

**ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE
FAKULTA PROVOZNĚ EKONOMICKÁ**



TEZE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Konkurenceschopnost v České republice

The competition capability in the economy of the Czech republic

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Alexandr Soukup, CSc.

Autor diplomové práce:

Jaroslav Weis

© Praha 2004

V teoretické části této diplomové práce jsem si za cíl stanovil definovat pojmy hospodářská soutěž, hospodářská politika, trh, konkurence, konkurenceschopnost podniku a vymezit rozdělení konkurence podle různých hledisek. První hledisko je tržní struktura, na základě které lze rozlišovat dokonalou a nedokonalou konkurenci (monopol, oligopol a monopolistickou konkurenci). Druhé hledisko je cena, která rozděluje konkurenci na cenovou a necenovou. Dále zde uvádím typy sdružování podniků a státní nástroje pro ochranu hospodářské soutěže. Cílem praktické části diplomové práce bylo popsat existující příklady jednotlivých forem konkurence a typů sdružování podniků na českém trhu.

Česká republika se v plně konkurenčním prostředí pohybuje pouze jedno desetiletí. V tomto období došlo v českém podnikatelském prostředí k výrazným změnám. Hospodářský systém neustále prochází významnými přeměnami z centrálně řízeného hospodářství na tržní ekonomiku. Začalo se obnovovat drobné soukromé podnikání, které bylo za doby socialismu zcela potlačeno. Po patnácti letech existence tržního prostředí se již v České republice nachází pestrá seskupení forem podnikatelských subjektů, která se snaží získat co možná nejlepší pozici a podmínky pro realizaci svých záměrů.

V ekonomických teoriích rozlišujeme dva základní typy konkurencí: dokonalou a nedokonalou konkurenci. Dokonalá konkurence je odborný ekonomický termín, vztahující se k trhu, na němž žádná firma ani žádný spotřebitel nedosahují takové velikosti, aby mohli sami ovlivnit tržní cenu.

Model dokonalé konkurenčního trhu dále předpokládá:

- ❑ ničím neomezený vstup nových firem do odvětví a výstup již existujících firem z odvětví;
- ❑ existenci vysokého stupně přehlednosti lokálního trhu statku;
- ❑ pružné přizpůsobování se změnám podmínek na trhu.

Nedokonalá konkurence existuje vždy, když jednotliví prodávající mají určitý stupeň kontroly nad cenou statku v tomto odvětví. Nedokonalá konkurence se dále dělí na tři základní typy: monopol, oligopol a monopolistická konkurence.

Příčiny nedokonalé konkurence jsou:

- ❑ pokles počtu firem v odvětví a soustředění výroby do několika velkých firem;
- ❑ zrušení podmínek volného vstupu do odvětví (např. když je vlastnictví zdroje omezeno a jeho majitelé z tohoto vlastnictví mají ekonomický prospěch, potřeba velkého množství kapitálu, legislativní nařízení, poskytnuté licence, kvóty a cla);
- ❑ zrušení podmínky homogennosti produkce.

Jiným typem členění konkurence je členění podle ceny na cenovou a necenovou konkurenci. Podstatou cenové konkurence je snaha výrobců prostřednictvím snižování cen vlastního zboží přilákat kupující. Necenová konkurence je založena na snaze získat zákazníka jinými než cenovými metodami. Jde především o metody prostřednictvím kvality, technické úrovně, image firmy, novinek, tradic, poskytovaných služeb, obalovou technikou, poskytováním různých zdánlivých slev, prodejem na úvěr (na leasing), dokonalejším servisem a jiné.

Kromě již zmíněných forem podnikatelských subjektů, můžeme na trhu nalézt i různé typy sdružování podniků. Patří sem trust, kartel, holdingová společnost, koncern, fúze, konsorcium a různé typy strategických aliancí jako joint venture.

Výsledkem této koncentrace jsou velké podniky. K výhodám velkých podniků se především řadí jejich kapitálová síla, která umožňuje provádět vědecko-výzkumnou činnost a zavádět její výsledky pomocí investic, které vedou k vysoké produktivitě práce. Velké podniky mají značný podíl na trhu, který se promítá do pozitivní úrovně jimi dosahované rentability.

U některých těchto typů sdružování však dochází k negativnímu ovlivňování hospodářské soutěže a ke zkreslování jejích výsledků, případně vedou k monopolnímu nebo dominantnímu postavení na relevantním trhu. Proto v tržních ekonomikách podléhá sdružování podniků kontrole Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže a některé dohody (kartelové) jsou ve většině zemí zakázané a omezované právními normami.

Ke zneužívání hospodářské soutěže může docházet buď tzv. nekalou soutěží, nebo nedovoleným omezováním hospodářské soutěže. Nekalou soutěží dochází k poškozování jak konečných spotřebitelů, tak i konkurentů, a to například zveřejňováním nepravdivých

informací. Ochrana hospodářské soutěže proti nekalé soutěži je upravena v našich podmínkách Obchodním zákoníkem, ochrana nedovoleného omezování hospodářské soutěže samostatným Zákonem o ochraně hospodářské soutěže (protimonopolní zákon).

Klíčovým pojmem Zákona o ochraně hospodářské soutěže je relevantní trh. K protikonkurenčním praktikám totiž dochází jen na zcela konkrétních trzích konkrétního zboží. Relevantní trh je nutné v každém jednotlivém případě vždy definovat, což je úkolem především ekonomických analýz. Základem těchto analýz je posouzení tří aspektů – časového, výrobního a geografického.

Správné vymezení všech složek relevantního trhu je nezbytným krokem k úspěšnému vyřešení protimonopolních případů, stížností nebo posouzení dopadů spojení podniků na hospodářskou soutěž.

Hospodářská soutěž je v našem právním systému upravena i Obchodním zákoníkem č. 513/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Konkrétně se jedná o nekalou soutěž.

Nekalou soutěží je zejména:

- ❑ klamavá reklama;
- ❑ klamavé označení zboží a služeb;
- ❑ vyvolávání nebezpečné záměny;
- ❑ parazitování na pověsti, výrobků a služeb;
- ❑ podplácení;
- ❑ zlehčování;
- ❑ porušení obchodního tajemství;
- ❑ ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí.

Jako nový byl do obchodního zákoníku zařazen paragraf o srovnávací reklamě.

Na dodržování pravidel hospodářské soutěže v České republice dbá Úřad pro ochranu hospodářské soutěže se sídlem v Brně. V současné době zabezpečuje výkon státní správy ve třech oblastech:

- ❑ v oblasti hospodářské soutěže, kde zasahuje proti jejímu nedovolenému omezování;
- ❑ v oblasti zadávání veřejných zakázek;
- ❑ v oblasti veřejné podpory.

V případě porušení povinností stanovených zákonem může Úřad uložit soutěžitelům pokutu. Účelem pokuty je jednak alespoň částečně odčerpát majetkový prospěch, který vznikl nezákonným jednáním podnikatele a jednak pomocí represe preventivně působit do budoucna.

V dnešní době Zákon o ochraně hospodářské soutěže vychází z principu povolenosti monopolního a dominantního postavení na trhu. V podmínkách zmonopolizované ekonomiky z minulých let tomu ani jinak být nemůže. Podíl na trhu není tedy sám o sobě důvodem pro postih, ale podnikatelé, kteří získají monopolní nebo dominantní postavení na trhu, musí podle zákona tuto skutečnost oznámit Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Postihováno je pouze neoznámení nebo následné zneužití monopolního či dominantního postavení na trhu.

Cílem druhé, praktické, části diplomové práce bylo popsat nejvýstižnější příklady již zmíněných typů konkurencí na trhu v České republice.

Jako příklad monopolu jsem vybral firmy ČEZ, ČD, Český Telecom. Firmu Škoda Auto jsem použil hned dvakrát. Poprvé k popsání společnosti s dominantním postavením na trhu a podruhé k ukázce koncernu. Oligopolní strukturou je bezesporu trh mobilních operátorů: Eurotel, T-Mobile a Oskar či oblast televizního vysílání.

Velice zajímavé mohou být příklady kartelů. V této fázi byl asi největší problém se získáváním informací. Kartely jsou tajně uzavírané dohody s vysokou obtížností jejich dokazování. Uvádím proto jen firmy, které byly Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže odhaleny a byla jim pravomocně uložena pokuta za porušení zákona. Jedná se o dohody mezi firmami Billa a Julius Meinl (51 mil. Kč), Eurotel a T-Mobile (63 mil. Kč.), Plzeňský Prazdroj a Pivovar Radegast (2,3 mil. Kč).

Použitá literatura:

BEJČEK, J. *Existenční ochrana konkurence*. Brno, 1996.

MACÁKOVÁ, L. a kol. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2001.

Výroční zpráva ÚOHS za rok 2002.

<http://www.epravo.cz/>

<http://www.euro.cz/>