

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Bakalářská práce

Vývoj českého trhu mobilních operátorů

Eliška Urbancová

© 2016 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Eliška Urbancová

Podnikání a administrativa

Název práce

Vývoj českého trhu mobilních operátorů

Název anglicky

The Development of the Czech Mobile Phone Operators Market

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce bude analyzovat vývoj českého trhu mobilních operátorů od roku 1993 do roku 2013. Práce bude primárně zaměřena na transformaci monopolní konkurence v tomto odvětví do oligopolní konkurence. Vedlejším cílem práce bude analýza vývoje cen služeb jednotlivých poskytovatelů, jejich vzájemné porovnání a vstup Free tarifů na český trh.

Metodika

Bakalářská práce bude podložena odbornou literaturou zabývající se především teoretickou rovinou témat nedokonalé konkurence, monopolem, oligopolem a historií jednotlivých mobilních operátorů. V teoretické části budou představeny formy nedokonalé konkurence a praktické ukázky na českém i zahraničním trhu a detailněji rozpracovaná historie českého trhu mobilních operátorů, jejich vstup na trh a následný vývoj v rámci konkurence. Analytická část se bude zaměřovat na vývoj cen a tržeb jednotlivých operátorů od roku 1993 do roku 2013, kdy tyto informace budou čerpány z internetových stránek těchto operátorů a při osobní šetření. To by mělo probíhat na prodejních místech a to formou ústní rozpravy či dotazníku menšího rozsahu. Výsledky z šetření budou zpracovány ve formě grafů vývoje cen a tržeb pro jednotlivé operátory i jako souhrnné porovnání mezi operátory v průběhu času. V rámci tohoto zpracování by se měl zobrazit rozdíl v cenách při vstupu Free tarifů na náš trh. Při zpracování bakalářské práce bude použita metoda deskripce, analýza a syntéza a metoda komparace.

Doporučený rozsah práce

50 stran

Klíčová slova

ČR, mobilní operátor, nedokonalá konkurence, oligopol, cena, tarif

Doporučené zdroje informací

BRČÁK, Josef, SEKERKA, Bohuslav, SVOBODA, Roman. Mikroekonomie- teorie a praxe. 1. vyd., Praha: Aleš Čeněk, 2013. ISBN: 978-80-7380-453-4

LABINI, Paolo Sylos. Oligopol a technický pokrok. 1. Vyd, Praha: Nakladatelství Svoboda, 1967.

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. Vývoj soutěžního práva [on-line]. Dostupný z www: <https://www.uohs.cz/cs/o-uradu/historie-uradu/vyvoj-soutezniho-prava.html>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. Účetní závěrka [2012], výroční zpráva [2012], zpráva o vztazích dle §66a ods.9, zpráva auditora. [on-line]. 2012-12-31. 236 s. (PDF). Dostupný z www: <https://or.justice.cz/ias/content/download?id=062107a95d414c718bd96c6a1f39f44a>

Zákon č. 143/2001 ze dne 4. dubna 2001 o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže)

Předběžný termín obhajoby

2015/16 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Roman Svoboda, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 29. 10. 2015

doc. Ing. Josef Brčák, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 10. 11. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 06. 03. 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Vývoj českého trhu mobilních operátorů" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 7. 3. 2016

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Romanu Svobodovi, Ph.D. za konzultaci a odborné vedení mé bakalářské práce. Děkuji také Mgr. Dagmar Urbancové za korekturu.

Vývoj českého trhu mobilních operátorů

Souhrn

Bakalářská práce se zabývá vznikem a vývojem trhu mobilních operátorů po roce 1990.

Hlavní částí bakalářské práce je porovnání vývoje cen a druhů nabízených služeb jednotlivými operátory s přihlédnutím k postupnému zaplňování trhu dalšími novými podnikatelskými subjekty v tomto oboru.

Druhá část je věnována posouzení těchto mobilních operátorů z hlediska jejich dominance na trhu s cílem formulovat objektivně podložený důkaz, zda operátoři neporušují hospodářskou soutěž.

V příložených grafech a tabulkách práce porovnává ceny tarifů v jednotlivých časových obdobích pro samotné operátory a poskytuje jejich komparace mezi sebou.

Klíčová slova: ČR, mobilní operátor, nedokonalá konkurence, monopol, oligopol, cena, tarif

The Development of the Czech Mobile Phone Operators Market

Summary

Bachelor thesis deal with the beginning and development of the market of mobile operators after 1990.

The main part of the Bachelor's thesis is comparison of the development of prices and the types of services offered by different operators with regard to the gradual filling of the market other new businesses in the branch.

The second part presents to the appreciation of this mobile operator in terms of their dominance in the market with an intention to formulating objectively substantiated evidence, whether operators will not break the economic competition.

In the accompanying charts and tables, work compares the prices of tariff in each of the time periods for the operators and provides their comparison between them.

Keywords: The Czech republic, mobile operator, imperfect competition, monopoly, oligopoly, prize, tariff

Obsah

1. Úvod	11
2. Cíl a metodika	12
2.1. Cíl.....	12
2.2. Metodika	12
3. Teoretická východiska	13
3.1. Nedokonalá konkurence	13
3.1.1. Monopol.....	13
3.1.2. Oligopol	26
3.1.3. Monopolistická konkurence.....	30
3.1.4. Porovnání s dokonalou konkurencí.....	31
3.2. Mediální monopol	32
4. Vlastní práce.....	34
4.1. Zmapování situace před a po vstupu mobilní sítě.....	34
4.2. Historie jednotlivých mobilních operátorů a jejich transformace	37
4.2.1. Eurotel.....	37
4.2.2. Radiomobil.....	41
4.2.3. Český mobil	43
4.3. Velká trojka na trhu a její porovnání	45
4.4. Pokuty udělené Úřadem na ochranu hospodářské soutěže pro mobilní operátory ..	48
.....	48
4.5. Vstup Free tarifů a ovlivnění tržeb mobilních operátorů.....	53
4.5.1. Přehled peněžních toků největších českých mobilních operátorů	54
5. Výsledky a diskuze.....	59
Závěr	60
Seznam použitých zdrojů	62

Seznam obrázků

Obrázek 1- Úspory z rozsahu.....	16
Obrázek 2- Křivka poptávky monopolu	18
Obrázek 3- Maximalizace zisku	18
Obrázek 4- Dokonalá diskriminace a cenový přebytek spotřebitele	20
Obrázek 5- Cenová diskriminace 2. stupně	21
Obrázek 6- Typy konkurence a typ reakce konkurenta	27
Obrázek 7- Jeden z prvních mobilních telefonů	36

Obrázek 8- Nové logo Eurotelu	37
Obrázek 9- Logo O2	40
Obrázek 10- Logo Paegas	41
Obrázek 11- Logo T-mobile	42
Obrázek 12- Logo vodafone	44

Seznam tabulek

Tabulka 1- Výše pokut pro výrobce PISU	24
Tabulka 2- Ceny tarifů Eurotelu v roce 1995 bez DPH.....	35
Tabulka 3- Program KONTAKT	36
Tabulka 4- Vývoj počtu zákazníků Eurotelu v letech 1992-1998	38
Tabulka 5- Finanční porovnání let 1997 a 1998	39
Tabulka 6- Tarify pro Eurotel GO	39
Tabulka 7- Magnetické tarify pro rok 2005	40
Tabulka 8- Přehled tarifů platných od 1.2.2003 pro T-Mobil	43
Tabulka 9 - Přehled prvních tarifů Českého mobilu a.s.	44
Tabulka 10- Porovnání cen Eurotelu a Paegase.....	45
Tabulka 11- Peagas sada z roku 1998	46
Tabulka 12- Tarify Oskara v roce 2000.....	47
Tabulka 13- Porovnání vybraných tarifů jednotlivých mobilních operátorů v roce 2000... 47	47
Tabulka 14- Srovnání cen předplacených karet pro rok 2001	48
Tabulka 15- Počet zahájených správních řízení v oblasti hospodářské soutěže.....	49
Tabulka 16- Jednotlivé pokuty v mil Kč	51
Tabulka 17- Možné způsoby postupu řízení ÚOHS	52
Tabulka 18- Přehled neomezených tarifů O2 NEON	53
Tabulka 19- Přehled cash flow jednotlivých operátorů	55

Seznam grafů

Graf 1- Výše pokuty jednotlivým výrobcům PISU v %.....	25
Graf 2- Výše uložených sankcí v I. stupni.....	49
Graf 3- Výskyt mobilních operátorů v jednotlivých řízení ÚOHS.....	50
Graf 4- Celková výše pokut v prvním stupni.....	51

Graf 5- Čistý peněžní tok z provozní činnosti O2	56
Graf 6- Čistý peněžní tok z provozní činnosti Vodanonu	57
Graf 7- Čistý peněžní tok z provozní činnosti T-mobile	57
Graf 8- Porovnání peněžních toků	58

1. Úvod

Bakalářská práce pojednává o problematice českého trhu mobilních operátorů. V práci je řešeno dominantní postavení jediné firmy na trhu, kdy právě tato firma může jakkoliv ovlivňovat cenu či množství produktu.

V roce 1968 uvedl Výzkumný ústav spojů do provozu první radiotelefonní síť, která byla prvotně vytvořena k služebním účelům. Jak její obliba rostla, začala se používat i mimo své účely, a to především jako služba pro funkcionáře. V dalších letech jí začali hojně využívat provozovatelé taxi služby. Již v 70. letech dochází ke spojení výroby se společností Tesla Pardubice a v roce 1981 je u nás spuštěna Nordisk MobilTelefoni síť (dále jen NMT).

S revolucí mobilní sítě přichází 12. září 1991 společnost Eurotel. V prvních letech má několik málo tisíc zákazníků, avšak do pěti let disponuje 354 500 zákazníky. Pořízení mobilního telefonu bylo v těchto dobách velmi nákladné. Navzdory vysoké pořizovací ceně si tento způsob komunikace rychle našel své příznivce. Na trh během pár let nastupuje druhý operátor, a to společnost RadioMobil a.s., známá pod svou obchodní značkou Paegas. Jako poslední vstupuje na trh v roce 2000 společnost Oskar.

V průběhu následujících 25 let po spuštění sítě prošel trh mobilních operátorů velkými změnami. Největší pokrok zaznamenaly tarify, které se již v prvních pěti letech od spuštění výrazně změnilly. Konkurenční prostředí dovedlo Eurotel k poznání, že si své zákazníky neudrží na vysokých cenách a vstupních poplatcích, tudíž zavádí novou sadu tarifů. Začíná upouštět od vstupních poplatků, přestává se používat rozlišení na špičku a mimo špičku a nově se začínají dotovat mobilní telefony k tarifu. Postupně se trhu přizpůsobují i ostatní poskytovatelé. Jedním z velkých mezníků v trendu snižování cen byl vstup FREE tarifů. Ty znamenaly neomezenou svobodu při volání či posílání SMS.

Přestože se může zdát, že dosavadní operátoři mají silné postavení na trhu a svou nabídkou určují trend, na trh nově pronikají i tzv. virtuální operátoři, kteří v nedávné době přišli se svojí nabídkou. Jejich poskytování služeb je silně omezeno tím, že jsou silně závislých na síťových operátorech.

2. Cíl a metodika

2.1. Cíl

Hlavním cílem bakalářské práce bude analyzovat vývoj českého trhu mobilních operátorů od roku 1993 do roku 2013. Práce bude primárně zaměřena na transformaci monopolní konkurence v tomto odvětví do oligopolní konkurence. Vedlejším cílem práce bude analýza vývoje cen služeb jednotlivých poskytovatelů, jejich vzájemné porovnání a vstup Free tarifů na český trh.

2.2. Metodika

Bakalářská práce bude podložena odbornou literaturou zabývající se především teoretickou rovinou témat nedokonalé konkurence, monopolem, oligopolem a historií jednotlivých mobilních operátorů. V teoretické části budou představeny formy nedokonalé konkurence a praktické ukázky na českém i zahraničním trhu a detailněji rozpracovaná historie českého trhu mobilních operátorů, jejich vstup na trh a následný vývoj v rámci konkurence. Analytická část se bude zaměřovat na vývoj cen a tržeb jednotlivých operátorů od roku 1993 do roku 2013, kdy tyto informace budou čerpány z internetových stránek těchto operátorů a při osobní šetření. To by mělo probíhat na prodejních místech a to formou ústní rozpravy či dotazníku menšího rozsahu. Výsledky z šetření budou zpracovány ve formě grafů vývoje cen a tržeb pro jednotlivé operátory i jako souhrnné porovnání mezi operátory v průběhu času. V rámci tohoto zpracování by se měl zobrazit rozdíl v cenách při vstupu Free tarifů na náš trh. Při zpracování bakalářské práce bude použita metoda deskripce, analýza a syntéza a metoda komparace.

3. Teoretická východiska

3.1. Nedokonalá konkurence

V rámci tržní struktury rozlišujeme dva základní typy konkurence. Prvním z nich je typ dokonalá konkurence, kde prodávající je příjemce ceny (price-taker)¹ a druhým typem je konkurence nedokonalá, kde prodávající je tvůrcem ceny (price-maker)². Nedokonalou pak dále můžeme rozlišovat na monopol, oligopol a monopolistickou konkurenci.³

Tyto typy tržní struktury se rozlišují do dvou modelů. Teoretický model, do něhož se řadí dokonalá konkurence a monopol a reálný ekonomický model, zahrnující oligopol a monopolistickou konkurenci.⁴

3.1.1. Monopol

Monopol se v tržní struktuře řadí na opačný konec spektra, než kde se nachází dokonalá konkurence.⁵

Termín monopol pochází z řečtiny a je tvořen dvěma částmi, kde slovo „monos“ je označením pro *jednoho* a „polein“ je pak označení pro *prodávat*. V překladu pak monopol znamená jeden prodávající. V rámci nabídky jednotlivé typy označujeme jako monopol, popř. oligopol, pokud se jedná o stranu poptávky, pak jde o monopson⁶, z řeckého „opson“ v překladu *trh*.⁷

Hlavním předpokladem monopolu je, že na trhu existuje pouze jeden prodávající produktu a že k tomuto produktu neexistuje žádný blízký substitut, tedy žádný podobný produkt.^{8,9}

¹ HOLMAN, R. *Mikroekonomie. Středně pokročilý kurz*. 2002.

² Tamtéž.

³ MACÁKOVÁ, L a kol., *Mikroekonomie. Základní kurz*. 2003.

⁴ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

⁵ Tamtéž.

⁶ Jedná o jeden subjekt, který poptává a na druhé straně je více nabízejících. Mezi typické příklady se řadí trh práce.

⁷ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

⁸ MACÁKOVÁ, L a kol., *Mikroekonomie. Základní kurz*. 2003.

⁹ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

Dalším podstatným rysem monopolu, obdobně jako všech dalších typů v rámci nedokonalé konkurence, je schopnost tvorby tržní ceny produktu a rozhodnutí o množství vyrobeného produktu. Monopol v rámci své nabídky produktu, k němuž neexistuje žádný blízký substituent, pokrývá celou tržní poptávku.¹⁰

3.1.1.1. Základní bariéry vstupu do odvětví

Podmínkou existence monopolu na trhu jsou bariéry, které znemožní vstup ostatní subjektů na trh. Takovýchto bariér může existovat mnoho, jako hlavní se uvádí čtyři zdroje tržní síly¹¹:

- Ovládání významných zdrojů
- Úspory z rozsahu
- Patenty
- Státní licence a koncese
-

Jako páté se někdy uvádí i existence nedokonalé informace, která může mít dvě podoby. První je charakteristické omezení stejného přístupu na trh pro firmy, druhá se pak vymezuje nedokonalostí informací mezi prodávajícím a kupujícím.¹²

Jiné dělení pak můžeme charakterizovat jako bariéry administrativní (patenty, licence, cla) a přírodní bariéry (přírodní zdroje).¹³

Ovládání významných zdrojů (vstupů)

Ovládním vstupů, které jsou pro dané odvětví nepostradatelné, si daná firma zajistí jedinečné postavení v daném odvětví. Tím, že ovládá jedinečné zdroje, jako jsou nezbytné suroviny, úrodná půda či podzemní minerální prameny, ovládá tak i celé odvětví.¹⁴

V rámci tohoto vstupu ve většině případů nejde o maximální držení zdrojů. Typickým příkladem jsou níže uváděné firmy.

¹⁰ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

¹¹ FRANK, R. H. *Mikroekonomie a chování*. 1995.

¹² TULEJA, P., NEZVAL, P., MAJEROVÁ, I. *Základy mikroekonomie*. 2011.

¹³ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

¹⁴ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

Společnost deBeers Diamond Mines označována jako kartel de Beers, která má kontrolu nad většinou světových zásob přírodních diamantů. Uvádí se, že právě de Beers odpovídá za 80% produkce diamantů.¹⁵

Před druhou světovou válkou firma Alcoa (Aluminium Company of America) měla kontrolu nad zdroji bauxitu v USA, a proto byla výhradním výrovcem hliníku v této oblasti. Toto postavení jí vydrželo až dodnes a v jejím čele se vystřídal i bývalý ministr financí Spojených stát amerických Paul O'Neill.¹⁶

Mezi evropské společnosti ovládající významné zdroje pak bezpochyby patří francouzská společnost Perrier, prodávající minerální vodu, která je podle francouzských zákonů jedinou právoplatnou minerální vodou.¹⁷

Úspory z rozsahu (přirozené monopoly)

Zabezpečení nabídky produktu s tak nízkými průměrnými náklady, které by nemohlo zabezpečit ani několik firem, vede ke vzniku přirozeného monopolu a ke vzniku bariéry pro vstup dalších subjektů.^{18,19}

¹⁵ VARIAN, H.R. *Mikroekonomie. Moderní přístup*. 1995.

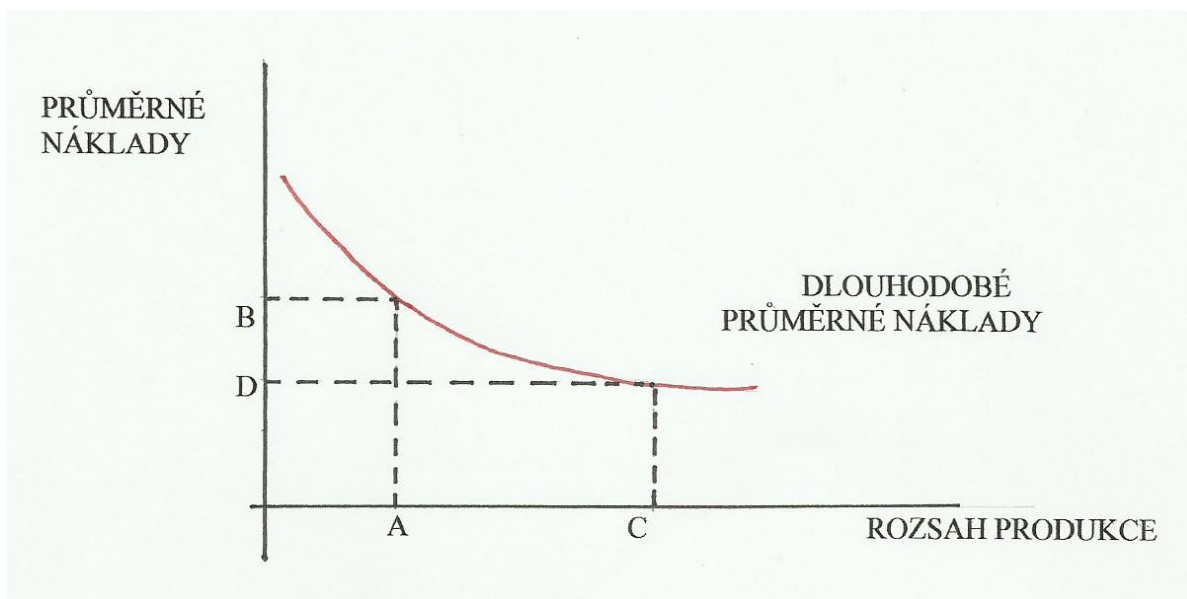
¹⁶ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

¹⁷ iDNES.cz. *Pasquale má vodní říši na hraně monopolu*.

¹⁸ Při vstupu efektivní firmy na trh by došlo k „přesycení trhu“, které by vedlo ke snížení ceny produktu a tím by se ztratil význam vstupu na trh pro další firmy. V opačné situaci, kdy by na trh vstoupila firma, která by nedosahovala na optimální rozsah výroby, musela by být z odvětví vypouzena.

¹⁹ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

Obrázek 1 - Úspory z rozsahu



Zdroj: Vlastní zpracování na základě Jurečka, V. a kol, Mikroekonomie

Patenty

Udělením patentu získává firma výlučné právo na danou technologii. Díky této technologii má pak firma právo vyrábět jedinečný výrobek, který by jiné firmy neměly produkovat²⁰. Na českém trhu se porušování práv spojených s vydáním patentu či ochranných známek stále vyskytuje, především na trhu se značkovým oblečením²¹.

Jeden z významných patentů světa je nazýván TRIPS. Jedná se o dohodu WTO (World Trade Organization, v překladu Světová obchodní organizace), která zajišťuje délku patentu od jeho registrace na 20 let, avšak vlastní délku si upravují státy sami. Samostatná délka patentové ochrany se stanovuje podle samostatné technologie, proto u léčiv se stanovuje na 20 let. Samostatný vývoj a testování může totiž trvat několik let.²²

²⁰ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

²¹ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

²² HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

Státní licence a koncese

Udělení licence nebo koncese²³ bylo zavedeno už za dob panovníků, kteří na svém území udělovali práva, jako byla práva hrdelní, varné nebo právo na těžbu. V dnešní době díky udělování státní licence nebo koncese vzniká nejvíce monopolů, které mohou být přísně regulované a kontrolované státem.²⁴

V českém prostředí je nejtypičtějším držitelem státní licence Česká pošta, která disponuje licenci na doručování písemností. Jednou z nevýhod státní licence a vytvoření monopolu se stává demotivace firmy v zlepšování poskytovaných služeb, snižování ceny a to i v dobách, kdy na český trh vstupují expresní zásilkové služby.²⁵

V souvislosti s udělováním státních licencí se mluví o administrativním monopolu, čímž někdy bývají nazývány Státní tiskárny, které jsou jako jediný institut oprávněny tisknout některé dokumenty a ceniny.²⁶

3.1.1.2. Maximalizace zisku monopolu

Jako každá firma, tak i monopolní struktura provozuje svou činnost za účelem maximalizace ekonomického zisku a to tak, aby rozdíl mezi celkovými příjmy a celkovými náklady byl co největší.²⁷

Monopol jako jediná firma na trhu se nemusí obávat konkurence, a proto je stanovení ceny závislé pouze na ní. Výše ceny pro ni neznámá konkurenční boj a tak se většina firem soustředí spíše na maximalizaci výroby. Platí ovšem, že by monopolní firma měla brát v úvahu poptávku, a proto je při stanovení ceny P a množství Q limitována právě poptávkou. Firma se tedy rozhoduje pro stanovení ceny nebo pro volbu rozsahu výroby.

28, 29,30

Pro křivku poptávky monopolu platí, že je křivkou klesající.

²³ Oprávnění, výsada.

²⁴ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

²⁵ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

²⁶ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

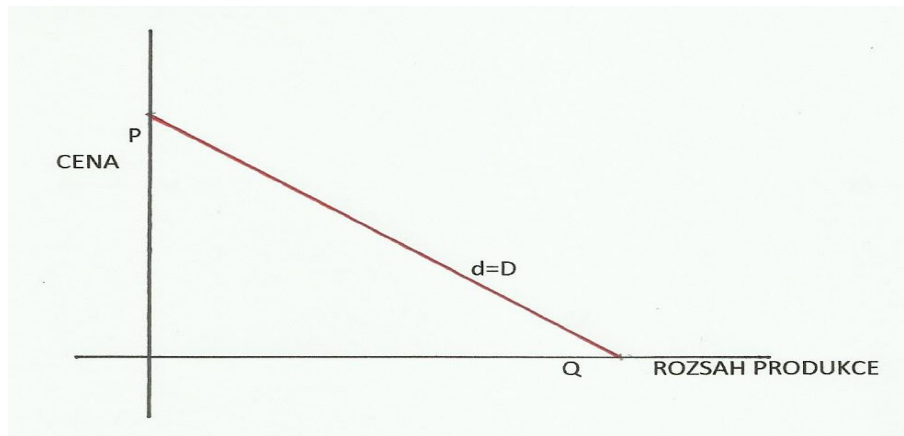
²⁷ Tamtéž.

²⁸ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

²⁹ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

³⁰ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

Obrázek 2- Křivka poptávky monopolu

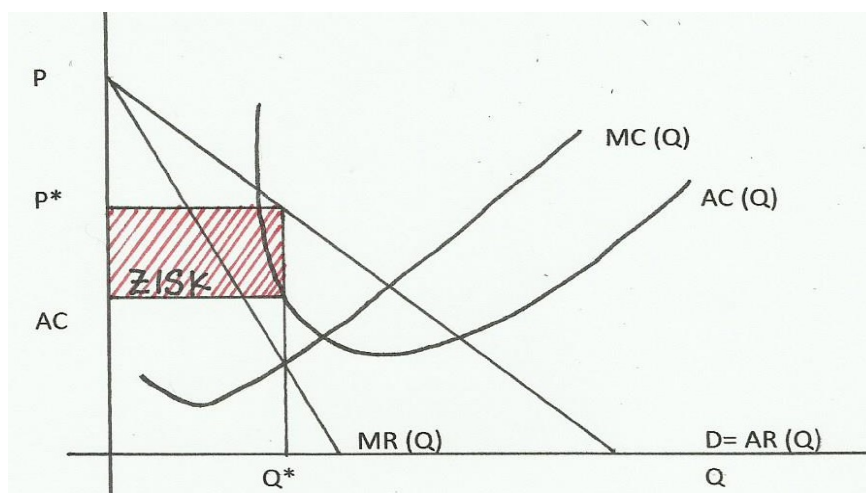


Zdroj: Vlastní zpracování na základě Jurečka, V. a kol, Mikroekonomie

Křivka vyjadřující poptávku v rámci monopolu je individuální křivkou, tak i křivkou poptávky v celém odvětví, kde existuje pouze jeden nabízející. V podmínkách monopolu pak křivka nabídky neexistuje.³¹

Obrázek 2 zobrazuje vztah mezi rozsahem produkce Q a cenou P . V tomto případě platí že, při zvýšení objemu produkce, cena klesá. Naopak pak růst ceny vyvolává pokles poptávky.

Obrázek 3- Maximalizace zisku



Zdroj: Vlastní zpracování na základě Brčák, J., Sekerka, B. Mikroekonomie

³¹ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

V podmínkách monopolu platí tzv. Zlaté pravidlo maximalizace zisku, které je vyjádřeno vztahem³²

$$MC(Q)=MR(Q),$$

kde mezní příjmy se rovnají mezním nákladům. Podle Roberta Holmana „...mezní náklady znamenají změnu celkových nákladů, která je vyvolána změnou produkce o jednotku. A mezní příjem znamená změnu celkového příjmu, která je vyvolána změnou prodeje o jednotku.“

Pro mezní příjmy platí, že mají dvojnásobný sklon. Vyplývá to z následujících vztahů³³:

Totální příjem TR je dán vztahem

$$TR=P*Q$$

kde P můžeme vyjádřit pomocí poptávkové funkce

$$P=a-bQ.$$

Po dosazení do rovnice dostáváme rovnicové vyjádření TR

$$TR=P*Q=(a-bQ)*Q= aQ-bQ^2$$

Derivací TR dostáváme MR, tedy mezní náklady

$$MR(Q)=a-2bQ.$$

Směrnice b v rovnici pro mezní příjmy je dvojnásobná vůči směrnici v původní poptávkové funkci, a proto jejich grafické zobrazení ukazuje, že křivka MR má dvojnásobný sklon vůči křivce D.³⁴

Optimální objem produkce Q*, který zajistí maximalizaci zisku, dostáváme v průsečíku křivek MR a MC. Optimální výši ceny dostáváme přenesením tohoto bodu na poptávkovou křivku. Monopol je právě křivkou poptávky limitován, proto při stanovení ceny je brána na vědomí. Monopolní zisk je pak ve výši rozdílu mezi optimální cenou P* a výší průměrných nákladů. V podmínkách monopolu firma nedosahuje maximálního zisku na úrovni nejnižších průměrných nákladů AC.³⁵

³² BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

³³ Tamtéž.

³⁴ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

³⁵ Tamtéž.

3.1.1.3. Cenová diskriminace

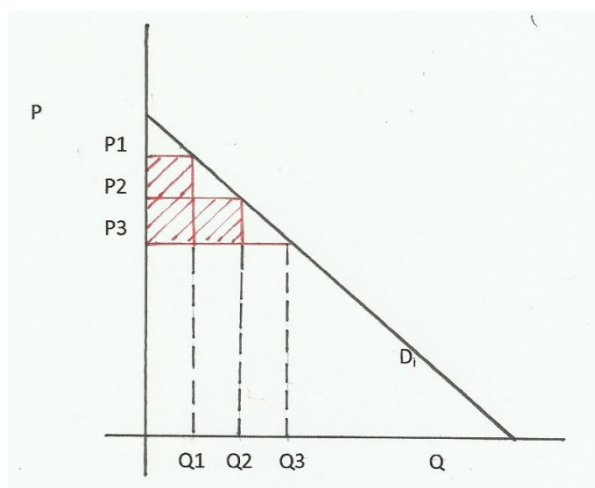
V rámci cenové diskriminace prodejce stanovuje jednotlivé ceny pro různé skupiny kupujících.

Cenová diskriminace 1. stupně

V rámci tzv. dokonalé diskriminace prodávající stanovuje rozdílnou cenu pro libovolný interval své produkce. Stanoví tedy maximální cenu, za kterou je kupující ochoten daný produkt koupit.³⁶

Dokonalá diskriminace bývá spíše teoretická, protože by prodávající musel znát všechny individuální poptávkové křivky svých zákazníků a tak by si zajistil veškerý přebytek spotřebitelů.

Obrázek 4- Dokonalá diskriminace a cenový přebytek spotřebitele



Zdroj: Vlastní zpracování na základě Brčák, J., Sekerka, B. Mikroekonomie

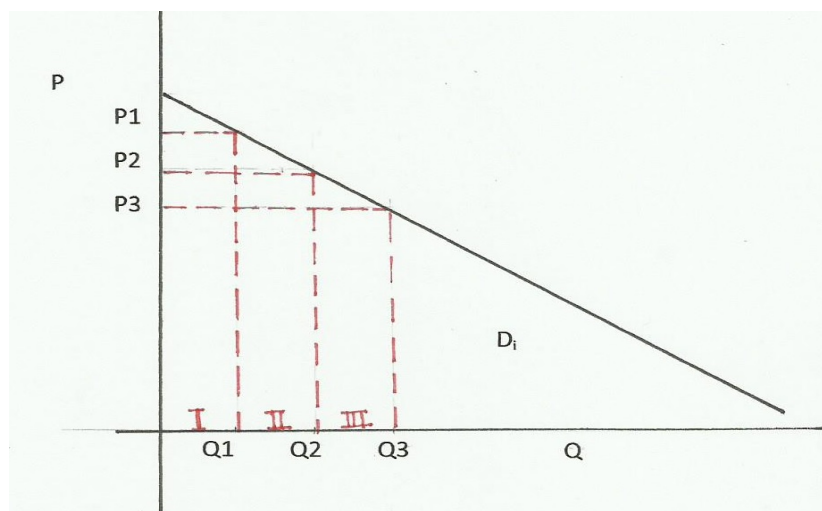
Cenová diskriminace 2. stupně

Prodávající si sám určí, jak bude jeho poptávková křivka vypadat, tedy křivka podél které bude cena P závislá na množství produkce Q klesat. Většinou se jedná o diskriminace ohledně objemu nakupovaného produktu, kdy prodávající rozdělí objem produkce do bloků a s vyšším objemem bude cena klesat. Tímto postupem lze získat pouze část přebytků spotřebitele.³⁷

³⁶ HOLMAN, R. *Mikroekonomie. Středně pokročilý kurz.* 2002.

³⁷ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie.* 2008.

Obrázek 5- Cenová diskriminace 2. stupně



Zdroj: Vlastní zpracování na základě Horejší, B., Soukupová, J., Macáková, L., Soukup, J. Mikroekonomie

Cenová diskriminace 3. stupně

V rámci diskriminace 3. stupně jsou pak spotřebitelé rozdělení do jednotlivých skupin a každá z nich má vlastní poptávkou křivku, která stanoví vlastní cenu. Typickým příkladem jsou potom slevy pro děti, studenty či důchodce.³⁸

Překážkový model cenové diskriminace

Prodávající vytváří pro své spotřebitele určitou překážku, která odhalí ty spotřebitele, kteří jsou na změnu ceny nejcitlivější. Tímto krokem získá představu o svých zákaznících, kteří se rozdělují podle elasticity poptávky do dvou skupin. První z nich budou mít elasticitu méně pružnou, nepřekonají překážku a zboží zakoupí za danou cenu a druhá skupina bude mít pružnější elasticitu a po překonání překážky zaplatí zboží se slevou.³⁹

Robert H. Frank ve své knize Mikroekonomie a chování uvádí příklad s poukážkou na slevu, kterou zákazníci musejí nejprve vyplnit, poté sehnat známku a obálku a nakonec jí donést na poštu a odeslat.

³⁸ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

³⁹ FRANK, R. H. *Mikroekonomie a chování*. 1995.

3.1.1.4. Ochrana hospodářské soutěže a antimonopolní úřad

Jedním z možných způsobů jak regulovat trh, kde má společnost monopolní postavení, je tzv. státní vlastnictví. Pokud chce soukromá firma splňovat podmínky efektivnosti, měla by stanovit cenu rovnou svým mezním nákladům. Na monopolním trhu však nemůže stanovit cenu nižší, než jsou mezní náklady, aby v dlouhém období dosahovala zisku a proto musí $P > MC$. Převedením společnosti do státního vlastnictví dojde k překonání neefektivnosti a stát, i když bude prodělávat, může svou ztrátu doplnit z rezerv, které vznikly při výběru daní.

V souvislosti se státním vlastnictvím přišel Harvey Leibenstein ve svém článku „Allocative Efficiency vs. X-Efficiency“ s termínem X-neefektivnost, kterým označuje nemotivovanost managementu, který vede státní podnik, ke snížení nákladů a dochází ke ztrátě efektivnosti.⁴⁰

Ochrana hospodářské soutěže, někdy nazývána jako antimonopolní politika⁴¹, zajišťuje na trhu rovnou spravedlnost pro všechny firmy, zamezuje vzniku kartelu nebo zneužívání postavení dominantní firmy na trhu. Prostřednictvím antimonopolní politiky hlídá stát i sám sebe a to zejména v oblasti veřejných zakázek.⁴²

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

V České republice funguje Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále ÚOHS). ÚOHS vznikl na základě zákona č. 273/1996 Sb., o působnosti Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Sídlem úřadu bylo zvoleno Brno, čímž byla deklarována jeho nezávislost na ústředních orgánech státní správy v Praze.⁴³

Předchůdci ÚOHS byly Český úřad pro hospodářskou soutěž, upraven zákonem č. 173/1991 Sb., České národní rady o zřízení Českého úřadu pro hospodářskou soutěž a v roce 1992 zřízené Ministerstvo pro hospodářskou soutěž. Dnes je ÚOHS ústředním orgánem státní správy, který je nezávislý ve svém rozhodování.⁴⁴

V čele ÚOHS stojí předseda, který je jmenován prezidentem republiky na návrh předsedy vlády. Jeho funkční období je dlouhé šest let a do své funkce může být zvolen

⁴⁰ Článek vyšel v periodiku American Economic Review v červnu 1966.

⁴¹ Protimonopolní politika.

⁴² JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

⁴³ Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Historie úřadu*. 26. 11. 2015.

⁴⁴ Tamtéž.

pouze dvakrát. Od roku 2009, a se znovuzvolením v roce 2015, je v čele ÚOHS Ing. Petr Rafaj.

ÚOHS má působnost pro celou Českou republiku, přesto je zavedena i sektorová regulace, například Český telekomunikační úřad nebo Energetický regulační úřad⁴⁵.

Hlavním úkolem pro regulaci je stanovení relevantního trhu. „Relevantním trhem je trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné nebo podobné“.⁴⁶ Tato stanovení je ve většině případů velmi subjektivní. Jako příklad ve své knize Mikroekonomie Robert Holman uvádí situaci, kdy ÚOHS rozhodl o monopolním postavení stavební firmy na relevantním stavebním trhu jižních Čech. Právní zástupci této firmy však svými argumenty ÚOHS přesvědčili, že relevantním stavebním trhem je celá ČR. Tím pádem bylo jasné, že firma již dominantní není⁴⁷.

Prvním zákonem, který byl v rámci antimonopolních přijat, byl Shermanův antitrustový zákon, který ve Spojených státech amerických schválil v roce 1890 Kongres. Jednalo se o zákon, který zakazoval seskupení firem. Zákon byl reakcí na rozvíjející se Rockefellerovu společnost Standart Oil Company. Jaroslav Vanek jednou uvedl: „Kdyby nebylo ve Spojených státech amerických protimonopolních zákonů, patřily by dnes- jen s mírnou nadsázkou řečeno- celé Spojené státy Rockefellerovi, včetně Bílého domu a možný by mu patřil i Měsíc.“⁴⁸

ÚOHS již několikrát udělil peněžní sankce za porušení antimonopolního zákona. Nejvyšší pokutu dostala skupina 16 společností. Společnosti se mezi sebou domlouvaly na vyšší nabídnuté ceny PISU (plynem izolované spínací ústrojí), aby následně zakázku získala předem dohodnutá společnost. ÚOHS zahájila jednání na základě podnětu společnosti ABB, která se dobrovolně k nezákonnému jednání přiznala. V rámci tzv. leniency programu⁴⁹ jí byla pokuta prominuta. V tabulce 1 jsou všechny společnosti, které byly za výše uvedené jednání pokutovány, včetně výše jejich pokut. V grafu 1 jsou pak tyto pokuty zobrazeny v procentuálním zastoupení.

⁴⁵ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

⁴⁶ Tamtéž.

⁴⁷ HOLMAN, R. *Mikroekonomie. Středně pokročilý kurz*. 2002.

⁴⁸ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

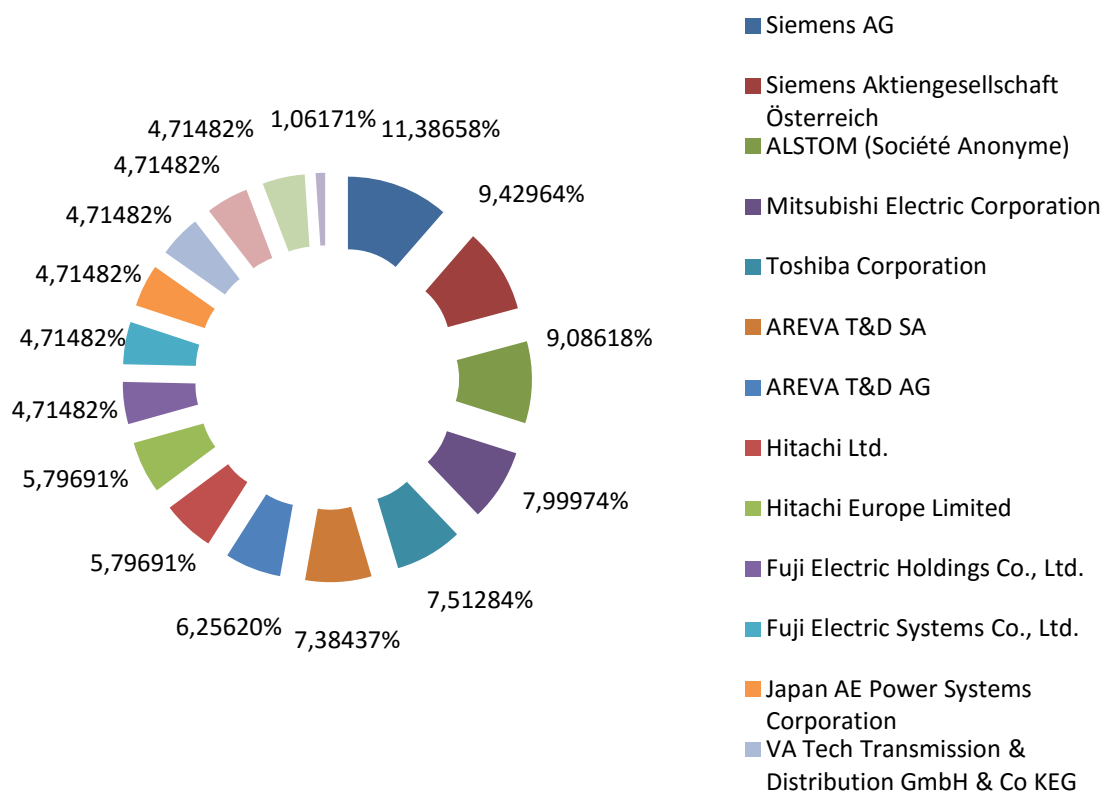
⁴⁹ Program na zajištění shovívavosti při postupu řízení ve věci podezření na kartelovou dohodu a to pouze pokud se kartelu daná firma sama účastní a poskytne ÚOHS dostačující informace a podklady.

Tabulka 1- Výše pokut pro výrobce PISU

Název společnosti	Výše pokuty (mil. Kč)- 1. kolo	Výše pokuty (mil. Kč)- 2. kolo	Procentuální zastoupení
Siemens AG	126,588	107,248	11,38658%
Siemens Aktiengesellschaft Österreich	88,816	88,816	9,42964%
ALSTOM (Société Anonyme)	85,581	85,581	9,08618%
Mitsubishi Electric Corporation	75,348	75,348	7,99974%
Toshiba Corporation	70,762	70,762	7,51284%
AREVA T&D SA	69,552	69,552	7,38437%
AREVA T&D AG	58,926	58,926	6,25620%
Hitachi Ltd.	54,6	54,6	5,79691%
Hitachi Europe Limited	54,6	54,6	5,79691%
Fuji Electric Holdings Co., Ltd.	44,408	44,408	4,71482%
Fuji Electric Systems Co., Ltd.	44,408	44,408	4,71482%
Japan AE Power Systems Corporation	44,408	44,408	4,71482%
VA Tech Transmission & Distribution GmbH & Co KEG	44,408	44,408	4,71482%
Siemens Transmission and Distribution Limited	44,408	44,408	4,71482%
Nuova Magrini Galileo S.p.A.	44,408	44,408	4,71482%
AREVA T&D Holding SA	28	10	1,06171%
Celkem	979,221	941,881	100%

Zdroj: Vlastní zpracování na základě ÚOHS. Přehled nejvyšších pokut uložených za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže s následným vývojem jednotlivých kauz

Graf 1- Výše pokuty jednotlivým výrobcům PISU v %



Zdroj: Vlastní zpracování na základě ÚOHS. Přehled nejvyšších pokut uložených za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže s následným vývojem jednotlivých kauz

3.1.2. Oligopol

Slovo oligopol⁵⁰ pochází z řečtiny a znamená v překladu několik kupujících.⁵¹ Tím vyjadřuje hlavní podstatu toho druhu nedokonalé konkurence. Oligopolní tržní struktura je charakteristická malým počtem prodávajících.⁵²

Existuje zde velká závislost při tvorbě ceny nebo stanovení množství objemu produkce. Firmy v této struktuře se rozhodují na základě předpovědi, jak zareagují ostatní firmy.

Typickým příkladem ohledu na reakci konkurence jsou televizní stanice Nova a Česká Televize. Obě televize svůj program staví na atraktivnosti a snaží se nabídnout divákovi lepší zábavu než konkurenční kanál.⁵³

Pro oligopolní trh je typické⁵⁴:

1. Malý počet firem v odvětví
2. Charakter produktu

Na trhu mohou existovat dva typy produktů a to homogenní produkt, kde pak mluvíme o čistém oligopolu. Zde jsou si výrobky velmi blízké, závislost firem vysoká a proto je stanovena jednotná tržní cena.⁵⁵

3. Mohou existovat bariéry vstupu

3.1.2.1 Základní modely oligopolu

Na trhu existují tři základní modely oligopolu. Největší diference spočívá ve velikosti, počtu a postavení firem.

⁵⁰ Oligopol, slovo složeno z oligo, což znamená několik a ze slova poleo-prodávám

⁵¹ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

⁵² BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

⁵³ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

⁵⁴ Tamtéž.

⁵⁵ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

Smluvní oligopol

Smluvní oligopol⁵⁶ bývá někdy nazýván kartelem, podle dohody, která vzniká mezi firmami, které na takovémto trhu vystupují. Firmy produkují homogenní produkt a jako celek se na trhu prezentují jako monopol. Ve většině případů mezi nimi vzniká dohoda, tzv. kartel, který se může týkat buď stanovení cen nebo stanovení objemu produkce. Dále se může jednat například o územní kartel.⁵⁷

Příkladem územního kartelu, může být dohoda z roku 2001, kdy americký antimonopolní úřad odhalil dohodu mezi dvěma hudebními vydavatelskými firmami. Prodej záznamů tzv. fotbalových koncertů si rozdělili AOL Time Warner pro americký trh a evropský a asijský trh ovládl Vivendi Universal.⁵⁸

Tyto kartely jsou zakázány z důvodu potlačení pokroku a volné soutěže.

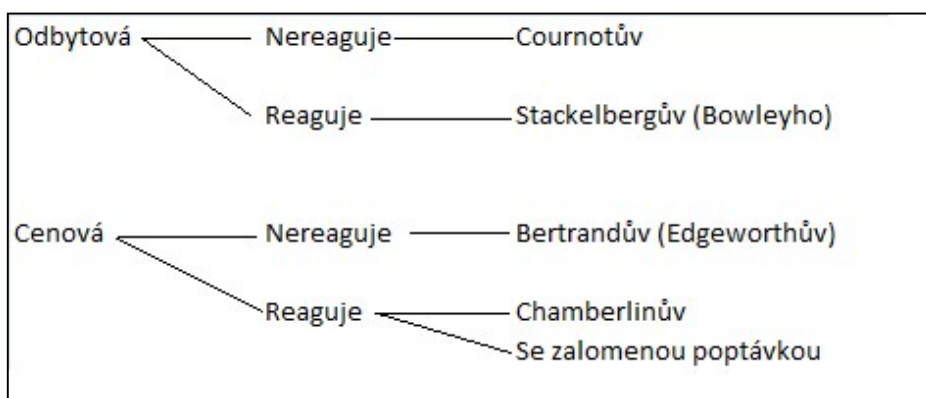
Oligopol s dominantní firmou

Jak sám název napovídá, na trhu se nachází jedna vůdčí firma, která může provádět tzv. cenové vůdcovství, nebo jak je v angličtině označováno *price leadership*⁵⁹. Vůdčí firma pak zaujímá většinu trhu a v konkurenčním lemu se nacházejí malé firmy (outsider).

Dominantní firma se na své části trhu potom chová jako monopol.

Modely duopolu

Obrázek 6- Typy konkurence a typ reakce konkurenta



Zdroj: vlastní zpracování na základě Brčák, J., Sekerka, B. Mikroekonomie

⁵⁶ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

⁵⁷ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

⁵⁸ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J. *Mikroekonomie*. 2008.

⁵⁹ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

V rámci duopolu se na trhu objevují pouze dvě firmy, které rozhodují o výši ceny či o objemu produkce a to buď reakcí na konkurenta, nebo pasivitou na změnu.⁶⁰

Odbytová konkurence

V odbytové konkurenci zůstává cena stejná a firmy reagují na změnu objemu produkce. Produkt pak musí být homogenní.⁶¹

Augustin Cournot byl francouzský matematik. Spolu s Walrasem byl zakladatelem matematické školy v ekonomie.⁶²

Heinrich von Stackelberg byl německý ekonom, učící jako profesor na berlínské univerzitě. Stackelbergův model bývá někdy označován jako Bowleyho model.

Při rozhodování o velikosti svého výstupu v **Cournotově modelu** firma považuje výstup konkurenta za konstantní a konkurent nebude na změnu reagovat. **Stackelbergův model** potom předpokládá, že při stanovení objemu produkce homogenního produktu firma očekává reakci konkurenta. Na tuto reakci pak znovu sama zareaguje.⁶³

Cenová konkurence

Cenová konkurence se zabývá situacemi, kdy si samotné firmy stanovují ceny a rozhodují se podle reakce konkurence. Produkt pak může být jako homogenní, tak i diferencovaný. Francouzský matematik Joseph Bertrand postavil svůj model na kritice Cournotovy práce. Americký ekonom Eduard H. Chamberlin proslul jako autor Teorie monopolistické konkurence a zavedl například i pojem diferenciacie produktu.⁶⁴

Bertrandův model počítá se situací na trhu, kde existují pouze dvě firmy a obě produkují homogenní produkt. Obě firmy jsou stejně silné. Firma vytvoří cenu P na základě očekávaného množství při znalosti předpokládané poptávky. Očekává, že

⁶⁰ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

⁶¹ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

⁶² Tamtéž.

⁶³ Neugerbauer- Opora mikroekonomie

⁶⁴ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

konkurent na tuto změnu P **nebude** nijak reagovat. Bertrandův model pak bývá srovnáván s Cournotovým modelem odbytové konkurence.⁶⁵

Pokud tvůrce ceny bude tržní cenu svého konkurenta kopírovat a dosadí ho do své funkce poptávky, bavíme se potom o **Chamberlinově modelu**. U něj platí, že cenový vůdce, se snaží o maximalizaci zisku a druhá firma se svou cenou pouze **přizpůsobuje**.

Proto musí platit⁶⁶

$$\frac{\partial P_2}{\partial P_1} = \frac{\partial P_1}{\partial P_2} = 1$$

Model se zalomenou poptávkovou křivkou neboli Sweezyho model vychází z předpokladu, že firmy v oligopolu produkují diferencovaný produkt. V tomto modelu při snížení ceny, zareaguje konkurent také snížením ceny, avšak pokud první firmy svou cenu zvýší, konkurent na změnu ceny nebude reagovat.⁶⁷

⁶⁵ Tamtéž.

⁶⁶ Tamtéž.

⁶⁷ JUREČKA, V. a kol., *Mikroekonomie*. 2013.

3.1.3. Monopolistická konkurence

Monopolistická konkurence se spolu s oligopolem nachází na jakémsi středu konkurence, kdy na krajích zůstávají monopol a dokonalá konkurence.⁶⁸

Jak už sám název napovídá, monopolistická konkurence má rysy jak monopolu, tak i prvky dokonalé konkurence.

3.1.3.1. Charakteristika trhu

Aby mohl vzniknout trh, kde působí monopolistická konkurence, musí vykazovat určité známky.

Na trhu musí být nabízen diferencovaný produkt- **blízký substitut**. Dále na trhu musí existovat dostatečně velké množství nakupujících a prodávajících. Velké množství firem pak zapříčiňuje, že cena je málo ovlivnitelná.

Na trhu se pohybují malé a střední firmy a je zde i dobrá informovatelnost. Při vstupu na tento trh pak existují malé bariéry vstupu a existuje zde určité riziko prodeje.

3.1.3.2. Maximalizace zisku v krátkém období

Trh reaguje na změnu ceny velmi pružně. Když jedna firma svoji cenu P sníží, naláká tak své nové zákazníky, naopak když cenu P zvýší, zmenší se i její produkce Q . Tím je její individuální poptávková křivka velmi elastická. Je ovlivněná především diferenciací produktu a velkým počtem firem na trhu⁶⁹

3.1.3.3. Maximalizace zisku v dlouhém období

Maximalizace zisku v dlouhém období je podobná jako u dokonalé konkurence a má tendenci nulového ekonomického zisku, protože pokud má firma v dlouhém období ekonomický zisk, pak mohou na trh vstoupit další firmy a její individuální poptávková křivka se bude posouvat směrem dolů a doleva. Bude se posouvat tak dlouho, dokud nebude v rovnováze cena s dlouhodobými průměrnými náklady a zisk nebude nulový.

⁶⁸ HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.. *Mikroekonomie*. 2008.

⁶⁹ MACÁKOVÁ, L a kol., *Mikroekonomie. Základní kurz*. 2003.

Naopak, když bude firma ve ztrátě, bude to impuls pro firmy, aby z daného trhu odešly a opět bude tendence k nulovému zisku.⁷⁰

3.1.4. Porovnání s dokonalou konkurencí

	DOKONALÁ KONKURENCE	NEDOKONALÁ KONKURENCE		
		Monopol	Oligopol	Monopolistická konkurence
Počet firem v odvětví	Velký počet firem	Jedna firma	Malý počet firem	Mnoho firem
Typ produktu	Stejnorodý	Bez blízkých substitutů	V různé míře diferenciovaný	Diferenciovaný
Vstup na trh (překážky vstupu na trh)	Volný	Omezený (velké překážky)	Částečně omezený	Volný
Ovlivnění ceny	Žádné	Velké	Značné	Omezené
MR=MC	Ano	Ano	Ano	Ano
Vztah MC a P	P=MC	P>MC	P>MC	P>MC

Zdroj: Vlastní zpracování Neugebauer, R., Mikroekonomie a Jurečka, V. a kol, Mikroekonomie

⁷⁰ BRČÁK, J., SEKERKA, B. *Mikroekonomie*. 2010.

3.2. Mediální monopol

Na začátku své knihy s názvem *Mediální monopol* uvádí M. A. Verick svůj vlastní výrok: „ Nejnebezpečnějšími zbraněmi hromadného ničení jsou hromadné sdělovací prostředky. Ničí totiž lidského ducha, kreativitu a odvahu náhradou za strach, nedůvěru, vinu a pochybování o sobě.“

Zastává názor, jak tvrdí jeden z jeho nadpisů kapitoly, že vše co víme, víme od novinářů. Ti dokonce mohou manipulovat hrou zvanou politika. Politik se pak stává otrokem novinářů a jeho volič začíná být pod tlakem médií. Ten je pak natolik ovlivněn působením, že pevně věří v politika a jeho nasazení pro dobro voliče a pro stát.⁷¹

Tuto myšlenku podporuje i Petr Žantovský ve své knize *Mediální manipulace a krize v České televizi v roce 2000*, kdy dává do souvislosti politiku a mediální podporu, která je nezbytná pro dosažení politických cílů. Média pak dovolují, či samy vytvářejí, zkreslená data.⁷²

Lidé se postupně stávají lineárně myslícími stvořeními, která se neptají proč, ale pouze procházejí světem. Verick pracuje i s knihou George Orwella 1984, kde nad vším mají kontrolu počítače a přístroje. To pak přirovnává k dnešní době, kdy i televize je stejně tak chytrá jako počítač. Verick se ve své knize věnuje aktuálním tématům, která v posledních letech hýbala světovou scénou, tedy Studené válce, postavení Kuby, problémům v Iráku, ale i globalizaci, náboženským problémům Izraele či 11. září 2001 aj. Společným prvkem je pak mediální monopol. Ten nenápadně ovlivňuje podvědomí masy, například náhradou obecně vžitých pojmů. Od války se přešlo k mírové misi nebo od diktatury k řádu.⁷³

Při hodnocení veřejného mínění pak musí rozlišovat mínění společnosti jako takové nebo mínění, které je ovlivněno sdělovacími prostředky a stává se jejich produktem. Pracuje s otázkou, proč ho nenazýváme mínění všech, proč se používá jednotné číslo. Každý má přeci svůj názor na dané téma či na problém. Verick přináší myšlenku využití skrytého mediálního monopolu ve svůj finanční prospěch. Jako příklad uvádí trh akcií. Na veřejnou scénu se pomalu dostávají informace a rady od znalců a vědců. Na trhu se začnou

⁷¹ VERICK, M. A.. *Mediální monopol*. 2009.

⁷² ŽANTOVSKÝ, Petr. *Mediální manipulace a krize v České televizi v roce 2000*. 2015.

⁷³ VERICK, M. A.. *Mediální monopol*. 2009.

objevovat knihy, zaměřené na to, jak přijít k zisku z právě zakoupených akcií. Postupem času společnost bude zastávat názor, že právě teď je nejlepší čas na koupi daných akcií. Podle Vericka však k bohatství člověk dojde právě druhou cestou, než radí média. Nakupovat by se mělo tedy to, co není protlačováno do popředí a od čeho chtějí média odvést pozornost.⁷⁴

V rámci své poslední kapitoly Jak se bránit? Verick dává doporučení, jak se zbavit vlivu malé skupiny, která pomocí medií a techniky ovlivňuje zbytek (masu). Navrhuje například využití zákonů. Druhou možností by dle Vericka mohlo být vzbouření a revoluce. Tuto myšlenku však okamžitě rozbije popisem událostí, které by stejně vedly pouze k výměně jedné moci za druhou. Další variantou je přizpůsobení se. To je také jedna z myšlenek, která by nás mohla dovést k blahobytu, ovšem za cenu toho, že budeme následovat mocné a jednou ztratíme sami sebe. Nakonec by člověk měl upustit od materiálních hodnot a tu pravou podstatu najít v sám sobě. Přestat živit stát a přestat otročit.⁷⁵

Verick se ve své knize svým specifickým způsobem snaží říct, že společnost jako taková se nevyvíjí samostatně, ale jako masa, která je ovlivněna malou skupinou těch, kteří nepotřebují být viditelným monopolem na světovém trhu. Jeho názory mohou být vnímány mnoha způsoby, v některých částech až nevěřicně, ale každý si z jeho knihy o mediálním monopolu odnese kus pravdy. Té pravdy, která má po každého jedince svůj specifický význam.

⁷⁴ VERICK, M. A.. *Mediální monopol*. 2009.

⁷⁵ Tamtéž

4. Vlastní práce

4.1. Zmapování situace před a po vstupu mobilní sítě

Základy české radiotelefonní sítě položil v roce 1968 Výzkumný ústav spojů (dnes TESTCOM, působící v letech 1952-1992)⁷⁶. Tým okolo Vladimíra Maška vyvinul Experimentální radiotelefonní síť, která měla prvotně sloužit po experimentální účely, ale po tlaku vedení většina stanic skončila jako první služební telefony.⁷⁷

V 70. letech pak Výzkumný ústav spojů začal spolupracovat s Teslou Pardubice. Tesla tehdy vyráběla dispečinkové radiové stanice a zajišťovala systém Selectic. V rámci jejich spolupráce vznikl systém AMR (automatizovaný městský telefon)⁷⁸, který byl provozován v pásmu 160 MHz. V rámci této sítě bylo na celém území České republiky rozmístěno pouze několik na sobě nezávislých vysílačů a při přejezdu mezi jednotlivými územími, se musel přístroj znovu přeladit. Přístroj pak byl spíše převozní než přenosný. Celé zařízení bylo implementováno do kufru osobního automobilu a na jeho palubní desku byl přidán malý ovládací panel. Velkou nevýhodou bylo, že komunikaci prostřednictvím tohoto systému, nebylo možné tarifovat.⁷⁹

Prvně měl systém sloužit pouze pro komunikaci mezi techniky pro údržbu spojů, kde jeho stavy čítaly pouze stovky přístrojů, poté se však rozmohl a hojně jej začínali využívat tehdejší straničtí funkcionáři. Nejvíce využívaný se pak stal při práci taxikářů, kdy v největším boomu bylo v provozu okolo tisíce stanic. Poslední kus se používal v 90. letech.⁸⁰

První veřejnou síť Advanced Mobile Phone Service (zkratka AMPS) používali od roku 1979 obyvatelé Spojených států amerických, u nás se pak objevuje o dva roky později. Jednalo se o síť NMT, která byla provozována hlavně ve skandinávských zemích. Dále v Evropě fungovaly sítě Velké Británie a Německa.⁸¹

⁷⁶ NÁRODNÍ ARCHIV. *Státní správa 1945-1992. Úřady a orgány unitární a federální.*

⁷⁷ Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

⁷⁸ MOBIL.IDNES.CZ. *Mobily za totality nesly značku Tesla. Byly jen pro vyvolené.*

⁷⁹ Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

⁸⁰ Tamtéž.

⁸¹ Tamtéž.

Tabulka 2- Ceny tarifů Eurotelu v roce 1995 bez DPH

	Měsíční poplatek (Kč)	Časová pásma (Kč/min)		
		Špička 8:00 – 20:00	Večerní hodiny	Noční hodiny/ víkend
Standart Plan 30	1 795	8,80	6,60	4,40
Premium Plan 1000	7 895	4,40	4,40	4,40
Optimum plan 150	2 695	7,70	6,60	4,40
Privat Plan	1 395	12	6,60	4,40
Economic Plan 300	3 795	6,60	4,40	4,40

Zdroj: Vlastní zpracování na základě Petranek, Nabídka tarifů

V České republice probíhají přípravy spuštění sítě od roku 1990, souběžně s připravovaným vstupem Eurotelu na náš trh. Spuštění sítě se uskutečnilo 12. září 1991, kdy bylo uskutečněno první volání na síti MNT. Provedla ho Shirley Temple Black, která volala do New Yorku.⁸²

Síť se začala zpoplatňovat měsíčním paušálem, který byl v řádech tisíců korun. Zvlášť pak byly zpoplatněny příchozí i odchozí hovory částkou 16 Kčs/ minutu. Na začátku devadesátých let vycházelo pořízení mobilního přístroje na tehdejších 60 000 Kčs. Mezi prvními byly telefony značky Dancall, které vážily okolo 5,5 kg a jejich kapacita baterie byla 12 hodin, při hovoru pak jenom půl hodiny. Na trh Eurotel přichází z první várkou Nokia MD59. Tento telefon vážil okolo 3,5 kg a do jeho konstrukce byla zabudovaná prutová anténa. Měl oddělitelnou akumulární jednotku a na jedno nabití pak přístroj vydržel okolo jednoho dne. Přístroj umožňoval komunikace kdekoliv, ale při jeho provozu docházelo k velkým teplotním ztrátám. Tyto první přístroje pak nedokázaly komunikovat pomocí služby SMS.⁸³

⁸² Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

⁸³ Tamtéž.

Obrázek 7- Jeden z prvních mobilních telefonů



Zdroj: Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

Koncem roku 1991 pak Eurotel začínal s pouhými 72 zákazníky. Při postupném snižování cen za poskytnuté služby a samotné přístroje pak při vstupu GSM sítě vystoupal počet zákazníků na cca 50 000. Uvedení nové mezinárodně standardizované sítě GSM znamenalo novou etapu vývoje mobilních operátorů. 1. července 1996 byla síť spuštěna a Eurotel vytvořil 3 časová pásma (špička, večerní hodiny, noční hodiny/víkend) a 4 programy, kdy za nejnižší program KONKAKT bylo paušálně placeno 695 Kč měsíčně.⁸⁴

Tabulka 3 - Program KONKAKT

KONKAKT	Časové pásmo (Základní sazba v Kč)			Sazba
	Špička	Večerní hodiny	Noční hodiny/ Víkend	Eurotel->Eurotel
Cena minuty				0-24 hod
1 a více	9,90	6,60	4,40	3

Zdroj: Vlastní zpracování na základě Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

⁸⁴ Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

Síť GMS přináší řadu nových výhod. První z nich je možnost využití Roamingu, který mohou volající využívat nejen pro domácí volání, ale i při hovoru do zahraničí. Pomocí SIM karet lze lépe identifikovat zákazníky. Posledním a největším přínosem je možnost krátkých textových zpráv, tzv. SMS. Ty umožňují ekonomizaci komunikování.⁸⁵

Velký vliv měl rozvoj GMS i v sociální rovině. Na jedné straně dokázal spojit dvě osoby, které mohly být vzdáleny několik stovek kilometrů, ale na druhé straně dochází k vymezení nové etikety, která vychází z potřeby přijmout příchozí hovor a následující omluvy. Dochází k porušení pevného řádu, protože nově nastává možnost se omluvit ze schůzky či jí dokonce plně zrušit.⁸⁶

4.2. Historie jednotlivých mobilních operátorů a jejich transformace

4.2.1. Eurotel

Obrázek 8- Nové logo Eurotelu



Zdroj: eArchiv.cz, Eurotel s novou tváří, novým logem a novými tarify

Začátek Eurotelu u nás byl dán podpisem dohody 16. listopadu 1990, kde na jedné straně stál SPT Telecom a na druhé Atlantic West. Hlavními podílíky Atlantic West pak byly US West a Bell Atlantic. Celé uzavření dohody bylo podpořeno návštěvou tehdejšího amerického prezidenta George Bushe v Praze. Dohoda byla podepsána na 20 let a Nokia byla zvolena jako dodavatel technologie. Slavnostní spuštění sítě pak proběhlo 12. září 1991 a síť měla tři základnové stanice, a to na žižkovské věži pro střední Čechy, na

⁸⁵ Česká televize, RETRO- Mobilní telefony.

⁸⁶ Tamtéž.

budově Výzkumného ústavu matematických spojů pro Prahu a na televizní věži Českých radiokomunikací na Hádech, která pokrývala území okolo Brna. Špatné interpretace výsledků šetření o tehdejším počtu dobře situovaných občanů v České republice vedla k minimálnímu zájmu o poskytované služby a ke zmrazení investice. Až po přehodnocení stanovení cen a jejich snížení došlo k výstavbě nových stanic a ke konci roku 1992 bylo v provozu 16 stanovišť.⁸⁷

Další etapou pro Eurotel bylo zavedení sítě GSM, kterou spustil 1. července 1996. Tento krok znamenal pro Eurotel příliv nových zákazníků. Jamie Macdonald, tehdejší zastupující výkonný ředitel EuroTel Praha, spol. s r.o., ve své zprávě deklaruje stále vedoucí pozici na trhu. Slibuje zaměření na vyšší kvalitu služeb.⁸⁸

Tabulka 4- Vývoj počtu zákazníků Eurotelu v letech 1992-1998

Rok	1992	1993	1994	1995	1996	1997	Červenec 1998
Počet zákazníků	4 600	11 000	27 500	45 800	168 400	354 500	450 500

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. EuroTel zhodnotil dva roky svého působení na trhu GSM.

Jako zatím nejúspěšnější rok hodnotí Eurotel rok 1998, kdy dochází až k 65% nárůstu zákazníků. Vysoký nárůst pak zaznamenal i duben 1999, kdy počet zákazníků dosáhl 675 000. Ani po finanční stránce nemusel být Eurotel zklamán. Za rok 1998 dosáhly výnosy společnosti 14,6 miliard Kč a zisk z toho činil 3,33 miliard Kč. Celkově dosáhl 41% růstu výnosů. Eurotel se tehdy prezentoval tak, že rozvoj nových a lepších technologií je pro něj jednou z hlavních priorit, a proto v roce 1998 investoval 5,1 miliard Kč.⁸⁹

⁸⁷ MOBIL.IDNES.CZ. *Vzpomínáme: Nedožitá patnáctina Eurotelu.*

⁸⁸ MOBIL.IDNES.CZ. *EuroTel zhodnotil dva roky svého působení na trhu GSM.*

⁸⁹ MOBIL.IDNES.CZ. *Nejúspěšnější rok v historii společnosti EuroTel.*

Tabulka 5- Finanční porovnání let 1997 a 1998

	1997	1998
Výnosy (Kč)	10 404 000	14 627 300
Náklady na prodej a provoz (Kč)	- 7 192 700	- 9 320 700
Ostatní náklady (vč. daně) (Kč)	- 1 662 800	- 1 975 100
Čistý zisk (Kč)	1 548 500	3 331 500
Celková aktiva	15 129 100	19 057 500

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Nejúspěšnější rok v historii společnosti EuroTel.*

Po úspěších v roce 1998 se rozhodl Eurotel zavést novou technologii na trh. Pro Pražany zavedl 30ti denní možnost zdarma volat, přijímat hovory i používat SMS ve stanicích metra Můstek, Muzeum a I.P.Pavlova, které nově pokryl mobilní sítí.⁹⁰

První revoluci v tarifech odstartoval 7. února 2001, kdy představil nové tarify pro Eurotel Go. To už společnost nepracovala s třemi časovými bloky a sjednotila cenu hovoru během dne. Textové zprávy se v rámci tohoto tarifu staly nejlevnější na trhu. Do té doby Eurotel disponoval tarify Original Go pro volání přes den, Quattro go- výhodný po čtvrté hodině odpoledne a Fun Go pro výhodné textové zprávy. Přejít mezi tarify je možný, první je zdarma, avšak ostatní byly zpoplatněny 95 Kč.⁹¹

Tabulka 6 - Tarify pro Eurotel GO

Služba	Cena v Kč
Volání do všech sítí	6,60
Textová zpráva	1,80
Wapování	3,30
Volání do schránky	2,50

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *EuroTel zavedl další tarif pro Go*

⁹⁰ MOBIL.IDNES.CZ. *Tisková zpráva: S EuroTelem můžete volat v metru ZDARMA!*

⁹¹ MOBIL.IDNES.CZ. *EuroTel Quattro Go - EuroTel jde Twistu po krku.*

O pět let později přichází Eurotel s novou nabídkou takzvaných magnetických tarifů, které byly zlevněny více než o 50% oproti minulým. Tarify sjednotily cenu volání pro celý den, odstranily zvýhodněné volání po 3. minutě nebo volné SMS.⁹²

Tabulka 7- Magnetické tarify pro rok 2005

	SMS	Bronz	Silver	Gold	Platinum	Diamant
Paušál (Kč/měsíc)	214	214	660	1059	1892	3689
Volné minuty	0	30	100	200	400	1000
Volné SMS	150	0	0	0	0	0
Volání v rámci Eurotelu (Kč/min)	5,12	5,12	5,35	3,93	3,43	3,21
Volání do ostatních (Kč/min)	7,97	7,97	6,64	5,83	5,36	4,64
SMS (Kč)	2,26	2,26	2,26	2,26	2,26	2,26

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Eurotel zlevnil tarify až o polovinu*

Největší historický obrat zaznamenal Eurotel spolu s Českým telecomem 1. 9. 2006, kdy se obě společnosti sloučili pod společností O2, se svým již známým modrým logem. Proměna byla velmi náročná jak po praktické stránce, kdy muselo být změněno úplně vše, od telefonních budek, aut, prodejen, ale i samotného loga na telefon, tak po finanční stránce. Celá proměna podle odhadů měla přesáhnout částku 200 miliónů Kč.⁹³

Obrázek 9- Logo O2



Zdroj: O2. *Fotografie a loga*

⁹² MOBIL.IDNES.CZ. *Eurotel zlevnil tarify až o polovinu*

⁹³ MOBIL.IDNES.CZ. *Zapomeňte na Český Telecom a Eurotel, přichází O2*

4.2.2. Radiomobil

Společnost RadioMobil vstupuje na český trh v roce 1996, téhož roku v září pak spouští svou síť pojmenovanou Paegas. Spuštění probíhá pouze dva měsíce po spuštění GSM sítě společností Eutotel.

Obrázek 10- Logo Paegas



Zdroj: STRATEGIE.CZ. *Paegas versus T-Mobile v hodnotě akcií*

Podle výroční zprávy z roku 1999 společnost RadioMobil v této je vlastněna z 51% Českými radiokomunikacemi a z 49% pak skupinou Cmobil B.V., kde 84,55% podílu vlastní T-Mobile (100% dceřiná společnost Deutsche Telecom AG), 12% podílu Telecom Italia Mobile, 1,75% Spořitelni kapitálová společnost, a.s., 1% Telekomunikační montáže Praha a 0,7% podílu vlastnilo PTV, a.s. Dále zpráva uvádí meziroční nárůst zákazníků o 135%, tudíž na konci roku 1999 měla 875 000 zákazníků, jejich služeb využívá 47,3% zákazníků na síti GSM a v tomtéž roce investovala do rozvoje 5,5 mil Kč⁹⁴

Od začátku vstupu na trh RadioMobil přichází s novými technologiemi. Ačkoliv ze začátku na oblibě vede Eurotel, který v roce 1996 má již 168 000 zákazníků, Radiomobil začíná s 35 000. Reaguje však na monopolní postavení Eurotelu a jeho vysoké ceny a zavádí předplacenou kartu Twist. Přichází také s tarifem Aktiv, za který zákazník zaplatí 475 Kč, v rámci kterých má 30 volných minut ve špičce a 20 volných minut mimo špičku. Hovor do sítě Eurotelu vyšel na 5 Kč/min a do pevných sítí na 9,40 Kč. V roce 1999 přichází na trh s možností posílání krátkých textových zpráv a v roce 2001 překračuje hranici 2 milionů zákazníků.^{95 96}

⁹⁴ T-MOBILE. *Výroční zpráva 1999 RadioMobil a.s.*

⁹⁵ MOBILMANIA.CZ. *Mobilní historie: milníky ve vývoji mobilní komunikace.*

⁹⁶ MOBIL.IDNES.CZ. *Budky nechte ptákům aneb vzpomínáte, když T-Mobile byl ještě Paegas?*

V rámci ochrany svých zákazníků se Radiomobil dostal do problémů v okamžiku, kdy chtěl své zákazníky chránit před újmou. Vydával SIM karty, které měly životnost omezenou počtem operací, v tomto případě se jednalo o počet 90 000. Argumentoval tím, že se snažil zákazníka uchránit před paděláním jeho SIM, k padělení SIM karty stačí zadat 180 000 dotazů a padělat má přístup k osobním datům uživatele SIM. Zákazník byl nucen kartu po krátké době vyměnit, proto byly staženy z trhu.⁹⁷

Změna názvu operátora přichází v roce 2002, kdy majoritní podíl České radiokomunikace přejímá Deutsche Telekom. Poskytovatelem je nadále Radiomobil, ale označení přechází na T-Mobile.

Obrázek 11 - Logo T-mobile



Zdroj: BRANDS WORLD. *T-mobile*

Jako první uvedl RadioMobil na trh tarif pro běžného zákazníka Ekonom, stál 395 Kč měsíčně, bez DPH a obsahoval 30 volných minut do mobilních sítí a 20 do pevných sítí.

Ceny v následující tabulce jsou uvedeny v Kč s DPH. Ceny platí pro časový program ve špičce. Každý tarif má dva typy, a to Standart a Nonstop. Pro ukázkou byla použita cena pro typ Standart. Zároveň byly vybrány pouze určité služby. Tarify obsahovaly i cenu volání do hlasové schránky, službu T-Mobil W@P, NEJ číslo, První nastavení NEJ a Změna postavení NEJ.⁹⁸

⁹⁷ MOBIL.IDNES.CZ. *Proč to RadioMobil dělá?*

⁹⁸ HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Ceník tarifů Paegas.*

Tabulka 8-Přehled tarifů platných od 1.2.2003 pro T-Mobil

	Měsíční paušál	Volné minuty	Volání- T-mobil	Volání- Pevná sít'	Volání- Eurotel	Volání- Oskar	SMS
Ekonom	414,75	30	2,63	8,93	9,98	11,03	1,05
Aktiv	491,95	30+20*	3	8,5	5,25	6,3	1,05
Aktiv Klasik	546,75	30+20	3,15	8,93	5,25	6,3	1,05
Manažer	1044,75	100	2,63	5,78	5,25	6,3	1,05
Diamant	1885,70	300+100*	2,63	4,10	5,25	6,3	1,05
Tarif 20	309,75	20	3,89	7,14	4,62	4,62	2,1
Tarif 60	572,25	60	3,36	5,78	4,62	4,62	1,05
Tarif 120	1044,75	120	2,94	4,94	4,20	4,20	1,05
Tarif 300	1884,75	300+100*	2,94	3,26	4,20	4,20	1,05
Jistota	414,75	40	2,63	9,98	9,98	9,98	1,05
Data @ SMS	204,75	0		3,15	9,87	5,25	1,05

* Jedná se o rozdělení volných minut do mobilních a pevných sítí

Zdroj: Vlastní zpracování na základě HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Ceník tarifů Paegas*

4.2.3. Český mobil

8.1.2000 vstupuje na český trh nemladší operátor Český mobil a.s., který po kontrole a splnění všech podmínek dostává od Českého telekomunikačního úřadu licenci.

⁹⁹

Od začátku má v plánu vystupovat pod názvem své sítě Oskar, ale tato doména (oskar.cz) již byla obsazena prodejcem IT Comfor. Český mobil začínal na trhu se základními pěti tarify pojmenovanými jednoduše- Jednička, Dvojka, Trojka, Čtyřka, Pětka. Nejvíce se potom ujal tarif Jednička, nazýván také T1, který byl na svoji dobu pokrokový a vydržel téměř až do jara 2014 pod jmény Slyším Vás či Odepiš. K žádnému tarifu nebyl

⁹⁹ IDNES.CZ. *Český mobil zahájil provoz.*

poskytován dotovaný telefon. V následující tabulce je uveden přehled prvních tarifů Českého mobilu.¹⁰⁰

Tabulka 9 - Přehled prvních tarifů Českého mobilu a.s.

Typ služby	Jednička	Dvojka	Trojka	Čtyřka	Pětka
Měsíční paušál v Kč	10	150	500	550	1000
Volné minuty	40	20	100	300	300
Převod do dalšího měsíce	Ne	Ano	Ano	Ne	Ano
Cena na ostatní síť* v Kč	28	7	4,5	5	3,5
SMS * v Kč	0,5	1	1	0,5	1

* ve špičce

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Toto jsou první tarify Oskara. Našli jsme je v redakčním smeti*

Od 27. září 2004 se společnost přejmenovala na Oskar Mobil a.s., a to podle názvu provozované sítě. Jejím většinovým vlastníkem pak byla společnost Telesystem International Wireless.¹⁰¹

Definitivní konec Oskaru přichází 1.2.2006 kdy na trh vstupuje společnost Vodafone CZ a odkupuje Oskar za 3,5 mld dolarů v hotovosti¹⁰². S nástupem Vodafonu začalo masivní přejmenování a prodejní kampaně, které měly nalákat zákazníky k Vodafonu.¹⁰³

Obrázek 12- Logo vodafone



Zdroj: VODAFONE. *Také a look at our logos*

¹⁰⁰ MOBIL.IDNES.CZ. *Toto jsou první tarify Oskara. Našli jsme je v redakčním smeti*

¹⁰¹ IDNES.CZ. *Český mobil vytáhl Oskara do názvu firmy*

¹⁰² MOBIL.IDNES.CZ. *Vodafone přibral do svého mobilního týmu Oskara, vydělají zákazníci*

¹⁰³ MOBIL.IDNES.CZ. *Vodafone střídá Oskara. Láká na měsíc volání zdarma*

4.3. Velká trojka na trhu a její porovnání

Už dva měsíce po uvedení sítě GSM Eurotelem vstupuje 30. září 1996 na trh nový konkurent firma RadioMobil, obchodní značka PEAGAS. Tehdy dominantní monopolní postavení Eurotelu je vstupem RadioMobilu silně narušeno. Svoji strategii postavil na snižování cen za paušál. Zatímco Eurotel na svém začátku zákazníkům účtoval až 9 500 Kč za aktivaci služeb, při příchodu levnějšího konkurenta musel cenu aktivace výrazně snížit.¹⁰⁴

Tabulka 10- Porovnání cen Eurotelu a Paegase

	Eurotel	Paegas
Paušál (Kč/měsíc)	695 – 2 495	395 – 1 795
Cena hovoru (Kč/min)	4,40 - 9,90	3,50 - 9,50
Poplatek za připojení (Kč)	5 000	3 000

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Volná minuta až za 33 korun. Za tolik volali Češi před 15 lety*

Ačkoliv to z dnešního pohledu může vypadat na velkou kartelovou dohodu, zprvu to tak vůbec nebylo. Eurotel si v roce 1997 uvědomil, že Paegas se stává jeho velkou konkurencí, když přišel s předplacenou sadou. Paegas nabízel v balíčku dotovaný telefon předplacenou SIM kartu, vše bez závazků.¹⁰⁵

¹⁰⁴ ČESKÁ TELEVIZE, RETRO- Mobilní telefony

¹⁰⁵ MOBIL.IDNES.CZ KOMENTÁŘ: *Když ještě konkurence fungovala... Před 15 lety přišel Paegas*

Tabulka 11- Paegas sada z roku 1998 ¹⁰⁶

	Cena (Kč s DPH)	
	Telefon (22 % DPH)	Instalační poplatek -včetně 400 Kč provolaného času (5 % DPH)
Sada Paegas Twist – Siemens S6	4 634	3 865
Sada Paegas Twist – Motorola d160/d170	3 134	3 865
Karta Paegas Twist včetně 400 Kč provolaného času*	-	1 999

* dále se dal přikoupit kupon v provolaném čase 800 Kč, s 50 Kč bonusem, celková cena 750 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování na základě PETRANEK. *Menu*

V roce 1999 byl vypsán tendr, který měl vybrat třetího konkurenta na trhu. Bylo do něj přihlášeno více společností, například Oskar, CrysTel, Orange nebo i francouzský Telecom. V září téhož roku Oskar tendr vyhrál a vstupuje na trh jako třetí mobilní operátor. Jeho velkou výhodou se stal fakt, že svou síť provozoval na dvou frekvenčních pásmech, a to na 1800 MHz a 900 MHz a zavedl na trh dodnes známou Nokii 3210. ¹⁰⁷

¹⁰⁶ PETRANEK. *Menu*.

¹⁰⁷ MOBIL.IDNES.CZ. *Předchůdce Vodafonu, operátor Oskar, dnes slaví 10 let.*

Tabulka 12- Tarify Oskara v roce 2000

	1ka	2ka	3ka	4ka	5ka
Měsíční paušál (Kč)	10	150	500	550	1 000
Volné minuty *	5/35	20	100	210/90	300
Převod do dalšího měsíce	Ne	Ano	Ano	Ne	Ano
Volání na Český telecon, paegas, Eurotel * (Kč/min)	28 / 28	7 / 7	4,5 /4,5	5 /3	3,5 / 3,5
Volání na Český mobil * (Kč/min)	14 / 10,5	7 / 7	4,5 / 4,5	3 /3	3,5 / 3,5
SMS (Kč)*	0,5/ 0,35	1 /1	1 / 1	0,5 / 0,5	1 /1

* Ve špičce/ Mimo špičku

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Vše, co byste měli i neměli vědět o nabídce Českého Mobilu*

Tabulka 13- Porovnání vybraných tarifů jednotlivých mobilních operátorů v roce 2000

	OSKAR Jednička	Peagas Twist	EuroTel GO
Měsíční paušál	10,50 Kč	0 Kč	0 Kč
Minuty zdarma	5 min/ 35 min	0	0
Špička	8:00-18:00	8:00-19:00	8:00-20:00
Volání do pevné sítě *	29,40 Kč/29,40 Kč	14,80 Kč/5,00 Kč	15,50 Kč/ 5,50 Kč
Volání do Eurotelu *	29,40 Kč/29,40 Kč	5,80 Kč/5,80 Kč	5,50 Kč/5,50 Kč
Volání do Paegasu *	29,40 Kč/29,40 Kč	5 Kč/ 5 Kč	5,50 Kč/5,50 Kč
Volání do Oskara *	14,70 Kč/11,03 Kč	6,80 Kč/6,80 Kč	15,50 Kč/15,50 Kč
SMS *	0,53 Kč/0,37 Kč	2,80 Kč/2,80 Kč	3,30 Kč/ 3,30 Kč

* Ve špičce/ Mimo špičku

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Srovnání tarifů: Jednička, Twist a GO*

Tabulka 14- Srovnání cen předplacených karet pro rok 2001

Volání do sítě	Original (Kč/min)	GO (Kč/min)	Quattro GO (Kč/min)	Fun Twist GO (Kč/min)	Oskarta (Kč/min)
Telecom	15,50 / 5,50 *	9,90 / 7,90*	6,60	6,60	6,30
Eurotel	5,50 / 5,50*	6,90 / 2,70*	6,60	6,60	6,30
Peagas	6,50 / 6,50*	9,90 / 7,90*	6,60	6,60	6,30
Oskar	6,50/6,50*	9,90 / 9,90*	6,60	6,60	3,15

* Ve špičce/ mimo špičku

Zdroj: vlastní zpracování na základě MOBILMANIA.CZ. *Jaká předplacená karta je nejvýhodnější?*

4.4. Pokuty udělené Úřadem na ochranu hospodářské soutěže pro mobilní operátory

Během spolupráce mezi jednotlivými dominantními firmami na trhu dochází k uzavírání tzv. kartelových dohod. Ty většinou fungují na principu určování cen a jejich naplnění pak představuje porušení hospodářského prostředí. Z důvodu kontroly takových dohod byl zřízen ÚOHS, který mimo jiné kontroluje případné rozdělení trhu v rámci dohody. Tento druh spolupráce pak firmám zajišťuje pravidelný zisk bez rizik a velmi omezuje hospodářskou soutěž.¹⁰⁸

Když úřad odhalí jakoukoliv formu dohody, může uložit pokuty až do výše 10% čistého obrátu za poslední ukončení účetní období. Účinným nástrojem se pak v posledních letech stal Leniency program, který slouží po ty účastníky dohody, kteří by byli ochotni poskytnout informace o své dohodě a tím jim nabízí shovívavost při řízení či možnost neudělení pokuty.¹⁰⁹

V rámci správního řízení pak případ prochází určitými stupni řešení. Případ se otevírá na úrovni I. instance, kdy úřad jako první vydá rozhodnutí o stanovení výše pokuty a přiloží odůvodnění. Proti tomuto rozhodnutí lze podat rozklad do 15 dnů od jeho doručení do rukou předsedy Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, prostřednictvím I. výkonného odboru. Proti rozhodnutí řízení v II. instanci se dle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 71/1967 Sb., o správním řízení nelze odvolat. Další postup záleží na datu

¹⁰⁸ ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Zakázané dohody a zneužití dominantního postavení.*

¹⁰⁹ ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Leniency program-pravidla a výhody nahlášení kartelu.*

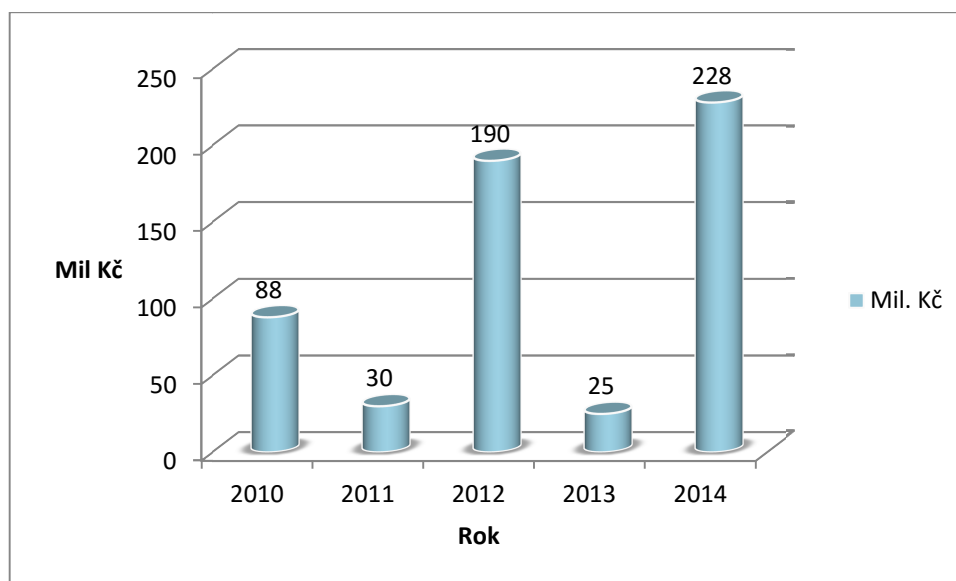
rozhodnutí a podání žaloby. Ty žaloby, o kterých nebylo rozhodnuto do 1. 1. 2003 Vrchním soudem v Olomouci, převzal Nejvyšší správní soud. Žaloby podané od 1. 1. 2003 pak jsou řešeny Krajským soudem v Brně. Proti rozhodnutí Nejvyššího správního soudu lze podat odvolání přímo k Ústavnímu soudu.¹¹⁰

Tabulka 15- Počet zahájených správních řízení v oblasti hospodářské soutěže

Počet zahájených správních řízení v oblasti hospodářské soutěže					
	2010	2011	2012	2013	2014
Zakázané dohody	1	3	5	4	7
ZDP	0	1	1	1	1
Fúze	45	50	53	35	47

Zdroj: vlastní zpracování na základě ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Statistiky z oblasti hospodářské soutěže*

Graf 2 - Výše uložených sankcí v I. stupni



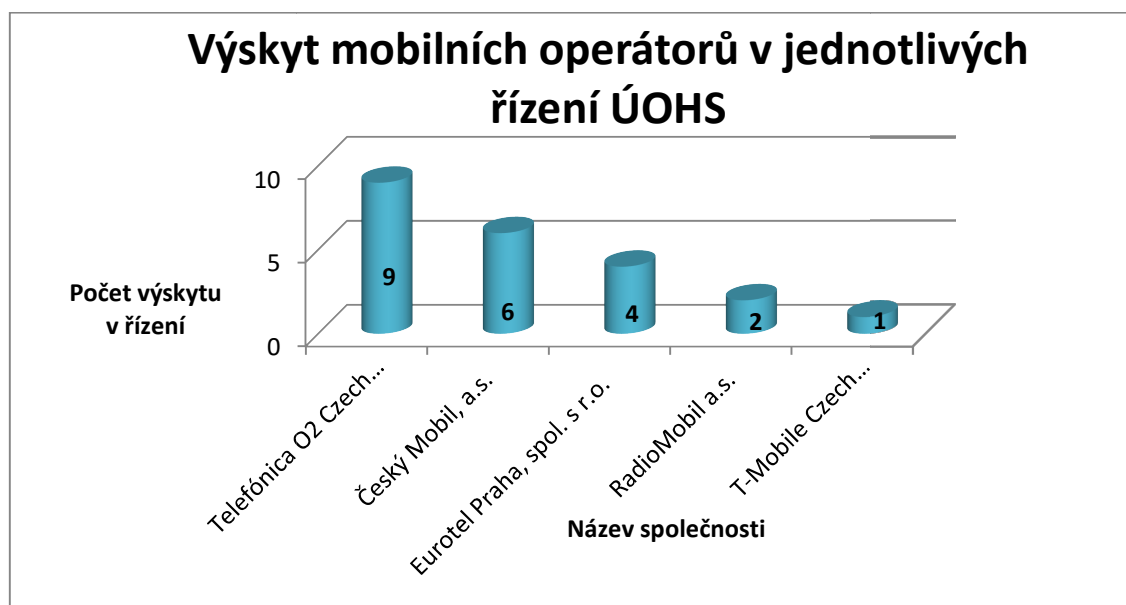
Zdroj: vlastní zpracování na základě ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Statistiky z oblasti hospodářské soutěže*

¹¹⁰ ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Soudní přezkum rozhodnutí.*

Kartelové dohody mezi jednotlivými operátory byly v minulosti několikrát zjištěny a pokutovány. Řízení pak v mnoha případech došlo až k Nejvyššímu správnímu soudu a v několika případech i k Ústavnímu soudu, kdy jedna strana byla Telefónica O2 Czech Republic, a.s.. Přehled všech rozsudků, které proběhly od I. instance až do konce jejich správního řízení lze nalézt na webových stránkách úřadu pod následujícím odkazem: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/soudni-prezkum-rozhodnuti.html>.

Z následujícího grafu lze vyčíst, kolikrát se jednotliví operátoři vyskytli v rámci některého z řízení, které proběhlo od roku 2003 dle výše uvedeného odkazu. Názvy společností nejsou aktuální a jsou brány tak, jak bylo uvedeno hlavičce odkazu I. instance.

Graf 3- Výskyt mobilních operátorů v jednotlivých řízení ÚOHS



Zdroj: Vlastní zpracování na základě ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Soudní přezkum rozhodnutí.*

Na souhrnném grafu číslo 4 je zobrazena výše celkových pokut, které byly uděleny jednotlivým operátorům podle statistiky vydané ÚOHS¹¹¹. Jedná se o součet nejvyšších pokut, které byly uděleny.

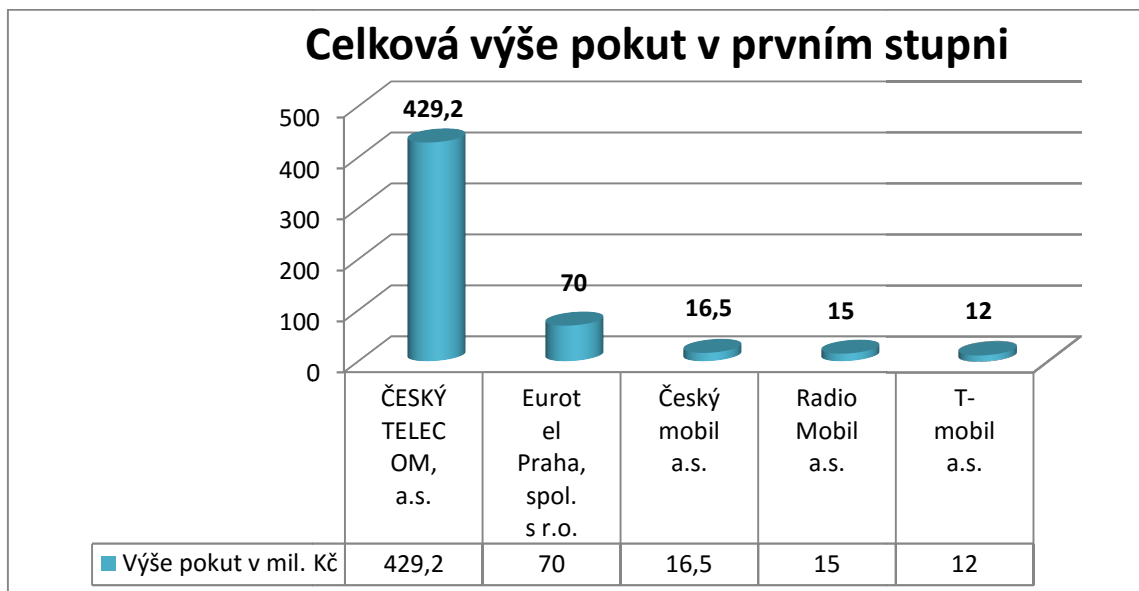
¹¹¹ ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Přehled nejvyšších pokut uložených za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže s následným vývojem jednotlivých kauz.*

Tabulka 16 - Jednotlivé pokuty v mil Kč

Společnost	Jednotlivé pokuty v mil Kč						
Český Telecom	210	90	81,7	23	15	7,5	2
Eurotel	48	22					
Český mobil	10	6,5					
T-mobile	12						

Zdroj: Vlastní zpracování na základě ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže.
Přehled nejvyšších pokut uložených za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže s následným vývojem jednotlivých kauz

Graf 4- Celková výše pokut v prvním stupni



Zdroj: Vlastní zpracování na základě ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže.
Přehled nejvyšších pokut uložených za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže s následným vývojem jednotlivých kauz

V tabulce číslo 16 jsou pro příklad uvedeny 3 způsoby, jak probíhalo průběh řízení jednotlivých kauz. V prvním řádku je zobrazeno řízení s Radiomobilem, kdy v řízení II. instance ÚOHS potvrdil pokutu. Proti tomuto rozhodnutí nelze podat další rozklad a je nutné podat pouze žalobu. Ta byla podána do 1. 1. 2003, a proto se dál případem zabýval Nejvyšší správní soud. Na rozdíl od druhé kauzy, která proběhla podobně, ale žaloba proti

ÚOHS již byla podána po roce 2003, tudíž poprvé se žalobou zaobíral Krajský soud.

V poslední kauze je zobrazen případ, který prošel všemi stupni a to až k Ústavnímu soudu. Proti jeho nálezu se již nejde odvolat.

Tabulka 17- Možné způsoby postupu řízení ÚOHS

Název společnosti	I. instance	II. instance	Krajský soud	Nejvyšší správní soud	Ústavní soud
RadioMobil a.s. Rok 2001	-Rozdílné ceny -Zneužití dominantního postavení na trhu R*: 15 000 000	ÚOHS zrušil zákaz dominantního postavení a potvrdil pokutu		Soud zrušil rozhodnutí ÚOHS a vrátil věc k dalšímu řízení (již společnost T-mobil)	
Český Mobil a.s. Eurotel Praha, spol. s r.o. Rok 2002	- Uzavření dohody R: ÚOHS potvrzuje, že se jedná o dohodu	ÚOHS potvrdil rozhodnutí I. instance	2005-obě rozhodnutí ÚOHS jsou nicotné 2009- zrušil původní a vrátil Kasační stížnost 2012- zrušil původní a vrátil	2004- žaloba se zamítá 2007- rozsudek z roku 2005 se ruší a vrací 2010, 2014- kasační stížnost zamítnuta	
Eurotel Praha, spol. s r.o.	-Zneužití dominantního postavení na trhu R*: 48 000 000	ÚOHS zrušil zákaz dominantního postavení a potvrdil pokutu	2009 – zamítnutí žaloby 2009 – zamítnutí žaloby 2010 – zamítnutí žaloby	2004- zrušení žaloby 2010- rozsudek KS se ruší a vrací 2011- rozsudek KS se ruší a žaloba zamítá	2007- rozsudek NSS z 2004 a rozsudek ÚOHS z 2001 a 2002 se ruší

Zdroj: Vlastní zpracování na základě soudních rozhodnutí. ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Soudní přezkum rozhodnutí*

4.5. Vstup Free tarifů a ovlivnění tržeb mobilních operátorů

S velkou revolucí pro české volání přichází Telefónica O2 Czech Republic, a.s., která 6. května 2008 poprvé představila neomezené tarify známé jako FREE tarify. Prvním českým neomezeným tarifem se stává O₂ NEON, který přichází s revolučním přístupem. Zákazník má na výběr z šesti možností a podle informativního letáku po zodpovězení tří základních otázek (kdy, co a kam) si vybere ten pravý tarif na míru. Jediným závazkem je uzavření dvouleté smlouvy. V následující tabulce jsou zobrazeny všechny varianty tarifů.

112

Tabulka 18- Přehled neomezených tarifů O2 NEON

Tarif	O ₂ NEON SMS	O ₂ NEON S	O ₂ NEON M	O ₂ NEON L	O ₂ NEON XL	O ₂ NEON XXL
Výhoda	Neomezené SMS a MMS v síti O ₂ a o víkendu	Neomezené volání v síti O ₂ o víkendu	Neomezené volání, SMS a MMS v síti O ₂ a o víkendu	Neomezené volání v síti O ₂ o víkendu a mimo špičku	Neomezené volání v síti O ₂ nonstop	Neomezené volání do všech sítí nonstop
Volné jednotky	250 SMS do všech sítí	40 min do všech sítí	80 min do všech sítí	120 min do všech sítí	400 min do všech sítí	
Cena	300 Kč	300 Kč	450 Kč	650 Kč	2 000 Kč	3 900 Kč

* špička- 19:00 – 7:00

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MOBIL.IDNES.CZ. *Telefónica O2 představila první tarif se zcela neomezeným voláním*

Jako druhý přináší na scénu svůj tarif Grand a Grand plus operátor T-mobile, který po dvou letech zareagoval na nabídku od O₂. Tarif Grand a Grand plus bývaly porovnávány s tarify NEON XL a XXL. Měsíční paušál u tarifu Grand činil 2000 Kč a

¹¹² MOBIL.IDNES.CZ. *Telefónica O2 představila první tarif se zcela neomezeným voláním*

obsahoval neomezené volání do vlastní a pevné sítě. Volání, SMS a MMS mimo vlastní síť byla zpoplatněna, avšak v rámci tarifu byl i 1000 Kč kredit, který tyto výlohy měl pokrýt. Poslední na trh se svým neomezeným tarifem vstupem Vodafone, který podle prvotních odhadů měl být nejvýhodnější, alespoň co se týkalo ceny 2 570 Kč.¹¹³

Druhá vlna revoluce přichází již v roce 2013, kdy O₂ připravuje tři nové tarify- Free O₂, Free O₂ Plus a Free O₂ CZ. V nejvyšší formě nabízí neomezené volání SMS do všech sítí za 899 Kč bez úvazku/ 749 Kč s úvazkem. K celému balíčku dostane zákazník i 1 GB dat. S okamžitou reakcí přichází Vodafone se svým neomezeným tarifem za 901 Kč. V té době nepojmenovaný tarif se představí jako nový tarif RED.¹¹⁴

4.5.1. Přehled peněžních toků největších českých mobilních operátorů

V následující tabulce a grafem se zachycen stav čistých peněžních toků z provozní (běžné) činnosti. Všechna uvedená data vychází z výročních zpráv, které jsou k dispozici na portále www.justice.cz a jedná se o výroční zprávy z let 2000-2014 u společností O2 Czech Republic a.s. IČO 60193336115, T-Mobile Czech Republic a.s. IČO 64949681 a Vodafone Czech Republic a.s. IČO 25788001¹¹⁶.

Pro jednotlivé operátory byly brány data z Přehledu peněžních toků (Cash flow) a byly zpracovány z řádku A***, pokud se jednalo o klasický tiskopis. Při jiném grafickém zpracování se byla data vyhodnocena podle stejného názvu.

¹¹³ MOBILMANIA.CZ. T-Mobil je Grand, nabídne neomezené tarify.

¹¹⁴ MOBIL.IDNES.CZ. Vodafone se přidává k mobilní revoluci. Nabídne neomezený tarif za 691 Kč.

¹¹⁵ Data byla čerpána vždy z Přehledu následujícího roku, kde byla opravena oproti stávajícímu

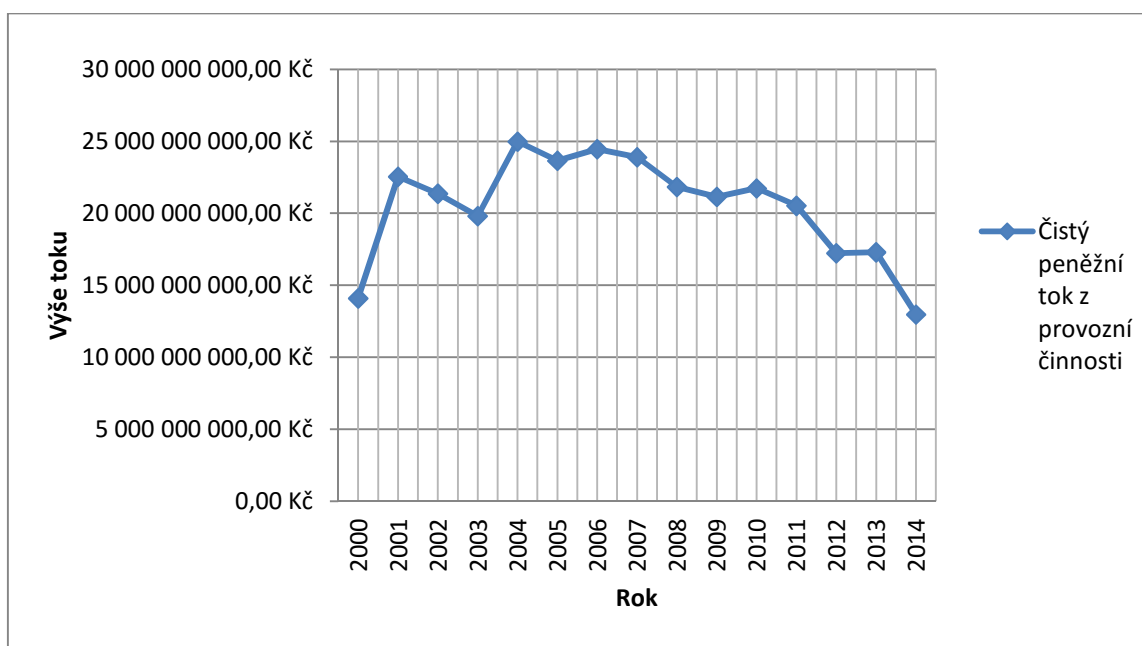
¹¹⁶ Od roku 2006 byly Výroční zprávy zpracovávány k datu 31.3 a veškeré údaje se k tomuto datu váží

Tabulka 19 - Přehled cash flow jednotlivých operátorů

Čistý peněžní tok z provozní (běžné) činnosti			
Rok	O2	Vodafone	T-Mobile
2000	14 099 745 000,00 Kč	-2 595 689 000,00 Kč	3 802 397 000,00 Kč
2001	22 549 000 000,00 Kč	-3 781 518 000,00 Kč	10 775 402 000,00 Kč
2002	21 368 000 000,00 Kč	-623 129 000,00 Kč	9 103 047 000,00 Kč
2003	19 815 000 000,00 Kč	1 323 544 000,00 Kč	11 430 869 000,00 Kč
2004	24 985 000 000,00 Kč	3 586 274 000,00 Kč	9 370 866 000,00 Kč
2005	23 656 000 000,00 Kč	5 525 205 000,00 Kč	7 593 769 000,00 Kč
2006	24 456 000 000,00 Kč	3 831 433 000,00 Kč	10 554 644 000,00 Kč
2007	23 899 000 000,00 Kč	234 789 000,00 Kč	5 108 873 000,00 Kč
2008	21 842 000 000,00 Kč	2 516 699 000,00 Kč	16 951 000 000,00 Kč
2009	21 146 000 000,00 Kč	2 008 000 000,00 Kč	15 902 000 000,00 Kč
2010	21 739 000 000,00 Kč	20 631 000 000,00 Kč	12 140 000 000,00 Kč
2011	20 532 000 000,00 Kč	2 781 000 000,00 Kč	9 899 000 000,00 Kč
2012	17 236 000 000,00 Kč	6 909 000 000,00 Kč	10 750 000 000,00 Kč
2013	17 302 000 000,00 Kč	3 185 000 000,00 Kč	8 942 000 000,00 Kč
2014	12 976 000 000,00 Kč	1 834 000 000,00 Kč	8 776 000 000,00 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování na základě výročních zpráv uveřejněných na serveru justice.cz

Graf 5- Čistý peněžní tok z provozní činnosti O2



Zdroj: Vlastní zpracování na základě výročních zpráv uveřejněných na serveru justice.cz

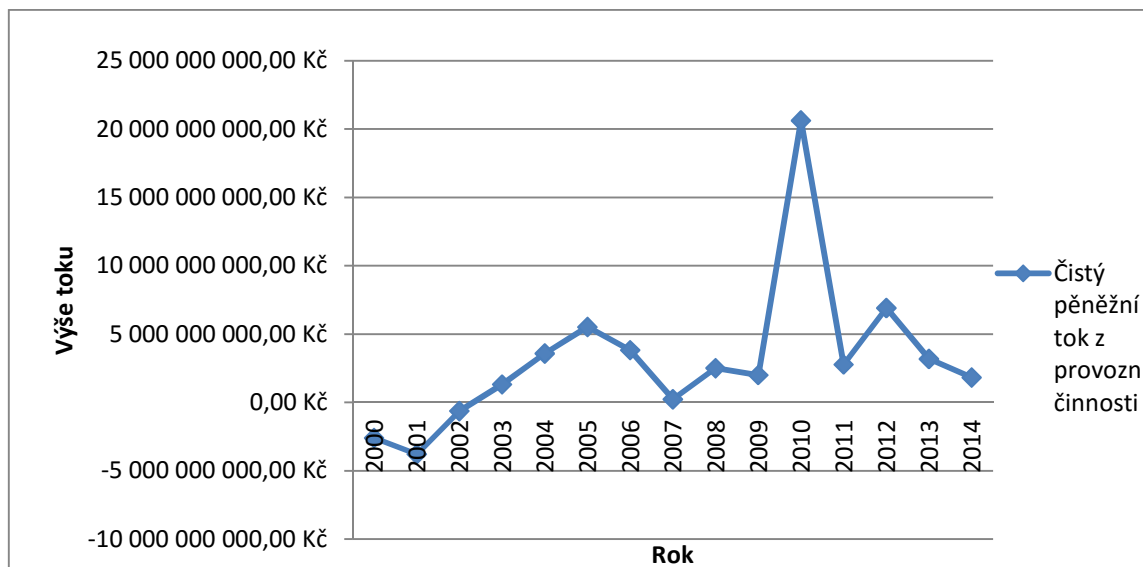
Z grafu č. 5 lze vyčíst, že společnost O2 Czech Republic a.s. od roku 2000 byla nejsilnějším operátorem v zemi. Její největší výkyvy byly spojeny v roce 2001 se zavedením zcela nového tarifu, který fungoval na nových principech a v roce 2004, kdy zavedla o polovinu levnější magnetické tarify. Vysokou úroveň si držela i nadále i za situace, kdy došlo ke spojení Eurotelu s Telefónicou v roce 2006. Vstup Free tarifů v roce 2008 na chvíli znamenal pozastavení klesajících toků, avšak neznamenal zásadní revoluci v tržbách.

Následující graf zachycuje průběh peněžního toku společnosti Vodafone Czech Republic a.s., který se na začátku milénia pohyboval v záporných hodnotách. V průběhu roku 2003 se poprvé v historii Českého mobilu převrátil zisk do kladných čísel, a to díky vzrůstajícímu počtu zákazníků a jeho podíl na trhu činil 13%¹¹⁷. Největšího peněžního toku z provozní činnosti dosáhl dle jeho výroční zprávy v roce 2008. Zde je na místě polemizovat o tom, zda v Přehledu peněžních toků není chyba, protože rok 2008 pro

¹¹⁷ MOBIL.IDNES.CZ. Oskar v plusu: Český mobil, provozovatel sítě Oskar, vykázal první kladný hospodářský výsledek v historii společnosti: jeho zisk před zdaněním, odečtem úroků a odpisů (ukazatel EBITDA) dosáhl v prvním čtvrtletí jednoho milionu dolarů.

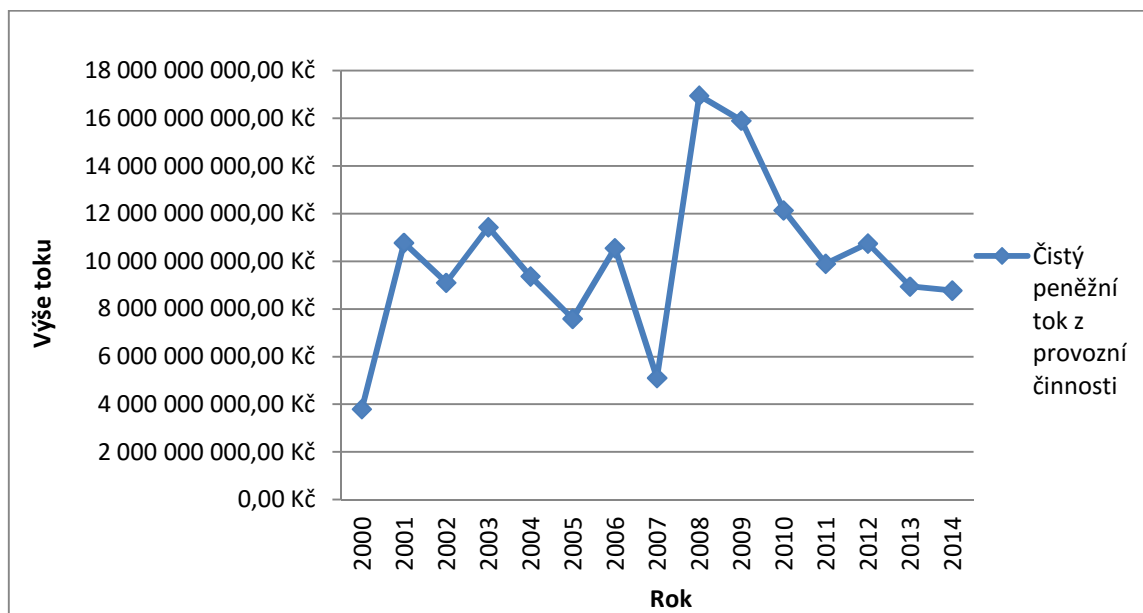
Českou republiku znamenal nástup ekonomické krize a to dokazuje i článek, který poukazuje na třetinovou ztrátu zisk.¹¹⁸

Graf 6- Čistý peněžní tok z provozní činnosti Vodanonu



Zdroj: Vlastní zpracování na základě výročních zpráv uveřejněných na serveru justice.cz

Graf 7- Čistý peněžní tok z provozní činnosti T-mobile

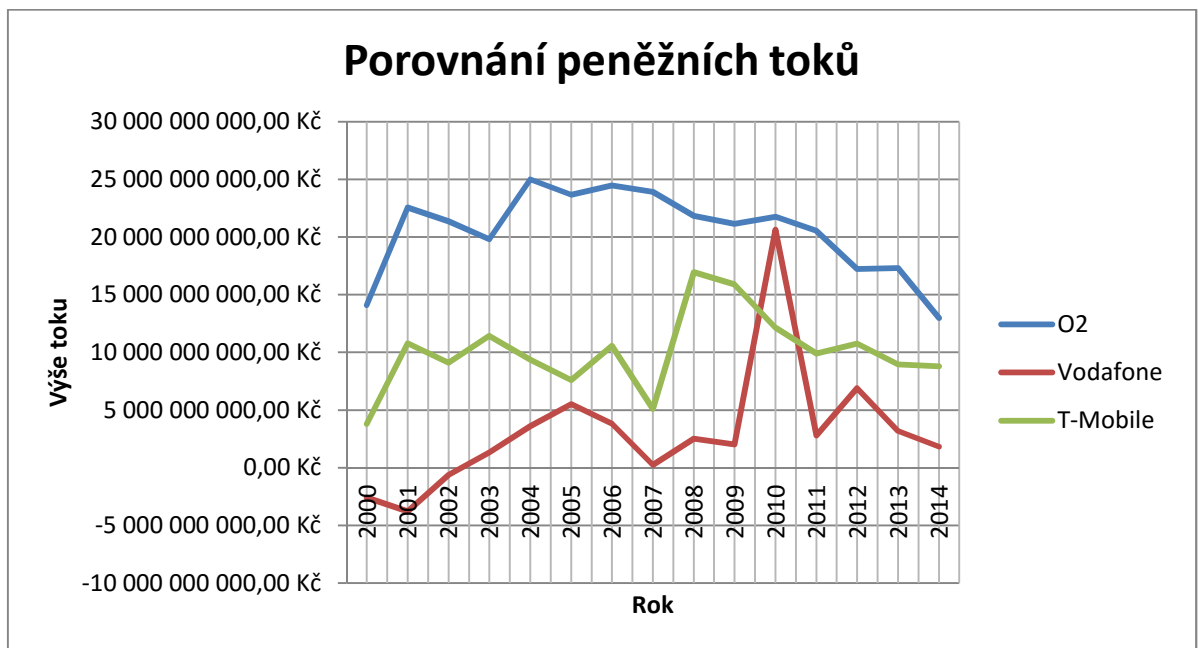


Zdroj: Vlastní zpracování základě výročních zpráv uveřejněných na serveru justice.cz

¹¹⁸IDNES.CZ. *Vodafone klesly zisky o více než třetinu.*

Porovnání peněžních toků z provozní (běžné) činnosti zobrazuje graf č. 8., kde jednoznačně na českém trhu dominuje společnost O2 Czech Republic a.s., naopak nejslabší v porovnání je dnešní Vodafone CZ, který se pohyboval ve sledovaném období i v záporných hodnotách.

Graf 8 - Porovnání peněžních toků



Zdroj: Vlastní zpracování na základě výročních zpráv uveřejněných na serveru justice.cz

5. Výsledky a diskuze

Na základě zjištěných údajů, které byly zpracovány v analytické části lze vyvodit jasný závěr, že trh českých mobilních operátorů lze charakterizovat jako homogenně oligopolní. Jsou zde tři velké dominantní firmy, které svou nabídku jasně určují podle reakce zbývajících firem.

Již od vstupu prvního operátora na náš trh dochází k zneužívání dominantního postavení na trhu, což dokazují i řízení zahájena Úřadem na ochranu hospodářské soutěže. V prvních letech si Eurotel velmi dobře uvědomoval svou silnou polohu na trh, kdy nastupujícímu fenoménu málokdo odolal. Proto v prvních pěti letech jeho působení vzrostl počet jeho zákazníků z několika tisíc na 354 500 tisíc. Po získání zákazníků přichází Eurotel s novými, téměř revolučními, tarify, kterými si je dokáže velmi dobře udržet i ve chvíli, kdy se na trhu objevuje nový operátor.

Přes všechny změny a snahy ostatních mobilních společností o zajištění svého dominantního postavení si Telefónica O2 posledních 15 let drží své místo na trhu. To dokazují i výsledky šetření v rámci cash flow jednotlivých operátorů.

V rámci analytického šetření bylo cíleno i na FREE tarify, které svým vstupem na trh způsobily malou mobilní revoluci. V rostoucím trendu používání mobilních telefonů již dosavadní tarify nepokryly poptávku, a proto Telefónica O2 jako první přichází s tímto radikálním řešením. Upouští se od veškerých omezení, jako jsou provolané minuty, počet SMS či využitá mobilní data (známé jako internet v telefonu). Podle mého názoru tento krok znamenal razantní změnu ve vnímání uživatelů mobilních sítí a mohl by znamenat i odvrácení se o snahy dosažení maximálního zisku k většímu uspokojení požadavků svých klientů.

Závěr

V rámci teoretických východisek byla zpracována hlavní problematika týkající se dokonalé a nedokonalé konkurence.

Teoretickou část doplnil rozbor knihy M. A. Vericka Mediální monopol, v které poukazuje na aktuální problémy, které ve společnosti způsobuje vliv médií. Ačkoliv by se mohla vést diskuze ohledně jeho velmi vyhraněných postojů, daná kniha vhodně doplnila teoretickou část.

Vlastní práce se snažila naplnit oba stanovené cíle práce, tedy analyzovat vývoj českého trhu mobilních operátorů, transformaci z monopolního na oligopolní a poskytnout ucelený přehled o vývoji cen v letech 1993-2013.

Jako první byla provedena analýza trhu, který zde byl před vstupem prvního mobilního operátora. V rámci té pak byla představena první mobilní síť. Dále se práce zaměřila na získávání dat ohledně historických milníků třech největších mobilních operátorů na našem trhu - Telefónica O2, T-mobile a Vodafone CZ.

U každého operátora byla sepsána stručná historie včetně změn názvů společností a jejich prodeje. Dále byly zpracovány veškeré ceny služeb, které v daném období byly na trhu poskytovány. V pozdější době se jednalo o tarify, které znamenaly pro český trh revoluci.

Na základě toho, že v České republice jsou zakázané kartelové dohody a nesmí se zneužívat dominantního postavení na trhu, byly do vlastní práce i zařazeny řízení, které probíhaly od roku 2003 proti některému z českých mobilních operátorů. Celý legislativní proces byl naznačen na třech ukázkových případech. V práci byly také sesbírány a zpracovány výše pokut pro jednotlivé operátory.

Jako poslední cíl práce bylo stanoveno, jak vstup FREE tarifů ovlivnil český trh. Jako podklad byly zpracovány údaje ze všech výročních zpráv tří největších mobilních operátorů z let 2000-2014. Pro porovnání byly brány hodnoty u čistého peněžního toku z provozní činnosti. Tato data byla vyhodnocena samostatně s pomocí grafů a na závěr bylo provedeno porovnání všech tří operátorů. Z této komparace nevyšlo najevo žádné výrazné odchýlení a vstup FREE tarifů postavení mobilních operátorů příliš neovlivnil.

Do budoucna by se na trhu mobilních operátorů mělo počítat i s tzv. virtuálními operátory. Nevýhodou virtuálních operátorů je, že nemohou fungovat samostatně. Jsou zcela závislí na poskytovateli sítě a svým zákazníkům neposkytují podpůrné služby jako je například bezplatná informační linka. V příštích letech by virtuální operátoři ovšem mohli znamenat pokrok ve vývoji a využívání mobilních služeb, především pro jejich levnější cenu volání, jednoduché tarify či možnost zakoupení předplacené karty.

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje:

BRČÁK, Josef, SEKERKA, Bohuslav. *Mikroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2010, 261 s. ISBN 978-80-7380-280-6

FRANK, Robert H. *Mikroekonomie a chování*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995, 765 s. ISBN 80-205-0438-9

HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie. Středně pokročilý kurz*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství C. H. Beck, 2002, 591 s. ISBN 80-7179-737-5.

HOREJŠÍ, Bronislava, SOUKUPOVÁ, Jana, MACÁKOVÁ, Libuše, SOUKUP, Jindřich. *Mikroekonomie*. 4. rozš. vyd., dotisk. Praha: Nakladatelství Management Press, s.r.o., 2008, 574 s. ISBN 978-80-7261-150-8

JUREČKA, Václav a kol. *Mikroekonomie*. 2. akt. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. 368 s. ISBN 978-80-247-4385-1

MACÁKOVÁ, Libuše a kol. *Mikroekonomie. Základní kurz*. 8. akt. vyd. Slaný: Nakladatelství a vydavatelství MELANDRIUM, 2003, 275 s. ISBN 80-86175-38-3.

TULEJA, Pavel, NEZVAL, Pavel, MAJEROVÁ, Ingrid. *Základy mikroekonomie*. 2., akt. vyd. Brno: Computer Press, a.s, 2011, 261 s. ISBN 978-80-251-3577-8

VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie. Moderní přístup*. 1. vyd.. Praha: Victoria Publishing, 1995, 643 s. ISBN 80-85865-25-4.

VERICK, M. A.. *Mediální monopol*. Praha: EarthSave CZ s.r.o., 2009, 213 s. ISBN 978-80-86916-09-5.

ŽANTOVSKÝ, Petr. *Mediální manipulace a krize v České televizi v roce 2000*. Praha: Institut Václava Klaus, 2015, 261 s. ISBN 978-80-87806-97-5.

Internetové zdroje:

ARCHIV ČLÁNKŮ A PŘEDNÁŠEK JIŘÍHO PETERKY. *Eurotel s novou tváří, novým logem a novými tarify*[online]. [cit. 2016-3-4]. Dostupné z WWW: <http://www.earchiv.cz/b01/b0427001.php3>

BRANDS WORLD. *T-mobile* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: <http://www.brandsoftheworld.com/logo/t-mobile-3>

ČESKÁ TELEVIZE, RETRO- Mobilní telefony, 2012 [cit. 2016-2-8]. Video formát. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10176269182-retro/212411000360040/video/>

IDNES.CZ. *Český mobil vytáhl Oskara do názvu firmy* [online]. [cit. 2016-3-4]. Dostupné z WWW: http://ekonomika.idnes.cz/cesky-mobil-vytahl-oskara-do-nazvu-firmy-ffu-ekoakcie.aspx?c=A040929_104458_ekoakcie_ven

IDNES.CZ. *Český mobil zahájil provoz* [online]. [cit. 2016-2-13]. Dostupné z WWW: http://ekonomika.idnes.cz/cesky-mobil-zahajil-provoz-ddo-ekonomika.aspx?c=000108_111929_ekonomika_jjx

IDNES.CZ. *Vodafonu klesly zisky o více než třetinu* [online]. [cit. 2016-2-26]. Dostupné z WWW: http://ekonomika.idnes.cz/vodafonu-klesly-zisky-o-vice-nez-tretinu-fp6-eko-zahranicni.aspx?c=A081111_112434_eko-zahranicni_fih

MF DNES , PATOČKÁVÁ, Martina, KOUBOVÁ, Kateřina. *Pasquale má vodní říši na hraně monopolu*[online].[cit. 2016-3-3]. Dostupné z WWW: http://ekonomika.idnes.cz/pasquale-ma-vodni-risi-na-hrane-monopolu-fdb-ekoakcie.aspx?c=A060903_223917_ekoakcie_ad

MOBIL.IDNES.CZ. *Budky nechte ptákům aneb vzpomínáte, když T-Mobile byl ještě Paegas?*[online]. [cit. 2016-2-13]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/budky-nechte-ptakum-aneb-vzpominate-kdyz-t-mobile-byl-jeste-paegas-10i-/mobilni-operatori.aspx?c=A061018_172338_mob_operatori_hro

MOBIL.IDNES.CZ. *EuroTel Quatro Go - EuroTel jde Twistu po krku* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/eurotel-quatro-go-eurotel-jde-twistu-po-krku-fnm-/mob_tech.aspx?c=A000208_0007950_mob_ceny

MOBIL.IDNES.CZ. *EuroTel zavedl další tarif pro Go* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/eurotel-zavedl-dalsi-tarif-pro-go-dq4-/mob_tech.aspx?c=A010207_0026702_mob_ceny

MOBIL.IDNES.CZ. *EuroTel zhodnotil dva roky svého působení na trhu GSM* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/eurotel-zhodnotil-dva-roky-sveho-pusobeni-na-trhu-gsm-ppf-/mobilni-operatori.aspx?c=980705_0006085_mob_operatori

MOBIL.IDNES.CZ. *Eurotel zlevnil tarify až o polovinu* [online]. [cit 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/eurotel-zlevnil-tarify-az-o-polovinu-dwn-/mobilni-operatori.aspx?c=A050127_153758_mob_operatori_brz

MOBIL.IDNES.CZ *KOMENTÁŘ: Když ještě konkurence fungovala... Před 15 lety přišel Paegas* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/komentar-kdyz-jeste-konkurence-fungovala-pred-15-lety-prisel-paegas-1fe-/mobilni-operatori.aspx?c=A110930_002753_mob_operatori_hro

MOBIL.IDNES.CZ. *Mobily za totality nesly značku Tesla. Byly jen pro vyvolené* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/mobily-za-totality-nesly-znacku-tesla-byly-jen-pro-vyvolene-pr1-/mob_tech.aspx?c=A060911_190823_mob_tech_ada

MOBIL.IDNES.CZ. *Nejúspěšnější rok v historii společnosti EuroTel* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/nejuspesnejsi-rok-v-historii-spolecnosti-eurotel-fwz-/mob_tech.aspx?c=990429_0003719_mob_aktuality

MOBIL.IDNES.CZ. *Oskar v plusu: Český mobil, provozovatel sítě Oskar, vykázal první kladný hospodářský výsledek v historii společnosti: jeho zisk před zdaněním, odečtem úroků a odpisů (ukazatel EBITDA) dosáhl v prvním čtvrtletí jednoho milionu dolarů* [online]. [cit. 2016-2-26]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/oskar-v-plusu-cesky-mobil-provozovatel-site-oskar-vykazal-prvni-kladny-hospodarsky-vysledek-v-his-ilc-/mob_tech.aspx?c=A020520_PR16954_mob_aktuality

MOBIL.IDNES.CZ. *Proč to RadioMobil dělá?* [online]. [cit. 2016-2-14]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/proc-to-radiomobil-dela-0vf-/mob_tech.aspx?c=A010424_0030087_mob_prakticky

MOBIL.IDNES.CZ. *Předchůdce Vodafonu, operátor Oskar, dnes slaví 10 let* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/predchudce-vodafonu-operator-oskar-dnes-slavi-10-let-fhj-/mobilni-operatori.aspx?c=A100301_021830_mob_operatori_jm

MOBIL.IDNES.CZ. *Srovnání tarifů: Jednička, Twist a GO* [online]. [cit. 2016-1-30]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/srovnani-tarifu-jednicka-twist-a-go-d6a-/mob_tech.aspx?c=A000109_0005399_mob_ceny

MOBIL.IDNES.CZ. *Telefónica O2 představila první tarif se zcela neomezeným voláním* [online]. [cit. 2016-2-26]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/telefonica-o2-predstavila-prvni-tarif-se-zcela-neomezenym-volanim-1cj-/mobilni-operatori.aspx?c=A080505_220402_mob_operatori_hro

MOBIL.IDNES.CZ. *Tisková zpráva: S EuroTelem můžete volat v metru ZDARMA!* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/tiskova-zprava-s-eurotelem-muzete-volat-v-metru-zdarma-pir-/mob_tech.aspx?c=990322_0003668_mob_aktuality

MOBIL.IDNES.CZ. *Toto jsou první tarify Oskara. Našli jsme je v redakčním smetí* [online]. [cit. 2016-2-14]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/toto-jsou-prvni-tarify-oskara-dk8-/mobilni-operatori.aspx?c=A150707_143947_mobilni-operatori_jm

MOBIL.IDNES.CZ. *Vodafone přibral do svého mobilního týmu Oskara, vydělají zákazníci* [online]. [cit. 2016-2-14]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/vodafone-pribral-do-sveho-mobilniho-tymu-oskara-vydelaji-zakaznici-1pu-/mobilni-operatori.aspx?c=A050315_153349_mob_operatori_eck

MOBIL.IDNES.CZ. *Vodafone se přidává k mobilní revoluci. Nabídne neomezený tarif za 691 Kč* [online]. [cit. 2016-2-26]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/vodafone-nabidne-neomezeny-tarif-za-691-korun-fzu-/mobilni-operatori.aspx?c=A130412_162714_mobilni-operatori_apo

MOBIL.IDNES.CZ. *Vodafone střídá Oskara. Láká na měsíc volání zdarma* [online]. [cit. 2016-2-5]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/vodafone-strida-oskara-laka-na-mesic-volani-zdarma-fv9-/mobilni-operatori.aspx?c=A060130_234834_mob_operatori_brz

MOBIL.IDNES.CZ. *Volná minuta až za 33 korun. Za tolik volali Češi před 15 lety* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/volna-minuta-az-za-33-korun-za-tolik-volali-cesi-pred-15-lety-p3d-/mobilni-operatori.aspx?c=A110930_121759_mob_operatori_jm

MOBIL.IDNES.CZ. *Vše, co byste měli i neměli vědět o nabídce Českého Mobilu* [online]. [cit. 2016-1-30]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/vse-co-byste-meli-i-nemeli-vedet-o-nabidce-ceskeho-mobilu-pjt-/mobilni-operatori.aspx?c=A000109_0047988_mob_operatori

MOBIL.IDNES.CZ. *Vzpomínáme: Nedožité patnáctiny Eurotelu.* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/vzpominame-nedožite-patnactiny-eurotelu-fgp-/mobilni-operatori.aspx?c=A060811_153001_mob_operatori_hro

MOBIL.IDNES.CZ. *Zapomeňte na Český Telecom a Eurotel, přichází O2* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: http://mobil.idnes.cz/zapomente-na-cesky-telecom-a-eurotel-prichazi-o2-ftd-/mobilni-operatori.aspx?c=A060831_111940_mob_operatori_hro

MOBILMANIA.CZ. *Jaká předplacená karta je nejvýhodnější?* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: <http://www.mobilmania.cz/titulni-strana/jaka-predplacena-karta-je-nejvyhodnejsi/sc-21-a-1003378/default.aspx>

MOBILMANIA.CZ. *Mobilní historie: milníky ve vývoji mobilní komunikace* [online]. [cit. 2016-2-13]. Dostupné z WWW: <http://www.mobilmania.cz/clanky/mobilni-historie-milniky-ve-vyvoji-mobilni-komunikace/sc-3-a-1111658/default.aspx>

MOBILMANIA.CZ. *T-Mobil je Grand, nabídne neomezené tarify* [online]. [cit. 2016-2-26]. Dostupné z WWW: <http://www.mobilmania.cz/clanky/t-mobile-je-grand-nabidne-neomezene-tarify/sc-3-a-1124439/default.aspx>

NÁRODNÍ ARCHIV. *Statní správa 1945-1992. Úřady a orgány unitární a federální* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: <http://www.nacr.cz/sua/fondy/1611c.htm>

O2. *Fotografie a loga* [online]. [cit. 2016-2-11]. Dostupné z WWW: <https://www.o2.cz/spolecnost/fotografie-a-loga/>

PETRANEK. *Menu* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: <http://petranek.net/mobil/>

PETRANEK. *Menu* [online]. [cit. 2016-2-8]. Dostupné z WWW: <http://petranek.net/mobil/twist/Twisttar.htm>

STRATEGIE.CZ. *Peagas versus T-Mobile v hodnotě akcií* [online]. [cit. 2016-2-13]. Dostupné z WWW: <http://strategie.e15.cz/zpravy/paegas-versus-t-mobile-v-hodnote-akcii-434724>

ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Historie úřadu* [online]. [citace 2015-11-29]. Dostupný z WWW: <http://www.uohs.cz/cs/o-uradu/historie-uradu.html>

ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Leniency program-pravidla a výhody nahlášení kartelu* [online]. [cit. 2016-2-20]. Dostupné z WWW: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/zakazane-dohody-a-zneuuziti-dominance/leniency-program.html>

ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Přehled nejvyšších pokut uložených za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže s následným vývojem jednotlivých kauz* [online]. [cit. 2016-2-20]. Dostupné z WWW: <http://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/statistiky/prehled-nejvyssich-pokut-ulozenych-v-oblasti-hospodarske-souteze.html>

ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Soudní přezkum rozhodnutí*. [online]. [cit. 2016-2-20]. Dostupné z WWW: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/soudni-prezkum-rozhodnuti.html>

ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Statistiky z oblasti hospodářské soutěže* [online]. [cit. 2016-2-20]. Dostupné z WWW: <http://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/statistiky/statistiky-z-oblasti-hospodarske-souteze.html>

ÚOHS, Úřad na ochranu hospodářské soutěže. *Zakázané dohody a zneužití dominantního postavení* [online]. [cit. 2016-2-20]. Dostupné z WWW: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/zakazane-dohody-a-zneuuziti-dominance.html>

VODAFONE. *Také a look at our logos* [online]. [cit. 2016-2-13]. Dostupné z WWW: <http://www.vodafone.co.uk/about-us/for-the-media/image-library/logos/>

Další zdroje:

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Ceník tarifů Paegas* [online]. (PDF). [cit. 2016-3-4].

Dostupné

z WWW:

<http://www.digiweb.cz/attachment.php/630/10733630/aostu348BCDEGIKLOk6Qceghqxy01UVm/t-cenik-tarify-pegas.pdf>

NEUGEBAUER, Richard. *Mikroekonomie*. [online]. Opava: Slezská univerzita v Opavě.

(PDF). [cit. 2015-12-3]. Dostupný z WWW: [http://www.slu.cz/math/cz/lide/neugebauer-](http://www.slu.cz/math/cz/lide/neugebauer-richard/teaching/docs/opora-mikroekonomie)

[richard/teaching/docs/opora-mikroekonomie](http://www.slu.cz/math/cz/lide/neugebauer-richard/teaching/docs/opora-mikroekonomie)

T-MOBILE. *Výroční zpráva 1999 RadioMobil a.s.* [online]. (PDF). [cit 2016-2-13].

Dostupné z WWW: https://www.t-mobile.cz/dcpublish/Annual_report_1999_CZ.pdf