BER) sa článok 101 ods. 1 zmluvy nevzťahuje na vertikálne dohody. Táto výnimka však platí pod podmienkou, že trhov podiel dodávateľa nepresahuje 30 % relevantného trhu, na ktorom predáva zmluvné tovary alebo služby, a trhov podiel kupujúceho nepresahuje 30 % relevantného trhu, na ktorom kupuje zmluvné tovary alebo služby. Bez ohľadu na výšku trhového podielu, táto výnimka sa nevzťahuje na cieľové dohody, ktorým sa budeme venovať v ďalších častiach tohto dokumentu.

Nakoniec v prípade, že trhov podiel niektorej zo strán takejto dohody presahuje 30 % na akomkoľvek z relevantných trhov dotknutých dohodou, úrad pri posudzovaní tejto dohody aplikuje ustanovenia článku 101 zmluvy.

4. Pro-súťažné a protisúťažné efekty vertikálnych dohôd

Vo všeobecnosti sa uznáva, že vertikálne dohody môžu mať ako protisúťažné, tak aj pro-súťažné efekty na hospodársku súťaž. To znamená, že nie je možné jednoducho považovať každú vertikálnu dohodu, ktorá spĺňa určité formálne znaky za škodlivú, resp. za nelegálnu. Z toho vyplýva, že zodpovedné posúdenie škodlivosti vertikálnych dohôd by malo byť vykonané na základe porovnania protisúťažných a pro-súťažných efektov v konkrétnom prípade a až na základe takeého porovnania môžeme zodpovedne prehlásiť konkrétnu vertikálnu dohodu za škodlivú, prípadne rozhodnúť o jej nevýznamnom vplyve na hospodársku súťaž.

Základný pro-súťažný vplyv bol analyticky odvodený v predchádzajúcej časti. Podstatou bolo, že vertikálna dohoda za určitých podmienok vedie k odstráneniu tzv. dvojitej marže, a teda aj k nižším konečným cenám. Tou hlavnou podmienkou bolo, že obe firmy mali na svojej úrovni trhu značnú trhovú silu a bez existencie vertikálnej dohody boli schopné stanoviť cenu nad konkurenčnou úrovňou.

Ďalším dôvodom zavedenia vertikálnych obmedzení do obchodnej dohody je fakt, že výrobca sa snaží presadzovať svoje záujmy aj na trhu nižšej úrovne, teda vo vzťahu ku konečným spotrebiteľom. Na tomto trhu totiž nemá priamy dosah a niektoré opatrenia môže presadiť len pomocou vertikálnej dohody. Je to najmä preto, že to, čo je optimálne pre maloobchodníka, nemusí byť optimálne pre výrobcu a v konečnom dôsledku ani konečných spotrebiteľov. Táto situácia nastáva napríklad, ak maloobchodník nie je schopný získať v plnej miere výhody z investície, ktorú realizoval. To potom vedie k nižšej miere investícií (under-investment), ako by bolo z celospoločenského hľadiska optimálne.

Typickým príkladom takejto situácie sú predpredajné a po-predajné služby. Najmä v prípade zložitých výrobkov spotrebiteľia požadujú odborné poradenstvo a názorné predvedenie výrobku. Sú

¹² Oznámenie Komisie o dohodách menšieho významu, ktoré neobmedzujú významne hospodársku súťaž (de minimis), (2014/C 291/01).

Dostupné na: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52014XC0830\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52014XC0830(01))

¹³ Vyhláška úradu, ktorou sa ustanovujú prahové hodnoty na určenie, či dohoda medzi podnikateľmi, zosúladený postup podnikateľov alebo rozhodnutie združenia podnikateľov má zanedbateľný účinok na hospodársku súťaž (169/2014).

Dostupné na: <http://www.antimon.gov.sk/data/files/368.pdf>

¹⁴ Nariadenie Komisie (EÚ) č. 330/2010 z 20. apríla 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov. Dostupné na: http://www.antimon.gov.sk/data/files/48_nariadenie-komisie-eu-c-330_2010.pdf

preto ochotní oceniť služby špeciálne školeného personálu. Náklady na odborné vyškolenie personálu sa však premietnu v cene. Ak by však niektorý predajca nevynaložil náklady na vyškolenie personálu, mohol by na trhu ponúkať tovar za nižšie ceny a profitovať z investícií iných predajcov. Zákazník by si totiž mohol tovar vyskúšať a nechať si ho predviesť u predajcu so školeným personálom a následne si ho zakúpiť za nižšiu cenu u iného predajcu. Došlo by teda k tomu, že predajca, ktorý vynaložil investície na vyškolenie personálu, by nezískal v plnej miere výhody z tejto investície. To by mohlo viesť k tomu, že postupne by menej a menej predajcov vynakladalo investície na školenie personálu a v konečnom dôsledku by boli poškodení jednak samotní koneční spotrebitelia a zároveň aj výrobca daného výrobku.

Túto situáciu je teoreticky možné riešiť napríklad zavedením minimálnych maloobchodných cien, a to na takej úrovni, ktorá zabezpečí primeraný zisk aj predajcom so školeným personálom. Ďalšou možnosťou, ktorá je z hľadiska súťažného práva menej problematická, by bolo vytvorenie tzv. selektívnej distribučnej siete. Výrobca by následne dodával produkt len predajcom v rámci svojej selektívnej distribučnej siete, pričom jednou z podmienok účasti v tejto sieti by bolo vynakladat' investície na odborné školenie personálu.

Selektívna distribúcia však môže mať aj protisúťažné efekty. V prípade, že výrobca významným spôsobom zredukuje svoju distribučnú sieť, môže tým významne obmedziť konkurenciu v rámci danej značky (intra-brand competition) výrobku. Ak je navyše nedostatočná aj konkurencia medzi jednotlivými značkami (inter-brand competition) daného výrobku, môže to viesť k zvýšeniu cien ako prejavu obmedzenia súťaže.

Podobne, ak niektorý výrobca vynakladá prostriedky na školenie maloobchodníkov, ale títo predávajú výrobky aj iných výrobcov, môže sa stať, že títo výrobcovia požívajú výhody z investície iného výrobcu a priživujú sa na jeho investícií. Zabrániť sa tomu dá vertikálnym obmedzením v podobe výhradného obchodného zastúpenia (exclusive dealership), čo znamená, že daný predajca by mohol predávať výrobky len jedného konkrétneho výrobcu. Znova však platí, že takéto obmedzenie môže byť aj protisúťažné, pretože obmedzuje konkurenciu medzi značkami u týchto výhradných zástupcov. Ak je konkurencia medzi značkami už aj tak pomerne slabá, môže mať táto praktika značný negatívny dopad na celý trh.

V týchto prípadoch platí, že takéto obmedzenia by sa mali využívať najmä v prípade preukázateľne zložitých výrobkov, ktoré si vyžadujú nadštandardné predpredajné služby a servis, ďalej v prípade, že je potrebné chrániť značku pred nevhodným šírením (poškodzujúcim jej meno) a navyše tým nedochádza k významnému obmedzeniu konkurencie v rámci značky, prípadne medzi-značková konkurencia je dostatočne silná.

Príkladom pozitívneho pôsobenia vertikálnych dohôd je tiež situácia, kedy si vertikálny vzťah vyžaduje isté špecifické investície, ktoré slúžia iba vo vzťahu s jedným konkrétnym obchodným partnerom (relationship-specific investment). Firma nie je ochotná realizovať takúto investíciu, kým nemá určitú istotu, že jej obchodný partner nezneužije neskôr hodnotu tejto investície proti nej. Bishop a Walker (2012) uvádzajú ako príklad takejto investície postavenie oceliarne v blízkosti elektrárne. Po spustení oceliarne sa môže elektráreň rozhodnúť zvýšiť cenu elektriny, ak vie, že oceliarená nemá alternatívneho dodávateľa a presťahovať závod by bolo nereálne. Oceliarená môže takémuto problému predísť podpísaním dlhodobej zmluvy o dodávkach elektriny.

Vertikálne dohody však môžu byť použité aj s cieľom obmedziť hospodársku súťaž. Môžeme uvažovať o troch spôsoboch, ktorými sú schopné vertikálne dohody poškodiť súťaž. Prvým spôsobom je uzavretie trhu pre konkurentov. Druhým spôsobom je oslabenie cenovej konkurencie medzi konkurujúcimi si podnikmi a tretím spôsobom je uľahčenie kolúzie na trhu.

V prvom prípade ide najmä o to, že napríklad výrobca, ktorý už je etablovaný na trhu, môže zabrániť vstúpiť na trh ďalším výrobcom (alebo im vstup môže aspoň sťažiť) a to tak, že s podstatnou časťou trhu nižšej úrovne (napríklad maloobchodníkmi) uzavrie dlhodobé zmluvy o výhradnom zastúpení. Ak navyše existujú významné bariéry vstupu na tento trh nižšej úrovne, tak potenciálny

výrobca by mal problém vytvoriť si vlastnú distribučnú sieť, čo by ho mohlo odradiť od vstupu na trh. Takýmto spôsobom teda dokáže výrobca s využitím vertikálneho obmedzenia zabrániť vstupu (alebo aspoň sťažiť vstup) na trh inému výrobcovi. Podobne maloobchodník môže sťažiť vstup na trh inému maloobchodníkovi, ak si zazmluvní významného dodávateľa formou exkluzívneho zastúpenia na určitom území. To znamená, že daný dodávateľ nebude na tomto území dodávať tovar iným maloobchodníkom. Potenciálny konkurent na trhu maloobchodu tak má sťažený vstup na trh, pretože vie, že by mal problém získať vstupy pre svoju činnosť.

Ďalšou teóriou ujmy v prípade vertikálnych dohôd môže byť oslabenie cenovej konkurencie medzi predajcami. Takýto efekt spôsobuje napríklad selektívna distribúcia, kedy výrobca obmedzuje počet maloobchodníkov, ktorým dodáva svoje produkty. Tým sa obmedzuje hlavne konkurencia v rámci jednej značky. Môže to teda viesť k zvýšeniu cien dotknutých produktov. Ak na zvýšenie cien zareagujú aj konkurenční výrobcovia podobnou stratégiou vedúcou k zvýšeniu cien, pôsobí selektívna distribúcia aj ako nástroj kolúzie medzi výrobcami, čím sa obmedzí konkurencia medzi nimi (konkurencia medzi značkami). Podobný účinok má aj exkluzívna distribúcia, ktorá taktiež primárne redukuje konkurenciu v rámci jednej značky, nepriamo však môže viesť aj k obmedzeniu konkurencie medzi jednotlivými značkami. Tzv. ceny pre ďalší predaj (RPM – resale price maintenance) pôsobia veľmi podobne, avšak ovplyvňujú ceny priamo nariadením výrobcu, a nie prostredníctvom obmedzovania počtu predajcov. Výsledok je však veľmi podobný, v prvom rade sa obmedzí konkurencia v rámci jednej značky. V prípade nasledovania tejto stratégie ďalšími výrobcami dôjde následne aj k obmedzeniu konkurencie medzi značkami, a to formou kolúzie.

Práve RPM je už dlhodobo pomerne často diskutovanou praktikou medzi ekonómami. Je to hlavne preto, že Európska komisia toto vertikálne obmedzenie stále považuje za závažné obmedzenie hospodárskej súťaže (hard-core restriction), a to aj napriek tomu, že iné vertikálne praktiky, ktorými je možné dosiahnuť v podstate identické efekty, sú posudzované podstatne miernejšie. Aj z tohto dôvodu sa v ďalšej časti práce zameriame detailnejšie na možnú zmenu v posudzovaní práve tohto obmedzenia.

5. Praktické problémy posudzovania vertikálnych dohôd

Pri posudzovaní vertikálnych dohôd z ekonomického hľadiska je potrebné vysporiadať sa s viacerými problémami. Tým najzávažnejším je samotný fakt, že vertikálne dohody môžu pôsobiť súčasne pro-súťažne ako aj proti-súťažne. Z tohto dôvodu je potrebné dobre poznať rôzne teórie škody, ktoré môžu potenciálne nastať pri uplatnení tej ktorej formy vertikálnej dohody. V ideálnom prípade je teda potrebné zvážiť všetky možné pro-súťažné ako aj proti-súťažné efekty konkrétnej dohody a rozhodnúť na základe prevažujúcich efektov. Takýto komplexný prístup je však pomerne náročný aj z čisto teoretického hľadiska, o to zložitejšie je niečo podobné vykonať v konkrétnom praktickom prípade.

Určitým zjednodušením môže byť uvažovanie o vertikálnej dohode v zmysle vertikálnej fúzie. Existuje totiž pomerne široká škála vertikálnych obmedzení. Niektorí výrobcovia distribuujú svoje produkty len prostredníctvom vybranej siete distribútorov (selektívna distribúcia). Toto obmedzenie je typické najmä v prípade, kedy výrobcom záleží na podmienkach, v akých sa ich výrobok ponúka konečnému spotrebiteľovi. Niektorí maloobchodníci zas predávajú len výrobky jedného výrobcu. Ide o tzv. exkluzívne zastúpenie. Niektorým maloobchodníkom zas výrobca prideliť územie a garantuje im, že na tomto území nebude jeho výrobky ponúkať iný maloobchodník (exkluzívne územie). V niektorých prípadoch zas výrobca požaduje od maloobchodníka, aby jeho výrobky predával za určitú minimálnu cenu (minimálne ceny pre ďalší predaj). Ďalší výrobcovia zas môžu od maloobchodníka požadovať, aby odobral nejaké minimálne množstvá ich výrobkov (quantity forcing).

Tieto vertikálne obmedzenia môžu do určitej miery nahrádzať (hoci nie úplne dokonale) vertikálnu integráciu. Vertikálna integrácia predstavuje situáciu, kedy činnosti z rôznych úrovní

distribučného reťazca, sú vykonávané v rámci jednej firmy. Napríklad, ak by výrobca vystupoval zároveň v úlohe maloobchodníka a predával svoje výrobky konečnému spotrebiteľovi. Zmyslom vertikálnej integrácie je nahradiť časť transakcií a kontraktov s externým prostredím vnútropodnikovými transakciami. Môže sa tým teda predísť rôznym problémom pri uzatváraní kontraktov s inými podnikmi. Zároveň časť obchodov už neprechádza trhom, ale sú realizované vo vnútri jedného podniku. Vertikálna integrácia môže mať značné prosúťažné efekty. Vďaka nej môže dochádzať k zvýšeniu nákladovej efektívnosti, pretože odstraňuje časť transakčných nákladov a nákladov plynúcich z tvorby a uzatvárania kontraktov. Vertikálna integrácia taktiež pomáha predchádzať problémom plynúcich z nedodržiavania kontraktov s inými podnikmi.

Vo všeobecnosti, ak sa dá ukázať, že vertikálne obmedzenie povedie k podobným prosúťažným vplyvom ako vertikálna integrácia, potom je možné považovať toto vertikálne obmedzenie za prosúťažné. Napríklad dohoda o exkluzívnom nákupe (maloobchodník bude nakupovať výlučne iba od daného výrobcu) môže podnietiť špecifické investície vo vzťahu k maloobchodníkovi (tzv. retailer-specific investment). Takúto investíciu by pravdepodobne výrobca nerealizoval, pokiaľ nemá zaručené určité odberné množstvá daným maloobchodníkom. Takéto porovnávanie medzi vertikálnym obmedzením a vertikálnou integráciou je veľmi dôležité. Bolo by totiž veľmi zvláštne (z právneho aj ekonomického hľadiska), ak by vertikálna integrácia s prosúťažným efektom bola povolená, zatiaľ čo vertikálna dohoda s tým istým (resp. veľmi podobným) efektom by bola považovaná za nelegálnu. Preto je veľmi užitočným spôsobom uvažovania o konkrétnom vertikálnom obmedzení to, či má za výsledok podobné efekty ako potenciálna vertikálna integrácia, a ak áno, tak či v tomto konkrétnom prípade by bola táto vertikálna fúzia považovaná za prosúťažnú alebo za protisúťažnú.

Ďalším problémom je samotné nastavenie pravidiel hospodárskej súťaže v EÚ. Niektoré formy vertikálnych obmedzení sú stále považované za cieľové dohody, resp. hard-core obmedzenia súťaže. Takýto štatút umožňuje súťažnej autorite prehlásiť konkrétnu vertikálnu dohodu za nelegálnu bez skúmania skutočných dopadov na trh. Ide napríklad o určenie cien pre ďalší predaj (RPM – resale price maintenance), alebo o obmedzenie územia alebo okruhu zákazníkov. Z ekonomického hľadiska takýto prístup predstavuje problém, pretože rôznymi vertikálnymi obmedzeniami je možné dosiahnuť ten istý výsledok, pričom pri súčasnom nastavení pravidiel by takéto dohody boli posudzované rôzne. To následne núti firmy využívať takú formu distribúcie produktov, ktorá síce možno nie je optimálna z hľadiska ekonomickej a nákladovej efektivity, avšak značným spôsobom redukuje riziko porušenia súťažných pravidiel a teda aj riziko sankcií z toho plynúcich.

Pomerne novým, ale o to rýchlejšie rastúcim problémom je enormný nárast internetového predaja. Internet sa teda stáva najdôležitejším distribučným kanálom, s čím je spojených množstvo nových druhov vertikálnych dohôd. Táto oblasť je zatiaľ z hľadiska vplyvov na hospodársku súťaž pomerne neprebádanou. Až riešenie konkrétnych prípadov ukáže, aké potenciálne hrozby a riziká môžu tieto dohody priniesť a akým spôsobom sú schopné obmedziť hospodársku súťaž.

6. Záver

Vertikálne dohody patria medzi najkontroverznejšiu oblasť súťažnej politiky v Európskej únii a v jej členských štátoch. Z hľadiska právnych predpisov sú niektoré vertikálne dohody stále zaradené medzi závažné obmedzenia hospodárskej súťaže. Stále častejšie sa však hovorí o presadzovaní ekonomického prístupu, ktorý by mal byť založený na posúdení reálneho vplyvu a dopadu konkrétného prípadu. Posúdenie komplikuje hlavne fakt, že vertikálne dohody môžu mať ako protisúťažné, tak ja pro-súťažné efekty. Preto nie je možné takéto dohody a priori zakázať ani povoliť a je potrebné podrobné preskúmanie okolností konkrétného prípadu.

V článku sme poukázali na zásadné rozdiely v motivácii firiem v prípade horizontálnych a vertikálnych dohôd. Na jednoduchom modelovom príklade sme poukázali na základný efekt

vertikálnej dohody, a to tzv. odstránenie problému dvojitej marže. Výsledok bol ten, že vertikálna dohoda mala v konečnom dôsledku pro-súťažný vplyv na trh. Následne sme sa už venovali potenciálne možným konkrétnym protisúťažným a pro-súťažným efektom rôznych vertikálnych obmedzení. Dobrá znalosť týchto efektov umožňuje komplexným spôsobom posúdiť jednotlivé efekty v konkrétnom prípade vertikálnej dohody.

Taktiež sme sa pokúsili poukázať na viacero praktických problémov, ktoré vznikajú pri praktickom posudzovaní vertikálnych dohôd. Okrem samotnej nejednoznačnosti výsledného efektu, ktorý konkrétna vertikálna dohoda vyvolá, sme sa venovali problému nerovnakého posudzovania niektorých foriem dohôd, a to aj napriek tomu, že v konečnom dôsledku spôsobujú rovnaký výsledný efekt. Takýto prístup môže viesť k významným neefektívnostiam z dôvodu nahrádzania efektívnejších foriem distribúcie tými menej efektívnymi z dôvodu minimalizácie rizika porušenia pravidiel hospodárskej súťaže.

Ako samostatný problém sme uviedli zatiaľ nedostatok informácií o možnom pôsobení vertikálnych dohôd v oblasti internetového predaja. Keďže sa internet postupne stal najdôležitejším distribučným kanálom, tak aj problém posudzovania vertikálnych dohôd, ktoré pri tom vznikajú, sa bude postupne stávať čoraz významnejším. Bude preto veľmi dôležité, aby jednotlivé súťažné authority boli čo možno najlepšie pripravené na potenciálne problémy, ktoré pri tom vzniknú.

Článok vznikol v rámci grantu VEGA č. 2/0010/14 „Inštitucionálne a technologické zmeny v kontexte európskych výziev”

Literatúra

- [1] Bishop, S. and Walker, M. 2012. *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*. London: Sweet and Maxwell.
- [2] Motta, M. 2009. *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [3] Motta, M. et al. 2013. *Hardcore restrictions under the Block Exemption Regulation on vertical agreements: An economic view*. European Commission.
- [4] Shy, O. 1995. *Industrial Organization: Theory and Applications*. London: The MIT Press.
- [5] Nariadenie Rady (ES) č. 1/2003 zo 16. decembra 2002 o vykonávaní pravidiel hospodárskej súťaže ustanovených v článkoch 81 a 82 Zmluvy.
- [6] Nariadenie Komisie (EÚ) č. 330/2010 z 20. apríla 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov.
- [7] Usmernenia o vertikálnych obmedzeniach. Európska komisia (2010/C 130/01).
- [8] Zmluva o fungovaní EÚ (ZFEU).