

Prodej potravin v Česku ovládá 6 zahraničních firem, dokládá studie z Mendelovy univerzity

16.1.2024 - Michal Mádr, Radek Náplava | Mendelova univerzita v Brně

Vědci zkoumali data z let 2005 až 2021 u celkem 32 firem, které prodávají potraviny. Zjistili, že šest z nich drželo 75 % celkového objemu prodeje potravin na trhu. Dominantními hráči jsou Albert, Globus, Makro, REWE Group (Billa, Penny), Schwarz-Gruppe (Kaufland, Lidl) a Tesco. „Český maloobchodní trh lze charakterizovat jako asymetrický oligopol, což znamená, že několik velkých firem má výraznou převahu nad ostatními konkurenty,“ uvedl Michal Mádr z Ústavu ekonomie Provozně ekonomické fakulty, jeden z tvůrců studie.

Podle něj je to nejběžnější typ tržní struktury maloobchodního prodeje potravin v rámci Evropské unie. Velice podobnou tržní strukturu je možné najít v Estonsku, Německu a Velké Británii. „V Česku je patrný nárůst tržní koncentrace z mírné na střední úroveň po roce 2013. Pro srovnání existují v okolních zemích trhy s nižším stupněm koncentrace, například Maďarsko a Polsko, ale i vyšším stupněm koncentrace. Tam patří třeba Rakousko a Slovensko,“ přiblížil Mádr.

Mezi roky 2005 až 2021 došlo na našem území k podstatnému nárůstu tržního podílu dceřiných společností německých firem Schwarz-Gruppe, pod kterou spadá Kaufland a Lidl, a REWE Group, která vlastní Billu a Penny. „Podíl Schwarz-Gruppe vzrostl v čase ze 13 na 28 % a podíl REWE vzrostl ze 7 na 15 %. Nárůst tržního podílu je u obou zahraničních firem způsoben obchodní strategií a v případě REWE Group i akvizicí PLUS – DISCOUNT v roce 2008. Obecně všechny trhy napříč odvětvími směřují k tomu, že je několik významných firem, které postupně získávají významnější postavení na úkor slabších konkurentů,“ popsal Mádr.

U sledovaných firem studie odhalila rostoucí obchodní marži a obchodní přírážku. „Rozdíl mezi tím, za kolik firmy nakoupily a za kolik prodaly, tedy obchodní marže, se postupem času zvyšoval. V této souvislosti rostla také obchodní přírážka vyjadřující, kolik si firmy k nákupní ceně přirazily. Průměrná úroveň obchodní marže a obchodní přírážky rostla zejména mezi roky 2015 až 2021,“ řekl Radek Náplava, druhý z výzkumníků z Ústavu ekonomie PEF MENDELU.

Trend nárůstu obchodní marže studie zjistila i u společnosti Globus, jejíž podíl na trhu ve sledovaném období klesal. Kromě toho studie ukazuje i na nárůst agregovaných hrubých zisků. „Za sledované období vzrostly největším firmám tržby víc než dvojnásobně, hrubé zisky vzrostly téměř pětinašobně, zatímco cenová hladina měřena indexem spotřebitelských cen vzrostla o 36,5 %,“ dodal Náplava s tím, že stabilizovanější vývoj v odvětví z hlediska finančních ukazatelů nastal až po roce 2017.

Autoři studie chtějí vývoj koncentrace trhu dále sledovat, v současnosti nejsou všechna data z následujících let dostupná. Zajímavé by podle nich bylo i porovnat výnosnost a marže šesti dominujících firem i se zahraničními trhy.

<https://mendelu.cz/prodej-potravin-v-cesku-ovlada-6-zahranicnich-firem-doklada-studie-z-mendelovy-univerzity>