

**Faculty of International Relations  
Working Papers**

9/2011

**„Nekalé praktiky“ v dodavatelsko-  
odběratelských vztazích?**

Veronika Mokrejšová

Volume V



Vysoká škola ekonomická v Praze  
Working Papers Fakulty mezinárodních vztahů  
**Výzkumný záměr MSM6138439909**

---

**Název:** Working Papers Fakulty mezinárodních vztahů  
**Četnost vydávání:** Vychází minimálně desetkrát ročně  
**Vydavatel:** Vysoká škola ekonomická v Praze  
Nakladatelství Oeconomica  
Náměstí Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3, IČO: 61 38 43 99  
E 17794  
**Evidenční číslo MK ČR:** 1802-6591  
**ISSN tištěné verze:** 1802-6583  
**ISSN on-line verze:** 978-80-245-1857-2  
**ISBN tištěné verze:** Prof. Ing. Eva Cihelková, CSc.  
**Vedoucí projektu:** Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů  
Náměstí Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3  
+420 224 095 270, +420 224 095 248, +420 224 095 230  
<http://vz.fmv.vse.cz/>

**Studie procházejí recenzním řízením.**



## VÝKONNÁ RADA

**Eva Cihelková** (předsedkyně)  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Olga Hasprová**  
Technická univerzita v Liberci  
**Zuzana Lehmannová**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Marcela Palíšková**  
Nakladatelství C. H. Beck

**Václav Petříček**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Judita Štouračová**  
Vysoká škola mezinárodních  
a veřejných vztahů, Praha  
**Dana Zadražilová**  
Vysoká škola ekonomická v Praze

## REDAKČNÍ RADA

**Regina Axelrod**  
Adelphi university, New York, USA  
**Peter Bugge**  
Aarhus University, Aarhus, Dánsko  
**Petr Cimler**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Peter Čajka**  
Univerzita Mateja Bela, Banská  
Bystrica, Slovensko  
**Zbyněk Dubský**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Ladislav Kabát**  
Bratislavská vysoká škola práva  
**Emílie Kalínská**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Eva Karpová**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Václav Kašpar**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Jaroslav Kundera**  
Uniwersytet Wroclawski, Wroclaw,  
Polsko  
**Larissa Kuzmitcheva**  
Státní univerzita Jaroslav, Rusko

**Lubor Lacina**  
Mendelova zemědělská a lesnická  
univerzita, Brno  
**Cristian Morosan**  
Cameron School of Business  
**Václava Pánková**  
Vysoká škola ekonomická v Praze  
**Lenka Pražská**  
emeritní profesor  
**Lenka Rovná**  
Univerzita Karlova v Praze  
**Mikuláš Sabo**  
Ekonomická Univerzita  
v Bratislave, Slovensko  
**Naděžda Šišková**  
Univerzita Palackého v Olomouci  
**Peter Terem**  
Univerzita Mateja Bela, Banská  
Bystrica, Slovensko  
**Milan Vošta**  
Vysoká škola ekonomická v Praze

## ŠÉFREDAKTOR

**Marie Popovová**  
Vysoká škola ekonomická v Praze



## **„Nekalé praktiky“ v dodavatelsko-odběratelských vztazích?**

Veronika Mokrejšová (veronika.mokrejsova@centrum.cz)

### **Abstrakt:**

Článek se zabývá čtyřmi vybranými „nekalými“ praktikami v dodavatelsko-odběratelských vztazích v potravinářském sektoru, které zmiňuje zpráva Evropské komise o sledování maloobchodního trhu z roku 2010 a její doprovodný dokument a upravuje je také český zákon 359/2009 Sb. o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití. Jedná se o platby za služby poskytované dodavatelům, podnákupní ceny a marže, retroaktivní změny a pozdní platby. Článek porovnává, zda a za jakých podmínek jsou tyto praktiky skutečně nekalé a také jak je na ně pohlíženo v Evropské unii ve srovnání s českou zákonnou úpravou. Diskutována je i problematika vhodnosti současné regulace v ČR.

**Klíčová slova:** dodavatelsko-odběratelské vztahy, regulace, platby za služby poskytované dodavatelům, podnákupní ceny, marže, retroaktivní změny, pozdní platby.

## **Alleged abusive practices within the food supply chain**

Veronika Mokrejšová (veronika.mokrejsova@centrum.cz)

### **Summary:**

This paper tackles the problem of four alleged abusive practices in relationships between retailers and their suppliers within the food supply chain, which are mentioned by European Commission in its 2010 report on retail market monitoring and its accompanying document and which are regulated by Act No. 395/2009 Codex in the Czech Republic. They are: remuneration for services provided to suppliers, pricing strategy and margins, retrospective changes and late payments. The paper tackles the question, whether and under which conditions are these practices really abusive and how are they judged in the European Union in comparison with the Czech law. Suitability of current regulation in the Czech Republic is discussed as well.

**Keywords:** relationships between retailers and their suppliers, regulation, remuneration for services provided to suppliers, below-cost pricing, margins, retrospective changes, late payments.

**JEL:** K29, L11, L81

## Obsah

Úvod.....	7
1. Praktiky odběratelů.....	8
2. Poplatky za služby poskytované dodavatelům .....	8
3. Retroaktivní změny.....	11
4. Podnákupní ceny a marže .....	14
4.1 Podnákupní ceny.....	14
4.2 Marže.....	17
5. Platební podmínky.....	21
Závěr .....	25
Seznam literatury.....	28

## Úvod<sup>1</sup>

Dne 1. 2. 2010 vstoupil v účinnost Zákon 395/2009 Sb. o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití (dále Zákon). Tento Zákon si klade za cíl potírat takzvané „nekalé“ praktiky, kterých se údajně dopouštějí maloobchodníci při obchodování se svými dodavateli.

V červenci téhož roku vydala Evropská komise zprávu o sledování maloobchodního trhu „Na cestě k efektivnějším a spravedlivějším maloobchodním službám na vnitřním trhu do roku 2020“ (Evropská komise 2010a) a k ní doprovodný pracovní dokument „O maloobchodních službách na vnitřním trhu“ (Evropská komise 2010b). Značná část textu těchto dvou dokumentů se „nekalými“ praktikami v dodavatelsko-odběratelském řetězci rovněž zabývá, což umožňuje porovnávání situace v České republice a Evropské unii jako celku.

Zatímco Evropská unie postupuje v této oblasti cestou samoregulace<sup>2</sup>, zákonnou úpravu ponechává spíše na soukromoprávní úrovni a veřejnoprávně řeší pouze ochranu hospodářské soutěže jako celek, v České republice je problematika ošetřena novým Zákonem, který je však velice diskutabilní a již proběhla veřejná diskuze o jeho zrušení (ÚOHS 2011b) a zpracování některých jeho částí všeobecně do Zákona o ochraně hospodářské soutěže a Zákona o cenách, připomínky z ní jsou momentálně zpracovávány.

Cílem článku je u čtyř konkrétních vybraných praktik (poplatky za služby poskytované dodavatelům, retroaktivní změny, podnákupní ceny a marže, platební podmínky<sup>3</sup>), které se objevují jak ve zprávě Evropské komise, tak v českém Zákoně, porovnat situaci v Evropské unii a v ČR a posoudit, za jakých podmínek tyto praktiky skutečně nekalými jsou<sup>4</sup>. Článek zároveň vychází

---

<sup>1</sup> Tento článek vznikl v rámci řešení projektu IGA „Analýza nabídky potravin na českém trhu z pohledu celospolečenské odpovědnosti“, č. F2/30/2010.

<sup>2</sup> Tento přístup byl znovu potvrzen v návrhu zprávy o účinnějším a spravedlivějším maloobchodním trhu z března 2011 zpravodajky Anna Maria Corazza Bildt: „Zpravodajka upřímně věří, že probíhající intenzivní konzultace nakonec povedou k samoregulaci a konkrétním závazkům ohledně dialogu na pravidelném základě a dodržování etických zásad.“ (Evropský parlament 2011: 14). A dále „svobodná hospodářská soutěž a smluvní svoboda mají klíčový význam pro správné fungování maloobchodního trhu“ (tamtéž, str. 7), „namísto navrhování právních předpisů by měly být prozkoumány možnosti a posouzena účinnost mechanismu alternativního a neformálního řešení sporů a mechanismu kolektivního odškodnění“ (tamtéž, str. 8).

<sup>3</sup> Článek se tedy zaměřuje pouze na „nekalé“ praktiky na straně odběratelů, tedy tak, jak je pojímá český Zákon. Dokumenty Evropské unie však jednoznačně hovoří také o „nekalých“ praktikách na straně dodavatelů.

<sup>4</sup> Definice „nekalé praktiky“ v podstatě neexistuje. Jistý klíč dává Evropská komise ve svém dokumentu (Evropská komise 2010b). Viz také Mokrejšová 2011: 17n.

z článku Regulace dodavatelsko-odběratelských vztahů v EU se zaměřením na potravinářský sektor (Mokrejšová 2011), který se zabývá regulací dodavatelsko-odběratelských vztahů v ČR a v EU na obecné úrovni a řeší pojmy ekonomická závislost a rovnováha na dodavatelsko-odběratelském trhu.

## 1. Praktiky odběratelů

Ve svém pracovním dokumentu Evropská komise rozebírá některé strategie odběratelů, které by mohly být nekalými praktikami, pokud by měly negativní dopad na konkurenci na trhu či na spotřebitele<sup>5</sup>. Zásah do těchto smluvních vztahů by dle Evropské komise byl vhodný také tehdy, pokud by tyto praktiky měly negativní vliv na veřejné cíle, jako je úroveň inovací či rozvoj sítě výrobců, zvláště z řad malých a středních podniků. Pracovní dokument EK však pracuje s pojmem údajně nekalé praktiky, a tyto rozhodně nejsou automaticky nekalými (Evropská komise 2010b: 45). Může se totiž stát, že některé z níže uvedených praktik naopak vedou k benefitům pro spotřebitele, například ve formě nižší ceny, kterou maloobchodník díky své ekonomické síle vyjedná, a dále tuto výhodu přesune na spotřebitele. Vybrané čtyři praktiky jsou tedy zmíněny níže a dány do souvislosti s českým Zákonem.

## 2. Poplatky za služby poskytované dodavatelům

Maloobchodníci poskytují své služby nejen svým zákazníkům na trhu navazujícím (spotřebitelském), ale také svým dodavatelům na předcházejícím trhu. Těm umožňují realizovat jejich zboží, zároveň jim ale mohou poskytovat i další služby. Jsou to například: logistika, marketingová komunikace, vystavení výrobků, zákaznické testy výrobků přímo na prodejní ploše za účelem rozšíření prodeje, průzkum trhu (např. díky věrnostním kartám lze získat profily zákazníků kupujících dodavatelův výrobek) a další (Evropská komise 2010b: 38; 6)

Hranice mezi tím, co je normální odměna za poskytnutou službu a tím, co lze považovat za nekalou praxi, je velice nejasná (Evropská komise 2010b: 45). Dle pracovního dokumentu Evropské komise si dodavatelé stěžují na následující poplatky: „poplatek za uvedení nového výrobku, poplatek za zařazení na seznam schválených dodavatelů, poplatek za výhodné vystavení výrobků na polici, poplatek za logistické služby, poplatek za optimalizaci maloobchodní objednávky a dodací systém, poplatek za příspěvek na náklady na věrnostní karty a další slevy, poplatek za propagační akce v prodejně, poplatek za

---

<sup>5</sup> Více o důležitosti konečného dopadu na spotřebitele viz také Mokrejšová (2011).



rekonstrukci prodejny nebo otevření nových prodejen“ (Evropská komise 2010b: 41).<sup>6</sup>

K těmto poplatkům se však ve většině případů váží reálné náklady maloobchodníka (při prodeji nového výrobku je nutno tento zavést do evidence, vymezit mu místo v regále atd., náklady na vybudování a provoz systému věrnostních karet, náklady na vybudování nové prodejny, ověření spolehlivosti nového dodavatele atd.), které tento musí pokrýt z rozdílů mezi výnosy a náklady. Může tedy buď zvyšovat cenu zboží pro zákazníka, nebo snižovat cenu nakupovaného zboží (respektive zvyšovat výnosy díky poplatkům za poskytnuté služby). Pokud existuje reálný prostor pro snížení nákladů, neexistuje pak důvod přenášet vyšší cenu na zákazníka a ponechávat tak výrobcům vyšší marže právě na úkor spotřebitelů.

Dodavatel pak od maloobchodníka získává ve většině případů reálnou službu. Výzkum trhu by si jinak musel zakoupit od firmy poskytující tyto služby (a pravděpodobně navíc draž, protože data u maloobchodníka jsou více méně „vedlejším produktem“ automatizované obsluhy zákazníků). Stejně tak za zákaznické testy a promo akce mimo maloobchodní prodejnu musí dodavatel zaplatit buď vlastními personálními náklady, nebo v případě outsourcingu firmě, která akci provádí. I místo na regále je omezené a lépe položené výrobky se lépe prodávají. Mezi možnými umístěními tak vzniká konkurence a na základě poplatků se pak tako místa mohou rozdělit mezi jednotlivé výrobce. Ti, kteří si lepší místo zaplatí, zároveň získávají možnost vyšších tržeb, což by jim mělo náklady na poplatek vrátit. Poplatky za logistické služby snad není nutné zdůvodňovat.<sup>7</sup>

Na druhé straně je jasné, že pokud dodavatelé musejí prodávat pod své náklady, či pokud jim (ve veřejném zájmu) nezůstávají žádné prostředky na investice do výrobních technologií, pak se z takových poplatků může „nekalá“ praktika stát. Dle mého názoru ale není důležité, zda se cena upravuje poplatky,<sup>8</sup> či zda je smluvena rovnou na nižší úroveň za kus, důležité je spravedlivé rozložení marží mezi jednotlivé části dodavatelsko-odběratelského řetězce, které odpovídá přidané hodnotě jednotlivých článků. Maržím se budu věnovat ještě níže.

Problematickými se samozřejmě mohou stát ty poplatky, které nelze jednoznačně přiřadit k určitému zboží (např. za otevření nové prodejny),

---

<sup>6</sup> Dle workshopu s dodavateli, který se uskutečnil 1. 6. 2010 na VŠE, vnímají čeští dodavatelé poplatky podobně.

<sup>7</sup> Někteří dodavatelé si však stěžují, že tyto poplatky jsou nuceni platit, aniž by o danou službu stáli. Autorka však zastává názor, že řešení nespočívá v rozhodování, zda má služba protihodnotu (protože toto ustanovení lze vždy nějak obejít), ale v konečném rozdělení marží, viz také níže. Je však nutné zdůraznit, že vyžadování těchto poplatků retroaktivně je nekalou praktikou, viz níže.

<sup>8</sup> Předem, nikoliv retroaktivně.

protože je pak obtížné určovat, zda se u konkrétních artiklů již dodavatel nedostal pod vlastní náklady. Neoprávněnými se pak poplatky stávají v případě jejich retroaktivního vyžadování (viz níže).

Český Zákon upravuje poplatky za služby poskytované dodavatelům poměrně podrobně. Požaduje, aby jakékoliv poskytnutí služeb, které jsou přímo spojeny s prodejem, bylo uvedeno na faktuře (Příloha 1, článek 3 zákona č. 395/2009 Sb.). Ve smlouvě se pak musí uvést všechny povinnosti smluvních stran, které mohou mít vliv na stanovení konečné ceny (Příloha 3, článek 1 zákona č. 395/2009 Sb.). Smlouva musí také obsahovat všechny podmínky, které se odběratel zaváže poskytnout dodavateli při prodeji jeho výrobků, a také všechny služby podporující prodej. Smlouva pak stanoví „předmět, předpokládané datum plnění, způsob realizace, odměnu a výrobky, ke kterým se vztahují“ (Příloha 3, článek 3 zákona č. 395/2009 Sb.). Ve smlouvě musí být zakotveny i všechny ostatní povinnosti včetně data plnění a způsobů jejich realizace (Příloha 3, článek 3 zákona č. 395/2009 Sb.). Všechny tyto výše uvedené povinnosti pak vstupují do určení ceny (Příloha 3, článek 4 zákona č. 395/2009 Sb.).

Zakázanou praktikou je pak dle Zákona přijetí prospěchu nebo platby nepřiměřené hodnotě služby, či takových, proti nimž nestojí žádná skutečně poskytnutá služba. Pod tento zákaz spadá zejména podílení se na financování bez společného zájmu a přiměřené protihodnoty, finanční plnění za realizaci obchodní propagace, nákupu a investic (např. při obnově či rozšiřování obchodní sítě). Zákon také zakazuje vyžadovat plnění jako podmínku objednávky. Výjimkou je případ písemného závazku k přiměřenému nákupnímu objemu či případ služby, kterou dodavatel požaduje a je písemně stvrzena (Příloha 5, článek 1 zákona č. 395/2009 Sb.). Zakázáno je také „inkasovat zalistovací poplatek před vystavením objednávky“ (Příloha 5, článek 2 zákona č. 395/2009 Sb.).

Jak již bylo řečeno výše, autorka nevidí problém v poplatcích jako takových. Problematické mohou být ve dvou případech: pokud jsou vyžadovány retroaktivně (což řeší Zákon v příloze 1 a 3 nutností uvést vše předem ve smlouvě) a pokud stlačí cenu dodavatele až pod jeho náklady<sup>9</sup> (s čímž souvisí diskutabilnost poplatků, které lze jen velmi špatně přiřazovat jednotlivým druhům zboží, jmenujme především náklady na investice). Zákaz přijetí prospěchu či platby nepřiměřené hodnotě služby je dle mého názoru ne zcela ideálně formulovaný, protože a) u každého poplatku je možno určitou službu najít a obchodníci jsou tak drženi v nejistotě, které poplatky bude Úřad pro ochranu hospodářské soutěže považovat za nekalé praktiky a které ne a b) tyto poplatky reálně souvisí s náklady obchodníků, které musí být pokryty buď

---

<sup>9</sup> Ani zde se však nemusí jednat rovnou o nekalou praxi, a to v případě, že dodavatel nevyrábí efektivním způsobem a existuje reálná možnost snížení výrobních nákladů (za předpokladu zachování kvality výrobku a důstojných podmínek pro zaměstnance).

snížením nákupní ceny kusu zboží, nebo právě danými poplatky, nebo zvýšením ceny pro spotřebitele. Klíčové je pak v této otázce spíše spravedlivé rozdělení marží a zákaz retroaktivních změn. Obě tyto záležitosti jsou diskutovány níže.

### 3. Retroaktivní změny

Retroaktivní změny jsou Evropskou komisí označeny za hlavní kategorii údajných praktik nahlášených dodavateli. Jedná se hlavně o žádosti o slevy zpětně za zboží, které již bylo odebráno, ale nebylo prodáno (nebo žádosti o jeho odkoupení či jeho nezaplacení), popřípadě o slevy na zboží, na němž maloobchodník vydělal nižší zisk. Do této skupiny můžeme zařadit také žádosti maloobchodníků o snížení ceny těsně před či po dodání výrobků nebo snížení objednávky bezprostředně před dodáním, aniž by maloobchodník dodavateli kompenzoval případnou ztrátu. Retroaktivita se může objevit také v požadavcích na platby za propagační akce, které nebyly mezi obchodními partnery dohodnuty. V neposlední řadě sem patří také požadavky krytí ztráty či krádeže výrobků a nadměrné platby za reklamace zákazníků. (Evropská komise 2010b: 41).<sup>10</sup>

Retroaktivními změnami se podrobně zabývá také Komise Spojeného království. Z 380 podnětů dodavatelů se jich totiž téměř polovina týká přesunu nadměrného množství rizika či nepředpokládaných nákladů od maloobchodníka na dodavatele a třetina se týká požadavků na retroaktivní platby či jiné změny dříve dohodnutých dodacích podmínek (Competition Commission 2008: 168). Pouze 50 procent dodavatelů si bylo v momentě dodávky jistých, že se již prodejní cena zpětně nezmění (tamtéž, str. 169).

Komise Spojeného království upozornila na tyto základní problémy: Zaprvé, požadavek na změnu dříve dohodnutých podmínek, kdy maloobchodník žádá například změnu ceny po objednávce nebo po dodávce. Dle názoru Komise Spojeného království se pak na dodavatele přesouvá nadměrné riziko a nepředpokládané náklady, což má za následek nižší připravenost výrobce k inovacím, protože zdroje, které by jinak použil na vývoj nových výrobků a zlepšování těch stávajících, si výrobce šetří na tyto neočekávané platby. Nízká úroveň inovací má pak negativní dopad na spotřebitele (tamtéž, str. 165). S tímto stanoviskem nelze jinak než souhlasit: retroaktivní požadavky

---

<sup>10</sup> Definice retroaktivních změn nicméně může být velice problematická. Dodavatelé za retroaktivní změny označují i situaci, kdy smlouva na daný kalendářní rok je podepsána až v dubnu či květnu se zpětnou platností pro období od ledna daného roku, včetně předepsání bonusů za toto období. Maloobchodníci však tento postup za retroaktivní praktiku nepovažují. Vzniká otázka, proč jsou tyto smlouvy podepisovány takto zpětně (je to taktika maloobchodníka, nebo to vychází z přirozeného procesu?) a zda tomuto lze nějak předejít či alespoň zaručit vyšší jistotu dodavatele o konečné ceně pro toto období.

představují pro výrobce zátěž, která se v konečném důsledku může přenést i na spotřebitele.

Na druhou stranu Komise Spojeného království nekritizuje (přiměřené) přesunutí rizika či nákladů na dodavatele, které mají za následek výhody pro spotřebitele. Je proto možné, aby se obě strany předem dohodly, že se podmínky kontraktu mohou změnit na základě objektivních faktorů. Pokud si strany například ve smlouvě dohodnou, že v případě špatného odhadu poptávky ponese předem specifikovanou část ztráty také dodavatel, pak došlo pouze k rozložení rizika mezi partnery, se kterým oba mohou předem počítat, a proto se nejedná o nekalou praxi. Podmínky změn však musí být jednoznačně a dostatečně specificky předem dány (tamtéž, str. 165–166).

Druhým problémem je případ, kdy byly změny sice odsouhlaseny předem, ale na dodavatele je přesunuto nadměrné riziko, které není schopen nijak kontrolovat. Dojde k tomu například, když je dodavatel vystaven zpětnému snížení ceny svého zboží na základě krádeží či účetních chyb vzniklých v maloobchodě. Dodavatel tak nese riziko, které není sám schopen kontrolovat a u maloobchodníka navíc vede tato situace k morálnímu hazardu, kdy nemá motivaci riziko krádeží snižovat. Celkové riziko se tak zvyšuje, a s ním zbytečně i dodavatelovy náklady. V některých případech ale výrobce naopak riziko kontrolovat může (např. u malých produktů vysoké hodnoty, kdy stačí produkt vybavit bezpečnostním prvky), pak má maloobchodník právo po výrobcovi takováto opatření vyžadovat, aniž by se jednalo o nadměrné přesouvání rizika (tamtéž, str. 166).

Poslední případ se týká reklamací, kdy náklady na reklamace jsou přesouvány na dodavatele bez možnosti zkontrolovat, zda k poškození výrobku nedošlo např. špatnou manipulací či skladováním na straně maloobchodníka (tamtéž, str. 166). Na tento problém poukazuje také Evropská komise (2010b: 55).

Jak již bylo řečeno, za nekalou praxi se nepovažuje přesunutí rozumné míry rizika<sup>11</sup> na obchodního partnera, ale přesunutí nadměrné či nepředvídatelné nebo takové, které vede k morálnímu hazardu. Hlavním problémem pak je snížení investic do inovací na straně výrobců, které následně poškozuje spotřebitele nižší kvalitou výrobků a menším počtem nových výrobků. Komise Spojeného království proto ve zpřísněném etickém kodexu tyto retrospektivní praktiky (s výjimkami) zakázala (Competition Commission 2008: 236) a aby

---

<sup>11</sup> Je otázkou, kdo určí, co je to „rozumná míra rizika“ a zda jsou obchodní partneři schopni se na ní shodnout. Základním klíčem by mohl být fakt, která strana je schopna dané riziko kontrolovat či zmírnit. U rizik, která nelze kontrolovat, by pak mělo dojít k poměrnému rozdělení mezi partnery. Teoreticky by poměr rizika měl odpovídat poměru zisku z daného artiklu, prakticky je ale situace složitější, protože ani jeden z partnerů není schopen přesně určit zisk toho druhého u konkrétního výrobku.

nemohlo dojít k pochybení při posuzování, stanovila nutnost písemného zakotvení dodacích podmínek (Competition Commission 2008: 240). Na námitku, že tento postup může v konečném důsledku zvýšit cenu pro spotřebitele, Komise Spojeného království uvádí, že maloobchodníci stále mají možnost riziko spravedlivě a efektivně předem rozdělit při jednáních se svými dodavateli (Competition Commission 2008: 260).

Český Zákon danou problematiku upravuje v příloze 5, kde stanoví, že „odběratel nesmí ... mít retroaktivní prospěch ve formě slev, provizí anebo dohod o obchodní spolupráci ... mít možnost vrátit zboží před uplynutím lhůty spotřeby nebo po lhůtě (vratky), a to zejména formou zpětného prodeje ... [a] mít možnost výměny zboží s výjimkou prokázaných vad a reklamací“ (Příloha 5, článek 2, písm. a, c, d zákona č. 395/2009 Sb.). Tato příloha se reklamacím věnuje ještě podrobněji, když stanoví, že odběratel nese odpovědnost a musí nahradit škodu v případech, kdy zboží odmítne či vrátí či automaticky odpočte pokutu za nedodržení termínu dodávky či nevyhovující stav zboží, aniž by tento dluh byl nepopiratelný, vymahatelný a vyčíslitelný a aniž by dodavatelé dal možnost zkontrolovat oprávněnost takovéto stížnosti. Příloha 5 také zakazuje přenášení sankcí uložených maloobchodníkovi na dodavatele, aniž by bylo prokázáno jeho zavinění, a to zvláště v případech, kdy výrobky nejsou prodávány v původních obalech či jsou prodávány po uplynutí lhůty spotřeby či jsou znehodnoceny nesprávnou manipulací na straně odběratele (Příloha 5, článek 1 zákona č. 395/2009 Sb.).

Na základě přílohy 3 Zákona pak musí být lhůta „pro předkládání návrhů na cenové změny“ stanovena smluvně (písemně), stejně jako „podmínky a lhůty pro změnu dohodnutého množství, jakosti a provedení dodávaných výrobků“ (Příloha 3, článek 3 zákona č. 395/2009 Sb.).

Dle konzultací s dodavateli<sup>12</sup> představují retroaktivní změny jeden z největších problémů vztahů dodavatelů a odběratelů. Je vhodné, aby si strany předem stanovily, jakým podílem ponese rizika nižší prodejnosti, reklamací atd. Poté mohou obě strany počítat s určitou mírou rizika a vhodným způsobem se proti němu zajistit. Toto rozložení rizika se samozřejmě promítne také do výše nákupní ceny. V žádném případě by to ale nemělo znamenat, že veškeré riziko obchodu ponese pouze maloobchodník. Proti některým rizikům totiž může lépe bojovat výrobce (výše byl uveden příklad ochranných prvků v malém drahém zboží; dále se to týká odpovědnosti za oprávněné reklamace) a mohlo by dojít k nebezpečí morálního hazardu na jeho straně. Čím lépe si smluvní strany rozložení rizika definují, tím lépe s ním budou moci zacházet a projeví se to také na jejich obchodních vztazích.

---

<sup>12</sup> Například workshop s dodavateli na Vysoké škole ekonomické ze dne 1. 6. 2011.

Český Zákon je však nadměrně striktní, když například vratky zcela zakazuje. Některým dodavatelům totiž systém vratek vyhovuje: Maloobchodník se pak nesnaží snížit riziko neprodejnosti výrobků objednaním menšího množství výrobků a regály jsou ke spokojenosti dodavatele, maloobchodníka i zákazníka plné zboží. Existuje konkrétní případ jednoho řetězce, kterého dodavatel pečiva požádal o znovuzavedení vratek (přestože pečivo se uvádí jako jedna z nejvíce „nekalých“ vratek). Po zákazu vratek totiž výrazně kleslo množství zboží, které bylo zákazníkům prodáno. (Zákazníci navíc nebyli spokojeni, protože daný druh pečiva již ve večerních hodinách nebylo možno nakoupit). Navíc měl dodavatel zaveden výnosný systém zužitkování přebytečného pečiva jeho spálením, takže vratky pro něj hrozbu nepředstavovaly. Zákaz vratek tak v tomto případě znamenal poškození všech tří zainteresovaných stran.

Jiný dodavatel uvádí, že vratky po akcích, pokud byly předem smluveny, nejsou nekalou praktikou. V případě, že totiž odběratel neprodané zboží nevrátí, znamená to rovněž, že je také po dlouhou dobu neobjedná, protože vyprodává zboží z akce, v případě vratky však dodavatel může využít více kanálů k prodeji, takže vratky pro něj představují situaci lepší, nebo alespoň rovnocennou.

#### **4. Podnákupní ceny a marže**

V oblasti cen narážíme v dodavatelsko-odběratelských vztazích na dva základní problémy, které jsou ve svém důsledku zcela protichůdné: jsou to prodej zboží za cenu nižší než pořizovací a spravedlivé dělení marží v obchodě. Dodavatelům na jednu stranu vadí, pokud je jejich zboží v rámci akcí prodáváno za nižší cenu, než za jakou je odběrateli poskytlí, a na stranu druhou si stěžují, že jejich marže není v porovnání s marží obchodníků dostatečná, a že tudíž obchodníci na jejich zboží vydělávají příliš. Jinými slovy: cena jejich zboží v obchodech je buď příliš nízká, nebo příliš vysoká.

##### **4.1 Podnákupní ceny**

Co se týče *podnákupních cen*,<sup>13</sup> mnohé členské státy prodej pod náklady zakazují (regulaci nalezneme ve Francii, Belgii, Německu, Řecku, Itálii, Španělsku, ČR atd., Competition Commission 2008: 24). Tento zákaz se může týkat buď celého maloobchodního sektoru, nebo jen vybraných případů a některé státy z něj povolují výjimky. Dle vyjádření Evropské komise však takováto ustanovení

---

<sup>13</sup> V českém prostředí se na základě formulace v Zákoně používá pojem podnákupní ceny. Zahraniční zdroje však operují s termínem podnákladové ceny (*below-cost*). Princip problému však zůstává stejný. Při citaci zahraničních zdrojů bude užíván termín podnákladové ceny a problematika bude aplikována na české podnákupní ceny.

nemusí vždy plnit vytyčené cíle<sup>14</sup> a navíc mohou být i v rozporu s pravidly vnitřního trhu (Evropská komise 2010b: 33–34). Pokud se však jedná o predátorské ceny, které mají za úkol vytlačit konkurenci z trhu a představují zneužití dominantního postavení, pak jsou omezeny předpisy na ochranu hospodářské soutěže (tamtéž, str. 33).

Komise Spojeného království však celkově v prodeji za podnákladové ceny predátorské chování neshledala a nepovažuje za pravděpodobné, že by měl mít negativní dopad na konkurenci. Také nepovažuje za relevantní, že by podnákladové ceny mohly zákazníky mylně informovat o celkové úrovni nákladů na nakupování v dané obchodní jednotce. Naopak, dočasné promoční ceny, které lákají zákazníky a zvyšují celkové tržby, mohou dle Komise Spojeného království reprezentovat efektivní konkurenci mezi maloobchodníky a přinášet výhody zákazníkům, kteří za spotřební koš zaplatí nižší průměrnou cenu (Competition Commission 2008: 9). Pokud totiž maloobchodník určí zboží, na které jsou zákazníci cenově citliví, nižší marži, a naopak, dojde k efektivnějšímu rozložení fixních nákladů, které vede k celkově vyšším tržbám, a tím i nižším průměrným fixním nákladům, čímž se celkově průměrná cena spotřebního koše pro zákazníka snižuje (Competition Commission 2008: 98).

V Irsku byl tento trend prokázán zrušením nařízení z roku 1987, které zakazovalo prodávat potravinářské zboží pod náklady (a také výběr zalistovacích poplatků). V roce 2005 proběhla revize tohoto nařízení, ve které bylo zjištěno, že cena výrobků tímto nařízením regulovaných rostla rychleji (nebo klesala pomaleji) než cena výrobků neregulovaných. Nařízení bylo proto v roce 2006 zrušeno a po přechodnou dobu dokonce cena dříve regulovaných výrobků klesala i přes vzrůst cen ostatních potravin, po devíti měsících se pak již ceny potravinářských komodit pohybovaly stejným trendem bez ohledu na to, zda dříve byly regulovány nebo ne (The Competition Authority 2008: 13–20).

Ve Francii naopak zákaz podnákladových cen trvá a dodavatelé navíc musí všem odběratelům poskytovat stejnou cenu, pokud diskriminaci nezdůvodní (např. objemem prodeje). Attaliho komise vyjádřila obavu, že tento zákon vede k vyšším cenám potravin. Maloobchodníci totiž jednak nemohou některé slevy promítnout do konečné ceny pro spotřebitele a jednak zákaz snížil konkurenci mezi retailery a dodavateli. Ceny potravin tak ve Francii rostou rychleji než všeobecný cenový index a také rychleji než ve zbytku Eurozóny. V lednu 2008 bylo sice maloobchodníkům umožněno snížit cenu na faktuře o všechny slevy a služby, což snížilo minimální cenu, pod kterou nesmějí prodávat, přesto však Attaliho komise doporučila zrušení tohoto zákona (Attali 2008: 24–25).

---

<sup>14</sup> Regulace podnákladových cen „omezuje cenovou konkurenci a zvyšuje náklady na řízení zásob“, což může vést k vyššímu růstu spotřebitelských cen oproti cenám výrobním (Evropská komise 2008: 7).

V České republice je prodej pod nákupní cenou zakázán Zákonem, konkrétně přílohou 4. Skutečnou nákupní cenou se přitom rozumí netto jednotková cena na faktuře, od které smí maloobchodník odečíst finanční příjmy, které dodavatel odsouhlasil a naopak ji musí navýšit o daně a cenu dopravy (Příloha 4, článek 2 zákona č. 395/2009 Sb.). Výjimkou je situace, kdy obchodník ukončuje či mění obchodní činnost, výrobkům končí uvedená doba spotřeby (tento fakt však nesmí být mimo místo prodeje nijak inzerován), nebo je potřeba je vyprodat na konci sezóny prodeje, protože mají výrazný sezónní charakter. Nižší cena je akceptovatelná také v případě, že obchodník mezitím získal stejné zboží za nižší cenu, která se pak stává nákupní cenou i pro dříve nakoupené výrobky (Příloha 4, článek 3 zákona č. 395/2009 Sb.). Zdeněk Juračka, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu (dále SOCR), pak na konferenci Retail Summit 2010 potvrdil, že prodej pod nákupní cenou za nekalou obchodní praktiku považuje (Deník 2010), a to přesto, že SOCR vystupuje proti Zákonu jako celku.

Celkově lze říci, že v případě, že podnákladové ceny jsou cenami predátorskými, určenými ke zničení konkurence a následnému profitování z dominantnějšího postavení na trhu, měly by být zakázány. Toto je však již ošetřeno článkem 82 Smlouvy o ES<sup>15</sup> (Competition Commission 2008: 95). Evropský soudní dvůr jej v roce 1986 vyložil tak, že stanovení ceny pod průměrnými variabilními náklady u dominantní firmy je automaticky porušením tohoto článku. Stanovení ceny v rozmezí mezi průměrnými variabilními náklady a průměrnými celkovými náklady je pak u dominantní firmy porušením tohoto článku v případě, pokud je to součástí strategie eliminace konkurence. Na rozdíl od USA tak Evropský soudní dvůr nepožaduje důkaz, že firma je schopna po odchodu konkurence původní ztráty pokrýt zvýšenými zisky. (tamtéž). Je však důležité si uvědomit, že u maloobchodníků je situace poněkud jiná, protože z hlediska případné likvidace konkurence je důležitá cena nákupního košíku, nikoliv cena několika málo vybraných komodit.

Komise Spojeného království tedy stanovila tři podmínky, za kterých by k situaci predátorských cen mohlo dojít konkrétně v maloobchodě: zaprvé, obchodní formáty typu convenience stores a specializované potravinářské prodejny jsou nuceny udržovat ceny na úrovni podnákladových cen velkých maloobchodníků; zadruhé, maloobchodníci mají dostatečnou sílu, aby po ukončení predátorských cen získali zpět ztráty, které utrpěli v průběhu jejich uplatňování, a zatřetí, existují velké bariéry vstupu a opětovného vstupu na trh convenience stores a specializovaných potravinářských prodejen (Competition Commission 2008: 95). Tyto podmínky však byly ve Velké Británii splněny pouze ve výjimečných případech a celkově pak Komise Spojeného království považuje podnákladové ceny spíše za prospěšné pro spotřebitele (Competition Commission 2008: 98).

---

<sup>15</sup> Respektive článkem 102 Smlouvy o EU.



Je však možné, že na území České republiky tyto podmínky splněny jsou a malé a střední podniky v oblasti potravinářského maloobchodu se právem cítí ohroženy predátorskými podnákupními cenami velkých retailerů. Pozice pana Juračky jako předsedy Svazu českých a moravských spotřebních družstev COOP by tak mohla vysvětlovat jeho kladný postoj k příloze 4 Zákona. Proti podnákladovým cenám jako predátorskému nástroji vystupuje také UGAL (2010: 7–8), jako sdružení nezávislých maloobchodníků, takže se lze domnívat, že poškozeny by mohly být spíše malé a střední podniky v maloobchodu, které jsou takto vytlačovány z trhu. Opět se zde ale musí jednat o situaci držení celého spotřebního koše pod nákupní cenou a nikoliv několika konkrétních artiklů akčního zboží po omezenou dobu.

Na konec tématu podnákupních cen uvedu ještě jeden komentář, který tuto problematiku propojuje s výše diskutovanými retroaktivními změnami. V případě jejich uplatňování může být totiž často cena výrobku držena na vyšší úrovni (skutečná nákupní cena jako minimální hranice totiž není očištěna od těchto retroaktivních slev, které nejsou dopředu jasné), a tak se tyto slevy mohou stát výhradně příjmem odběratele a nepřenesou se dále na spotřebitele. Tento problém by se však měl řešit spíše na úrovni retroaktivních změn než úpravou problematiky podnákupních cen.

## 4.2 Marže

Stejně jako u podnákupních cen je i otázka *marže* značně složitá<sup>16</sup>. Na úvod je potřeba marži definovat. V ČR nalezneme definici v § 20 prováděcí vyhlášky k zákonu o účetnictví, dle kterého „obsahuje rozdíl z vyúčtovaných tržeb za prodej zboží a nákladů vynaložených na prodané zboží“ (§ 20, odst. 1 vyhlášky 500/2002 Sb.), přičemž položka náklady vynaložené na prodané zboží „obsahuje pořizovací cenu, popřípadě reprodukční pořizovací cenu prodaného zboží“<sup>17</sup> (tamtéž, odst. 2).

V praxi tedy marži (dříve takzvanou hrubou marži) získáme tak, že od prodejní ceny maloobchodníka odečteme nákupní cenu daného zboží (počítá se s cenami bez DPH). Zisk maloobchodníka (dříve takzvanou čistou marži) pak získáme tak, že od celkové marže za všechny položky odečteme veškeré variabilní a fixní náklady maloobchodu. Pokud bychom chtěli vypočítat zisk na jednotku konkrétního druhu zboží, pak bychom od marže příslušné danému zboží odečetli variabilní náklady s tímto zbožím související (doprava, skladování,

---

<sup>16</sup> Marže již byly částečně zmíněny v článku Regulace dodavatelsko-odběratelských vztahů v EU se zaměřením na potravinářský sektor (Mokrejšová 2011).

<sup>17</sup> Reprodukční pořizovací cena prodaného zboží je „cena, za kterou by byl majetek pořízen v době, kdy se o něm účtuje“ (§ 25, odst. 5b zákona č. 563/1991)

chlazení, mražení...) a vhodným způsobem rozpočítané fixní náklady příslušné jednotce daného druhu zboží<sup>18</sup>. Viz také následující obrázek:

**Obr. 1: Výpočet marže**

Prodejní cena			
Nákupní cena	Marže		
Nákupní cena	Variabilní náklady	Fixní náklady	Zisk

**Zdroj:** vlastní zpracování.

Celkově lze říci, že se všichni shodují na tom, že by bylo vhodné, aby rozdělení marží<sup>19</sup> v rámci dodavatelsko-odběratelského řetězce bylo spravedlivé, ale je velice obtížné určit, co to znamená. V marži by se totiž měly poměrně zrcadlit náklady, které s daným artiklem daný článek řetězce musí vynaložit, jak ukazuje obrázek 1. Protože firmy smlouvy mezi sebou uzavřené nezveřejňují a ve veřejné účetní závěrce jsou data natolik agregovaná, že lze zjistit pouze celkovou marži, není možné u konkrétního druhu zboží určit, zda na něm obchodník oproti předešlým článkům řetězce vydělává „příliš“ či nikoliv a zda některé články řetězce nejsou diskriminovány na úkor ostatních.

V realitě však marže nezávisí pouze na nákladech. Evropská komise vyjmenovává i další faktory, které ovlivňují velikost marže maloobchodu. Je to například přítomnost *konkurence v dané lokalitě* (tedy prostorová koncentrace). Dle Komise Spojeného království vstup konkurenční maloobchodní jednotky na doposud monopolní lokální trh (do deseti minut jízdy) snížil marži původního lokálního monopolu o 3,8 % (Competition Commission 2008: 116). Úroveň prostorové koncentrace pak ovlivňuje výši marží i v případě, že ceny jsou stanovovány pro celý řetězec na národní úrovni. Nízká lokální konkurence pak znamená celkově vyšší marži na národní úrovni<sup>20</sup> (Competition Commission 2008: 119). Nicméně stačí i omezený počet konkurenčních prodejen v lokalitě, aby se pozitivní vliv na cenu pro spotřebitele projevil (Evropská komise 2010b: 32), takže vysoká koncentrace v maloobchodě by všeobecně vzato neměla být důvodem pro příliš vysoké marže v odvětví, mnohem důležitější je prostorová koncentrace.

<sup>18</sup> Například rozpočítáme fixní náklady na 1 Kč tržeb a přiřadíme je danému druhu zboží dle jeho ceny.

<sup>19</sup> Pojem „marže“ používáme jako rozdíl mezi nákupní a prodejní cenou výrobku v průběhu celého řetězce, přestože u výrobních podniků se o marži v pravém slova smyslu nejedná.

<sup>20</sup> Lze si představit situaci pouze 2 konkurentů na národním trhu s 50% podílem na trhu, kdy a) na každém lokálním trhu je rozdělení podílu na trhu 50:50 nebo b) na polovině trhů má lokální monopol jeden a na druhé polovině druhý z konkurentů. Ve druhém případě lze očekávat vyšší marže na národní úrovni.

Důležitá je také možnost spotřebitele *porovnat ceny* s ostatními konkurenčními prodejny,<sup>21</sup> pokud toto srovnání chybí, je možno realizovat marže vyšší. Rozvoj on-line nakupování a srovnávacích portálů má proto vliv na stlačování marží.

Celkově však Evropská komise dospěla k názoru, že průměrné čisté marže obchodníků<sup>22</sup> se v zemích EU pohybují mezi 2 až 6 % z obrátu (Evropská komise 2010b: 44), což je číslo relativně nízké.<sup>23</sup> Zároveň však dodává, že u některých konkrétních výrobků může dojít k nekalé praktice příliš vysoké marže na úkor spotřebitele či dodavatele. Dle výzkumu GfK provedeného mezi dodavateli ve Velké Británii uvedlo 53 % z nich, že nejnižší marže získávají při prodeji jednomu ze čtyř největších hráčů na trhu<sup>24</sup> (GfK 2007: 59). Tento fakt však zdůvodňují nejen silným postavením těchto největších hráčů na trhu, ale také vyššími objemy odběru či vyššími náklady s nimi spojenými (na marketing, balení distribuci atd., tamtéž, str. 60). Tito odběratelé jim však zároveň pomáhají získat úspory z rozsahu a mohou jim také zaručovat poměrně velkou část zisku v absolutním vyjádření, takže nižší marže může být ospravedlnitelná.

Do problémů se však mohou dostat hlavně drobní primární producenti, pokud nevyužili možnosti vertikální integrace do maloobchodního řetězce, horizontální kooperace či diverzifikace (Evropská komise 2010b: 45) a jejichž marže rychle klesají. Na druhou stranu na vině nemusí být maloobchodník, ale může to být kterýkoliv jiný článek řetězce. V tomto případě navíc velice závisí na délce dodavatelsko-odběratelského řetězce, kdy cena získaná primárním producentem je nepřímou úměrná délce řetězce. Úřad pro hospodářskou soutěž v Itálii například zjistil, že primární producent získá zhruba 60 % z konečné maloobchodní ceny svého výrobku, pokud prodává přímo maloobchodu, ale pouze 30 %, pokud mezi tím samým výrobcem a maloobchodníkem operují ještě tři zprostředkovatelé (Evropská komise 2009: 12). Je-li tedy schopen výrobku sám dodat tu část přidané hodnoty, kterou jinak zajišťují zprostředkovatelé, získává za něj vyšší podíl z tržní ceny (ale pravděpodobně za vyšší náklady s tím spojené).

V této otázce by velice pomohlo vědět u jednotlivých druhů zboží, jakým způsobem se jejich cena v průběhu toku od výrobce ke konečnému odběrateli

---

<sup>21</sup> V zisku na jednotku (na rozdíl od variabilních a fixních nákladů) se pak promítnou také: možnost porovnání cen, lokální konkurence a další faktory, jako jsou vyjednávací síla obchodních partnerů a jejich vzájemná závislost.

<sup>22</sup> V současné české terminologii se tedy jedná o zisk.

<sup>23</sup> Komise Spojeného království došla k podobným číslům – mezi lety 2001 až 2007 se průměrná provozní marže (zde se jedná o marži, od níž jsou odečteny variabilní náklady, tedy o součet zisku a fixních nákladů) pohybovala mezi 3,6 a 4,5 % (Competition Commission 2008: 34). Celkově charakterizuje Komise Spojeného království retailing jako odvětví s vysokými objemy prodeje a nízkými maržemi (Competition Commission 2008: 49).

<sup>24</sup> Na druhé straně 22 % z nich od jednoho z nich získává marži nejvyšší (tamtéž).

zvyšuje. Pak by se dalo o něco lépe posoudit, zda jsou marže rozděleny spravedlivě či nikoliv. Jsou v podstatě dva způsoby, jakými tyto informace lze získat: Evropská komise upozorňuje na to, že jednotlivé případy se dají zjišťovat z konkrétních soudních rozhodnutí (Evropská komise 2010b: 45), což však může být dost pracné a navíc zdaleka nepokrývá celé spektrum výrobků. Druhou možností je, aby jednotlivé články řetězce dobrovolně zveřejnily svou průměrnou nákupní a prodejní cenu u vybraných kategorií výrobků. Touto cestou se rozhodla jít pracovní skupina Vysoké školy ekonomické, které obchodníci ze SOCR alespoň souhrnná data některých kategorií přislíbili. Otázkou zůstává, zda se podaří marže vysledovat i hlouběji do dodavatelsko-odběratelského řetězce, což bude záviset na spolupráci i dalších článků. Lze předpokládat, že problém data zveřejnit mohou mít právě ti, kteří za osočování maloobchodu z vysokých marží<sup>25</sup> schovávají své vlastní vysoké marže, a zveřejnění pravdy by jim mohlo uškodit.

Celá problematika marží se komplikuje ještě i faktem, že tyto nejsou stabilními veličinami, ale v čase se mění tak, jak jednotlivé články dodavatelsko-odběratelského řetězce reagují na změnu cen. Závisí na úrovni konkurence a vyspělosti daného trhu, jak a jak rychle se cenové změny (objektivně dané například neúrodou atd.) promítnou mezi farmáře, zpracovatele a maloobchodníky (Evropská komise 2010b: 44–45).

Co se týče regulace této oblasti v rámci EU, všeobecně je samozřejmě uznávána svobodná tvorba cen, přičemž v některých případech mohou být tyto regulovány. Někteří členové EU dle údajů Evropské komise uvažují o zavedení regulace marží (například u potravin), což by ale mohlo potenciálně vést k rozporu s pravidly vnitřního trhu a ochrany hospodářské soutěže (Evropská komise 2010b: 33).<sup>26</sup> Navíc by takováto regulace byla v rozporu s tržním hospodářstvím, ve kterém má smysl regulovat tržní selhání (v našem případě regulovat ceny u monopolu či předcházet vzniku dominantního postavení fúzemi a akvizicemi), nikoliv konkurenční trhy.<sup>27</sup>

Evropská unie se rovněž snaží o vnesení transparentnosti do cenové struktury potravin v jednotlivých zemích, a proto zavádí nástroj pro sledování cen potravin (Eurostat 2011). Zde sleduje vývoj cen potravin v rozdělení na ceny

---

<sup>25</sup> Jde o stížnosti na „nevyvážené rozdělení nákladů nebo nedostatečnou cenu placenou dodavatelům v porovnání se spotřebitelskými cenami“ (Evropská komise 2010-2: 44).

<sup>26</sup> „Existují ... náznaky, že některé členské státy zvažují zavedení maximálních marží pro celou řadu výrobků, jako jsou např. potraviny. Je třeba poznamenat, že za určitých okolností by takováto úprava mohla vyvolat problémy se slučitelností s ujednáními zákony, zejména s předpisy o vnitřním trhu anebo předpisy na ochranu hospodářské soutěže (Evropská komise 2010-2: 33).

<sup>27</sup> Úroveň konkurence je i přes vysokou koncentraci v maloobchodě dostatečná a spotřebitelé z ní profitují (Evropská komise 2009: 9). Více ke koncentraci, konkurenci a také regulaci monopolu viz Mokřejšová (2011).

zemědělských komodit (2 úrovně), ceny producentů (rovněž 2 úrovně) a ceny pro konečné spotřebitele v jednotlivých zemích EU. Nástroj umožňuje porovnávat vývoj nejen u potravin jako celku, ale i u některých konkrétních komodit (chléb a obiloviny, maso, hovězí, vepřové, drůbež, ryby a mořské produkty, mléko, sýr, vejce, tuky a oleje, ovoce, zelenina, jablka, brambory, cukrovinky (včetně cukru, medu a marmelád)). Bohužel je z tabulek patrný pouze vývoj (vůči základnímu roku 2005) a nikoliv poměry cen či marže cen zemědělských komodit versus cen producentů versus spotřebitelských cen.

Na rozdíl od podnákupních cen se český Zákon maržemi nezabývá. Přesto je to téma často diskutované a čeští dodavatelé rádi na přílišné marže maloobchodníků upozorňují.<sup>28</sup> Z výše uvedeného však vyplývá, že marže maloobchodníků jsou spíše na nízké úrovni.<sup>29</sup> O příliš nízkých maržích způsobených malou vyjednávací silou tedy můžeme spíše hovořit v případech nesdružených drobných zemědělských producentů, kteří však ve většině případů nejednají přímo s maloobchodníky, ale spíše s předešlými články řetězce. Otázkou tedy zůstává, zda problematika marží by měla být diskutována jako nekalá praktika maloobchodu, nebo spíše odběratelů obecně, mezi které můžeme řadit i ty zpracovatele potravin, kteří marže nejvíce kritizují.<sup>30</sup> Jak již bylo řečeno výše, odpověď by poskytlo rozklíčování marží v průběhu potravinářského řetězce, což je však velice složitý úkol, ke kterému pravděpodobně nebude nalezena vůle na všech stupních řetězce. Navíc, i pokud by se podařilo výši marží identifikovat, je otázka, jak vysoká marže je pro který článek a danou komoditu či odvětví spravedlivá, protože spravedlivé rozdělení rozhodně neznamená rovné rozdělení, ale musí zrcadlit specifika daného článku, aby pokryla výše zmíněné variabilní a fixní náklady a umožnila dosáhnout zisk.

## 5. Platební podmínky

Co se týče platebních podmínek, stojí obchodník a dodavatel, co se týče jejich zájmů, zcela proti sobě. Dodavatel potřebuje, aby zboží dostal zapláceno co nejdříve – v době dodávky, nebo ještě lépe předem, aby měl z čeho financovat produkci. V zájmu maloobchodníka je naopak, aby zboží platil pokud možno až v době, kdy za něj sám dostane zapláceno, tedy v době prodeje zboží konečným zákazníkům. Doba mezi výrobou zboží a jeho realizací je tedy dobou, po kterou musí zboží financovat buďto výrobce nebo odběratel (nebo si mezi sebe náklady rozdělí dle vyjednávací síly, obchodních zvyklostí atd.), a to buď z vlastních zdrojů, nebo na základě půjček.

---

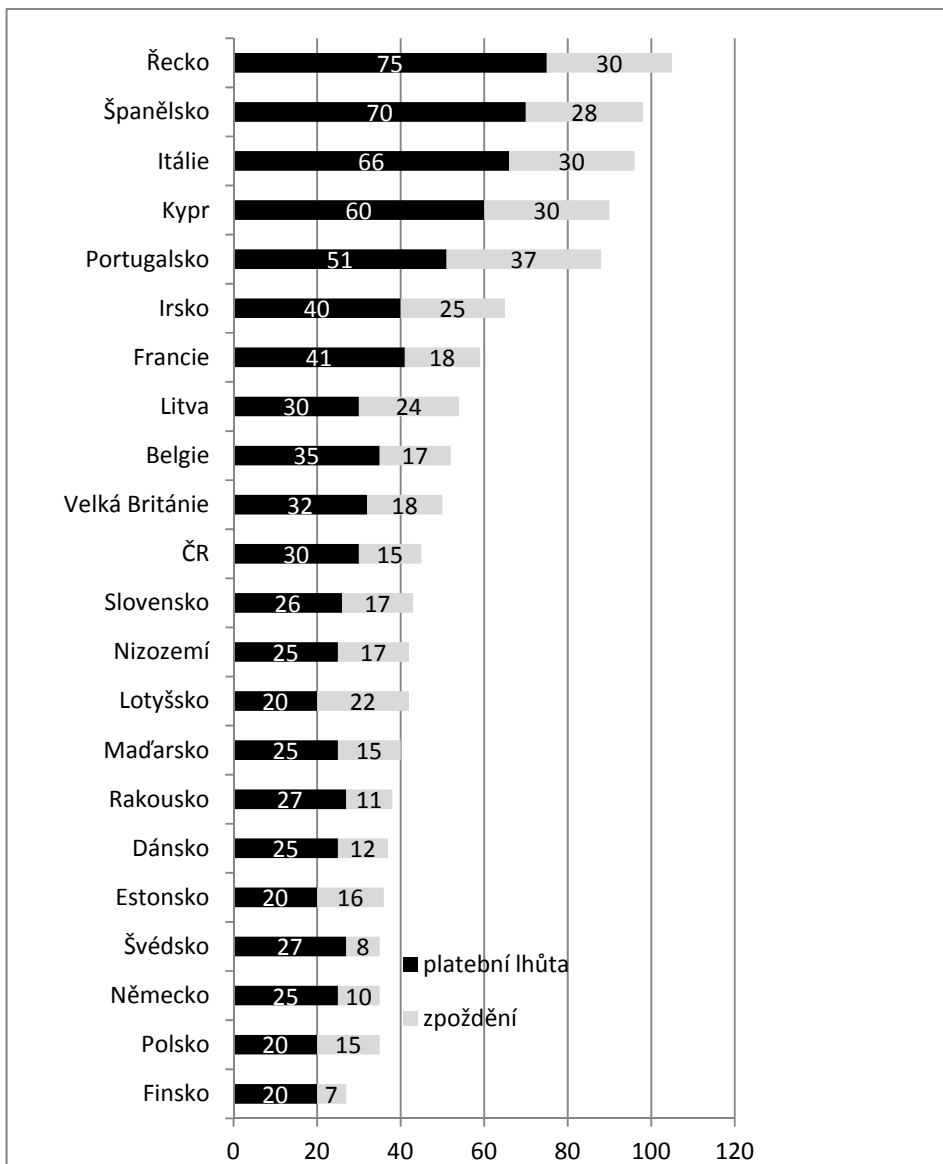
<sup>28</sup> Majitel firmy Agrofert A. Babiš dne 23. 3. 2011 na konferenci Retail in Detail přirovnal v panelové diskusi marže v potravinovém řetězci k sendviči s nejtenčí vrstvou uprostřed.

<sup>29</sup> Což nevylučuje možnost vysokých marží u některých konkrétních produktů.

<sup>30</sup> Dle stanoviska UGAL vydělá dodavatel z 1 EUR 2-3x více než maloobchodník (UGAL 2010:2).

Průměrnou dobu splatnosti mezi podniky a její (ne)dodržování ukazuje následující graf:

**Graf 1: Sjednaná a skutečná platební lhůta v B2B vztazích ve vybraných státech EU v roce 2010 ve dnech**



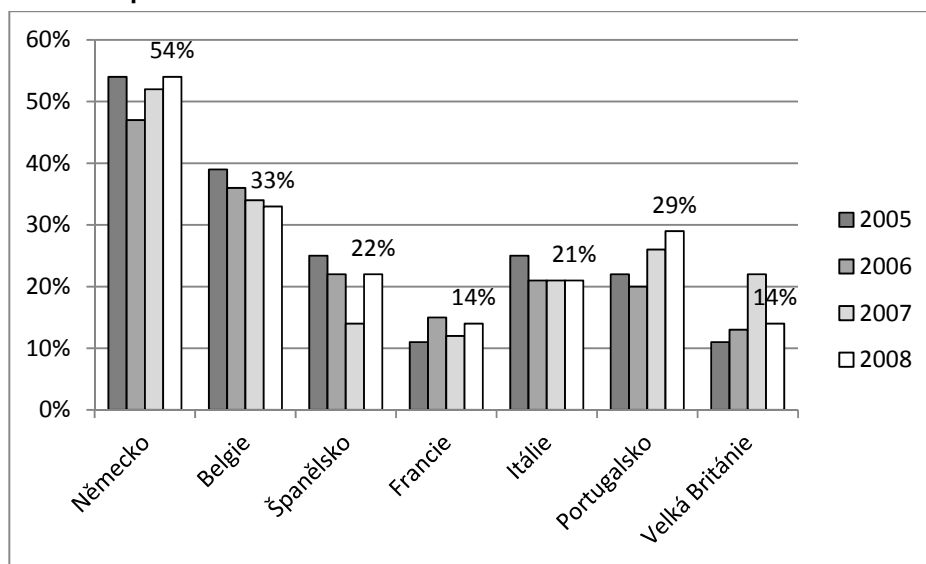
**Zdroj:** Intrum Justitia (2010).

Příliš dlouhými dobami splatnosti, respektive nedodržováním data splatnosti uvedeného na faktuře, trpí hlavně malé a střední podniky, které nejsou schopny

získat tak výhodné úvěry u bank jako jejich větší konkurenti. V červnu 2000 proto Evropský parlament a Rada Evropské unie vydaly směrnici o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích. Tato směrnice zavádí společnou výši úroku z prodlení a v případě, že není stanovena platební lhůta, ani den splatnosti, také třicetidenní splatnost faktur ve vztazích mezi podnikateli.

Realita však často vypadá jinak a věřitelé velmi často úroky z prodlení na svých dlužnících nevyžadují z obavy z přerušení smluvního vztahu. Pro dlužníky se pak tato situace stává velice levnou možností financování. Podle průzkumu Eurofactoru není procento malých a středních podniků, které úrok z prodlení skutečně vyžadují, příliš vysoké. Pokud již ovšem jeho zaplacení vyžadují, pohybuje se jejich úspěšnost ve vymáhání od 79 % ve Francii po 96 % v Portugalsku (Eurofactor 2009). Více ukazuje následující graf:

**Graf 2: Procento malých a středních podniků požadujících úrok za pozdní platbu v letech 2005–2008**



**Zdroj:** Eurofactor (2009)

Navíc je vhodné si uvědomit, že země zahrnuté v tomto grafu z průzkumu European Barometr jsou zeměmi s mnohem delší tradicí volného trhu, než je Česká republika, kde malí a střední podnikatelé stále ještě nemají srovnatelné zkušenosti. Dle průzkumu Asociace malých a středních podniků České republiky řeší MSP své nesplacené pohledávky většinou domluvou s dlužníkem, upomínkami, nebo platbou předem či v hotovosti. Pouze 5 % z nich na otevřenou otázku uvedlo jako způsob obrany proti nesplacení pohledávek penalizaci. (AMSP ČR 2011: 3)

Evropské právo se snaží situaci věřitelů usnadnit, a proto byla přijata mnohá nařízení (upravující uznávání a výkon soudních rozhodnutí, evropský exekuční titul, evropský platební rozkaz, evropské řízení o drobných nárocích; viz odst. 4 Směrnice o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích z roku 2011). V březnu 2011 pak vstoupila v platnost přepracovaná směrnice o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích, která umožňuje automatický nárok na úrok z prodlení bez nutnosti upomínky ve všech případech, kdy věřitel své povinnosti splnil a dlužník nikoliv, a zavádí také pevnou minimální náhradu nákladů spojených s vymáháním.

Zatímco evropská směrnice umožňuje, aby se podnikatelé mezi sebou na odlišné době splatnosti dohodli,<sup>31</sup> Zákon je v případě dodavatelsko-odběratelských vztahů striktní a zavádí 30 dní jako maximální dobu splatnosti (Příloha 2, článek 6 zákona č. 395/2009 Sb.). Návrh na změny zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže pak tuto dobu splatnosti rozšiřuje pro všechny soutěžitele ve významném ekonomickém postavení i mimo odvětví potravinářských a zemědělských výrobků (ÚOHS 2011a: 2).

Zákon tedy na jedné straně chrání malé a střední podniky před situací, kdy by si „dobrovolně“ (avšak na základě nátlaku silnějšího subjektu) se svými odběrateli smluvily delší dobu splatnosti, jak umožňuje evropská směrnice, na druhou stranu tím silně zasahuje do volnosti smluvních vztahů a neumožňuje například velkým výrobcům poskytování delšího obchodního úvěru svým obchodním partnerům s významnou tržní silou. Přestože je jisté nutné malé a střední podniky podporovat<sup>32</sup> a přestože je nutné umožnit efektivně potírat zpoždění plateb, představuje kogentní ustanovení lhůty splatnosti již příliš velký zásah do smluvní volnosti.<sup>33</sup> Možnost efektivního a rychlého vymáhání ustanovení evropské směrnice o postupu proti opožděným platbám by malým a středním podnikům mohla pomoci více, než vynucená třicetidenní lhůta splatnosti pro všechny dodavatele.

---

<sup>31</sup> Povinnou třicetidenní (resp. ve výjimečných případech šedesátidenní) lhůtu splatnosti mají dle směrnice pouze orgány veřejné moci (Směrnice o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích 2011: čl. 4, odst. 3a), podniky si mohou den či lhůtu splatnosti dohodnout ve smlouvě (tamtéž, čl. 3, odst. 3a) a až v případě, že toto není ve smlouvě stanoveno, uplatňuje se třicetidenní lhůta (tamtéž, čl. 3, odst. 3b).

<sup>32</sup> Prioritou Evropské Unie je MPS „podporovat“, nikoliv „chránit“ před silnějšími. Což znovu hovoří proti tomuto opatření.

<sup>33</sup> Největší problém s dlouhými dobami splatnosti mají primární producenti – drobní farmáři, kteří produkují rychloobrátkové zboží. I pokud bychom přijali myšlenku, že alespoň tyto podnikatele je vhodné „chránit“, současný stav Zákona jejich problém řeší pouze v případě, že dodávají obchodním řetězcům s významnou tržní silou. V případě, že dodávají své produkty zpracovateli či mezičládku obchodního řetězce, Zákon je nijak nechrání. V tomto by pro ně návrh na změnu (ÚOHS 2011a: 2) mohl představovat výraznější zlepšení postavení, ale za cenu vysokého nárůstu regulace pro ostatní subjekty.



## Závěr

„Nekalé“ praktiky v dodavatelsko-odběratelských vztazích jsou velice častým objektem snahy o regulaci soukromoprávních obchodních vztahů „ve veřejném zájmu“. Motivem je snaha podpořit malé a střední podniky vůči velkým, napravit negativní důsledky jiných regulačních mechanismů (v daném případě dlouhodobě kontroverzní zemědělské politiky EU), mnohdy jde i o snahu politiků získat určité skupiny voličů. Každý ze subjektů se z tohoto problému samozřejmě snaží vytěžit co největší zisk, a proto jsou tyto praktiky také předmětem silného politického lobby.

Ne všechny praktiky maloobchodníků, na které dodavatelé poukazují, jsou však ve skutečnosti nekalými v tom smyslu, že by poškozovaly spotřebitele či hospodářskou soutěž<sup>34</sup>. Na druhé straně můžeme v maloobchodě určité nekalé praktiky nalézt. Hodnocení, kterou praktiku zařadit mezi nekalé a kterou nikoliv, je v zákonné úpravě často věcí vyjednávání mezi zájmovými skupinami a prosazení v rámci vývoje regulačního rámce. Nekalost dle zákona se však nemusí shodovat se skutečnou nekalostí<sup>35</sup> a je obtížné objektivně určit, které praktiky mezi nekalé řadit a které nikoliv.

Tuto nejednoznačnost můžeme nalézt již u první praktiky diskutované v tomto článku, u poplatků za služby poskytované dodavatelům. Zatímco Evropská komise pouze upozorňuje na to, že hranice mezi oprávněným a neoprávněným poplatkem je nejednoznačná a vyjmenovává ty poplatky, na které si dodavatelé nejvíce stěžují, český Zákon zakazuje přijetí prospěchu bez přiměřené protihodnoty a vyjmenovává některé konkrétní příklady. Neexistence protihodnoty je však velice diskutabilní a maloobchodník navíc na tyto náklady může získat prostředky snížením nákupní ceny (což má pro dodavatele stejný konečný důsledek) či zvýšením ceny pro spotřebitele (což je nežádoucí). Problémem by se mohly stát náklady nepřiraditelné konkrétnímu druhu zboží či retroaktivní vyžadování těchto poplatků, které by se však mělo řešit spíše cestou zákazu retroaktivních změn.

Právě retroaktivní změny můžeme považovat za skutečně nekalou praktiku, která dodavatele ohrožuje a může způsobit jejich nižší investice, což poškozuje spotřebitele. Dodavatel je tak donucen zpětně na sebe vzít určitou část rizika, se kterou nepočítal, a nemohl se tudíž proti ní efektivně zajistit. Na druhé straně je potřeba přesně vymezit, co lze za retroaktivní změnu považovat. Pokud si dodavatel a odběratel předem přesně stanoví, že například v případě nižších prodejů odběratele na sebe přesně definovanou část ztráty bere odběratel,

---

<sup>34</sup> Tato dvě hlediska nekalosti, tedy poškození hospodářské soutěže a spotřebitele, jsou klíčová při posuzování Evropské komise. Viz Mokrejšová (2011: 17n).

<sup>35</sup> Tedy takovou, která poškozuje hospodářskou soutěž, a tím spotřebitele. Viz také Mokrejšová (2011).

nejedná se již o nekalou praxi, ale o rozdělení rizika mezi partnery, které je v podnikatelských vztazích běžné. Systém vratek, který je často kritizovaný a českým Zákonem nyní i zakázaný, může v určitých případech, je-li předem definován, zapadat do tohoto spravedlivého rozdělení rizika a představovat výhodu nejen pro maloobchodníka, ale i pro dodavatele a spotřebitele. Na dodavatele však nesmí být přenášeno nadměrné množství rizika či takové riziko, proti kterému nijak nemůže bojovat a na straně maloobchodníka vytváří nebezpečí morálního hazardu (např. reklamace výrobků způsobené špatnou manipulací obchodníka).

Co se týče prodeje některých výrobků pod nákupní cenou, Evropská komise podporuje svobodnou tvorbu cen a upozorňuje na možnost kolize případných předpisů členských států s evropským právem, zatímco český Zákon podnákupní ceny jednoznačně zakazuje. Pokud se nejedná o ceny predátorské (postižené již úpravou hospodářské soutěže), pak není důvod, aby v maloobchodě bylo zakázáno prodávat některé konkrétní výrobky pod nákupní cenou. Predátorskými by se v maloobchodě mohly ceny stát v případě, že by po určitou krátkou dobu byl celý spotřebitelský koš držen pod náklady za účelem likvidace konkurence v okolí, těžko však lze předpokládat, že snížení cen několika konkrétních výrobků za účelem nalákání zákazníka do prodejny, je cenou predátorskou. Průzkumy v jiných zemích naopak prokázaly, že zákaz podnákupních cen vede k celkové vyšší cenové hladině, která v konečném důsledku poškozují spotřebitele.

Cenová problematika je rovněž úzce spojena s otázkou marží. Všechny články dodavatelského řetězce se shodují na tom, že jejich rozdělení by mělo být „spravedlivé“, je ovšem velice obtížné určit, co to znamená. Výše marže by totiž neměla být na každé úrovni řetězce a pro každou komoditu stejná, ale spíše odrážet přidanou hodnotu, o kterou jednotlivé články daný artikl obohatily. V rámci zachování smluvní volnosti samozřejmě není možné určitou výši marže předepsat, protože by to zcela narušovalo současné hospodářské principy (přesto se o to některé členské státy pokouší a Evropská unie na tuto praxi upozorňuje v souvislosti s možným narušením vnitřního trhu). Navíc je velice obtížné reálnou výši marží zjistit, protože nákupní a prodejní ceny jednotlivých článků dodavatelského řetězce jsou součástí obchodního tajemství. Celkově je možno k této problematice uvést, že výška marže sama o sobě není „nekalou“ praxí. Její „přílišná“ výše však může z některých nekalých praktik vycházet. V každém případě však by to měla být dostatečná konkurence na trhu (v případě maloobchodu pak zejména na lokálních trzích), která zajistí, aby výše marží byla přiměřená. Ke spravedlivému rozdělení marží by tedy mělo přispět důsledné uplatňování a prosazování volné hospodářské soutěže a ne jejich administrativní umělá regulace.

Poslední nekalou praxí, kterou se tento článek zabývá, jsou pozdní platby za zboží. Zejména malé a střední podniky ohrožuje nedodržování splatnosti faktur,

kteřé je v Evropě v celé B2B sfěře velice rozšířeno (a není tedy pouze otázkou potravinářského maloobchodu). Evropská unie proto zavádí různá opatření na ochranu věřitelů, které často dlužníci zneužívají jako velice levné zdroje financování. Přistoupila rovněž k zavedení třicetidenní lhůty splatnosti mezi podnikateli (kteřá se týká také orgánů veřejné moci), kteřá však platí pouze v případě, že na faktuře není uvedena splatnost jiná. Naproti tomu český Zákon maloobchodníkům s významnou tržní silou delší lhůtu splatnosti neumožňuje, což představuje silný zásah do smluvní volnosti. V této situaci by spíše pomohlo efektivní a rychlé vymáhání úroků z prodlení, než striktní omezení doby splatnosti, kteřá neumožňuje poskytnutí obchodního úvěru ani silnými velkými podniky.

Závěrem lze říci, že ne všechny praktiky maloobchodu, které jsou dodavateli označovány za nekalé, skutečně škodí spotřebiteli a hospodářské soutěži. Ty, které skutečně nekalé jsou, jsou již ve většině případů ošetřeny ochranou hospodářské soutěže, výslovná úprava by snad mohla být vhodná pouze v případech retroaktivních změn a neúměrného přenášení rizik. V ostatních případech je daleko důležitější důsledný dozor nad dodržováním stávajících pravidel<sup>36</sup> a popřípadě podpora samoregulace podniků, než zavádění nových pravidel, kteřá ve svém konečném důsledku mohou poškodit hospodářskou soutěž a spotřebitele.

---

<sup>36</sup> Dle návrhu zprávy o účinnějším a spravedlivějším maloobchodním trhu je potřeba „obnovit důvěru v soudní systémy a usnadnit přístup ke spravedlnosti, včetně možnosti podávat anonymní stížnosti“ (Evropský parlament 2011).

## Seznam literatury

AMSP ČR (2011): *Výsledky průzkumu č. 6 AMSP ČR. Názory podnikatelů ke platební morálce*. [online].AMSP ČR. [cit. 2011-12-30]. Dostupné na: <[http://www.amspace.cz/uploads/projekty/AMSP\\_C6.pdf](http://www.amspace.cz/uploads/projekty/AMSP_C6.pdf)>.

ATTALI J. (2008): Rapport de la Commission pour la libération de la croissance française, In: Competition Commission (2008): *The supply of groceries in the UK market investigation* [cit. 2011-01-19]. Dostupné na: <[http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf)>.

COMPETITION COMMISSION (2008): *The supply of groceries in the UK market investigation* [cit. 2011-01-19]. Dostupné na: <[http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf)>.

DENÍK (2010): Juračka: Prodej pod nákupní cenou je nekalá praktika, *Deník.cz* [cit. 2011-02-22]. Dostupné na: <<http://www.denik.cz/ekonomika/juracka-prodej-pod-nakupni-cenou-je-nekala-praktik.html>>.

EUROFACTOR (2009): *Barometre 2009. Survey of European SMEs Concerns and growth trends*, eurofactor.com [cit. 2011-04-12]. Dostupné na: <[http://www.eurofactor.com/files/09\\_02\\_Synthese\\_barometre\\_en.pdf](http://www.eurofactor.com/files/09_02_Synthese_barometre_en.pdf)>.

EUROSTAT (2011): *Harmonized Indices of Consumer Prices (HICP)*, Eurostat [cit. 2011-04-06]. Dostupné na: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/hicp/data/database>>.

EVROPSKÁ KOMISE (2008): *Ceny potravin v Evropě*. Sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru Regionů, KOM(2008) 821 v konečném znění. Brusel: Komise Evropských společenství.

EVROPSKÁ KOMISE (2009): *Competition in the food supply chain*. Commission staff working document, COM(2009)591. Brussels: Commission of the European Communities.

EVROPSKÁ KOMISE (2010a): *Dohled nad obchodním a distribučním trhem „Na cestě ke efektivnějšímu a spravedlivějšímu vnitřnímu obchodnímu a distribučnímu trhu do roku 2020“*. Zpráva komise, KOM(2010)355 v konečném znění. Brusel: Evropská komise.

EVROPSKÁ KOMISE (2010b): *O maloobchodních službách na vnitřním trhu*. Průvodní dokument ke zprávě o sledování maloobchodního trhu: „Na cestě k efektivnějším a spravedlivějším maloobchodním službám na vnitřním trhu do roku 2020“, SEK(2010) 807 v konečném znění. Brusel: Evropská komise.

EVROPSKÝ PARLAMENT (2011): *Návrh zprávy o účinnějším a spravedlivějším maloobchodním trhu*. 2010/2109(INI). Evropský parlament.

GfK (2007): *Research on Suppliers to the UK Grocery Market*, Competition Commission [cit. 2011-04-06]. Dostupné na: [http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/uk\\_grocery\\_market.pdf](http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/uk_grocery_market.pdf)>.

INTRUM JUSTITIA (2010): *European payment index 2010*, Intrum Justitia [cit. 2011-04-12]. Dostupné na: <http://www.intrum.com/en/european-payment-index.html>> (na vyžádání emailem z této stránky).

MOKREJŠOVÁ, V. (2011): Regulace dodavatelsko-odběratelských vztahů v EU se zaměřením na potravinářský sektor, *Working Papers Fakulty mezinárodních vztahů* 2/2011.

*Směrnice o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích*. 2000/35/ES Úřední věstník Evropské unie.

*Směrnice o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích*. 2011/7/EU Úřední věstník Evropské unie.

THE COMPETITION AUTHORITY (2008): *Price Trends in the Irish Retail Grocery Sector: A Description of the Evolution of Retail Grocery Prices between 2001 and 2007*, The competition authority [cit. 2011-02-22]. Dostupné na: [http://www.tca.ie/images/uploaded/documents/grocery\\_monitor\\_report\\_2.pdf](http://www.tca.ie/images/uploaded/documents/grocery_monitor_report_2.pdf)>.

UGAL (2010): *Stanovisko sdružení UGAL k dokumentu „Za efektivnější a spravedlivější maloobchod na společném trhu do roku 2020“*, SOCR.cz [cit. 2011-01-17]. Dostupné na: <http://www.socr.cz/scripts/detail.php?id=5063>>.

ÚOHS (2011a): *Návrh na legislativní změny zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), v platném znění, v souvislosti se zrušením zákona č. 395/2009 Sb., zákona o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití*, compet.cz [cit. 2011-04-12]. Dostupné na: <http://www.compet.cz/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/verejna-diskuse-k-navrhu-zruseni-zakona-o-vyznamne-trzni-sile/>>.

ÚOHS (2011b): *Veřejná diskuse k návrhu zrušení zákona o významné tržní síle*, compet.cz [cit. 2011-04-13]. Dostupné na: <http://www.compet.cz/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/verejna-diskuse-k-navrhu-zruseni-zakona-o-vyznamne-trzni-sile/>>.

*Vyhláška č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, které jsou podnikateli účtujícími v soustavě podvojného účetnictví ze dne 6. listopadu 2002.*

*Zákon č. 563/1991 Sb. o účetnictví ze dne 12. prosince 1991.*

*Zákon č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže ze dne 1. července 2001.*

*Zákon č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití ze dne 9. září 2009.*