

Spotřebitelské ceny potravin v ČR v evropském a globálním kontextu

Luboš Smutka, Michal Steininger, Eva Rosochatecká

Abstrakt: Článek se zabývá problematikou vývoje spotřebitelských cen v České republice v kontextu vývoje cen potravin v rámci Evropské unie a v rámci světového trhu. Cílem článku je identifikovat vývoj spotřebitelských cen na trhu v ČR ve vztahu k vývoji spotřebitelských cen na trhu světovém a na trhu země EU. Dále je vymezen vývoj spotřebitelských cen ve vztahu k jednotlivým vybraným komoditám a produktům prodávaným v českých retailových řetězcích. Je rovněž vymezeno postavení regionálně nejrozšířenějších retailových řetězců na trhu ČR a jsou analyzovány spotřebitelské ceny a cenové rozdíly existující mezi vybranými řetězci na trhu v ČR. Ve vztahu k cílům lze konstatovat následující: Ceny na trhu ČR velmi silně korelují zejména ve vztahu k trhu země EU, znatelně slabší korelaci (i když stále významnou) vykazují ve vztahu k trhu světovému. V tomto ohledu je pak však nutno zdůraznit existující diferenci v oblasti elasticity českých cen v případě jejich vztahu k cenám na trhu EU a trhu světovém. Zatímco ve vztahu k trhu EU je elasticita cen na trhu ČR velmi vysoká (velmi pružná více než 1 %), v případě vztahu k cenám světovým, pak ceny českého trhu vykazují velmi nízkou míru elasticity (cca 0,3). Co se týká výsledků analýzy elasticity českých cen ve vztahu k změnám cen na vnějších trzích, tak obecně vyplývá, že ČR kopíruje obecné vývojové cenové trendy existující v rámci trhu země EU. Ve vztahu k jednotlivým komoditním segmentům ČR ceny potravin nejdynamičtěji rostly v případě ovoce a zeleniny, olejů a tuků, mléčných výrobků, ryb a mořských plodů, drůbežih a hovovězího masa a obilovin a pekařských produktů. Ve vztahu k maloobchodnímu trhu ČR pak lze konstatovat, že v rámci ČR neexistuje jednotná cenová hladina mezi jednotlivými regiony. Český maloobchodní trh je na jednu stranu velmi koncentrovaný – relativně malý počet hráčů kontroluje charakter trhu – ovšem v porovnání evropským průměrem je možno říci, že trh je vysoce konkurenční (o tomto jevu svědčí i počet akterů, který trh v posledních letech opustili), neboť žádný ze subjektů trhu jasně nedominuje. Jednotlivé retailové řetězce v rámci svých cenových politik více či méně kopírují obecné cenové trendy a tendence poplatné vývoji tuzemského trhu a zejména pak trhu EU.

Klíčová slova: Potravinový · Spotřebitel · Retailový trh · Cena · Cenová diference · Index · Trend · Česká republika · Evropská unie · Svět · Vývoj · Vliv · Pružnost

JEL Classification: Q11 · Q13 · Q17 · Q18

1 Úvod a literární přehled

Český trh s potravinami prochází v posledních letech řadou významných změn, které ovlivňují jeho podobu a charakter (Valder a kol., 2011). V období po vstupu ČR do EU došlo k velmi významnému posílení ekonomiky ČR, které vedlo k výraznému posílení kupní síly českého spotřebitele (Svatoš a kol., 2009). Dle ČSÚ v letech 2004 – 2012 hodnota HDP ČR vzrostla o více než 31 %, hodnota HDP na obyvatele navýšila hodnotu o 27,4 % (v paritě kupních sil pak byl nárůst cca 19,7 %), průměrná hrubá mzda vzrostla dokonce o 48,8 % (detail viz. Tabulka 1). Z uvedeného tedy

vyplývá, že ve sledovaném období velmi výrazně vzrostly spotřební možnosti populace – což se částečně projevilo v transformaci českého trhu s potravinami (Hes a kol, 2010). V průběhu let došlo k transformaci poptávky od méně kvalitních potravin, k potravinám kvalitnějším (Incoma, 2013), dále také došlo k významným změnám, které se týkaly konzumních návyků populace a to jak z popudu rostoucí kupní síly spotřebitelů, tak i z popudu stravovacích trendů přicházejících do ČR z okolních zemí (Šálková & Hes, 2010).

Tabulka 1 Vybrané charakteristiky ekonomiky ČR (období let 2004 – 2012)

Table 1 Selected characteristics of the Czech economy (period 2004-2012)

Ukazatel	HDP ³	HDP per cap.	HDP per cap. v PPS	Průměrná hrubá mzda ⁴
Jednotky	mld. Kč, b. c.	Kč/cap., b. c.	PPS/cap., b. c.	Kč, b. c.
2004	2929	286979	16914	16231
2005	3116	304478	17805	17067
2006	3353	326553	18942	18270
2007	3663	354808	20662	19687
2008	3848	368986	20227	21632
2009	3759	358288	19406	22108
2010	3800	361268	19536	22738
2011	3841	365961	20230	23372
2012	3843	365721	20241	24146
Bazický index ¹	1,312	1,274	1,197	1,488
Řetězový index ²	1,035	1,031	1,023	1,051

Zdroj: ČSÚ, 2013

Source: ČSÚ, 2013

Notes: ¹basic index, ²chain index, ³GDP, ⁴average gross wage.

Po vstupu ČR do Evropské unie v roce 2004 se český potravinářský trh zcela otevřel importům potravin ze všech členských zemí EU (Bašek, Kraus, 2009). Samozřejmě v tomto ohledu došlo i k otevření evropského trhu pro české exporty potravinářských a zemědělských produktů. Nicméně je nutno konstatovat, že hodnota růstu importů výrazně převýšila hodnotu růstu exportů a na český potravinářský trh tak pronikla řada produktů z okolních zemí (Burianová, 2011) – jako důsledek tohoto vývoje pak v případě ČR došlo k poklesu soběstačnosti tuzemského trhu (Vološin a kol, 2011) a dále také došlo k výraznému přenosu cen evropských ve vztahu k vývoji cen na trhu v ČR (Svatoš, Smutka, 2011). Po vstupu ČR do EU se tuzemský trh neotevřel pouze ve vztahu k zemím tehdejší EU15, ale otevřel se i ve vztahu k dalším nově vstoupivším zemím (Burianová, 2008) (Polsko, Maďarsko, Slovensko, Litva, Lotyšsko, Estonsko, Slovinsko, Malta, Kypr a později (2007 respektive 2013) také Bulharsko, Rumunsko a Chorvatsko). Trh se otevřel importům i z některých zemí, které ačkoliv nejsou členy EU, jsou integrovány do jejího jednotného trhu (Švýcarsko, Norsko, Island a Lichtenštejnsko) – detaily týkající se vývoje hodnoty českého agrárního obchodu shrnují Tabulky 2 a 3. Z tabulek vyplývá, že navzdory vyššímu tempu růstu hodnoty českého agrárního exportu v porovnání s vývojem hodnoty importů jak ve vztahu k zemím EU15, tak ve vztahu k EU jako celku a ve vztahu k třetím zemím, ve sledovaném období došlo k výraznému navýšení hodnoty importů, které ve své hodnotě převýšilo hodnotu nárůstu exportů – což logicky následně vyústilo v nárůst již tak výrazně záporného salda obchodní bilance českého agrárního obchodu (Burianová & Belová, 2012).

Tabulka 2 Vývoj hodnoty agrárního exportu ČR v letech 2004-2012

Table 2 The development of agricultural export value of the Czech Republic in the years 2004-2012

Vývoz v mld. ¹	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Bazický index ²	Řetězový index ³
EU15	23,7	30,5	31,5	37,5	42,4	43,3	43,2	49,4	59,2	2,49386	1,12101
EU28	50,5	64,5	66,8	81,3	90,4	86,4	90,3	105,1	125,6	2,48525	1,12052
Svět bez EU28 ⁴	6,8	8,9	7,4	7,1	6,6	6,6	7,3	8,1	11,0	1,60959	1,0613
Celkem ⁵	57,4	73,4	74,2	88,4	97,0	93,0	97,6	113,2	136,6	2,38081	1,11453
EU15 (podíl na celkovém exportu v %) ⁶	41,4	41,6	42,4	42,4	43,7	46,5	44,3	43,6	43,3		
EU28 (podíl na celkovém exportu v %) ⁷	88,1	87,9	90,1	92,0	93,2	92,9	92,5	92,8	91,9		
Svět bez EU (podíl na celkovém exportu v %) ⁸	11,9	12,1	9,9	8,0	6,8	7,1	7,5	7,2	8,1		

Zdroj: ČSÚ (2013)

Source: ČSÚ (2013)

Notes: ¹Export, ²basic index, ³chain index, ⁴world without EU28, ⁵total, ⁶EU15 (share of total export), ⁷EU28 (share of total export), ⁸world without EU.**Tabulka 3** Vývoj hodnoty agrárního importu ČR v letech 2004 – 2012

Table 3 The development of agricultural import value of the Czech Republic in the years 2004 - 2012

Dovoz v mld. ¹	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Bazický index ²	Řetězový index ³
EU15	47,3	54,2	58,1	68,1	69,6	71,8	75,0	81,4	89,2	1,88572	1,08252
EU28	69,0	79,8	90,2	103,7	103,6	108,7	112,1	123,4	137,0	1,98652	1,08959
Svět bez EU28 ⁴	18,0	17,2	15,5	18,3	18,8	17,2	18,9	22,0	23,2	1,28662	1,03200
Celkem ⁵	87,0	97,0	105,7	122,0	122,4	125,8	131,0	145,4	160,2	1,84158	1,07932
EU15 (podíl na celkovém importu) ⁶	54,4%	55,9%	54,9%	55,8%	56,9%	57,0%	57,2%	56,0%	55,7%		
EU28 (podíl na celkovém importu) ⁷	79,3%	82,3%	85,3%	85,0%	84,6%	86,4%	85,6%	84,9%	85,5%		
Svět bez EU (podíl na celk. importu) ⁸	20,7%	17,7%	14,7%	15,0%	15,4%	13,6%	14,4%	15,1%	14,5%		

Zdroj: ČSÚ (2013)

Source: ČSÚ (2013)

Notes: ¹Import, ²basic index, ³chain index, ⁴world without EU28, ⁵total, ⁶EU15 (share of total import), ⁷EU28 (share of total import), ⁸world without EU.

V důsledku výše uvedeného a dalších faktorů (Horská, 2011) se český potravinářský trh dostal do nové vývojové etapy, neboť jeho vývoj již nebyl pouze určován situací v rámci vnitřních podmínek a podmínek na trhu světovém, ale rovněž se trh stal více závislým zejména na podmínkách a vývoji trhu potravin v rámci Evropské unie (Svatoš, 2008). Spotřebitelské ceny potravin na trhu ČR se po vstupu ČR do EU dostaly více než do vleku vývoje cen na trhu světovém, spíše do vleku cen na trhu zemí Evropské unie (Bielik, 2010a), která představuje klíčového ekonomického a zejména obchodního partnera České republiky.

V posledních letech se český potravinářský trh velmi významně koncentroval, ačkoliv v tomto ohledu je vhodné konstatovat, že míra koncentrace trhu nedosáhla míry obvyklé ve většině zemí EU (Cimler, 2012). Český trh s potravinami je v současné míře dominován následujícími řetězci: Ahold ČR (Albert a Albert hypermarket), Kaufland ČR, Tesco Stores, Penny market, Coop, Lidl ČR, Bill, Globus a Spar ČR. Podíl těchto řetězců na trhu rychloobrátkového zboží, kam lze zařadit i potraviny, představoval v roce 2011 cca 66 %. V případě trhu s potravinami je podíl výše uvedených ještě významnější.

Český trh s potravinami je stále v rostoucí míře ovlivňován konkurenčním bojem, který probíhá mezi jednotlivými skupinami řetězců zastoupenými na trhu ČR (Incoma, 2011). V tomto ohledu je vhodné konstatovat, že malé nezávislé obchody a lokální řetězce obchodů tahají na trhu s potravinami ve vztahu k velkým nadnárodním řetězcům za kratší konec provazu (Rosochatecká & Smutka, 2010). Malí nezávislí prodejci nejsou schopni čelit expanzi velkých řetězců, které jen v roce 2012 disponovaly velmi rozsáhlými prodejními kapacitami v podobě 282 hypermarketů, 645 supermarketů a 630 diskontních prodejen (Incoma, 2012). V tomto ohledu je vhodné konstatovat, že toto číslo není ani zdaleka konečné a v roce 2014 se očekává další výstavba prodejních kapacit napříč celým trhem České republiky.

Vlastní vývoj na trhu s potravinami v ČR je, kromě výše uvedeného, velmi ovlivněn v posledních letech ještě několika dalšími významnými faktory – mezi tyto faktory lze zařadit ekonomickou krizi, která velmi významně ovlivňuje nejen spotřební chování kupujících (preferenze, kupní síla, spotřební chování, atd.), ale ovlivňuje i postavení prodávajících subjektů (ekonomika výroby a prodeje, expanze, inovace, výrobní kapacity atd.) – toto se samozřejmě netýká pouze ČR, ale v širším kontextu i celé řady dalších států (Bielik, 2010b). Dalším faktorem ovlivňujícím situaci na trhu v ČR je vývoj v oblasti zahraničního obchodu s agrární a potravinářskou produkcí, kdy na trhu ČR je neustále se zvyšující podíl importovaného zboží ze zahraničí, které pomalu vytěšňuje zboží tuzemské provenience (Beneš a kol., 2004). Velmi významně se na vývoji trhu projevuje změna v oblasti chování spotřebitele, který stále ve vyšší míře začíná preferovat kvalitu před cenou ve vztahu k výběru zboží. Nicméně podle výzkumů stále platí, že cena zůstává důležitým kritériem při rozhodování se o složení a objemu realizovaných potravin domácnostmi (Hes a kol., 2010). Důležitou roli na trhu hraje také obecný růst cen potravin a agrárních produktů, který se zejména v posledních cca 10 letech velmi výrazně dynamizoval (FAO-OECD, 2010). Ceny potravin rostou velmi výrazně nejen na trhu světovém, ale i na trhu zemí Evropské unie – které jsou však od „plného“ působení vlivu trhu světového odizolovány existujícími politikami (Společná zemědělská a Společná obchodní politika zemí EU), které velmi výrazně chrání vnitřní trh zemí EU před přenosem vlivů z trhu světového (Pokrivčák & Drabík, 2008). V tomto ohledu pak stojí za zmínku, že z hlediska vývoje cen potravin na vnitřním trhu zemí EU se projevuje vliv zejména vnitřních cenových mechanismů v porovnání s přenosem ceny světové na cenu na trhu EU – vliv ceny světové na vývoj cen na vnitřním trhu jednotlivých členských zemí EU je minimální – zpravidla platí skutečnost, že ceny na vnitřním trhu zemí EU jsou výrazně vyšší v porovnání s cenami na trhu světovém (Drabík & Bártová, 2008; FAO 2013). I když v tomto ohledu je vhodné zmínit, že nejenom země EU jsou odizolovány od plného působení trhu světového

určitými ochrannými politikami (Kjeldsen-Kragh, 2004) – trh s agrární a potravinářskou produkcí ve světě obecně patří k jednomu z mála odvětví, kde proces liberalizace pokračuje pomalým tempem a trh s agrárním a potravinářským zbožím patří k jednomu z nejméně deformovaných trhů v rámci globální ekonomiky (FAO, 2011). Z výše uvedeného vyplývá, že na vývoj maloobchodního trhu s potravinářskými produkty má vliv celá řada faktorů. Jejich podrobná analýza by zabrala svým rozsahem celou monografii. Zpracovaný článek se zaměřuje pouze na jeden specifický problém, který ovlivňuje vývoj trhu s potravinami nejen ve vztahu k České republice, ale i ve vztahu k trhu EU a k trhu světovému – tímto specifickým problémem jsou spotřebitelské ceny. Zpracovaný článek analyzuje vývoj spotřebitelských cen potravin na trhu ČR za účelem identifikace nejvýznamnějších vývojových trendů, které v oblasti vývoje cen potravin nastaly po vstupu ČR do EU.

2 Cíl a metodika

Cílem článku je identifikovat vývoj spotřebitelských cen na trhu v ČR ve vztahu k vývoji spotřebitelských cen na trhu světovém a na trhu zemí EU. Dále je vymezen vývoj spotřebitelských cen ve vztahu k jednotlivým vybraným komoditám a produktům prodávaným v českých retailových řetězcích. Je rovněž vymezeno postavení regionálně nejrozšířenějších retailových řetězců na trhu ČR a jsou analyzovány spotřebitelské ceny a cenové rozdíly existující mezi vybranými řetězci na trhu v ČR. Ve vztahu k výše uvedeným cílům je identifikována míra korelace existující mezi českými, světovými a unijními cenami potravin a následně je vypočtena míra citlivosti spotřebitelských cen na trhu ČR na změny cen na trhu světovém a trhu zemí EU. V druhé části článku je pak analyzován vývoj spotřebitelských cen ve vztahu k jednotlivým vybraným komoditám a produktům prodávaným na trhu ČR v rámci nejvýznamnějších retailových řetězců (v tomto ohledu je brán ohled i na problematiku rozdílných cen existujících mezi jednotlivými regiony v rámci České republiky). V poslední řadě je vymezeno postavení jednotlivých retailových řetězců (jakožto nositelů finálních spotřebitelských cen potravin) na trhu ČR a jsou analyzovány spotřebitelské ceny a cenové rozdíly existující mezi vybranými – nejvýznamnějšími řetězci operujícími na trhu v ČR.

Z hlediska datového příspěvek analyzuje období od vstupu ČR do EU po současnost – tj. od roku 2004 do května/června 2013. Analyzován je vývoj spotřebitelských cen v korunových běžných cenách za sledované období. Nástroje použité k analýze vývoje spotřebitelských cen jsou bazické a řetězové indexy, dále pak také geometrické průměry a korelační a regresní analýza (Hindls a kol., 2007). Prostřednictvím korelačního koeficientu (Gujarati, 1988) je identifikována míra závislosti existující mezi cenami na trhu v ČR a cenami na trhu zemí EU a na trhu světovém a dále je vypočtena míra korelace existující mezi vývojem cen na trhu EU a trhu světovém. Dále je analyzována míra citlivosti (Lind a kol., 2005) cen na trhu v ČR na změny spotřebitelských cen na trhu světovém a trhu zemí EU – citlivost je vypočtena na základě logaritmické regrese (Dougherty, 2002) – jejíž výhodou je snadnost následného odhadu míry citlivosti/elasticity ceny na trhu ČR ve vztahu ke změnám spotřebitelských cen na trhu světovém a trhu zemí EU (vlastní logaritmická regrese je vypracována ve třech rovinách – vliv ceny světové na ceny na trhu ČR, vliv ceny na trhu EU na vývoj cen na trhu ČR a vliv ceny světové na ceny na trhu EU). Základními zdroji dat pro zpracování analýzy jsou databáze FAO - FAOSTAT, EU - Eurostat a ČR – databáze Českého statistického úřadu. Ceny jsou, jak již bylo výše uvedeno, analyzovány v běžných cenách – nicméně základní vývojové trendy jsou analyzovány prostřednictvím indexů – kde zpravidla platí, pokud není jinak uvedeno, že rok 2005 = 100. Analýza citlivosti cen na trhu v ČR je provedena rovněž ve vztahu k partnerským zemím EU27 (v tomto ohledu jsou partneři následující: Belgie, Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Irsko, Itálie, Kypr, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Malta, Německo, Nizozemí, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Velká Británie).

Analýza vývoje cen na trhu v ČR má regionální rozměr – přičemž je analýza zpracována na úrovni jednotlivých krajů (13 krajů) v rámci ČR – Jihomoravský kraj, Karlovarský kraj, Královéhradecký kraj, Liberecký kraj, Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj, Pardubický kraj, Plzeňský kraj, Středočeský kraj, Ústecký kraj, Vysočina, Zlínský kraj a hlavní město Praha.

Zvláštní segment článku představuje analýza spotřebitelských cen na trhu v ČR z pohledu vybraných řetězců operujících na trhu v ČR. V tomto případě je vlastní analýza provedena prostřednictvím vlastního sběru dat, který je dále doplněn o některé informace a poznatky publikované VSH (Cimler, 2012) a dále pak společností Incoma. Vlastní sběr dat vztahujících se k problematice cenového vývoje proběhl v letech 2011 (březen) – 2013 (červen). Tým pracovníků ČZU v tomto období ve čtvrtletních periodách (březen, červen, září a prosince) provedl sběr dat v následcích řetězcích operujících na českém trhu – Albert, Billa, Kaufland, Lidl, Penny Market, Interspar a Tesco. Ceny v jednotlivých obchodech (hypermarkety, diskonty a supermarkety) byly sbírány v Praze, Brně, Ostravě, Třebíči, Znojmě, Olomouci, Frydku Místku, Karlových Varech, Českých Budějovicích, Mělníku a Hradci Králové. V rámci sběru dat se tým autorů zaměřil na předem vymezený spotřebitelský koš produktů – které reprezentují běžný nákupní košík: máslo (250 g - 82% tuku), bílý jogurt (500 g - 3,5% tuku), chléb (Šumava 1200 g), mléko (1 l trvanlivé 1,5 %), jablka (1 kg - gold delicious), mrkev (1 kg), cibule (1 kg), brambory (1 kg - pozdní), vejce (10 vajec – M), banány (1 kg), pomeranče (1 kg), sýr eidam (1 kg – 30 % a 45 % obsahu tuku), slunečnicový olej (1 l), polohrubá mouka (1 kg), káva (Jihlavanka 205 g – popřípadě její ekvivalent), hladká mouka (1 kg), rýže (1 kg – dlouhozrnná), chlazené kuře (1 kg – celé), vepřová kotleta s kostí a bez kosti (1 kg). Ceny jsou analyzovány za účelem identifikace rozdílů existujících mezi jednotlivými řetězci operujícími na trhu v ČR. Na základě analýzy je identifikován zejména vztah cen jednotlivých řetězců a cen na trhu v ČR obecně, dále je identifikováno pořadí jednotlivých řetězců dle ceny realizovaného nákupního koše a je analyzována citlivost cen jednotlivých řetězců na změny cenové hladiny na trhu v ČR. V neposlední řadě je analyzováno tempo růstu cen potravin v jednotlivých řetězcích – přičemž tempa růstu cen (ve vztahu k vybranému koši produktů) v případě jednotlivých řetězců jsou vzájemně komparována – rovněž je provedena komparace ve vztahu k vývoji cen na trhu ČR a v neposlední řadě je identifikována cenová stabilita zvoleného koše v případě jednotlivých řetězců prostřednictvím průměrné odchylky od průměru.

3 Výsledky a diskuse

3.1 Základní vývojové trendy a tendence v oblasti spotřebitelských cen potravin na trhu ČR, trhu světovém a trhu zemí EU

V posledních letech ceny potravin ve světě zaznamenaly signifikantní nárůst – rovněž volatilita světových cen výrazně vzrostla (Onour & Sergi, 2011). Ceny potravin začaly postupně růst v období let 2002 – 2004, přičemž v současné době se jejich hodnota jak v nominálním, tak I reálném vyjádření pohybuje výrazně nad průměrem let 1990 – 2004 (FAO, 2013). Dle FAO jen za období 2004 – 2013 se spotřebitelské ceny potravin v průměru zdvojnásobily. Růst cen potravin postihl všechny základní segmenty potravinářského průmyslu – signifikantní nárůst cenové hladiny v případě potravin je patrný nejen z vývoje indexu cen potravin jako celku, ale i z vývoje jednotlivých segmentů reprezentujících potravinářskou produkci – maso, mléčné produkty, obiloviny, oleje a tuky a cukr (detail – viz. tabulka 4) – (FAO, 2013).

Globální růst cen potravin (viz Graf 1) se pak následně promítl i do růstu cen potravin na trhu zemí EU (EUROSTAT, 2013) a na trhu v ČR (ČSÚ, 2013) (viz. Tabulka 5). Z níže uvedených údajů vyplývá, že ceny na trhu v ČR rostly výrazně dynamičtěji v porovnání s cenami na trhu EU27 (Vyšší dynamika růstu cen ve sledovaném období je dána touto skutečností, že v období před vstupem

ČR do EU cenová hladina potravin na trhu v ČR byla výrazně nižší v porovnání s cenovou hladinou na trhu zemí EU15 (Lukáš, Poschl, 2004)).

Tabulka 4 Vývoj cen vybraných segmentů reprezentujících potravinářský sektor ve světě v letech 2004 – 2013
Table 4 Development of selected segments representing the food sector in the world in the years 2004 - 2013

Roční cenové indexy potravin (2002-2004=100)	Cenový index potravin ²	Cenový index masa ³	Cenový index mléka ⁴	Cenový index obilovin ⁵	Cenový index olejů ⁶	Cenový index cukru ⁷
2004	112,4	113,7	122,6	107,5	112,2	101,7
2005	117,3	120,1	135,4	103,5	103,6	140,3
2006	126,7	118,5	128,0	121,7	112,5	209,6
2007	158,7	125,1	212,4	166,9	170,0	143,0
2008	199,8	153,2	219,6	237,8	227,2	181,6
2009	156,9	132,9	141,6	173,7	150,9	257,3
2010	185,3	152,2	200,4	182,6	194,2	302,0
2011	227,6	176,6	220,5	246,9	252,3	368,9
2012	211,8	175,1	188,6	241,3	225,3	305,7
2013	213,1	178,6	227,0	242,4	202,1	258,3

Zdroj: FAO, 2013

Source: FAO, 2013

Notes: ¹Annual food price indices, ²Food Price Index, ³Meat, ⁴Dairy, ⁵Cereals, ⁶Oils, ⁷Sugar

V průběhu posledních let vzhledem ke skutečnosti, že ČR se stala po vstupu do EU součástí jednotného trhu zemí EU, došlo k nastartování procesu postupného sblížení cen – kdy se české ceny postupně přibližují cenovému průměru zemí EU, který je stále vyšší v porovnání s průměrnou cenou potravin na trhu ČR (EUROSTAT, 2013) – z toho tedy plyne, že vlastní konvergenční proces, tedy proces přizpůsobování cen, ještě není ukončen – z čehož tedy plyne i předpoklad, že ještě v příštích letech bude dynamika růstu cen na trhu ČR o něco vyšší v porovnání s dynamikou růstu cen na trhu zemí EU – zejména pak na trhu zemí EU15.

Tabulka 5 Vývoj spotřebitelských cen potravin na trhu světovém, trhu zemí EU a na trhu v ČR v letech 2005 – 2013

Table 5 Development of consumer food prices on the world market, EU market and the market in the Czech Republic in the years 2005 – 2013

2005=100	Svět ¹	EU27	ČR ²
2005M01	99,5	99,5	100,7
2006M01	105,5	101,2	100,4
2007M01	116,7	104,2	102,8
2008M01	174,0	111,1	115,9
2009M01	127,4	115,1	113,3
2010M01	156,7	114,4	110,0
2011M01	201,4	117,5	115,3
2012M01	185,3	120,8	123,3
2012M12	183,7	124,6	127,4
2013M01	183,3	125,3	131,2
2013M05	187,4	127,0	131,5

Zdroj: FAO, EUROSTAT, ČSÚ, 2013

Source: FAO, EUROSTAT, ČSÚ, 2013

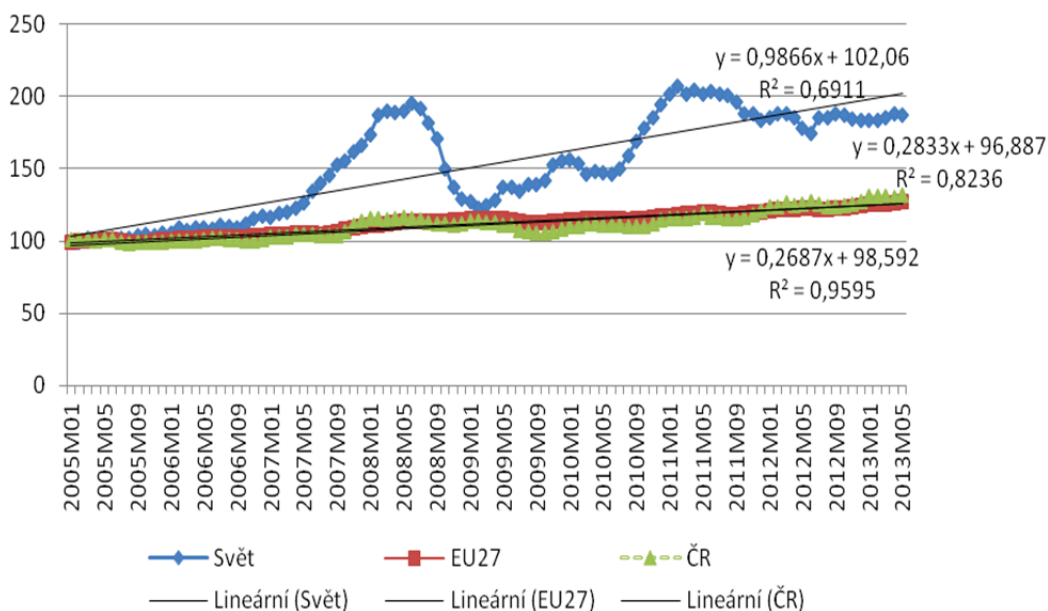
Notes: ¹world, ²Czech Republic.

Ačkoliv jsou na světovém trhu průměrné ceny potravin stále nižší v porovnání s průměrnými cenami potravin na trhu zemí EU, dynamika tempa jejich růstu je výrazně vyšší v porovnání se zeměmi EU respektive ČR (FAOSTAT, 2013). V tomto ohledu je až s podivem, jak efektivně fungují ochranné mechanismy trhu zemí EU, neboť ty brání plnému přenosu trendu vývoje trhu světového na vývoj cen na trhu zemí EU. Jak již bylo výše uvedeno, světové ceny potravin v posledních

letech nebývale vzrostly a tato skutečnost ovlivnila celý agrární a potravinářský sektor ve světě – nicméně EU zůstává vzhledem k aplikovaným společným politikám částečně – nikoliv však zcela – uchráněna od dopadů tohoto vývoje (Horská, 2010). Nicméně významnou korelaci mezi vývojem spotřebitelských cen na trhu světovém a na trhu zemí EU popřít nelze (viz. Tabulka 6). Nicméně ve vztahu k výše uvedenému, je vhodné konstatovat, že jak spotřebitelské ceny na trhu EU, tak i na trhu v ČR, nedosáhly úrovně růstu spotřebitelských cen, která je v poslední době zřetelná na trhu světovém (Vološin a kol., 2011).

Graf 1 Trend vývoje cen na trhu světovém, trhu zemí EU a trhu ČR v jednotlivých měsících období leden 2005 – květen 2013

Graph 2 The development trend of prices on the world market, EU market and the Czech market in selected



months between January 2005 and May 2013

Zdroj: FAO, EUROSTAT, ČSÚ, vlastní výpočty, 2013

Source: FAO, EUROSTAT, ČSÚ, own calculations, 2013

Notes: Svět=World, ČR=Czech Rep., lineární=linear

Ve vztahu k vývoji cen na trhu ČR je nutno zmínit, že pro vlastní formování spotřebitelských cen potravin má větší význam trh zemí EU, jehož je ČR součástí (Mezera, 2009). Síla korelace je v případě vztahu cena na trhu ČR a cena na trhu EU vyšší než ve vztahu k vývoji světových spotřebitelských cen potravin. Ještě výraznější rozdíl mezi vztahem cena na trhu ČR vs. cena na trhu v Evropě respektive ve světě pak existuje, pakliže analyzujeme vzájemné vztahy prostřednictvím elasticit – respektive analyzujeme citlivost změny ceny potravin na trhu ČR ve vztahu k procentní změně cen potravin na trhu EU respektive na trhu světovém. V tomto ohledu vyplývá, že ve vztahu k trhu EU české spotřebitelské ceny reagují mnohem citlivěji (velmi elasticky) v porovnání se změnou ceny na trhu světovém (reakce je v tomto případě zcela neelastická). Detailní údaje týkající se korelace a elasticity charakterizující vzájemný vztah spotřebitelských cen potravin na trhu ČR, trhu EU a na trhu světovém nalezneme v následující Tabulce 6. Ve vztahu k vývoji cen na trhu EU, a dále pak ve vztahu k citlivosti na změnu hodnoty spotřebitelských cen potravin na trhu v EU, lze Českou republiku zařadit mezi země s vyšší mírou citlivosti na změnu ceny na trhu EU. Obecně platí, že s výjimkou Irska všechny země EU vykazují vysokou míru korelace v oblasti vývoje

spotřebitelských cen potravin ve vztahu k unijnímu průměru. Dále pak platí, že všechny země zaznamenaly v posledních letech velmi výrazný nárůst ceny potravin - v tomto ohledu patří Česká republika k unijnímu nadprůměru (detail viz. Tabulka 7). Dále je nutno zdůraznit, že vyšší růst hodnoty spotřebitelských cen a vyšší míru elasticity než ČR vykazují Maďarsko, Litva, Lotyšsko, Bulharsko, Rumunsko, Malta, Velká Británie, Slovinsko, Kypr, Chorvatsko, Polsko, Belgie a Finsko. Většinou se tedy jedná o nové členské státy Evropské unie (V tomto ohledu se potvrzuje skutečnost, že konvergenční procesy harmonizující ceny na úrovni staré a nové členské země EU prokazatelně fungují.). Niže uvedená Tabulka 7 – poskytuje základní přehled o korelaci a míře citlivosti spotřebitelských cen potravin v případě jednotlivých zemí EU ve vztahu k průměrné cenové hladině potravin na trhu zemí Evropské unie.

Tabulka 6 Vývoj spotřebitelských cen - vzájemná korelace a elasticita Svět vs. EU, ČR vs. EU a ČR vs. Svět
Table 6 Development of consumer prices - correlation and elasticity World vs. EU, CR vs. EU and CR vs. World

	CR - EU	CR - SVĚT	EU - SVĚT
Korelace ¹	0,947059	0,828734	0,850814
Elasticita ²	1,065418	0,288375	0,264179

Zdroj: vlastní výpočty, 2013

Source: own calculations

Notes: ¹Correlation, ²elasticity.

Navzdory rychlejšímu růstu cen potravin v případě nových členských zemí, který přispívá k postupnému vyrovnávání cenových diferencí mezi členskými zeměmi EU, je nutno konstatovat, že mezi jednotlivými zeměmi existují extrémní rozdíly v cenách potravin. Dle Eurostatu v roce 2012 cenová úroveň vybraného koše produktů obsahujícího potravinářské produkty a nealkoholické nápoje dosáhla v nejdražší zemi EU více než dvojnásobné hodnoty v porovnání s nejlevnější zemí. Absolutně nejvyšší cenovou hladinu v rámci zemí EU mělo v roce 2012 Dánsko (143 %) následované Švédskem (124 %), Rakouskem (120 %), Finskem (119 %), Irskem (118 %) a Lucemburskem (116 %). Naopak nejnižší cenovou hladinu ve vztahu k průměrným cenám potravin na trhu zemí EU dosahovaly země: Polsko (61 %), Rumunsko (67 %), Bulharsko (68 %) a Litva (77 %). V případě ČR se ceny potravin a nealkoholických nápojů pohybovaly na úrovni 84 % průměru zemí EU. Mezi členskými zeměmi pak obecně existují extrémní cenové rozdíly v případě jednotlivých potravin dostupných v rámci maloobchodních řetězců. Například v případě chleba a produktů z obilovin platí, že cenové rozpětí v rámci zemí EU leží mezi 57 % průměru EU v případě Bulharska, až 159 % průměru EU v případě Dánska. Co se týká masa, tam cenová hladina osciluje mezi 55 % průměru EU v případě Polska a 132 % průměru EU v případě Dánska a Rakouska. U mléka, sýrů a vajec pak rozpětí cen mezi nejlevnějším a nejdražším státem EU je 63 % (Polsko) respektive 141 % (Kypr). Z uvedeného tedy vyplývá, že navzdory skutečnosti, že EU navenek vystupuje jako jeden trh (single market), ceny napříč jednotlivými zeměmi EU stále nejsou vyrovnány. V případě ČR je pak zřetelně vidět, že cenová hladina potravinářských produktů se stále drží pod průměrem EU27 a hluboko pod průměrem zejména starých členských zemí EU (tzv. země EU15).

Tabulka 7 Korelace a citlivost spotřebitelských cen potravin v jednotlivých zemích Evropské unie ve vztahu k vývoji cen na trhu EU jako celku
 Table 7 Correlation and elasticity of consumer food prices in EU countries in relation to price development on EU market as a whole

	2005 M01	2006 M01	2007 M01	2008 M01	2009 M01	2010 M01	2011 M01	2012 M01	2013 M01	2013 M05
Maďarsko ⁴	97,91	101,71	117,13	134,19	138,67	140,54	152,15	159,79	170,44	173,21
Lotyšsko ⁵	95,32	104,73	115,26	139,86	154,78	141,42	153,42	157,91	162,93	164,03
Litva ⁶	98,83	103,04	111,86	130,23	144,24	136,59	144,38	151,94	156,84	159,51
Bulharsko ⁷	99,38	106,30	113,77	137,68	144,52	138,07	144,28	149,97	160,30	159,84
Rumunsko ⁸	98,23	103,97	104,81	115,77	122,93	122,68	131,99	131,89	143,22	145,22
Malta ⁹	100,36	100,95	103,58	112,71	123,10	123,50	131,82	138,33	146,29	146,78
UK	99,2	100,3	104,3	111,2	123,6	125,3	132,4	136,9	143,0	144,4
Slovinsko ¹⁰	100,36	101,36	105,28	120,07	124,15	120,95	126,15	130,32	138,34	141,97
Kypr ¹¹	99,87	103,83	111,27	115,68	128,39	126,10	127,15	136,20	140,04	137,71
Chorvatsko ¹²	97,56	102,72	103,63	115,14	120,86	117,41	120,18	122,66	130,93	134,42
Polsko ¹³	100,7	99,7	102,4	110,8	114,3	117,9	124,1	129,3	134,0	135,5
Belgie ¹⁴	98,29	100,47	105,51	111,53	116,02	116,12	118,82	121,86	126,71	129,43
Finsko ¹⁵	100,91	100,51	103,51	109,74	117,93	110,54	114,18	119,89	126,96	132,04
Česká rep. ¹⁶	100,7	100,4	102,8	115,9	113,3	110,0	115,3	123,3	131,2	131,5
Slovensko ¹⁷	100,73	100,40	104,80	112,54	113,30	108,92	116,20	119,11	126,59	128,08
Lucembursko ¹⁸	98,61	101,05	104,45	110,27	113,57	113,37	116,09	117,81	122,68	124,63
Rakousko ¹⁹	100,61	100,82	103,71	112,11	114,94	113,14	116,55	120,05	125,03	126,58
Dánsko ²⁰	98,8	99,8	105,2	112,5	116,5	113,5	116,0	121,5	124,9	124,3
Německo ²¹	99,9	100,8	103,4	110,1	111,3	109,8	112,8	116,0	121,2	123,5
Itálie ²²	99,6	100,6	103,6	108,5	112,6	112,6	114,7	117,3	121,0	121,9
Španělsko ²³	98,89	103,42	105,85	113,47	115,40	113,11	113,25	115,58	119,40	120,04
Řecko ²⁴	100,07	101,98	105,08	110,73	115,04	112,56	115,21	118,47	118,99	121,29
Švédsko ²⁵	100,11	99,56	101,86	107,65	113,67	114,89	115,47	116,03	119,09	121,25
Nizozemí ²⁶	99,77	100,96	102,20	106,28	110,74	108,56	109,43	111,28	115,47	117,68
Francie ²⁷	99,40	100,63	102,32	106,93	109,37	108,97	109,05	112,48	114,92	116,93
Portugal-sko ²⁸	99,60	101,47	105,80	107,87	109,41	104,07	106,40	109,53	112,20	113,18
Irsko ²⁹	100,5	99,9	101,9	109,0	112,2	103,1	103,0	103,4	105,6	105,3
EU27	99,52	101,17	104,19	111,07	115,13	114,36	117,46	120,80	125,31	127,00

Zdroj: Eurostat, vlastní zpracování, 2013

Source: Eurostat, own calculations, 2013

Notes: ¹Growth, ²correlation, ³elasticity, ⁴Hungary, ⁵Latvia, ⁶Lithuania, ⁷Bulgaria, ⁸Romania, ⁹Malta, ¹⁰Slovenia, ¹¹Cyprus, ¹²Croatia, ¹³Poland, ¹⁴Belgium, ¹⁵Finland, ¹⁶Czech Rep., ¹⁷Slovakia, ¹⁸Luxembourg, ¹⁹Austria, ²⁰Denmark, ²¹Germany, ²²Italy, ²³Spain, ²⁴Greece, ²⁵Sweden, ²⁶Netherlands, ²⁷France, ²⁸Portugal, ²⁹Ireland.

Tabulka 8 Cenové diference existující v oblasti nastavené cenové hladiny v případě potravin na úrovni jednotlivých zemí EU27 v roce 2012 (průměr EU27 = 100 %)

Table 8 Price differences existing on the price level in case of food at the EU27 countries level in 2012 (EU27 average = 100%)

EU27 = 100	Potraviny a nealkoholické nápoje – celkem ¹	Chléb a obiloviny ²	Maso ³	Mléko, sýry a vejce ⁴	Alkoholické nápoje ⁵
Dánsko ⁶	143	159	132	117	140
Švédsko ⁷	124	135	126	112	161
Rakousko ⁸	120	134	132	101	96
Finsko ⁹	119	130	119	114	175
Irsko ¹⁰	118	110	110	119	162
Lucembursko ¹¹	116	117	129	119	90
Itálie ¹²	111	114	115	126	98
Belgie ¹³	110	108	118	111	97
Francie ¹⁴	109	106	123	100	88
Kypr ¹⁵	109	121	89	141	110
Německo ¹⁶	106	104	128	92	82
Řecko ¹⁷	104	115	91	132	131
Velká Británie ¹⁸	104	89	100	107	143
EU27	100	100	100	100	100
Maďarsko ¹⁹	98	94	80	113	109
Slovinsko ²⁰	97	101	93	101	101
Nizozemí ²¹	96	90	117	93	96
Španělsko ²²	93	111	83	95	87
Portugalsko ²³	90	98	75	105	89
Estonsko ²⁴	87	84	79	88	102
Lotyšsko ²⁵	87	80	75	96	111
Slovensko ²⁶	87	82	71	97	91
Česká republika ²⁷	84	74	73	91	96
Malta ²⁸	81	74	72	88	79
Litva ²⁹	77	75	63	90	94
Bulharsko ³⁰	68	57	59	92	67
Rumunsko ³¹	67	63	57	93	75
Polsko ³²	61	58	55	63	93

Zdroj: Eurostat, vlastní zpracování, 2013

Source: Eurostat, own calculations, 2013

Notes: ¹Food and nonalcohol. drinks – total, ²bread and cereals, ³meat, ⁴milk, cheese and eggs, ⁵alcohol. drinks, ⁶Denmark, ⁷Sweden, ⁸Austria, ⁹Finland, ¹⁰Ireland, ¹¹Luxembourg, ¹²Italy, ¹³Belgium, ¹⁴France, ¹⁵Cyprus, ¹⁶Germany, ¹⁷Greece, ¹⁸Great Britain, ¹⁹Hungary, ²⁰Slovenia, ²¹Netherlands, ²²Spain, ²³Portugal, ²⁴Estonia, ²⁵Latvia, ²⁶Slovakia, ²⁷Czech Rep., ²⁸Malta, ²⁹Lithuania, ³⁰Bulgaria, ³¹Romania, ³²Poland.

Tabulka 9 A Citlivost spotřebitelských cen vybraných potravin na trhu v České republice na vývoj indexu cen charakterizujících úroveň spotřebitelských cen na trhu EU a na trhu ČR

Table 9 A Elasticity of consumer prices of selected foodstuffs on Czech market to the price index development characterizing the consumer prices level on the EU market and Czech market

	EU – potra- viny ⁵	CR – potra- viny ⁶	Chléb a obiloviny ⁷	Maso ⁸	Hovězí ⁹	Vepřové ¹⁰	Drůbeží ¹¹	Ryby a plody moře ¹²
2005 M01	99,52	100,7	100,6	100,5	98	104,7	99	100
2006 M01	101,17	100,4	101,1	99,4	101,7	97,5	99,3	99,5
2007 M01	104,19	102,8	110,7	97,6	104,9	97	91,2	103
2008 M01	111,07	115,9	134,2	102,6	109,5	94,7	110,3	108,1
2009 M01	115,13	113,3	134,8	104,2	113,2	98,2	107,9	110,3
2010 M01	114,36	110	118,9	102,8	117,9	101,8	111,8	112
2011 M01	117,46	115,3	126,9	101,9	123,6	106,7	117,2	112,2
2012 M01	120,8	123,3	143,4	109,2	132,2	114,1	125,3	119,2
2013 M05	127	131,5	145,3	116,3	140,9	121,7	133,6	133,4
Kore- lace k EU ¹		0,947	0,909	0,839	0,959	0,769	0,932	0,929
Elas- ticita ²		1,065	1,613	0,56	1,377	0,776	1,36	1,041
Kore- lace k ČR ³			0,927	0,895	0,939	0,8	0,938	0,937
Elas- ticita k ČR ⁴			1,456	0,536	1,197	0,738	1,229	0,929

Zdroj: Eurostat, vlastní zpracování, 2013

Source: Eurostat, own calculations, 2013

Zaměříme-li se pouze na Českou republiku a její komoditní strukturu potravinářských produktů, lze konstatovat, že vysoká míra korelace cen na českém potravinářském trhu ve vztahu k cenám na trhu EU se potvrzuje nejen na úrovni cen potravin jako celku, ale i na úrovni jednotlivých komoditních segmentů – zejména pak ve vztahu k pekařským produktům a obilovinám, hovězímu masu, kuřecímu masu, rybám a mořským produktům, mléčným produktům, vejším, olejům a tukům a vybranému ovoci. Nízká míra korelace a elasticity pak existuje zejména v případě ovoce jako celku a zeleniny. Ve vztahu k obecnému vývoji spotřebitelských cen na trhu ČR pak existuje velmi vysoká míra korelace cen v případě všech komoditních segmentů s výjimkou ovoce a zeleniny.

Zaměříme-li naši pozornost na jednotlivé vybrané konkrétní položky reprezentující obchod s potravinářskými produkty na maloobchodní úrovni, lze konstatovat, že spotřebitelské ceny potravin v letech 2004 – 2012 postupně rostly. Růst cen v tomto období ovlivňovala řada faktorů a cena jednotlivých položek meziročně kolísala v rozmezí -2 % až +13 %. Nicméně obecně platí, že většina vybraných položek v čase navýšila vlastní jednotkovou cenu, za kterou byly realizovány v rámci maloobchodu. Obecně platí, že zejména ceny stimulantů, zeleniny, tuků a olejů a mouky

a pekařských produktů rostly v čase více dynamicky v porovnání s cenami cukru, tropického ovoce, masných produktů, mléčných výrobků a alkoholu.

Tabulka 9 B Citlivost spotřebitelských cen vybraných potravin na trhu v České republice na vývoj indexu cen charakterizujících úroveň spotřebitelských cen na trhu EU a na trhu ČR

Table 9 B Elasticity of consumer prices of selected foodstuffs on Czech market to the price index development characterizing the consumer prices level on the EU market and Czech market

	Mléko, sýry, vejce ¹³	Mléko ¹⁴	Sýry ¹⁵	Vejce ¹⁶	Oleje a tuky ¹⁷	Ovoce ¹⁸	Jablka ¹⁹	Zelena ²⁰	Brambory ²¹	Cukr, džem, čokoláda, cukrovinky ²²
2005 M01	100,4	100,5	100,3	106	101,3	103,2	98,5	99,7	89,2	101
2006 M01	99,6	97,9	100	99,2	98,9	103,3	89,5	103,9	98,8	99,1
2007 M01	99,9	98,3	100,7	98,9	97	98,2	102,5	123,9	220,6	97,3
2008 M01	122,2	129,7	124,9	132,1	116	120,1	135,5	116,8	139,8	105,7
2009 M01	113,1	116,8	114,3	110,7	114,8	102,3	110,5	116,5	125,8	108,5
2010 M01	110,4	104,9	110,3	106,9	111	100,1	121	117	126,6	109,1
2011 M01	113,9	110	115,6	112	126,4	115,5	126,9	131,3	132,7	109,9
2012 M01	126,1	117,6	123,6	119,8	136,9	116,1	135,7	113,7	141,9	120,6
2013 M05	127,8	125,4	131,9	127,8	137,1	115,6	144,7	159	151,4	122,5
Korelace k EU ¹	0,9	0,677	0,891	0,794	0,931	0,469	0,61	0,553	-0,043	0,934
Elasticita ²	1,165	0,879	1,1	1,006	1,476	0,533	1,284	0,94	0,263	0,997
Korelace k CR ³	0,973	0,813	0,966	0,903	0,937	0,641	0,692	0,59	0,094	0,928
Elasticita k CR ⁴	1,117	0,915	1,057	1,005	1,322	0,673	1,215	0,906	0,273	0,884

Zdroj: Eurostat, vlastní zpracování, 2013

Source: Eurostat, own calculations, 2013

Source: Eurostat, own calculations, 2013

Notes: ¹Correlation to EU, ²elasticity, ³correlation to CR, ⁴elasticity to CR, ⁵EU-food, ⁶CR-food, ⁷bread and cereals, ⁸meat, ⁹beef, ¹⁰pork, ¹¹poultry, ¹²fish and seafood, ¹³milk, cheese, eggs, ¹⁴milk, ¹⁵cheese, ¹⁶eggs, ¹⁷oils and fats, ¹⁸fruit, ¹⁹apples, ²⁰vegetables, ²¹potatoes, ²²sugar, jam, honey, chocolate, confectionery.

Relativně zajímavým rysem charakterizujícím vývoj cen potravin je i skutečnost, že vývoj v roce 2013 nikterak neakceleroval růst ceny potravin, ačkoliv v jeho počátku došlo k navýšení sazby DPH a následně pak došlo v případě řady producentů k navýšení spotřebitelských cen v případě některých produktů, u kterých zuřil v předchozích letech silný konkurenční boj – např. chleba, pečivo atd.

Tabulka 10 A Vybrané potravinářské produkty na trhu ČR – charakteristiky cenového vývoje v období let 2004 – 2012

Table 10 A Selected food products on the Czech market - the characteristics of price development in the period 2004 – 2012

		2004	2006	2008	2010	2011	2012	BI ¹	RI ²	PO ³	POP ⁴	PC ⁵
káva praž. zrnk. (Standard) ⁶	100g	6,49	7,61	9,26	10,7	16,52	16,79	2,59	1,13	3,05	32,85	9,28
brambory konzum. ⁷	kg	6,61	15,6	9,29	15,58	9,18	10,67	1,61	1,06	2,44	26,35	9,26
rýže loup. dlouhoz. ⁸	kg	20,18	23,01	38,1	32,33	34,49	34,23	1,7	1,07	6,15	23,32	26,39
cibule suchá ⁹	kg	7,05	13,36	10,42	15,14	9,94	13,34	1,89	1,08	2,14	21,21	10,07
Pšen. mouka hrubá ¹⁰	kg	8,68	7,25	12,03	10,38	11,44	13,23	1,52	1,05	1,79	19,75	9,05
Suš. plnot. mléko ¹¹	400g	82,27	91,88	120,39	123,79	128,71	138,8	1,69	1,07	18,16	18,12	100,25
chléb konzum. kmín ¹²	kg	15,25	17	22,67	19,85	22,96	23,19	1,52	1,05	2,89	16,25	17,8
olej sluneč. ¹³	l	34,06	32,99	47,89	43,69	51,38	48,67	1,43	1,05	5,73	15,25	37,59
máslo čerstvé ¹⁴	kg	115,48	103,57	104,79	134,38	143,61	142,75	1,24	1,03	16,24	14,61	111,19
file mraž. ¹⁵	kg	111,75	103,62	118,75	135,81	147,74	160,39	1,44	1,05	16,45	14,54	113,11
jablka konzum ¹⁶	kg	20,57	23,27	24,83	27,76	26,29	30,94	1,5	1,05	3,14	13,93	22,51
rostlin. tuk na peč. ¹⁷	kg	55,44	50,12	65,94	68,2	80,4	73	1,32	1,03	7,85	13,83	56,75
okurky č.salát. ¹⁸	kg	29,49	41,39	40,91	37,68	31,06	46,41	1,57	1,06	4,29	12,95	33,13
vejce čerstvá ¹⁹	ks	2,47	2,37	2,6	2,14	2,58	3,33	1,35	1,04	0,29	12,11	2,36
cukr kryst. ²⁰	kg	25,4	22,07	20,16	17,75	24,85	24,2	0,95	0,99	2,05	10,46	19,64
mléko polotuč.paster. ²¹	l	14,35	14,4	17,28	16,17	18,45	18,32	1,28	1,03	1,5	10,22	14,66
banány žluté ²²	kg	33,84	28,61	26,9	26,27	26,12	31,82	0,94	0,99	2,66	10,08	26,37
kuře kuch. celé ²³	kg	51,8	44,3	58,99	58,63	58,49	65,52	1,26	1,03	4,77	9,40	50,7
maso hovězí – před. s k. ²⁴	kg	74,43	78,16	82,46	85,66	89,55	104,09	1,4	1,04	6,47	8,54	75,73
Tuzem tmav.rum ²⁵	l	176,65	185,62	198,25	213,25	232,38	221,81	1,26	1,03	14,87	8,24	180,45
Eidam cihla ²⁶	kg	114,06	109,77	121,55	122,63	124,97	130,57	1,14	1,02	9,02	8,17	110,38

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, 2013

Source: ČSÚ, own calculations, 2013

Poznámka: BI¹ – Bazický index, RI² – Řetězový index, PO³ – Průměrná odchylka, POP⁴ – Podíl odchyl. na hodnotě průměru v %, PC⁵ – Průměrná cena.

Notes: ¹Basic index, ²chain index, ³average deviation, ⁴share of deviation on average value, ⁵average price, ⁶roasted coffee beans (Standard), ⁷ware potatoes, ⁸long husked rice, ⁹onion, ¹⁰coarse wheat flour, ¹¹whole milk powder, ¹²caraway-flavored bread, ¹³sunflower oil, ¹⁴fresh butter, ¹⁵frozen file, ¹⁶apples, ¹⁷vegetable oil for baking, ¹⁸fresh salad cucumber, ¹⁹fresh eggs, ²⁰crystal sugar, ²¹pasteurized milk, ²²yellow bananas, ²³chicken gutted, ²⁴beef – front with bone, ²⁵dark rum, ²⁶Eidam brick.

Tabulka 10 B Vybrané potravinářské produkty na trhu ČR – charakteristiky cenového vývoje v období let 2004 – 2012

Table 10 B Selected food products on the Czech market - the characteristics of price development in the period 2004 – 2012

		2004	2006	2008	2010	2011	2012	BI1	RI2	PO3	POP4	PC5
Jem. párky ²⁷	kg	86,72	91,97	98,74	96,05	105,6	120,91	1,39	1,04	7,11	8,09	87,97
čokoláda mléč. tab. ²⁸	100g	19,65	17,78	20,58	22,17	23,58	22,22	1,13	1,02	1,5	8,01	18,71
pivo výčep. sv. lah. ²⁹	0,5l	8,48	8,32	9,13	10,05	9,78	10,44	1,23	1,03	0,62	7,51	8,25
maso vepř. bůček ³⁰	kg	68,56	63,49	66,31	64,89	70,82	83,17	1,21	1,02	4,24	6,95	61,04
maso hovězí zad. b.k. ³¹	kg	153,73	167,41	176,17	175,27	187,21	205,25	1,34	1,04	10,64	6,77	157,3
jakostní víno bílé ³²	l	62,31	55,83	54,85	60,26	64,04	64,93	1,04	1,01	3,28	6,14	53,36
Špaga-ty ³³	kg	27,01	27,36	30,43	29,32	29,55	31,92	1,18	1,02	1,58	6,07	25,99
sůl jedlá přírod. jodid. ³⁴	kg	5,61	5,57	5,13	4,89	5,23	5,59	1	1	0,23	4,75	4,78
Pome-ranče ³⁵	kg	28,49	25,94	25,67	27,77	27,51	25,05	0,88	0,98	1,09	4,55	24
maso vepřové – pečené ³⁶	kg	113,31	105,82	108,23	97,14	104,73	115,19	1,02	1	4,02	4,21	95,59
šunka vepřová ³⁷	kg	154,2	153,66	157,14	153,42	160,31	171,66	1,11	1,01	4,23	3,00	141,02
šunkový salám ³⁸	kg	117,53	115,26	120,94	114,97	120,29	123,7	1,05	1,01	2,71	2,56	105,82

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, 2013

Source: ČSÚ, own calculations, 2013

Poznámka: BI¹ – Bazický index, RI² – Řetězový index, PO³ – Průměrná odchylka, POP⁴ – Podíl odchyl. na hodnotě průměru v %, PC⁵ – Průměrná cena.

Notes: ¹Basic index, ²chain index, ³average deviation, ⁴share of deviation on average value, ⁵average price, ²⁷fine sausages, ²⁸milk chocolate, ²⁹light draft beer bottled, ³⁰pork – belly, ³¹beef – back without bones, ³²quality white wine, ³³spaghetti, ³⁴natural edible iodized salt, ³⁵oranges, ³⁶pork – roasted, ³⁷pork ham, ³⁸ham sausage.

Velmi zajímavým zjištěním je kolísání cen jednotlivých produktů – viz v případě reprezentativních produktů v tabulkách 10A a 10B. Z tabulky je vidět, že v průběhu sledovaného období ceny některých potravinářských produktů velmi výrazně oscilovaly, jejich průměrné tempo růstu hodnoty bylo výrazně vyšší v porovnání s jinými položkami, a dále pak je vidět, že zprůměrované hodnoty odchylek od průměrných cen v případě některých realizovaných produktů velmi kolísaly – zejména ve vztahu k dlouhodobé průměrné ceně. Mezi položky s nejvyššími cenovými výkyvy můžeme zařadit praženou zrnkovou kávu, jejíž cena ve sledovaném období trvale rostla. Další významné položky v tomto ohledu představují brambory (dáno sezonními výkyvy v ceně), rýže, cibule, pšeničná mouka, sušené a pasterované mléko, chléb, tuky a oleje, máslo, vybrané ovoce a zelenina, vejce a cukr. Naopak mezi položky s relativně stabilními cenami a minimálními relativními odchylkami vzhledem k průměrné jednotkové ceně lze zařadit například salámy, vepřové a hovězí maso, sůl, citrusové plody, alkoholické nápoje a cukrovinky – níže uvedená tabulka poskytuje základní přehled o vývoji cen vybraného segmentu potravin a dále pak poskytuje i základní informaci o chování cen v čase prostřednictvím bazického indexu, řetězového indexu, průměrné ceny, průměrné odchylky a podílu průměrné odchylky ve vztahu k průměrné spotřebitelské ceně daného produktu.

Tabulka 11 Cenové diference existující v případě maloobchodního trhu s potravinami mezi jednotlivými regiony v rámci České republiky

Table 11 Price differences existing in the case of the retail food market between selected regions in the Czech Republic

2005 = 100; 100 = republikový průměr ¹	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 leden ²	2013 květen ³
Hl. m. Praha	100,3	99,7	100,2	99,3	100,4	99,5	98,4	99,3	99,5
Středočeský	101,1	102,9	102,0	101,4	102,5	101,9	101,3	101,6	103,0
Jihočeský	100,5	101,3	101,5	100,2	100,2	99,3	100,2	100,0	99,5
Plzeňský	97,3	98,1	100,8	99,7	101,0	100,7	98,8	100,8	100,7
Karlovarský	104,0	105,0	106,2	103,7	100,7	101,0	99,7	100,7	99,4
Ústecký	96,5	98,3	96,4	96,5	97,4	97,9	100,3	99,1	98,3
Liberecký	102,4	100,0	98,8	101,3	98,6	100,0	100,2	99,0	99,9
Královéhradecký	102,7	101,4	100,3	100,7	99,7	101,7	100,1	100,0	100,8
Pardubický	95,8	97,4	98,2	100,3	101,6	102,9	100,9	102,0	101,6
Vysočina	100,9	99,6	99,2	99,0	100,3	100,1	101,7	100,1	101,8
Jihomoravský	99,0	100,3	100,7	101,9	101,8	101,3	100,6	101,3	102,1
Olomoucký	100,3	99,5	99,3	99,0	99,1	98,5	100,5	99,7	99,1
Zlínský	102,6	99,5	99,7	99,7	99,7	99,9	100,2	99,3	99,2
Moravskoslezský	96,7	96,9	96,7	97,3	97,0	97,3	96,9	97,3	95,2

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, 2013

Source: ČSÚ, own calculations, 2013

Notes: ¹nationwide average, ²January, ³May.

Specifickým rysem vývoje spotřebitelských cen na trhu ČR je jejich diferencovanost ve vztahu k jednotlivým regionům – krajům. V případě ČR dlouhodobě platí, že nejvyšší spotřebitelské ceny potravin lze nalézt zejména ve Středočeském kraji, Jihočeském kraji, Karlovarském kraji, Královéhradeckém kraji, Jihomoravském kraji a na Vysočině. Naopak podprůměrné ceny potravin ve vztahu k celorepublikovému průměru lze nalézt v případě Ústeckého kraje, Olomouckého kraje, Zlínského kraje a Moravskoslezského kraje. Pro cenové diference existující mezi jednotlivými kraji neexistuje zcela jednoznačné vysvětlení. Diference jsou dány lokálními podmínkami a situací na trhu, dále pak jsou dány mírou koncentrace trhu a konkurence v dané lokalitě (Hambalková, 2008). Výše příjmů v dané lokalitě potom obecně nepředstavuje rozhodující faktor pro určení cenové politiky řetězců, neboť mezi regiony s nejvyššími cenami můžeme najít jak regiony obecně ekonomicky silné, tak i regiony ekonomicky slabší. Naopak mezi regiony s podprůměrnou úrovní spotřebitelských cen potravin můžeme najít Prahu, která představuje z hlediska ekonomického nejsilnější region v rámci České republiky.

Z hlediska růstu cen potravin v rámci jednotlivých regionů platí, že v jednotlivých krajích, v rámci období 2006 – 2013, došlo ke zvýšení cenové hladiny v rozmezí 21,5 – 34,8 %. Nejvyšší nárůst cen v posledních letech zaznamenaly Pardubický kraj, Plzeňský kraj, Jihomoravský kraj, Ústecký kraj, Středočeský kraj a Vysočina. Naopak nejméně dynamicky rostly spotřebitelské ceny v Karlovarském kraji, Zlínském kraji, Libereckém kraji, Královéhradeckém kraji a Moravskoslezském kraji. Hlavní město Praha se pak drželo z hlediska tempa růstu spotřebitelských cen blízko republikovému průměru. Zajímavým rysem českého maloobchodu je pak skutečnost, že zejména v roce 2013 nedošlo k nikterak výraznému nárůstu cen potravin v porovnání s ostatními roky navzdory navýšení nepřímých daní, růstu cen energií atd. Cenový růst za první pololetí roku 2013 nikterak zatím nevybočil z dlouhodobého průměru – který se pohybuje na úrovni cca 3% růstu cen potravin ročně.

Tabulka 12 Vývoj tempa růstu hodnoty spotřebitelských cen potravin na úrovni jednotlivých regionů ČR – krajů

Table 12 The development of growth rate of consumer food prices value on the level of individual Czech regions

Řetězový index ¹	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 Leden ²	2013 Květen ³	Řetězový index ¹ 2006 - 2013	Bazický index ⁴ 2013/2006
Pardubický	1,166	0,961	0,973	1,078	1,038	1,037	1,034	1,032	1,038	1,348
Plzeňský	1,157	0,979	0,943	1,078	1,021	1,037	1,043	1,034	1,035	1,316
Jihomoravský	1,161	0,958	0,965	1,063	1,019	1,050	1,030	1,044	1,034	1,311
Ústecký	1,168	0,935	0,955	1,074	1,029	1,084	1,011	1,027	1,033	1,295
Středočeský	1,167	0,945	0,948	1,076	1,017	1,052	1,026	1,049	1,033	1,294
Vysočina	1,132	0,949	0,952	1,077	1,022	1,074	1,007	1,053	1,032	1,282
Česká republika	1,146	0,953	0,953	1,064	1,024	1,057	1,023	1,035	1,030	1,271
Hl. m. Praha	1,140	0,958	0,944	1,076	1,015	1,046	1,032	1,038	1,029	1,260
Jihočeský	1,156	0,956	0,940	1,065	1,015	1,066	1,021	1,030	1,029	1,259
Olomoucký	1,137	0,952	0,950	1,065	1,018	1,079	1,014	1,030	1,029	1,256
Moravskoslezský	1,149	0,951	0,958	1,061	1,028	1,053	1,027	1,013	1,028	1,251
Královéhradecký	1,132	0,943	0,957	1,053	1,045	1,040	1,022	1,044	1,028	1,248
Liberecký	1,119	0,942	0,977	1,036	1,039	1,059	1,011	1,045	1,027	1,240
Zlínský	1,112	0,955	0,953	1,064	1,006	1,082	1,014	1,035	1,026	1,229
Karlovarský	1,158	0,964	0,931	1,033	1,028	1,044	1,033	1,022	1,025	1,215

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování, 2013, Source: ČSÚ, own calculations, 2013

Notes: ¹Chain index, ²January, ³May, ⁴basic index.

3.2 Maloobchodní trh s potravinami v ČR – postavení jednotlivých retailových řetězců

Velké retailové řetězce kontrolují český trh s rychloobrátkovým zbožím. Obecně platí, že český trh představuje z hlediska konkurence jeden z nejdynamičtějších trhů (Incoma, 2012). V ČR operuje celá řada velkých nadnárodních řetězců provozujících téměř tři sta hypermarketů, a více než šest set supermarketů a šest set diskontních prodejen. Dále zde působí několik tisíc malých obchodů. Většina domácností při svých nákupu potravin preferuje zejména velké provozovny, cca 45 % domácností nakupuje převážně v hypermarketech, cca 25 % potom preferuje diskontní prodejny, osmnáct procent spotřebitelů preferuje supermarkety a jen třináct procent spotřebitelů při svých nákupu preferuje malé prodejny (Incoma, 2013). Z hlediska retailových řetězců pak spotřebitelé preferují nejvíce síť prodejen Kaufland. Obecně pak platí, že český maloobchodní trh s potravinami je ve srovnání se západní Evropou méně koncentrovaný a pětice nejvýznamnějších obchodníků operujících na tuzemském trhu nekontroluje ani jeho polovinu (Cimler, 2012). Pětice nejvýznamnějších řetězců kontroluje cca 46 – 50 % hodnoty tuzemského trhu s potravinami, což je výrazně méně v porovnání s většinou členských zemí Evropské unie (Podíl pěti nejsilnějších hráčů ve Švédsku – 88 %, Dánsku – 84,7 %, Finsku – 83,6 %, Belgii – 75,3 %, Lucembursku – 72,5 %, Rakousku 66,9 %, Francii – 63 %, Německu – 62,9 %, Portugalsku 61,5 %, Španělsku – 60,5 %, Irsku 56,9 %, Nizozemsku – 54,1 %, Slovensku 53,4 %, Velké Británii 51,7 % - zdroj Cimler, 2012). V případě českého retailového trhu platí, že žádný z velkých hráčů neovládá více než 10 % jeho hodnoty – což představuje unikát z pohledu většiny evropských zemí, kde největší řetězec zpravidla kontroluje cca 20 – 30 % trhu. Zatímco ve většině zemí tři nejsilnější řetězce kontrolují více než polovinu trhu – v ČR to je pouze necelých třicet procent. O vysoké míře konkurence panující mezi řetězci na trhu ČR již bylo výše řečeno - v tomto ohledu pak stojí za zmínku, že většina českých spotřebitelů žije v lokacích, v rámci kterých působí na trhu minimálně sedm obchodních řetězců – kde v mnoha případech vzdálenost mezi provozovnami jednotlivých konkurentů nepřevyšuje několik set metrů. Jedničkou českého trhu je Ahold (který provozuje dvě sítě provozoven – Albert supermarket a Al-

bert hypermarket), následovaný Kauflandem, Tescem, Penny Marketem, Makrem, Coopem, Lidllem, Billou, Globusem a Sparem.

Tabulka 13 Podíl jednotlivých řetězců na trhu v ČR v roce 2011

Table 13 The share of individual retails on the Czech market in 2011

Společnost ¹	Prodejny ²	Tržní podíl ³
Ahold ČR	Albert, Albert hypermarket	9,70%
Kaufland ČR	Kaufland	9,30%
Tesco Stores	Tesco	8,10%
Penny Market	Penny Market	7,70%
Makro Cash and Carry ČR	Makro	6,60%
Coop	Coop, Terno, Tuty, Jednota	6,50%
Lidl ČR	Lidl	5,80%
Billa	Billa, Big Billa	5,80%
Globus ČR	Globus	4,20%
Spar ČR	Interspar, Spar, CitySpar	2,80%

Zdroj: Incoma, 2012

Source: Incoma, 2012

Notes: ¹Company, ²shops, ³market share.

Tabulka 14 Vztah zákazníků a řetězců na trhu ČR, počet provozoven v roce 2012

Table 14 Relationships of customers and retails on the Czech market, number of businesses in 2012

Řetězec ¹	Počet domácností v tis. ²		% domácností ³		Počet prodejen v roce 2012 ⁴
	věrné řetězci (utrátí největší část výdajů) ⁵	nakupují alespoň 1krát za měsíc ⁶	věrné řetězci (utrátí největší část výdajů) ⁵	nakupují alespoň 1krát za měsíc ⁶	
1. Kaufland	943	2009	22	46	106
2. Tesco	658	1395	15	32	232
3. Albert	588	1399	13	32	282
4. Penny Market	535	1531	12	35	344
5. Coop	329	908	8	21	2822
6. Lidl	263	1487	6	34	228
7.-8. Billa	250	846	6	19	205
7.-8. Globus	250	645	6	15	15
9. Interspar	206	570	5	13	33
10. Hruška	118	430	3	10	412

Zdroj: Incoma, 2012

Source: Incoma, 2012

Notes: ¹retail, ²number of households in thousands, ³households in %, ⁴number of businesses in 2012, ⁵loyal to retail (spending most expenditures), ⁶buying at least once a month.

Ve vztahu k zákazníkům si jednotlivé řetězce budují velmi silnou pozici, každý z řetězců se snaží zákazníky zaujmout odlišnou strategií (Horská, 2007). V současné době platí za nejlepší strategii optimální mix cena a kvalita (Kubicová, 2008). Nejlépe si v tomto ohledu vede Kaufland, jehož provozovny v roce 2012 navštívilo nejvíce zákazníků v rámci trhu ČR. Dalšími v pořadí jsou pak Tesco, Albert, Penny Market atd. – detail viz. tabulka 13. Z tabulky pak obecně vyplývá zjištění, že čeští spotřebitelé stále ve větší míře preferují realizaci svých nákupů zejména v hypermarketech, a to hlavně na úkor diskontů. Ve vztahu k chování spotřebitelů dochází v případě tuzemských zákazníků k určitým změnám – stále větší procento kupujících preferuje při svých nákupech zboží domácí provenience – dle výzkumu Incomy – cca 53 % kupujících uvedlo, že původ zboží je pro ně důležitý. Další změnou v oblasti chování českého spotřebitele je skutečnost, že pro spotřebitele již není cena hlavním a jediným kritériem při výběru zboží a že se zvyšuje podíl kvality zboží v rámci rozhodovacího procesu spotřebitele o realizaci nákupu (Incoma, 2012). Dalším důležitým zjištěním charakterizujícím vztah spotřebitel - prodejce je skutečnost, že cca 70 % domácností realizuje své

nákupy v rámci pouze pěti obchodních řetězců: Kaufland, Tesco, Albert (podíl TOP 3 ve vztahu k počtu nakupujících je 50 %), Penny Market a COOP.

Tabulka 15 Podíl jednotlivých řetězců na tržbách v maloobchodě

Table 15 The share of individual retails on retail sales

Tržby v mld. Kč, vč. DPH ¹		
Skupina ²	2010	2011
Schwartz ČR	63,2	65,5
Kaufland	40,0	42,0
Lidl ČR	23,2	23,5
Rewe	51,1	53,6
Billa	22,2	22,6
Penny Market	28,9	31,0
Tesco Stores ČR		
Tesco hypermarket		
Tesco supermarket		
Tesco Expres	47,5	51,0
Ahold ČR		
Albert hypermarket		
Alber supermarket	42,3	44,0
Makro Cash and Carry CR	33,1	32,5
Globus ČR	26,1	27,0
COOP	26,0	25,9
Spar ČR	13,0	14,1
Interspar		
Spar supermarket	12,3	13,4
Spar Šumava	0,7	0,7

Zdroj: Incoma, 2012

Source: Incoma, 2012

Notes: ¹Sales in billion CZK, incl. VAT, ²company

Z údajů o tržbách v případě největších řetězců operujících na trhu ČR vyplývá, že v minulých letech tyto řetězce realizovaly tržby v úhrnné hodnotě převyšující 300 mld. Kč za rok. Nejsilnějšími aktéry jsou pak na trhu zejména skupiny Schwartz, Rewe a Tesco Stores. Obecně je z údajů o tržbách vidět již výše uvedený trend oslabování pozice supermarketů a zejména diskontů ve prospěch velkých hypermarketů. V době krize pak platí stále více, že domácnosti se při svých nákupech stále více orientují na kvalitu. Spotřebitelé v tomto ohledu stále více preferují zlevněné značkové zboží v hypermarketech před levným zbožím v diskontech (Incoma, 2013). Češi se stále více orientují na slevy a ty se stávají stále významnějším nástrojem boje o zákazníka. V tomto ohledu se hypermarkety vzhledem ke své velikosti a počtu nabízeného zboží prosazují na trhu mnohem efektivněji v porovnání s diskonty s omezeným sortimentem.

Dalším důležitým rysem českého maloobchodu jsou trvale rostoucí ceny potravin. Jak již bylo výše uvedeno, ceny rostou jak v důsledku globálního růstu cen, tak i v důsledku růstu cen na trhu zemí EU a zejména pak také v důsledku cenové konvergence působící v rámci trhu zemí EU. Ceny potravin na trhu EU v posledních letech vzrostly o cca 25 %, zatímco ceny na trhu ČR vzrostly o cca 30 %. Vliv na růst cen má nejen inflace, ale i rostoucí daň a také struktura konzumovaného zboží – kdy se v posledních letech klade čím dál tím vyšší důraz na jeho kvalitu – nicméně růst v oblasti kvality je zcela logicky doprovázen i růstem v oblasti jednotkových cen nakupovaného zboží. Vzhledem ke skutečnosti, že stále ještě není dokončena cenová transformace tuzemského trhu, a vzhledem ke skutečnosti, že se neustále mění i spotřebitelské chování (Skořepa, Hes, Dušek, 2006; Hes, 2010; Stávková, 2007; Šálková, Hes, 2010), o vývoji na evropském a globálním trhu (vliv růstu populace, růstu kupní síly populace, růstu významu obchodu, ubývání zemědělské půdy,

rostoucí nezemědělské využití agrárních produktů atd. – Jeníček, 2010; Vošta, 2012; Svatoš, 2008; Jeníček, 2009; Cihelková, 2002; Kuna, 2010) ani nemluvě, lze konstatovat, že v příštích letech ceny potravin i nadále porostou. Na druhou stranu však lze očekávat, že poroste i kupní síla českého spotřebitele (Kubicová a kol, 2012), což se bude dále projevovat zejména v rostoucích nárocích ve vztahu k nakupovanému zboží. Důležitou roli pak v oblasti cenotvorby bude představovat i daňová politika státu, a to zejména v oblasti nastavení sazeb nepřímých daní – DPH a spotřební daň.

Ve vztahu k vývoji cen v případě maloobchodu – poskytuje následující tabulka 16 stručný přehled o vývoji spotřebitelských cen v případě sedmi vybraných řetězců působících na trhu v ČR. Těchto sedm řetězců je vybráno vzhledem k tomu, že autoři tohoto článku se v rámci realizovaného terénního sběru dat zaměřili na oblasti, kde se v rámci jedné lokace nachází alespoň šest řetězců v těsné blízkosti – v tomto ohledu se pak vyprofiloval v tabulce a v metodice uvedený seznam řetězců.

Tabulka 16 A Vývoj spotřebitelských cen potravin ve vybraných řetězcích v ČR – terénní šetření (hodnota analyzovaného spotřebního koše)

Table 16 A Development of consumer food prices in selected retails in the Czech Republic - own research (the value of analysed consumer basket)

	Penny Market	Albert	Lidl	Billa	Kaufland	Tesco	Interspar
2011 březen ¹	815,8	931,5	885,3	962,9	859,6	881,9	966,7
2011 červen ²	824,3	955,7	956,9	1015,0	866,3	894,3	904,3
2011 září ³	831,3	945,2	930,2	976,2	842,2	877,9	884,3
2011 pros. ⁴	905,1	932,3	941,1	1027,9	868,8	951,8	996,2
2012 březen ¹	955,4	1010,9	1059,6	1075,9	962,5	1002,9	1031,2
2012 červen ²	955,4	1010,9	1023,2	1140,8	966,4	1006,9	1035,1
2012 září ³	1021,9	1041,4	994,6	1133,5	967,8	1006,9	899,2
2012 pros. ⁴	1047,2	1015,2	1048,0	1299,3	928,1	1135,2	1059,2
2013 březen ¹	887,2	957,3	1018,0	1075,5	969,0	1114,2	943,3
2013 červen ²	1078,2	893,7	1086,7	1236,2	1049,7	1123,4	1038,2
Řetěz. index ⁵	1,3	1,1	1,2	1,3	1,2	1,3	1,1
Korelace ceny na trhu ČR ⁶	0,79	0,20	0,90	0,77	0,95	0,92	0,46
Elasticita ⁷	3,81	0,44	2,75	3,62	3,18	4,29	1,45
Stabilita (průměrná odchylka) ⁸	79,44	40,16	52,78	86,51	55,05	78,45	56,21

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes: ¹March, ²June, ³September, ⁴December, ⁵chain index, ⁶price correlation on the Czech market, ⁷elasticity, ⁸stability (average deviation).

Tabulka 16 B Vývoj spotřebitelských cen potravin ve vybraných řetězcích v ČR – terénní šetření (vývoj cenového indexu vztaženého k analyzovanému spotřebnímu koši)

Table 16 B Development of consumer food prices in selected retailers in the Czech Republic - own research (the development of price index related to analysed consumer basket)

%	Penny Market	Albert	Lidl	Billa	Kaufland	Tesco	Interspar
2011 březen ¹	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2011 červen ²	101,0	102,6	108,1	105,4	100,8	101,4	93,5
2011 září ³	101,9	101,5	105,1	101,4	98,0	99,5	91,5
2011 prosinec ⁴	110,9	100,1	106,3	106,7	101,1	107,9	103,1
2012 březen ¹	117,1	108,5	119,7	111,7	112,0	113,7	106,7
2012 červen ²	117,1	108,5	115,6	118,5	112,4	114,2	107,1
2012 září ³	125,3	111,8	112,3	117,7	112,6	114,2	93,0
2012 prosinec ⁴	128,4	109,0	118,4	134,9	108,0	128,7	109,6
2013 březen ¹	108,8	102,8	115,0	111,7	112,7	126,3	97,6
2013 červen ²	132,2	95,9	122,7	128,4	122,1	127,4	107,4

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes: ¹March, ²June, ³September, ⁴December, ⁵chain index, ⁶price correlation on the Czech market, ⁷elasticity, ⁸stability (average deviation).**Tabulka 16 C** Vývoj spotřebitelských cen potravin ve vybraných řetězcích v ČR – terénní šetření (pořadí řetězců dle finální ceny spotřebního koše v jednotlivých čtvrtletích)

Table 16 C Development of consumer food prices in selected retailers in the Czech Republic - own research (descending order of individual retailers in relation to final price of analysed consumer basket in individual quarters of year)

	Penny Market	Albert	Lidl	Billa	Kaufland	Tesco	Interspar
2011 březen ¹	1	5	4	6	2	3	7
2011 červen ²	1	5	6	7	2	3	4
2011 září ³	1	6	5	7	2	3	4
2011 pros. ⁴	2	3	4	7	1	5	6
2012 březen ¹	1	4	6	7	2	3	5
2012 červen ²	1	4	5	7	2	3	6
2012 září ³	5	6	3	7	2	4	1
2012 pros. ⁴	4	2	5	7	1	6	3
2013 březen ¹	1	3	5	6	4	7	2
2013 červen ²	4	1	5	7	2	6	3

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes: ¹March, ²June, ³September, ⁴December, ⁵chain index, ⁶price correlation on the Czech market, ⁷elasticity, ⁸stability (average deviation).

Tabulka 17 Hodnota odchylek od průměrných cen jednotlivých potravin prodávaných ve vybraných řetězcích v České republice v Kč

Table 17 The value of deviations from the average food prices in selected retails in the Czech Republic [CZK]

	Penny Market		Albert		Lidl		Billa		Kaufland		Tesco		Interspar	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Mrkev bal. ¹	2,48	15,11	1,68	10,43	5,11	27,34	2,68	14,03	3,07	20,03	2,71	17,25	2,80	18,77
Cibule vol. ²	2,20	18,09	2,83	22,46	8,05	41,60	2,60	14,53	2,04	17,05	1,80	15,09	2,76	21,48
Banány ³	3,69	13,52	3,83	13,45	4,24	16,92	4,26	12,53	5,38	21,28	5,17	22,77	8,60	33,38
Pome- ranče ⁴	6,53	27,58	5,00	18,25	7,82	26,20	4,96	14,55	4,22	14,78	4,68	17,76	5,25	18,85
Jablka - gold del. ⁵	3,78	11,72	5,00	19,69	2,99	9,07	7,24	19,51	6,88	30,50	7,78	27,00	7,77	27,25
eidam 45 % box ⁶	21,26	17,07	6,80	4,46	11,44	8,27	38,50	22,02	13,47	10,89	34,96	18,05	13,16	8,03
eidam 30 % box ⁷	10,34	8,20	10,96	8,90	10,27	8,28	13,60	9,58	3,83	2,55	7,07	5,45	18,15	16,36
chléb Šumava ⁸	2,85	11,82	2,77	11,60	2,60	11,06	2,40	9,82	3,00	13,21	2,83	11,85	6,26	27,54
1 litr sluneč. oleje ⁹	1,94	5,67	2,28	6,97	1,80	5,31	3,98	11,64	4,19	13,64	9,76	26,69	3,92	10,13
Jihlavanka standard 250g ¹⁰	8,88	15,58	10,68	19,07	6,24	9,71	9,40	18,99	7,45	19,47	7,50	15,70	8,75	17,39
1 kg hladké mouky ¹¹	2,31	26,20	1,67	16,48	1,79	18,02	1,34	11,63	1,52	15,83	1,58	16,32	1,62	15,86
1 kg cukr krystal ¹²	1,96	9,12	1,52	7,00	1,60	7,34	2,80	12,23	1,54	7,11	1,90	8,75	1,66	7,57
1 kg dlou. rýže ¹³	0,96	4,78	0,36	1,83	1,42	6,84	1,44	6,61	1,20	6,18	0,56	2,82	0,34	1,69
kuře chlaz 1 kg ¹⁴	8,83	14,39	9,00	12,52	11,70	18,40	8,00	11,44	8,77	12,82	14,35	25,75	9,06	13,31
Vepř.kotleta s kostí 1kg ¹⁵	9,91	8,38	6,43	5,84	8,28	6,73	23,60	18,10	9,10	8,69	7,86	6,77	8,55	7,49
Vepř. kotle- ta bez kosti 1kg ¹⁶	25,70	19,38	17,29	11,63	9,34	5,74	13,00	7,43	7,83	4,97	14,51	9,71	11,49	7,37
mléko trv. 1l ¹⁷	0,88	6,07	0,96	6,58	1,75	11,66	2,00	14,39	2,51	17,91	2,52	18,61	2,16	15,06
jogurt bílý Hollandia 500 g ¹⁸	0,84	4,62	0,77	4,21	1,22	9,45	1,12	6,05	2,48	14,94	1,69	9,84	1,58	8,48
máslo 250g ¹⁹	2,14	7,64	1,64	5,84	1,96	7,05	3,00	9,71	2,39	8,88	2,91	10,18	1,32	4,87
10 vajec M ²⁰	10,00	32,36	7,20	23,30	7,00	23,41	6,52	20,06	10,06	36,43	8,62	25,03	6,31	20,26
Bram- bory ²¹	8,68	37,13	4,85	28,28	6,29	27,85	11,17	39,78	5,96	37,94	9,05	35,21	5,35	34,07

Poznámka: 1 – průměrná odchylka v rámci sledovaného období, 2 – podíl hodnoty průměrné odchylky od průměrné ceny ve sledovaném období v %²³

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes: ¹packed carrots, ²unpacked onion, ³bananas, ⁴oranges, ⁵apples gold.del., ⁶eidam cheese 45 % box, ⁷eidam cheese 30 % box, ⁸bread Šumava, ⁹sunflower oil, ¹⁰coffee Jihlavanka standard, ¹¹soft wheat flour, ¹²sugar crystal, ¹³long grain rice, ¹⁴chickens whole drawn, ¹⁵pork roast with bone, ¹⁶pork roast boneless, ¹⁷milk durable, ¹⁸yogurt Hollandia white, ¹⁹butter, ²⁰eggs M, ²¹potato, ²²the average deviation in the reference period, ²³the percentage of the value of the average deviation from the average price in the reference period.

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že v rámci sledovaného koše potravinářských produktů (informace o složení koše viz. kapitola metodika) v případě většiny sledovaných řetězců vývoj cen úzce koreluje s vývojem indexu cen potravin na trhu v ČR – tomuto vývoji se vymykají pouze Interspar a Albert (supermarkety). Obecně pak také z tabulky vyplývá, že jednotlivé řetězce při tvorbě cen velmi pružně/elasticky reagují na změny hodnoty průměrného cenového indexu potravin na trhu v ČR. Nejpružněji v tomto ohledu reagují Tesco, Penny Market, Billa a Kaufland. Nejméně pružně pak reaguje Albert. V průběhu sledovaného období pak všechny řetězce postupně navýšovaly cenu monitorovaného zboží. Růst ceny se pohyboval průměrně v rozmezí 1 – 3 % ročně přičemž, nejrychleji ceny rostly v případě Penny Marketu, Billy a Tesca. Nejpomaleji pak ceny rostly v případě Albertu, Intersparu a Kauflandu. V rámci sledovaného období pak Penny Market navýšil průměrnou cenu realizovaného nákupního koše o 32,2 indexního bodu, Billa o 28,4 indexního bodu, Tesco o 27,4 indexního bodu, Lidl o 22,7 indexního bodu, Kaufland o 22,1 indexního bodu, Interspar o 7,4 indexního bodu a Albert dokonce snížil v průběhu sledovaného období průměrnou hodnotu nákupního koše (Nicméně v případě Alberta se v červnu 2013 na výsledku podepsal velmi výrazný-nadprůměrný počet slev, který ve značné shodě kopíroval kompozici zvoleného spotřebního koše. Pokud bychom brali v potaz ceny beze slev, potom by v případě Albertu růst cen za sledované období dosáhl cca 10 indexních bodů).

Tabulka 18 Podíl hodnoty průměrné odchylky na hodnotě průměrné ceny jednotlivých analyzovaných potravin ve vybraných retailových řetězcích v rámci sledovaného období

Table 18 Share of the average deviation value on the price average of individual food products analyzed in selected retail chains in monitored period

Brambory ¹	34,62%
10 vajec M ²	25,63%
Cibule volná ³	22,57%
Jablka - gold del. (volné) ⁴	19,96%
Pomeranče ⁵	19,44%
Banány ⁶	18,65%
Mrkev balená ⁷	17,66%
1 kg hladké mouky Bratři Zátkové ⁸	16,92%
káva Jihlavanka standard 250g ⁹	16,22%
kuře chlazené standard - 1 kg ¹⁰	15,19%
Chléb šumava ks 1200g ¹¹	13,74%
eidam 45 % box ¹²	13,03%
mléko trvanlivé nejlev. - 1l ¹³	12,79%
1 litr sluneč. Oleje Aureol ¹⁴	11,56%
vepřová kotleta bez kosti nejlev. - 1kg ¹⁵	9,17%
vepřová kotleta s kostí nejlev. - 1kg ¹⁶	9,03%
1 kg cukr krystal ISM ¹⁷	8,47%
eidam 30 % box ¹⁸	8,19%
jogurt bílý Hollandia - 500 g ¹⁹	8,06%
nejlevnější máslo - 250 g ²⁰	7,78%
1 kg dlouhozrn. rýže Navary ²¹	4,43%

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes: ¹potatoes, ²10 eggs M, ³onions unpackaged, ⁴apples - gold del. (unpackaged), ⁵oranges, ⁶bananas, ⁷carrots unpackaged, ⁸1 kg flour Bratři Zatkove, ⁹coffee Jihlavanka standard 250 g, ¹⁰standard chilled chicken - 1 kg, ¹¹Bread šumava ks 1200 g, ¹²Eidam 45% box, ¹³milk durable cheapest. - 1l, ¹⁴1 liter sunflower oil Aureol,

¹⁵boneless pork chop cheapest - 1 kg, ¹⁶pork chop with bone cheapest - 1 kg, ¹⁷1 kg sugar crystal ISM, ¹⁸Eidam 30% box, ¹⁹white yogurt Hollandia - 500 g, ²⁰cheapest butter - 250 g, ²¹1 kg long grain rice Navary.

Pokud bychom seřadili jednotlivé řetězce podle ceny realizovaného nákupního koše, zjistíme, že dlouhodobě nejlevnějším řetězcem v rámci monitorovaných subjektů je Kaufland, dále pak následují Penny Market a Albert. Nejdražším subjektem na trhu je pak bezkonkurenčně Billa. Důležitým faktorem z hlediska hodnocení jednotlivých řetězců je i cenová stabilita nabízeného zboží. Na základě výpočtu průměrné odchylky vyplývá (viz. výše uvedená Tabulka 16), že nejstabilnější ceny lze nalézt v případě Albertu, Lidlu, Kauflandu a Intersparu. Naopak velmi výrazné cenové výkyvy existují v případě Tesca, Penny Marketu a Billy. Vedle celkové stability cenového koše v případě jednotlivých řetězců je zajímavé se podívat i na stabilitu cen jeho jednotlivých komponentů - viz. tabulka 17. Z uvedených údajů vyplývá, že v rámci všech řetězců v průměru nejstabilnější ceny lze nalézt v případě rýže, másla, bílého jogurtu, sýrů, cukru a masa. Naopak položky s nejvyšší mírou cenové fluktuace jsou brambory, vejce, cibule, jablka, pomeranče, banány, mrkev mouka a káva – většinou se tedy jedná zboží – kde se projevuje vliv sezónnosti – Tabulka 18. Obecně platí, že ceny v průměru v případě jednotlivých řetězců více či méně kopírují obecný vývojový trend platný v rámci trhu ČR – viz. diskuse výše. Nicméně platí, že v rámci jednotlivých řetězců existují určité diference v oblasti míry fluktuace cen v případě jednotlivých sledovaných potravinářských produktů – viz. tabulka 20. Nicméně obecně platí, že jednotlivé řetězce mají tendenci kopírovat své konkurenty – v tomto ohledu významná míra korelace existuje zejména v cenových politikách Penny Marketu, Lidlu, Billy a Tesca. Omezená míra korelace ve vztahu k cenám hlavních konkurentů pak existuje v případě Intersparu a zcela nezávislým hráčem z hlediska cenové politiky ve vztahu k partnerům se jeví na základě sebraných dat Albert – detail viz. tabulka 19.

Tabulka 19 Míra korelace cen potravin v rámci cenové politiky mezi jednotlivými řetězci – analýza vybraného segmentu potravin v letech 2011 – 2013

Table 19 The correlation degree of food prices within price policy of individual retails - analysis of selected food segment in the years 2011 - 2013

Korelace ¹	Penny Market	Albert	Lidl	Billa	Kaufland	Tesco	Interspar
Penny Market	1,0000	0,3071	0,8228	0,9224	0,8047	0,7976	0,5966
Albert	0,3071	1,0000	0,2651	0,3045	0,1369	0,1660	0,0544
Lidl	0,8228	0,2651	1,0000	0,8209	0,8795	0,8501	0,6143
Billa	0,9224	0,3045	0,8209	1,0000	0,7154	0,8666	0,6452
Kaufland	0,8047	0,1369	0,8795	0,7154	1,0000	0,8083	0,4868
Tesco	0,7976	0,1660	0,8501	0,8666	0,8083	1,0000	0,5843
Interspar	0,5966	0,0544	0,6143	0,6452	0,4868	0,5843	1,0000

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes:¹Correlation.

Tabulka 20 Podíl průměrné odchylky na hodnotě průměrné ceny potravin v jednotlivých sledovaných řetězcích v rámci sledovaného období

Table 20 Share of the average deviation on the average price value of foodstuffs analyzed in selected retail chains in monitored period

Penny Market		Albert		Lidl		Billa		Kaufland		Tesco		Interspar	
7	37,1%	7	28,3%	8	41,6%	7	39,8%	7	37,9%	7	35,2%	7	34,1%
5	32,4%	5	23,3%	7	27,9%	10	22,0%	5	36,4%	12	27,0%	6	33,4%
19	27,6%	8	22,5%	17	27,3%	5	20,1%	12	30,5%	4	26,7%	11	27,5%
3	26,2%	12	19,7%	19	26,2%	12	19,5%	6	21,3%	15	25,7%	12	27,2%
20	19,4%	14	19,1%	5	23,4%	14	19,0%	17	20,0%	5	25,0%	8	21,5%
8	18,1%	19	18,2%	15	18,4%	21	18,1%	14	19,5%	6	22,8%	5	20,3%
10	17,1%	3	16,5%	3	18,0%	19	14,5%	16	17,9%	16	18,6%	19	18,8%
14	15,6%	6	13,4%	6	16,9%	8	14,5%	8	17,0%	10	18,1%	17	18,8%
17	15,1%	15	12,5%	16	11,7%	16	14,4%	3	15,8%	19	17,8%	14	17,4%
15	14,4%	20	11,6%	11	11,1%	17	14,0%	13	14,9%	17	17,3%	9	16,4%
6	13,5%	11	11,6%	14	9,7%	6	12,5%	19	14,8%	3	16,3%	3	15,9%
11	11,8%	17	10,4%	13	9,5%	1	12,2%	4	13,6%	14	15,7%	16	15,1%
12	11,7%	9	8,9%	12	9,1%	4	11,6%	11	13,2%	8	15,1%	15	13,3%
1	9,1%	1	7,0%	9	8,3%	3	11,6%	15	12,8%	11	11,9%	4	10,1%
21	8,4%	4	7,0%	10	8,3%	15	11,4%	10	10,9%	18	10,2%	13	8,5%
9	8,2%	16	6,6%	1	7,3%	11	9,8%	18	8,9%	13	9,8%	10	8,0%
18	7,6%	21	5,8%	18	7,1%	18	9,7%	21	8,7%	20	9,7%	1	7,6%
16	6,1%	18	5,8%	2	6,8%	9	9,6%	1	7,1%	1	8,7%	21	7,5%
4	5,7%	10	4,5%	21	6,7%	20	7,4%	2	6,2%	21	6,8%	20	7,4%
2	4,8%	13	4,2%	20	5,7%	2	6,6%	20	5,0%	9	5,5%	18	4,9%
13	4,6%	2	1,8%	4	5,3%	13	6,1%	9	2,6%	2	2,8%	2	1,7%

Poznámka: ¹ – cukr, ² – dlouhozrnná rýže, 3 – hladká mouka, 4 – slunečnicový olej, 5 – vejce, 6 – banány, 7 – brambory, 8 – cibule, ⁹ – eidam 30 %, 10 – eidam 45 %, 11 – chléb Šumava, 12 – jablka, 13 – jogurt bílý, 14 – káva, ¹⁵ – kuře, ¹⁶ – mléko, 17 – mrkev, 18 – máslo, 19 – pomeranče, 20 – vepřová kotleta s kostí, 21 – vepřová kotleta bez kosti.

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Source: own research, 2013

Notes: 1 sugar, 2 long grain rice, 3 flour, 4 sunflower oil, 5 eggs, 6 bananas, 7 potatoes, 8 onions, 9 Eidam 30%, 10Eidam 45%, 11 Šumava bread, 12 apples, 13 yogurt white, 14 coffee 15 chicken, 16 milk 17 carrot, 18 butter 19 oranges, 20 pork chop with bones, 21 pork chop boneless.

4 Závěr

Český trh s potravinářskými produkty prošel v posledních letech celou řadou změn, které významně ovlivnily jeho podobu a charakter. Zejména v oblasti vývoje spotřebitelských cen konzumovaných produktů pak došlo k velmi výraznému posunu, který byl ve znamení kontinuálního růstu cenové hladiny v případě potravinářského zboží.

Ve vztahu ke stanoveným cílům tohoto článku pak lze konstatovat následující:

Ceny na trhu ČR velmi silně korelují zejména ve vztahu k trhu zemí EU, znatelně slabší korelaci (i když stále významnou) vykazují ve vztahu k trhu světovému. V tomto ohledu je však nutno zdůraznit existující diferenci v oblasti elasticity českých cen v případě jejich vztahu k cenám na trhu EU a trhu světovém. Zatímco ve vztahu k trhu EU je elasticita cen na trhu ČR velmi vysoká (velmi pružná - více než 1 %), v případě vztahu k cenám světovým pak ceny českého trhu vykazují velmi nízkou míru elasticity (cca 0,3 %).

Co se týká vzájemného vztahu vývoje cen na trhu ČR a trhu EU (respektive ostatních členských zemí EU), lze uvést, že ČR kopíruje obecné vývojové trendy existující v rámci trhu zemí EU. Růst

cen potravin na trhu ČR je velmi blízký průměrnému tempu růstu hodnoty indexu cen potravin na trhu EU. Vyšší míra tempa růstu hodnoty v porovnání s tempem růstu ceny potravin v rámci EU pak souvisí s tím, že ČR stejně jako ostatní nové členské státy postupně srovnává cenovou hladinu potravin zejména ve vztahu k zemím EU15 (staré členské země EU) – vedle klasické inflace a obecného trendu růstu cen potravin ve světě se na růstu cen potravin v ČR a v dalších nových členských státech podepisuje také konvergenční a transformační proces.

Ve vztahu k vývoji cen na vlastním trhu ČR lze uvést, že v případě jednotlivých komoditních segmentů z výsledku analýz plyne, že ceny potravin nejdynamičtěji rostly v případě ovoce a zeleniny, olejů a tuků, mléčných výrobků, ryb a mořských plodů, drůbežního a hovězího masa a obilovin a pekařských produktů. Důležité je zmínit, že v rámci ČR neexistuje jednotná cenová hladina a mezi jednotlivými regiony (krajy) se vyskytují nezanedbatelné cenové diference. Co se charakteru českého maloobchodního trhu týká, je nutno uvést, že ten je na jednu stranu velmi koncentrovaný – relativně malý počet hráčů kontroluje charakter trhu – nicméně v porovnání s evropským průměrem je možno říci, že trh je vysoce konkurenční, neboť žádný ze subjektů trhu jasně nedominuje. Jednotlivé retailové řetězce v rámci svých cenových politik více či méně kopírují obecné cenové trendy a tendence poplatné vývoji tuzemského trhu a zejména pak trhu EU.

V tomto ohledu lze očekávat, že se retailový trh bude i nadále více koncentrovat a konkurence mezi řetězci se bude vyostřovat a některé z řetězců budou nuceny snižovat svůj podíl na trhu anebo, po vzoru některých řetězců z minulosti, trh dříve či později vyklidí, jako se tak stalo v případě řetězců Delvita, Julius Meinl a Carrefour (v současné době pole vyklidí rovněž i Interspar).

Dominantní postavení na trhu si pak dlouhodobě udržují zejména skupiny Schwartz, Rewe a Tesco Stores. Do budoucna lze očekávat, že spotřebitelské ceny potravin na českém retailovém trhu i nadále porostou. Cenový vývoj pak bude ve vleku změn, ke kterým dojde na světovém a zejména pak evropském trhu. Velmi významnou roli při formování podoby trhu a cenové politiky bude hrát i postavení české ekonomiky v rámci ekonomiky zemí EU. Na vývoji spotřebitelských cen se v příštích letech projeví schopnost - respektive neschopnost - české ekonomiky vymanit se ze současných ekonomických problémů, důležitou roli budou hrát rovněž vývoj v oblasti cen vstupů, inflace, daňové politiky, vývoje kupní síly populace a v neposlední řadě bude hrát důležitou roli vývoj v oblasti preferencí spotřebitelů a jejich konzumních návyků.

Poděkování

Tento článek je součástí výzkumu zpracovávaného v rámci výzkumného záměru 6046070906, financovaného Ministerstvem školství mládeže a tělovýchovy České republiky.

Literatura

- Bašek, V., & Kraus, J. (2009). Czech foreign agricultural trade after joining the European Union. *Agric. Econ. – Czech.*, 55(3), 583–595.
- Beneš, V. (2004) *Zahraniční obchod – příručka pro obchodní praxi*. Grada Publishing.
- Bielik, P., et al. (2010a). *Economics, social policies and citizenship in the Europe of regions*. Nitra: SPU Nitra.
- Bielik, P., et al. (2010b) *Economics, social policy and citizenship in the EU Evidence of V4 countries and perspectives for Ukraine*. Nitra: SPU Nitra.
- Burianová, J. (2010). The Trends of the Agrarian Foreign Trade of CR after Accession to EU, Competitiveness of Commodities. *Agris – online*. 2010, 2(1), 3-11.
- Burianová, J., & Belová, A. (2012). The Competitiveness of Agricultural Foreign Trade Commodities of the CR Assessed by Way of the Lafay Index. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, IV(4), 7-36.
- Burianová, J. (2011). Agrární zahraniční obchod ČR v období 2004–2008, konkurenceschopnost komodit. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelinanae Brunensis*, 2011, 59 (4), 37-42
- Cihelková, E., et al. (2002) *Světová ekonomika – Regiony a integrace*. Praha: GRADA Publishing,

- Cimler, P. (2011). *Obchod, pohostinství a ubytování v ČR: (výkony, kapacity a poptávka 2008-2011)*. Praha: Oeconomica.
- ČSÚ. Statistika a statistické databáze (on-line), 2013. Dostupné: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/statistika>. [05/06/2013]
- Dougherty, Ch. (2002). *Introduction to Econometrics*. New York: Oxford University Press.
- Drabík, D., & Bártová, L. (2008). *An Assessment of the Impact of the EU Enlargement on Agri-food Trade of New EU Member States*. Nitra: SPU Nitra.
- EUROSTAT. (2013) Statistické databáze (on-line), Dostupné: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database. [18/06/2013]
- FAO, FAOSTAT database (2013): dostupné: <<http://faostat.fao.org/>>, náhled: 08/06/2013.
- FAO-OECD. Agricultural outlook 2010-2019 [on-line]. 2010. [cit. 06.06.2011]. Dostupné z: http://www.oecd.org/document/10/0,3746,en_21571361_44315115_42852746_1_1_1_1,00.html.
- Gujarati, D.N. (1988). *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Hambálková, M. (2008). *Zahraničný agropotravinársky obchod, sprasný stav a jeho perspektivy*. Nitra: SPU.
- Hes, A., et al. (2010). *Chování spotřebitele při nákupu potravin*. Praha: ALFA.
- Hindls, R. a kol. (2007). *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional publishing.
- Horská, E. (2007). *Mezinárodní marketing*. Nitra: SPU Nitra.
- Horská, E. (2010). *European studies on intercultural dimension of international business: marketing and managerial consequences*. Nitra: SPU Nitra.
- INCOMA. (2011). *Incoma market monitor 8/ 2011*. Incoma: Praha.
- INCOMA. (2012). *Shopping monitor, 2012*. Incoma: Praha.
- INCOMA. (2013). *Shopping monitor, 2013*. Incoma: Praha.
- Jeníček, V. (2010). Population problem in the future – challenges, questions. *Agric. Econ. – Czech*, 56 (4), 97–107.
- Jeníček, V. (2009). The role of foreign trade and its effects. *Agric. Econ. – Czech*, 55(6), 211–220.
- Kjeldsen-Kragh, S. (2004). *International trade policy*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Kubicová, L. (2008). *Vývoj spotřebitelského dopytu po potravinách*. Nitra: SPU.
- Kubicová, L. a kol. (2012). Income Situation of the Households in the Slovak and the Czech Republic. *Acta oeconomica et informatica (online)*, 15(1).
- Kuna, Z. (2010). *Demografický a potravinový problém světa*. Praha: Wolters-Kluwer.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2005). *Statistical Techniques in Business & Economics*. New York: McGraw-Hill.
- Lukas, Z., & Poschl, J., et al. (2004) *Možnosti a bariéry rozvoje zemědělství v zemích střední a východní Evropy v rámci EU – 25*. Praha: Ministerstvo zemědělství.
- Mezera, J. a kol. (2010). *Panorama potravinářského průmyslu 2009*. Praha: MZE ČR.
- Onour, I. A., & Sergi, B.S. (2011). Modeling and forecasting volatility in the global food commodity prices. *Agric. Econ. – Czech*, 57(3), 132-139.
- Pokrivčák, J., Drabík, D. a kol. (2008). *Agricultural Trade in Central and Eastern Europe*. Nitra: SPU Nitra,
- Rosochatecká, E., & Smutka, L. (2010). Postavení zemědělců, potravinářů a obchodníků na trhu – vzájemný vliv (symbióza, či vzájemný boj?). *Potravinářská revue*, 7(7), 11-24.
- Šálková, D., & Hes, A. (2010). Aspekty chování spotřebitelů při nákupu potravin. *Communication Today*. 1(1), 125–132.
- Skořepa, L., Hes, A., & Dušek, J. (2006). *Preference spotřebitelů na trhu potravin*. Praha: ČZU v Praze.
- Stávková, J. (2007). *Trendy spotřebitelského chování*. Brno: MENDELU.
- Svatoš, M. (2008). Selected trends forming European agriculture. *Agric.Econ.-Czech*, 54(3), 94-101.
- Svatoš, M., et al. (2009). *Zahraniční obchod – teorie a praxe*. První vydání. Praha: Grada.
- Svatoš, M., & Smutka, L. (2011). The process of price convergence in selected EU countries. *Acta Universitatis Bohemicae Meridionales*, 14(2), 29–43.
- UN FAO. (2011). *The State of Food and Agriculture 2010 – 2011*. Roma: FAO.
- Alder, A., Smutka, L., Hes, A. (2011). *Vnitřní a vnější faktory formující český trh s potravinami*. Praha: Pow-erprint.
- Vološin, J. et al. (2011). Analysis of external and internal influences on CR agrarian foreign trade. *Agric. Econ. – Czech*, 57(9), 422-435.
- Vošta M. (2012). Agriculture under the conditions of globalisation focussed on the expansion of the EU. *Agric. Econ. – Czech*, 58(4). 165-171.

Consumer Food Prices in the Czech Republic in the European and Global Context

Luboš Smutka, Michal Steininger, Eva Rosochatecká

Abstract: *The article deals with the development of consumer prices in the Czech Republic in the context of food prices in the European Union and the World market. This article aims to identify consumer prices development in the market in the Czech Republic in relation to the development of consumer prices in the world market and the EU market. The paper is also analyzing the development of consumer prices in relation to individual commodities and products sold in Czech retail companies. The position of the most significant retail chains in Czech market is highlighted and price differences among individual retail chains are identified. In relation to the results it can be said: Prices on the Czech market very strongly correlate especially in relation to the EU market, a little bit lower (but still significant) correlation is existing in relation to the World market. Czech consumer price sensitivity is very strong - very flexible to changes in the price level on the market of the EU (cc more than 1%) and vice versa inelastic (cc 0,3%) with respect to changes in the price level on the World market. CR follows the general development price trends which exist in the EU market. In relation to particular commodity segments in CR we can say that food prices increased fastest in case of fruit and vegetables, oils and fats, dairy products, fish and seafood, poultry, beef and cereals and bakery products. In the Czech Republic there is no uniform price level between regions. On the one hand Czech retail market is very concentrated - a relatively small number of players control the character of the market - but compared to the European average we can say that the market is highly competitive (the result of this development is the fact that already several retail companies left the Czech market during the last several years), because none of the subjects clearly dominates on the market. Individual retail chains in their pricing policies more or less follow the same general price trends and tendencies which are similar to the price development of the domestic market and especially the EU market.*

Key words: Foodstuff · Consumer · Retail market · Price · Price difference · Index · Trend · Czech Republic · European Union · Word · Development · Influence · Elasticity.

JEL Classification: Q11 · Q13 · Q17 · Q18