

TRŽNÍ STRUKTURA A VÝVOJ CEN V KOMODITNÍ VERTIKÁLE PIVA

E. Veselská

Došlo: 2. června 2004

Abstract

VESELSKÁ, E.: *Market structure and its interactions in beer commodity chain*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2005, LIII, No. 3, pp. 213-224

This paper aims to contribute to deeper knowledge of the economics of the beer commodity chain, focused on the formation of the market structure and its interactions with the price development within analysed commodity chain. The results of the economic analysis have proved, that czech brewery is high concentrated and that between concentration ratio and breweries's margin exists a positive interdependence.

market concentration, beer commodity chain, brewery industry, price determination

Rozšiřující se světový trh potravin a měnící se podmínky jejich nabídky a distribuce se rozhodujícím způsobem promítají i v pozici zemědělce jako výrobce základní suroviny pro potravinářskou (i nepotravinářskou) výrobu. V současném období, kdy ve většině hospodářsky vyspělých zemí je agrární trh charakterizován přebytkem v nabídce základních zemědělských produktů, to již není strana nabídky, tedy zemědělský podnik, kdo určuje podmínky na agrárním trhu, ale rozhodujícími se stávají navazující články v rámci potravinových řetězců, které technologicky zpracovávají zemědělskou surovinu a tím ji ekonomicky zhodnocují ve výrobcích s vyšší přidanou hodnotou. Přesun silového těžiště na finalizující články zpracování a distribuce staví zemědělce do nové pozice, v podstatě závislejší na podmínkách určených subjekty dominujícími v příslušném potravinovém řetězci. O tom svědčí nejen rostoucí ekonomická síla obchodu a potravinářského průmyslu při formování poptávky po potravinách, ale také klesající podíl ceny zemědělské suroviny ve struktuře ceny finálního potravinářského produktu. Přes řadu hospodářsko-politických opatření dochází k trvalému poklesu relativních cen výstupů zemědělství a ve stále větší míře se zde projevují jiné faktory, především

uplatnění tržní síly, které ovlivňují distribuci podílů příjmů mezi zemědělce, dodavatele vstupů, zpracovatele a obchodníky. Koncentrované podniky v odvětvích vstupů, zpracování a v posledním období i v obchodu začínají využívat svůj potenciál k uplatnění tržní síly vůči zemědělcům a spotřebitelům a v závislosti na tržní struktuře dochází k obdobným vztahům i mezi zpracovatelským a obchodním stupněm potravinového řetězce. Rozměr a podmínky českého zemědělství v rámci jednotného evropského trhu budou tedy do značné míry ovlivňovány právě efektivností a konkurenční pozicí všech odvětví výroby navazujících na produkci dané komodity zemědělského původu.

Za jeden z klíčových problémů z hlediska formování podmínek dalšího vývoje zemědělsko-potravinářského sektoru lze tedy považovat změny v postavení navazujících článků zpracování a distribuce uvnitř komoditních vertikál, které jsou stále výrazněji ovlivňovány poptávkou. Hlubší poznání základních trendů vývoje potravinových vertikál se stávají jedním z hlavních předpokladů posílení konkurenceschopnosti agrárního sektoru a pro vymezení kritických míst a jejich řešení v rámci agrární i celkové hospodářské politiky v nadcházejícím období.

Tento příspěvek si klade za cíl přispět k hlubšímu poznání ekonomiky komoditní vertikály piva, se zaměřením na ekonomické souvislosti formování tržní struktury a její interakce s vývojem cen v této potravinové vertikále v období transformace národní ekonomiky a přípravy České republiky na vstup do Evropské unie.

V rámci takto vymezeného cíle je výzkum vývoje tržní struktury vybrané komoditní vertikály soustředěn na dynamiku koncentrace. Interakce vývoje tržní struktury a vývoje cen jsou zkoumány na úrovni dílčích trhů v dané komoditní vertikále, se zaměřením na cenové relace v celé vertikále, přičemž zvláštní pozornost je věnována podílu cen zemědělských výrobců na ceně konečného výrobku (piva).

Sledování cenových aspektů v rámci výrobové vertikály slouží k vyjádření podílu prvovýrobců na ceně konečného výrobku. Pro naplnění tohoto cíle bylo nezbytné zmapovat situaci nejen na trhu s touto komoditou, ale také pozici potravinářského průmyslu jako zpracovatele suroviny, a situaci v obchodě, který se stává důležitým článkem při nákupu výrobku od zpracovatelů.

MATERIÁL A METODY

Na základě tradičního pohledu na odvětvovou ekonomiku a podnikovou ekonomiku, prezentovaném v práci Baina (1956, 1959) lze konstatovat, že tržní struktura determinuje chování jednotlivých firem v odvětví a to zase determinuje výkonnost odvětví.

Tržní struktura je charakterizována především:

- tržní koncentrací (počtem nakupujících a prodávajících v daném sektoru a jejich relativní velikostí),
- rozsahem výrobové diferenciace,
- velikostí bariér vstupu do odvětví a bariér výstupu z odvětví,
- tím, zda je produkce předmětem výhod z rozsahu
- a stupněm vertikální koordinace a diverzifikace.

Nejčastěji používanou charakteristikou tržní struktury je míra koncentrace. Z důvodu absence obecně použitelného ukazatele pro kvantifikaci míry koncentrace se používá celá řada ukazatelů, mezi nejčastěji používanými lze zařadit zejména tyto (Grega):

Koeficient koncentrace

Koeficient koncentrace CR_i představuje součet tržních podílů i největších firem na trhu, kde i je malé číslo, obvykle v intervalu od 3 do 5. Velikost odvětví může být měřena objemem tržeb, počtem zaměstnanců, nebo kapitálovou vybaveností. CR poskytuje cenné informace o velikosti trhu a o agregátní koncentraci k určitému časovému okamžiku. Výhodou je snadnost jeho konstrukce, na druhou stranu je však jeho vypovídací schopnost omezená. Bere totiž v potaz jen

několik největších prodejců v odvětví, zatímco ignoruje důležitost relativních podílů a jakéhokoli vlivu menších prodejců.

Herfindahlův index

Herfindahlův index představuje součet čtverců tržních podílů všech prodejců v odvětví.

$$HI = \sum s_i^2,$$

kde $i = 1, 2, \dots, n$. Tento index bere v úvahu jak počet, tak i velikost prodejců v odvětví. Díky tomu, že používá čtverce tržních podílů, platí, že čím menší firma, tím menší je její podíl na indexu. Index je roven $1/n$ v případě, že jednotliví prodejci mají stejný podíl na trhu, zatímco v případě, kdy se blíží jedné, přibližuje se sledované odvětví charakterem monopolnímu prostředí.

Rosenbluthův index

má podobu:

$$RI = \frac{1}{2\sum s_i^2 - 1},$$

kde $i = 1, 2, \dots, n$, přičemž vyjadřuje pořadí firem, které jsou uspořádány sestupně podle velikosti. Čím menší firma, tím vyšší má pořadí a tedy větší vliv na index. Rosenbluthův index proto přisuzuje větší důležitost menším prodejcům, než Herfindahlův. Jeho hodnoty se pohybují rovněž od nuly do jedné, přičemž v případě, že je roven $1/n$, jedná se o prodejce se stejným podílem na trhu a v případě, že je roven jedné, jedná se o monopolní prostředí.

Vhodnost použití jednotlivých indexů koncentrace záleží na charakteru odvětví. Rosenbluthův index by měl být využíván v případě, že k charakteru daného odvětví významným způsobem přispívají menší prodejci, zatímco Herfindahlův index je vhodnější, jestliže rozhodující vliv na trhu mají pouze největší producenti.

V následující části příspěvku bude zjišťována míra koncentrace a následně závislost mezi tržní strukturou a cenou produktu v českém pivovarském odvětví v letech 1994–2002, k čemuž bude využito aktuálních tržních podílů činných pivovarů a tržních cen v jednotlivých letech.

V návaznosti na metodickou část tohoto příspěvku byla míra koncentrace pivovarského odvětví měřena nejen pomocí koeficientu koncentrace, který díky své konstrukci bere v úvahu jen několik největších firem na trhu a zcela opomíjí vliv menších výrobců, ale bylo využito také Herfindahlova a Rosenbluthova indexu. Tržní podíl jednotlivých firem v odvětví byl následně vyjadřován jako:

- ♦ podíl jejich tržeb na celkových tržbách odvětví v daném roce a

- ♦ podíl jejich produkce piva na celkové produkci průmyslových pivovarů v daném roce.

Pro stanovení tržního podílu jednotlivých pivovarů pomocí podílu na celkových tržbách odvětví bylo nejprve nutné odhadnout výši celkových tržeb odvětví, neboť tento údaj není samostatně zveřejňován¹ a jeho výpočet pomocí součtu tržeb všech činných pivovarů v odvětví nebyl z důvodu absence údajů v některých letech rovněž možný. Odhad chybějících tržeb byl proto proveden na základě dostupných informací o objemu produkce piva v příslušných letech a jeho průměrných cenách. Celkové tržby odvětví pak byly stanoveny jako součet tržeb skutečných a odhadnutých na základě objemu produkce a průměrných cen piva. Pro zajištění lepší vypovídací schopnosti vypočtených ukazatelů míry koncentrace odvětví byla proto použita ještě možnost výpočtu pomocí podílu produkce pivovarů na celkovém výstavu odvětví v jednotlivých letech.

Koncentrace pivovarského průmyslu

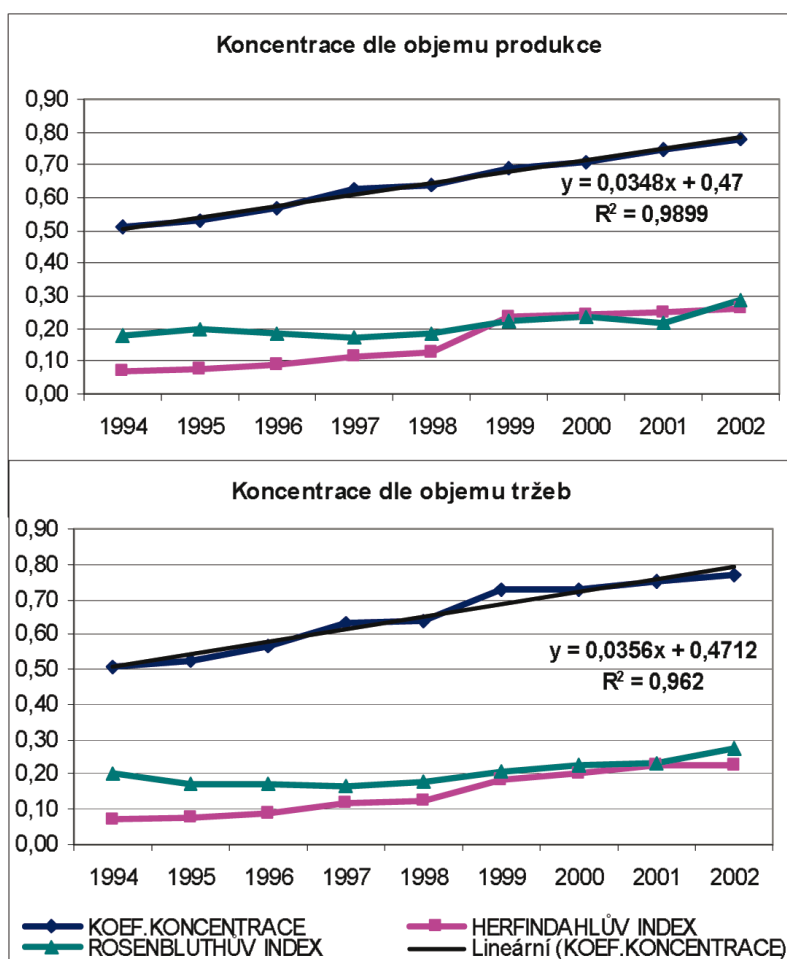
Z grafů na obr. 1 je patrné, že míra koncentrace zkoumaného odvětví v průběhu sledovaného období roste bez ohledu na použitou metodu měření. V případě využití první metody (založené na podílu na tržbách) dosahují výsledky nepatrně nižších hodnot, zejména Herfindahlův a Rosenbluthův index (v roce 2002 0,23 oproti 0,26 či 0,27 versus 0,29). Koeficient koncentrace dosahuje bez ohledu na použitou metodu měření téměř totožných hodnot. Na základě toho je možné předpokládat, že odhad objemu tržeb odvětví byl správný a od skutečných hodnot se příliš neodchyluje.

Pro hodnocení či posuzování míry koncentrace odvětví budou přesto prioritně interpretovány hodnoty ukazatelů vypočtených metodou druhou a výsledky získané pomocí podílu na tržbách budou sloužit jako kontrolní. Co se týče hodnot koeficientu koncentrace (vypočteného pro pět největších pivovarů), je patrné, že jeho hodnoty vykazují průkazný rostoucí trend, v průběhu sledovaného období vzrostly o 27 %. Ačkoliv v daném období objem výstavu piva výrazně kolísal, první pětice pivovarů svůj podíl na trhu neustále zvyšovala.

Herfindahlův index, zohledňující čtverce tržních podílů všech výrobců na trhu, vykazuje rovněž rostoucí tendenci, jeho hodnoty dosahují bez ohledu na použitou metodu obdobných hodnot a za sledované období vzrostl téměř čtyřikrát (z 0,072 na 0,261). Rosenbluthův index narozdíl od předchozích dvou ukazatelů přisuzuje vyšší váhy menším výrobcům na trhu. Jeho hodnoty vykazují mírně rostoucí tendenci, ale vzhledem k tomu, že jeho konstrukce plně neodpovídá současnému charakteru pivovarského odvětví, můžeme k jeho hodnotám při celkovém hodnocení míry koncentrace pouze přihlídnout a brát je pouze jako orientační.

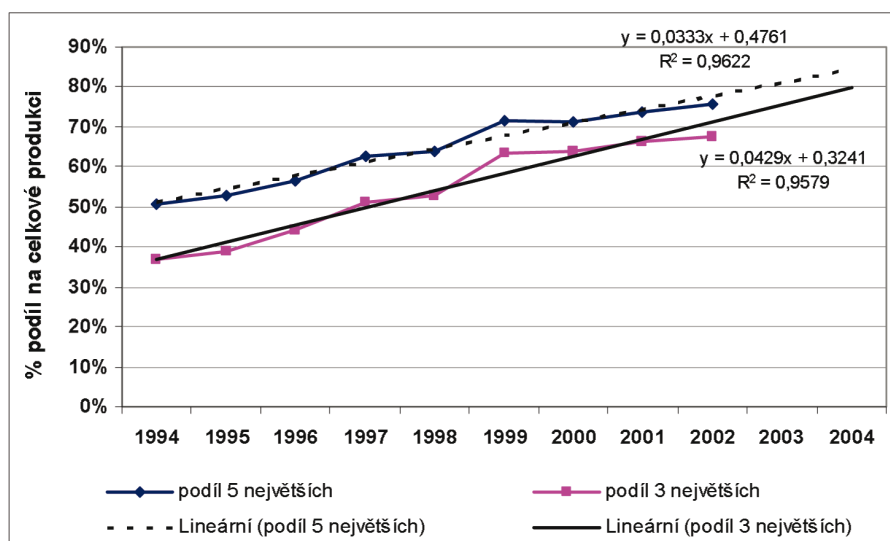
Rostoucí koncentraci odvětví můžeme pozorovat i v obr. 2, který znázorňuje podíl tří a pěti největších pivovarů na celkové produkci piva v průběhu období 1994–2002. Z průběhu obou křivek je patrné, že se postupně snižuje jejich rozdíl a po proložení trendem by přibližně v roce 2007 mohlo dojít k jejich průniku. Tato situace jistě není nereálná, neboť vzhledem k celosvětovému trendu je možné předpokládat, že proces koncentrace českého pivovarského průmyslu bude i nadále pokračovat.

¹ Tržby pivovarského průmyslu jsou agregovány společně s ostatními potravinářskými obory v rámci OKEČ 15 (Výroba potravinářských výrobků a nápojů), následná dekompozice vyžaduje složitá jednání se Statistickým úřadem.



1: Znáznornění míry koncentrace pivovarského odvětví v letech 1994–2002

Zdroj: propočty autorky



2: Procentický podíl tří a pěti největších pivovarů na celkové produkci piva

Zdroj: propočty autorky

Na základě vypočtených hodnot ukazatelů míry koncentrace tedy můžeme konstatovat, že pivovarské odvětví České republiky je vysoce koncentrované, pět největších pivovarů zaujímal v roce 2002 téměř 80 % trhu s pivem. Na základě průběhu lineární regrese funkce, vzniklé vyrovnáním jejich tržních podílů, můžeme předpokládat, že za jinak stejných podmínek by rostoucí trend mohl i nadále pokračovat.

Pokud bychom celé sledované období rozdělili na dvě části, a sice období 1994–1998 a 1999–2002, zvyšující se koncentrací odvětví je možné pozorovat i na organizačních změnách pivovarů a z vývoje jejich výstavu. Pro tyto účely je vhodné rozdělit veškeré průmyslové pivovary do tří skupin, podle objemu výstavu. Následující rozdělení umožňuje sledovat vývoj výstavu piva ve velikostních skupinách do 200 tis. hl, od 200 tis. hl do 500 tis. hl a nad 500 tis. hl.

První skupina pivovarů (do 200 tis. hl) za období 1994–1998 vykazovala *pokles* výstavu o 1,7 mil. hl, tj. o cca 54 %. Z celkového počtu 41 pivovarů jen čtyři (Černá Hora, Havlíčkův Brod, Polička a Velké Březno) zlepšily svoji pozici ve skupině, zatímco zbývajících 27 pivovarů svůj výstav snížilo a dalších *deset ukončilo* svoji činnost.

Druhá skupina pivovarů (od 200 do 500 tis. hl) zaznamenala ve stejném období rovněž *pokles* výstavu, celkem o 1,02 mil. hl, tj. cca o 17 %. Z celkového počtu 21 pivovarů došlo k poklesu výstavu u třinácti, k *ukončení* provozu ve čtyřech pivovarech. Naopak nárůst zaznamenaly opět jen čtyři pivovary, z nichž nejvyšší přírůstek dosáhly pivovary Krušovice (68 %) a Braník (37 %).

Poslední skupina zahrnovala v první etapě celkem šest pivovarů, u pěti z nich došlo k *nárůstu* výstavu, jediný pivovar, který zaznamenal pokles, byl pivovar Velké Popovice. Celkově za celou skupinu došlo k nárůstu výstavu o 2,99 mil. hl, tj. o cca 38 %. Největší nárůst za sledované období vykázal pivovar Plzeňský Prazdroj (70 %).

Z výše uvedeného vyplývá, že v první etapě své pozice *výrazně posílily* téměř všechny velké pivovary s výstavem nad 500 tis. hl (s výjimkou pivovaru Velké Popovice). Nárůst výstavu největších pivovarů však proběhl na úkor malých a středních pivovarů, které v rámci skupin, do nichž byly zařazeny, zaznamenaly významné poklesy výstavu. K největšímu

úbytku pivovarů (tzn. zastavení provozu) došlo ve skupině nejmenších pivovarů, a to celkem v deseti případech.

Celkový výstav průmyslových pivovarů ve sledovaném období zůstal na téměř stejné úrovni, respektive vzrostl o 1,26 %. Zdánlivě se tedy vytvořil na trhu prostor vzniklý zánikem 14 pivovarů, avšak využily ho zejména velké pivovary, a to tak, že zvýšily export piva. Dodávky piva na domácí trh se naopak snížily.

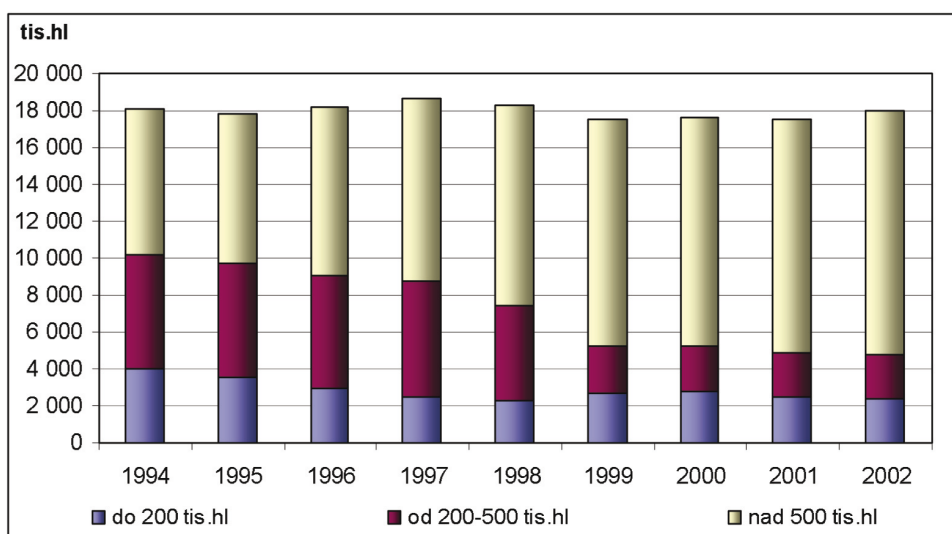
V druhé etapě, v období 1999–2002, pokračovala redukce počtu pivovarů. V první skupině (do 200 tis. hl) došlo k *poklesu* celkového výstavu o 308 tis. hl, tj. cca 11 %. Z celkového počtu třiceti čtyř jen devět pivovarů zvýšilo svůj výstav, nejvyšší nárůst zaznamenal pivovar Svijany (cca 40 %), tři pivovary ukončily svoji činnost a zbývajících svůj objem produkce snížily.

Druhou skupinu (od 200–500 tis. hl) tvořilo v roce 1999 jen devět pivovarů, které celkově zaznamenaly opět *pokles* produkce, cca o 5 %. Nárůst zaznamenaly ve skupině pouze pivovary dva, a sice v Ostravě a Hanušovicích.

Poslední skupina jako jediná *zvýšila* ve druhé etapě jednak počet pivovarů do ní spadajících, na celkem osm, ale také během sledovaného období mírně zvýšila objem produkce, cca o 7 %. Nárůst zaznamenalo celkem pět pivovarů, z nichž největší (cca 70 %) realizoval pivovar ve Velkých Popovicích.

Z uvedeného přehledu je patrné, že během druhé etapy došlo k upevňování pozic zejména velkých pivovarů (často podporovaných silným zahraničním partnerem), pivovarů střední velikosti výrazně ubylo (z původních 21 aktivních pivovarů jich zůstalo činných pouze devět), zatímco malé pivovary většinou regionálního charakteru si svoje postavení víceméně udržely.

Grafické znázornění podílu jednotlivých velikostních skupin na celkovém výstavu po celé sledované období poskytuje obr. 3. Podíl pivovarů s výstavem nad 500 tis. hl na celkové produkci piva vzrostl za období 1994–2002 ze 45 % na 75 %, u pivovarů středních, s výstavem 200–500 tis. hl, klesl z 34 % na 13 % a u pivovarů do 200 tis. hl klesl z 22 % na 13 %. Je tedy zřejmé, že velké pivovary zvyšovaly svůj podíl zejména na úkor pivovarů středních.

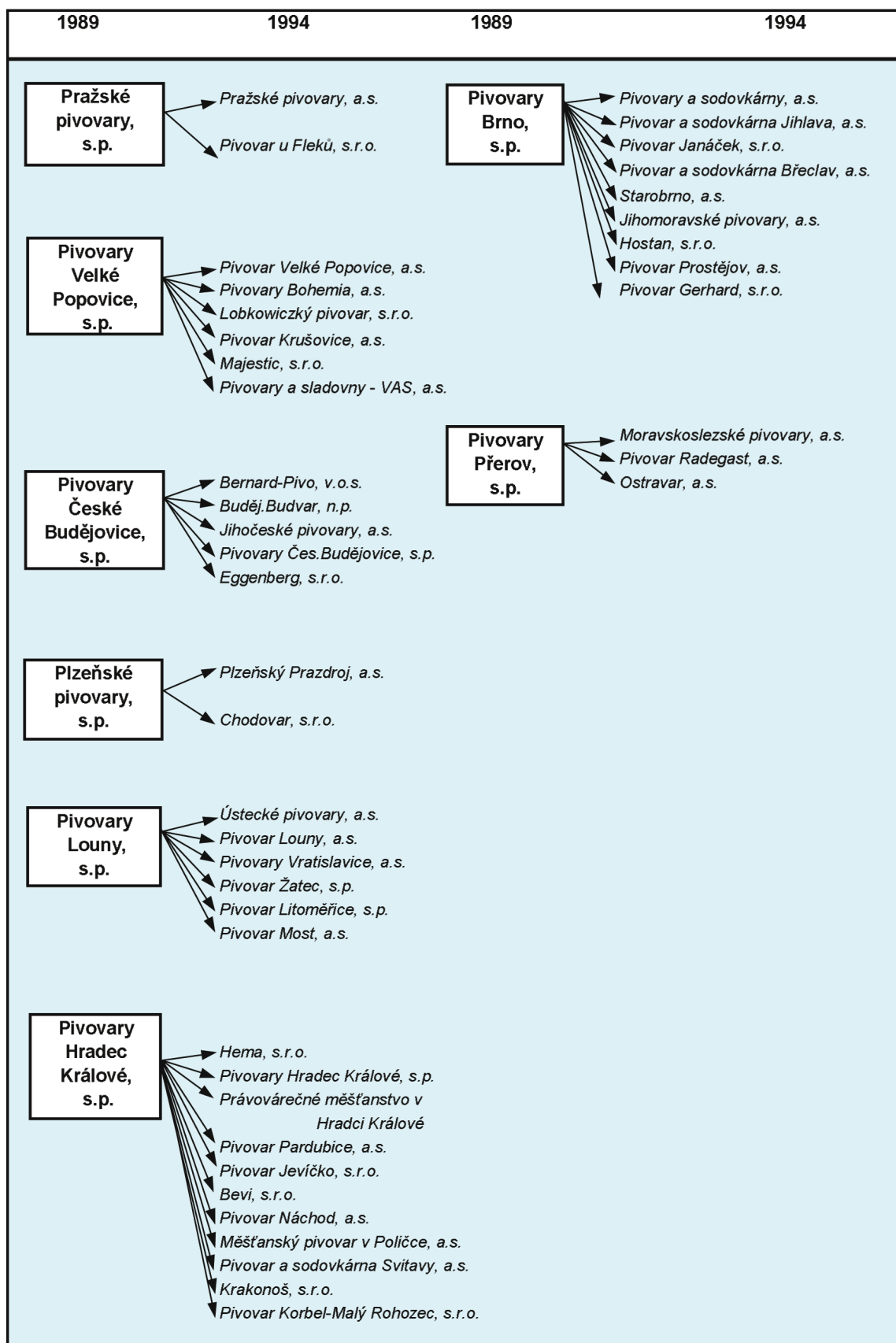


3: Znázornění podílu velikostních skupin pivovarů na celkovém výstavu v letech 1994–2002

Pramen: autorka

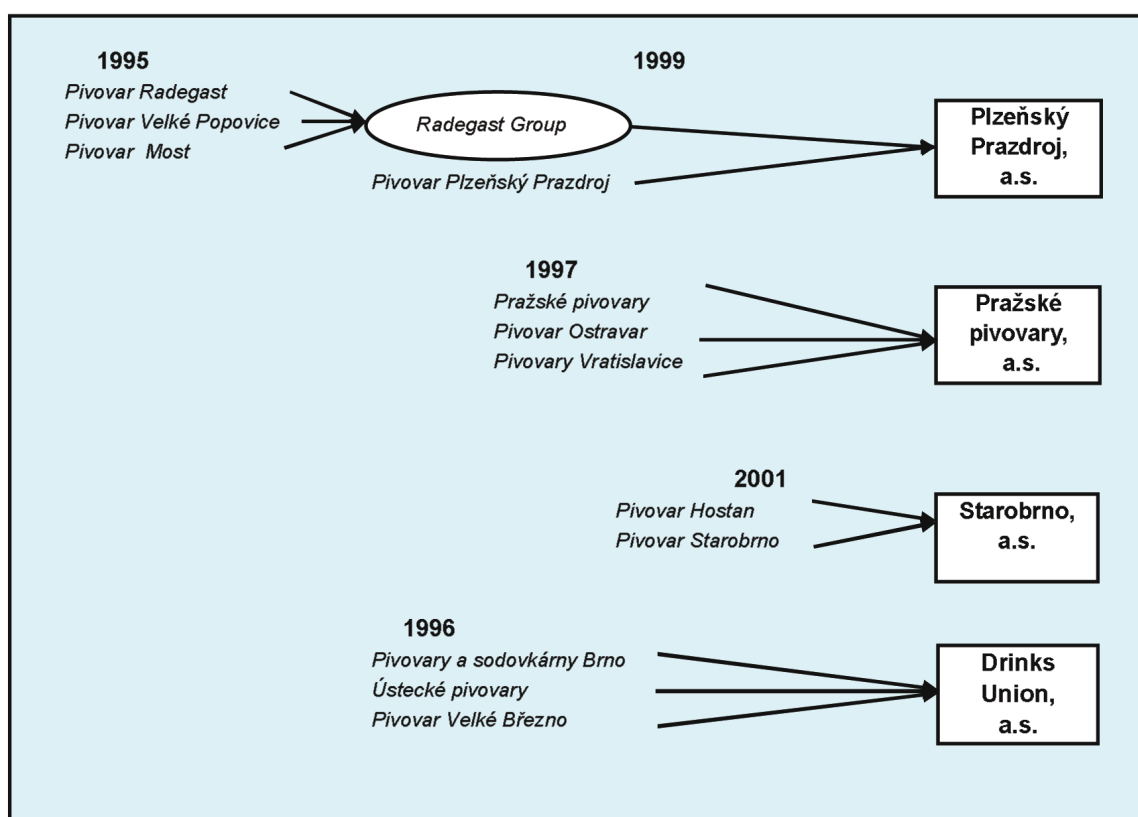
Hlavní organizační změny, ke kterým došlo od roku 1989 do roku 1994, odráží obr. 4. V tomto období docházelo ke tříštění původních státních podniků a vzniku řady soukromých pivovarů, většinou typu kapitálových společností. V následujících letech však řada pivovarů zanikla a tak byl na konci 20. století už patr-

ný trend úplně opačný, a sice slučování firem, jejichž důvodem bylo mimo jiné i získání větší tržní síly na domácím trhu s pivem. Vytváření nejvýznamnějších pivovarských skupin na českém trhu na přelomu 20. a 21. století odráží obr. 5.



4: Organizační změny pivovarů v letech 1989–1994

Pramen: Statistické přehledy ČSPS, autorka



5: Organizační změny pivovarů v letech 1995–2002

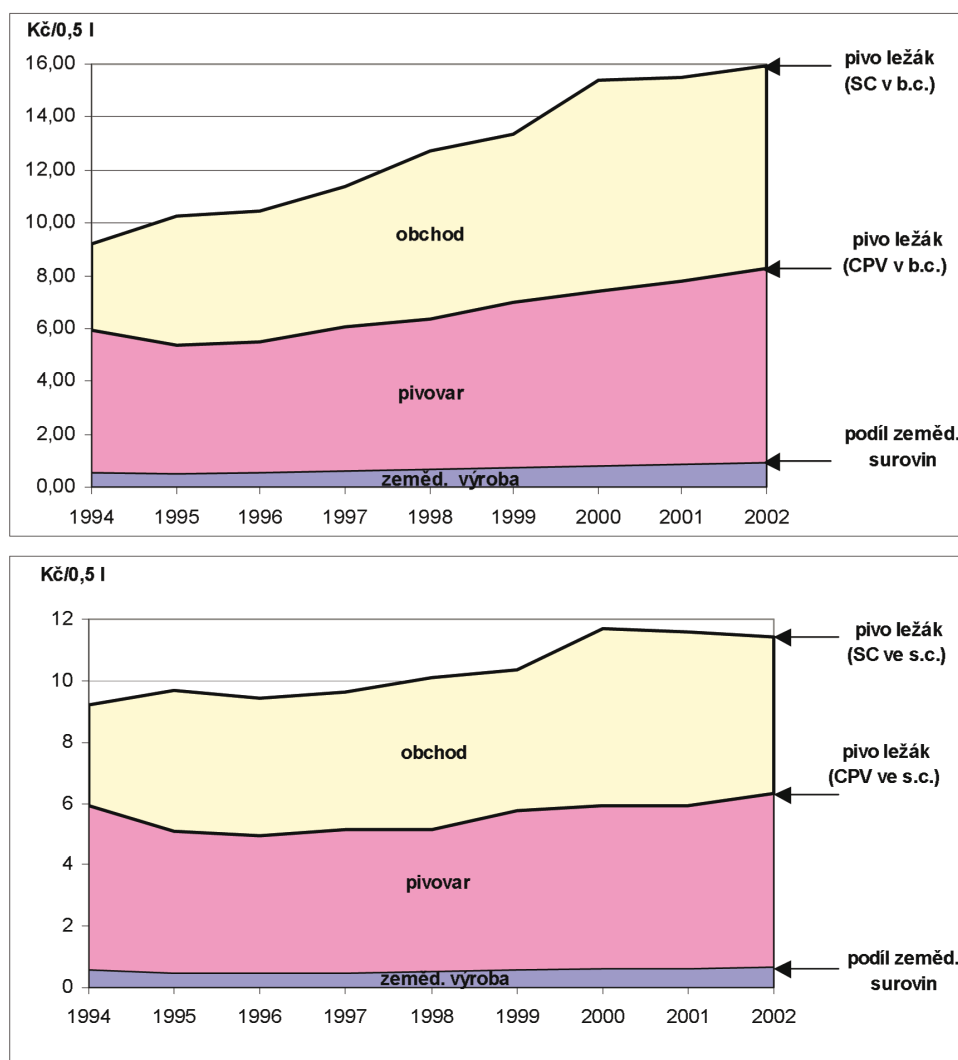
Pramen: Statistické přehledy ČSPS, autorka

Tržní struktura a vývoj cen

Po desetiletích ekonomicky deformovaných podmínek, restriktivní regulace a principu centrálního přerozdělování zdrojů, kdy ceny hrály nepodstatnou roli, dospěly pivovarské podniky k cenovému uvolnění a liberalizaci. Počáteční vývoj cen v devadesátých letech byl výsledkem snahy pivovarů udržet spotřebitele na rekordně vysoké spotřebě a uhájít tuzemský trh oproti zahraniční konkurenci. Od roku 1995 se však do oblasti cenové tvorby začaly promítat nové aspekty, spojené především s růstem konkurence. Výrazný nárůst konkurence spojený se snahou o naplnění nevyužitých výrobních kapacit a přerozdělení tržních podílů působil na výrobce převážně v tom směru, že přistupovali pouze k drobným úpravám svých cen, což bylo často spojeno s obětováním ziskové marže.

V současné době se spotřebitelská cena piva vyvíjí v souladu s vývojem inflace. Cenovým vůdcem je

největší podnik na trhu s pivem, Plzeňský Prazdroj, který, jak je možné pozorovat z vývoje pivovarského odvětví v minulých letech, vždy jako první ohlásil zvýšení cen piva. Na to zpravidla v horizontu několika týdnů zareagují ostatní pivovary. Rychlejší nárůst cen je možné pozorovat u tzv. prémiových značek a vícestupňových piv, oproti tomu ceny výčepních piv rostou pomaleji. V následujícím období je možné očekávat, že pivovary budou více než doposud promítat zvýšené náklady vstupů do ceny piva. Odstraněním cenové bariéry tak bude usnadněn vstup zahraničních piv na český trh. Vývoj spotřebitelské ceny piva a podílu pivovarů a obchodu na její tvorbě odráží obr. 6, na kterém můžeme pozorovat současně vývoj ceny průmyslových výrobců piva, a to jak ve srovnatelných cenách (s.c.) roku 1994, tak v cenách běžných (b.c.).



6: Vývoj podílu finálních článků výrobní vertikály piva na spotřebitelské ceně piva (0,5 l v lahvi)

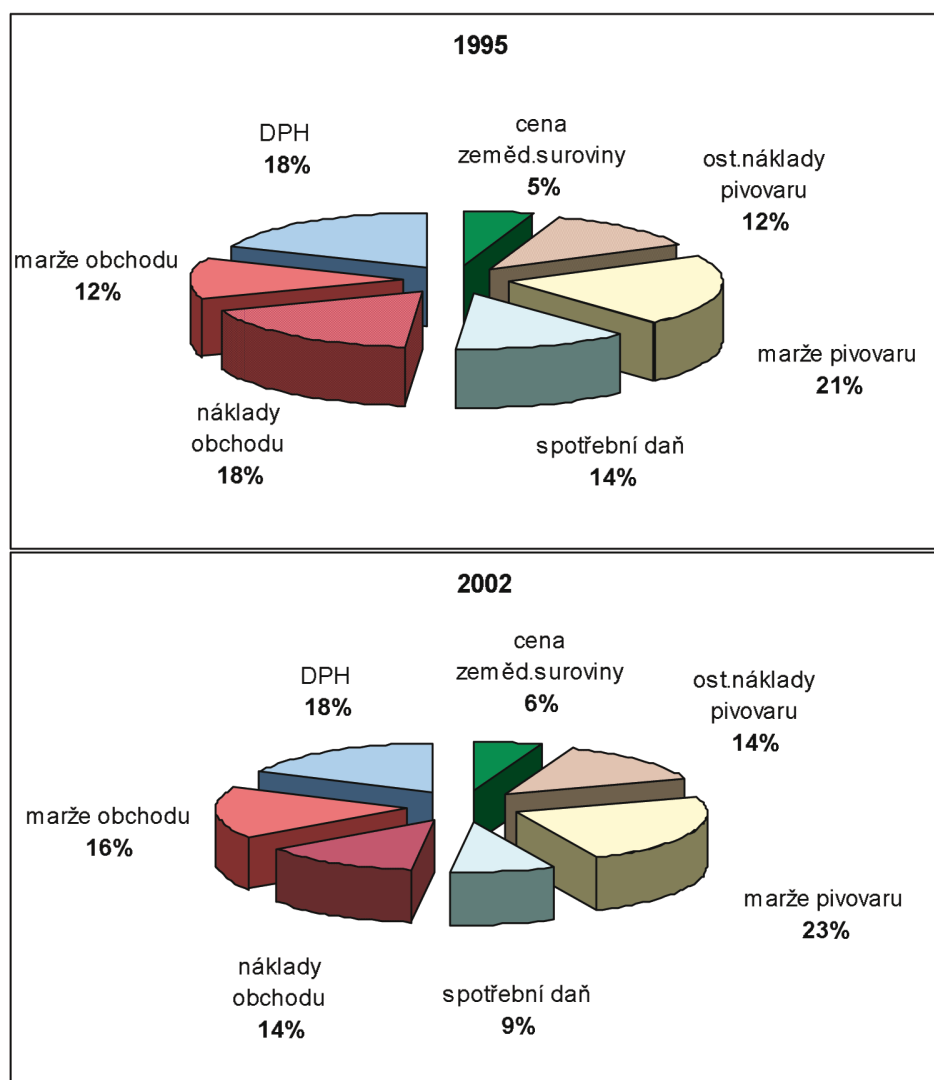
Zdroj: ČSÚ, propočty autorky

Pozn. srovnatelné ceny jsou vypočteny pomocí cenových indexů publikovaných ČSÚ, vztaženy k roku 1994

Z grafu je patrné, že nejpomalejší nárůst, resp. téměř konstantních hodnot dosahoval po celé sledované období podíl ceny zemědělských surovin (chmele a sladu) na konečné ceně výrobku. Oproti tomu zcela odlišný vývoj zaznamenala cena průmyslových výrobců piva (CPV) a také cena spotřebitelská (SC), které rostly mnohem rychleji. K zajímavé situaci došlo např. v roce 1995, kdy SC vzrostla, ačkoliv CPV zaznamenala cca 12% pokles.

Graf na obr. 7 znázorňuje vývoj hlavních složek spotřebitelské ceny piva. Z grafu je patrné, jak vyš-

ší stupeň zpracování a finalizace umožňuje pivovarům realizovat marže, které tvoří podstatný podíl na ceně konečného výrobku, jak v roce 1995, tak i v roce 2002. V případě výroby piva ležák určeného pro prodej v 0,5 l lahvích v maloobchodě je podíl ceny základních výchozích surovin (chmele a sladu) na konečné ceně v roce 2002 přibližně 6 %, oproti roku 1995 tedy došlo k nepatrnému nárůstu, v němž se promítl zejména nárůst cen sladu, neboť cena chmele po celé období klesala.



7: Vývoj podílu jednotlivých stupňů vertikály na spotřebitelské ceně piva

Pozn. Podíl jednotlivých článků byl zkoumán na ceně 0,5 l piva ležák určeného pro distribuci v lahvích

Zdroj: propočty autorky

Téměř čtvrtinu spotřebitelské ceny piva představuje marže pivovaru, která během sledovaného období vzrostla z 21 % na 23 %, což jen potvrzuje velikost tržní síly, kterou pivovar v rámci celé vertikály uplatňuje. Druhým významným článkem je maloobchod², který si svůj podíl na ceně udržuje na přibližně třicetiprocenní úrovni, přičemž jeho marže během sledo-

vaného období také vzrostla z 12 % na 16 % v roce 2002. Značnou část ceny představuje rovněž podíl daně spotřební a daně z přidané hodnoty (27 %). Pro srovnání kupř. podíl daní na spotřebitelské ceně piva (točeného) ve Velké Británii (2,04 £/0,57 l, tj. 1 pinta) činí ve stejném období 31,5 %, pivovar participuje 15,4 % a obchod 53,1 %³.

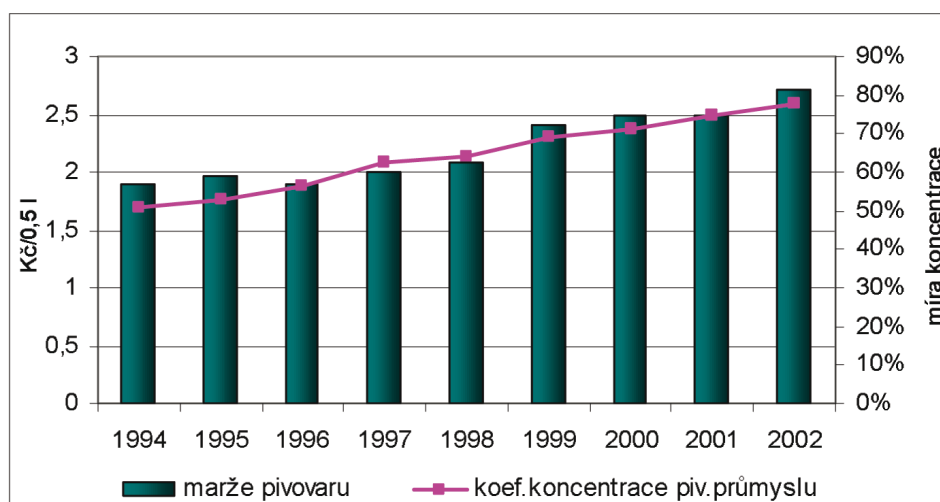
² Vedle maloobchodu jsou významným místem distribuce piva (točeného) také restaurační provozy, z hlediska objemu realizované produkce dokonce převyšující maloobchod. Vzhledem k tomu, že se příspěvek zabývá pivem distribuovaným v lahvích, tato problematika zde není řešena.

³ Zdroj: AC Neilson /Competition Commission

Vzhledem k tomu, že finalizující články zkoumané komoditní vertikály zaujímají cca 70 % spotřebitelské ceny piva, je možné předpokládat, že mezi marží, kterou v rámci dané vertikály vlivem uplatňované tržní síly inkasují a vysokým stupněm koncentrace, příznačným pro tyto trhy, existuje závislost. Proto dalším krokem bylo zkoumání závislosti mezi těmito dvěma proměnnými pomocí lineární regresní analýzy.

Předmětem zkoumání bylo tedy testování závislosti mezi koncentrací pivovarského odvětví (vyjádřené koeficientem koncentrace) a podílem pivovarů (jejich marže) ve struktuře spotřebitelské ceny piva v letech 1994–2002.

Výsledky lineární regresní analýzy dosáhly následujících hodnot: koeficient korelace $R = 0,71$, koeficient determinace $R^2 = 0,51$ a hladina významnosti provedeného F-testu 97 %. Minimální uznávaná hladina statistické významnosti (95 %) tedy byla splněna, a tak je možné předpokládat, že mezi oběma zkoumanými proměnnými skutečně existuje závislost. V důsledku rostoucí koncentrace pivovarského odvětví narůstala i tržní síla pivovarů, což se projevovalo také ve vyšším podílu na výsledné spotřebitelské ceně. Vývoj obou zkoumaných proměnných sleduje graf na obr. 8.



8: Vývoj koncentrace pivovarského průmyslu a marže pivovarů

Zdroj: Propočty autorky

VÝSLEDKY A DISKUSE

Zkoumání tržní struktury pivovarského odvětví *prokázalo vysoký stupeň koncentrace*, která je na tomto stupni vertikály zdaleka nejvyšší v celém řetězci. Vzhledem k probíhajícímu procesu globalizace a integrace ve světovém agrobusinessu a rostoucí závislosti a propojení trhů lze očekávat, že koncentrace českého pivovarnictví bude i nadále pokračovat, což je všeobecným trendem také v řadě evropských zemí; potravinářský sektor v Evropské unii je v současném období hodnocen dokonce jako jeden z těch, ve kterém dochází k mimořádně rychlé koncentraci, jak ve fázích zpracování, tak v potravinářském obchodě.

Nízký podíl výchozích surovin v ceně piva potvrzuje opodstatněnost vertikálního propojování ve sledované výrobové vertikále, kdy v důsledku nízké ceny sladu jsou náklady na druhou fázi zpracování nižší a zisk vytvořený touto druhou fází zpracování může být použit k přerozdělení v rámci celého verti-

kálně propojeného podniku a částečně tak financovat i nižší stupeň zpracování. Sladovna je v tomto případě považována za dílčí část výroby podniku, která zpracovává surovinu s relativně nízkými náklady a připravuje pro další fázi zpracování sloužící k výrobě výrobku s vyšší přidanou hodnotou. Takové organizační uspořádání zvýhodňuje sladovny integrované do větších celků oproti samostatným podnikům, které musí realizovat větší zisky, aby v konkurenci na trhu obstály. Na základě dosavadního vývoje lze předpokládat, že malé a samostatně fungující sladovny budou v rostoucí míře hledat možná vertikální propojení, neboť v důsledku projevů tržní síly navazujícího stupně vertikály budou do budoucna stále více vytěsňovány z trhu.

Pomocí lineární regresní analýzy byla *prokázána pozitivní závislost mezi mírou koncentrace* pivovarského průmyslu *a podílem pivovarů* na spotřebitelské ceně piva.

SOUHRN

Príspevek si klade za cieľ prispieť k hlbšiemu poznaniu ekonomiky komoditní vertikály piva, se zaměřením na ekonomické souvislosti formování tržní struktury a její interakce s vývojem cen v této potravinové vertikále. V rámci takto vymezeného cíle je výzkum vývoje tržní struktury vybrané komoditní vertikály soustředěn na dynamiku koncentrace a interakci vývoje tržní struktury s vývojem cen. Zvláštní pozornost je věnována podílu cen zemědělských výrobců na ceně konečného výrobku (piva). Na základě dosažených výsledků je možné konstatovat, že české pivovarské odvětví je vysoce koncentrované, rozhodující část trhu ovládá pětice největších pivovarů. Výzkum současně prokázal, že finalizující články zkoumané komoditní vertikály (maloobchod a pivovary) participují více než 2/3 ve struktuře spotřebitelské ceny piva. Pomocí lineární regresní analýzy byla navíc potvrzena pozitivní závislost mezi mírou koncentrace (vyjádřenou koeficientem koncentrace) a podílem pivovarů na maloobchodní ceně piva.

tržní koncentrace, komoditní vertikála piva, pivovarské odvětví, cenová tvorba

Tento příspěvek vznikl v rámci řešení výzkumného projektu IGA MZLU v Brně, č. 28/2004 „Pozice a vliv jednotlivých článků výrobní vertikály výroby piva na cenovou tvorbu v podmínkách ČR“, který je navázán na výzkumný záměr PEF MZLU v Brně MŠMT 431100007 „Formování struktury zemědělství a potravinářského průmyslu a trendy chování podnikatelských subjektů v procesu integrace ČR do EU“.

LITERATURA

- BAIN, J. S.: Barriers to New Competition. Cambridge: Harvard University Press, 1956.
- BAIN, J. S.: Industrial Organisation. New York: Wiley, 1959.
- BEČVÁŘOVÁ, V.: Zemědělství jako součást světového potravinového hospodářství. In Proces evropské integrace v zemědělství-příležitost nebo hrozba? Brno: PEF MZLU, 2004. ISBN 80-7302-074-2.
- FRANK, R. H.: Mikroekonomie a chování. Svoboda 1995. 765 s. ISBN 80-205-0438-9.
- GREGA, L.: Teoreticko metodologické aspekty posuzování konkurenceschopnosti v zemědělství. Habilitační práce, Brno: PEF MZLU, 2000.
- CHLACHULA, M.: Analýza pivovarského odvětví České republiky. Doktorská disertační práce, Brno: PEF MZLU, 2000.
- MACH, J., SOUKUP, A.: Mikroekonomie III. PEF ČZU Praha 1996. 177 s. ISBN 80-213-0301-8.
- PORTER, M. E.: Konkurenční strategie. Victoria Publishing, Praha 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
- SALANT, S., SWITZER, S., REYNOLDS, R.: Losses from Horizontal Merger: The Effects of an Exogenous Change in Industry Structure on Cournot – Nash Equilibrium. Quarterly Journal of Economics 98, 1983. p. 185-199.
- VESELSKÁ, E.: Koncentrace firem a její dopady na společenský blahobyt. In Sborník z mezinárodní konference „Firma a konkurenční prostředí“. PEF MZLU, Brno 2003, s. 518-527. ISBN 80-7157-695-6.
- Český svaz pivovarů a sladoven. Statistické přehledy 1994–2002. Praha: VÚPS.
- Statistická ročenka České republiky 1995–2003. Praha: ČSÚ.

Adresa

Ing. Edita Veselská, Ústav podnikové ekonomiky, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika