

Expremiér Paroubek: Obchodní marže řetězců, oligopolní charakter české ekonomiky

- CZ24 News | 16. srpna 2023

ČESKO: Spotřebitelé, a to jsme my všichni, to mají v Česku těžké. Tím samozřejmě nemyslím ty nejvyšší příjmové vrstvy, těch 10 - 20% obyvatel, kterým je vlastně jedno, kolik v obchodě za zboží běžné potřeby platí.

Česká ekonomika je neuvěřitelným způsobem prostoupena oligopoly nebo, pokud to řeknu staromódním slovem, monopoly. Ty obhospodařují největší část českého trhu, ať už s pohonnými hmotami, plynem, elektřinou anebo zbožím běžné potřeby. Určují ceny i tržní podmínky.

Dnes se chci zabývat jen spotřebním zbožím, respektive, určitou výsečí spotřebního zboží, a tou je maso a jeho ceny.

Naprostá většina prodejců masa konečnému spotřebiteli, které na českém trhu jsou, prochází přes maloobchodní řetězce. Ty sice nevytvářejí klasické kartelové dohody, jak bylo běžné před 100 či 150 lety. Ale tyto řetězce se dívají jeden druhému přes rameno, jaké ceny zboží, ten který konkurenční řetězec nasazuje. Inteligentní spotřebitel, který má dost času, což není tak jednoduché sloučit v jediné osobě, pak nutně sleduje tzv. akční ceny, které přicházejí s velkými slevami ve srovnání s cenami původně nastavenými.

Český statistický úřad (ČSÚ) vydal po skončení II. čtvrtletí zajímavé údaje o výrobě masa, ale také o jeho výkupních cenách. Je zajímavé, že ceny zemědělských výrobců jatečného skotu byly meziročně srovnatelné. Zaznamenaly nárůst pouhých 0,9%. Chovatelé, tedy zemědělské podniky dostaly za prodávané maso v průměru 105,70 Kč/kg v jatečné hmotnosti (respektive 58,8 Kč/kg v živém). Přitom neakční ceny v nabídce řetězců se, pochopitelně podle druhu masa, pohybují mezi 300 až 350 Kč/kg. Samozřejmě, že akční ceny jsou nižší. Ale pokud část spotřebitelů, a je otázka jak velká ta část je, kupuje za neakční ceny, tak můžeme mluvit až o 200% obchodního rozpětí řetězců v této komoditě. Samozřejmě, že obchodní řetězce musí zaplatit pracovníky, kteří maso dokončí v tržní úpravě, něco stojí skladování, doprava, manipulace, všechno vyžaduje pracovníky. A pracovníci to jsou mzdy a tedy náklady.

Pokud jde o vepřové maso, ceny jatečných zvířat byly o 24,1% nad úrovní cen ve II. čtvrtletí loňského roku. Průměrná cena vepřového masa v jatečné hmotnosti činila 54,8 Kč/kg a byla o 3,78 Kč/kg dražší nežli bylo vepřové maso v I. čtvrtletí. Vepřové maso v řetězcích v neakčních cenách se, opět podle jednotlivých druhů, prodává v průměru za 200 až 250 Kč/kg. Znovu je patrné mohutné obchodní rozpětí řetězců.

Pokud jde o kuřecí maso, také ceny jatečných kuřat byly ve II. čtvrtletí meziročně vyšší (o 17,6%). Výrobci prodávali kuřata I. třídy jakosti v průměru za 30,61 Kč/kg v živém. To znamená cenu stejnou, jako v předcházejícím čtvrtletí. A neakční tržní ceny v supermarketech se pohybují mezi 80 - 90 Kč, opět podle druhu masa (kuřecí prsa dosahují cenu téměř 230 Kč/kg).

Pokud je maso prodáváno v řetězcích v tzv. akci, bývá o 30 - 40% levnější.

Jsou to určitě zajímavé informace pro nás spotřebitele, s jakými obchodními maržemi pracují

obchodní řetězce. Bylo by zajímavé vidět také výsledovky a rozvahy obchodních řetězců, které působí na českém trhu. A také se podívat na to, za jaké vnitropodnikové ceny nakupují řetězce v Česku od svých „mateřských řetězců“ v zahraničí. S jakým obchodním rozpětím pracují zahraniční řetězce, když prodávají zboží do Česka.

V každém případě, pokud je zboží nakupováno od českých výrobců, monopolní postavení řetězců je tak silné, že jsou to ony, kdo diktují nákupní ceny, za které vykupují od dodavatelů.

Upřímně, když jsem v listopadu 1989 cinkal klíči, myslel jsem si, velmi naivně, jak případný pád komunistického režimu může pomoci odstranit státní monopol, který byl vlastně ve všech odvětvích. Dnes v těch klíčových odvětvích je opět monopol, ale často anonymních zahraničních podnikatelských skupin, kterým jdou obrovské zisky v české ekonomice. Jednak převody dividend, když v některých letech jsme převáděli na konta některých mateřských firem i přes 300 mld. korun. Vláda prostě nemá žádnou úvahu o tom, že by zavedla např. mimořádnou daň z dividend odcházejících do zahraničí anebo aby přišla s programem incentivů pro zahraniční firmy, aby nás reinvestovaly svůj čistý zisk. Aby se zkrátka nadhodnota, kterou vytvořily české ruce, a zaplatili čeští spotřebitelé, jejichž kupní síla je zhruba 2,5 krát slabší nežli kupní síla německého spotřebitele, zůstala co v co největší míře v Česku.

AUTOR: Jiří Paroubek

[ZDROJ](#)