

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Bakalářská práce

Postavení firmy ČEZ, a. s. v odvětví distribuce energetiky

Jan Zvolánek

© 2016 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jan Zvolánek

Provoz a ekonomika

Název práce

Postavení firmy ČEZ, a.s. v odvětví distribuce energetiky

Název anglicky

The Position of ČEZ company in the Distribution of Energy

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je potvrdit či vyvrátit monopolní postavení firmy ČEZ.a.s. na trhu s energetikou, dále pak, pokud není definována jako monopol, určit její sílu distribuce v České republice a odhadnout, jak si stojí v porovnání s konkurenčními distributory.

Metodika

Data budou získávána z odborných publikací s náhledem na dané téma zejména na teoretickou část bakalářské práce. Dále budou data získávána z výročních zpráv a dalších zdrojů týkajících se hospodaření firmy. Následně budou data zpracována komparativní metodou a metodou analýzy a syntézy. Ke zpracovaným datům bude přiřazena informační hodnota a zahrnuta do práce. V závěru práce bude na základě analyzovaných dat možné určit, zda jsme našli jednoznačnou odpověď na otázky položené v úvodu práce.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 Stran

Klíčová slova

ČEZ.a.s, monopol, distribuce, trh, výroční zpráva

Doporučené zdroje informací

- BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. Mikroekonomie: středně pokročilý kurz. 8th ed. Plzeň: Aleš Čeněk, 1969, 261 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7380-280-6.
- HOLMAN, Robert. Ekonomie: středně pokročilý kurz. 3. aktualiz. vyd. Praha: C. H. Beck, 2002, xxiv, 726 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-717-9681-6.
- HOLMAN, Robert. Makroekonomie: středně pokročilý kurz. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010, xiv, 424 s. ISBN 978-80-7179-861-3.
- CHAMBERLIN, By Edward Hastings. The theory of monopolistic competition; a re-orientation of the theory of value: středně pokročilý kurz. 8th ed. Cambridge: Harvard University Press, 1969, xxii, 714 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-067-4881-259.
- CHAMBERLIN, By Edward Hastings. The theory of monopolistic competition; a re-orientation of the theory of value: středně pokročilý kurz. 8th ed. Praha: Harvard University Press, 1969, xxii, 714 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-067-4881-259.

Předběžný termín obhajoby

2015/16 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Roman Svoboda, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 12. 2. 2014

doc. Ing. Josef Brčák, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Postavení firmy ČEZ, a. s. v odvětví distribuce energetiky" jsem vypracoval 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 autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 10. 3. 2016

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Romanu Svobodovi, Ph.D. za odborné vedení, podnětné rady, kontrolu a cenné návrhy při tvorbě mé bakalářské práce.

Postavení firmy ČEZ, a. s. v odvětví distribuce energetiky

Souhrn

Tato práce je zaměřena na problematiku nedokonale konkurenčních trhů, jako příklad je zde uváděno dominantní postavení společnosti ČEZ Distribuce, a. s. na energetickém distribučním trhu. V teoretické části této práce jsou nastíněny druhy nedokonale konkurenčních modelů a jejich vliv na ekonomickou rovnováhu. Dále jsou zde vyjmenovány různé ekonomické jevy související s nedokonale konkurenčním trhem, zásahy státu, regulace a antimonopolní politika. Praktická část se věnuje společnosti ČEZ Distribuce, a. s., jejímu dominantnímu postavení na trhu s energetikou, historickému vývoji a srovnání s dalšími společnostmi v tomto odvětví. A dále se věnuje vysvětlení pojmů souvisejících s českým energetickým trhem a jeho rozdělení.

Klíčová slova: ČEZ, monopol, distribuce, energetický trh, výroční zpráva, nedokonalá konkurence, energetika.

The Position of ČEZ company in the Distribution of Energy

Summary

This work is focused on imperfectly competitive markets. As an example, is used dominance of company CEZ Distribution on the energy market. The theoretical part of the thesis try to explain types of imperfectly competitive models and their impact on the economic balance. There are also named various economic phenomena associated with imperfectly competitive market, state interventions, state regulatory and antitrust policy. The practical part is about ČEZ Distribution company and the dominant position in the energy market, historical developments and comparisons with other companies in this sector. Also explanation of the terms associated with the Czech energy market and its distribution.

Keywords: ČEZ, monopoly, distribution, energy market, annual report, imperfect competition, energetics.

Obsah

1. Úvod	8
2. Cíl práce a metodika	9
2.1. Cíl práce.....	9
2.2. Metodika.....	9
3. Teorie nedokonalé konkurence	10
3.1. Příčiny vzniku nedokonale konkurenčního trhu	10
3.1.1. Tvorba ceny na nedokonale konkurenčním trhu.....	10
3.1.2. Vstup na nedokonale konkurenční trh.....	11
3.2. Druhy nedokonalé konkurence	12
3.2.1. Monopol	12
3.2.1.1. Přirozený monopol.....	13
3.2.1.2. Administrativní monopol	14
3.2.1.3. Neefektivnost monopolu	15
3.2.1.4. Optimální výstup.....	16
3.2.1.5. Státní vlastnictví a řízení	17
3.2.2. Oligopol.....	17
3.2.3. Nekooperativní strategie.....	20
3.2.3.1. Kartel.....	20
3.2.3.2. Cournotův oligopol	20
3.2.3.3. Bertrandův oligopol	21
3.2.4. Monopolistická konkurence	21
3.2.5. Teorie her.....	21
3.2.6. Cenová diskriminace	22
3.2.6.1. Cenová diskriminace 1. stupně	22
3.2.6.2. Cenová diskriminace 2. stupně	22
3.2.6.3. Cenová diskriminace 3. stupně	23
3.2.6.4. Překážkový model cenové diskriminace	23
3.2.6.5. Některé další formy cenové diskriminace	23
3.2.7. Poptávka na nedokonale konkurenčním trhu práce	24
3.3. Státní zásahy a regulace.....	24
3.3.1. Hospodářská soutěž.....	24
3.3.2. Antimonopolní politika	25
3.3.2.1. Regulace monopolu.....	26
3.3.2.2. Cenová regulace.....	26

3.3.2.3.	Regulace síťových odvětví	27
3.3.2.4.	Neefektivnost regulace	27
4.	Praktická část.....	28
4.1.	Energetický trh.....	28
4.2.	Představení společnosti ČEZ, a. s.	28
4.3.	Specifikace trhu s elektřinou.....	29
4.3.1.	Elektrická přenosová soustava České republiky.....	29
4.3.2.	Distribuční soustava elektřiny České republiky	29
4.3.3.	Dodavatelé elektrické energie.....	30
4.3.4.	Skladba ceny elektřiny	31
4.3.5.	Vývoj cen regulovaných složek elektrické energie.....	32
4.4.	Analýza společnosti ČEZ Distribuce, a. s.	33
4.4.1.	Rozložení trhu mezi distributory dle distribuovaných GWh za r.2014.....	34
4.4.2.	Rozložení trhu mezi distributory podle tržeb za rok 2014	35
4.4.3.	Vývoj postavení distribučních společností na trhu dle GWh a tržeb	36
4.4.4.	Investiční činnost ČEZ Distribuce, a. s. v r. 2014	38
4.4.5.	Vývoj výnosů, nákladů a zisku	39
5.	Zhodnocení výsledků a diskuze	42
6.	Závěr	43
7.	Seznam použitých zdrojů	44
7.1.	Knižní zdroje.....	44
7.2.	Internetové zdroje.....	45
7.3.	Výroční zprávy.....	46

1. Úvod

Na nedokonale konkurenčních trzích vzniká řada jevů, které jsou do jisté míry nepřírozené. Jsou to druhy dominantních tržních struktur, z nichž každá má své specifické chování. V této bakalářské práci se věnuji jednomu nedokonale konkurenčnímu trhu, a to konkrétně odvětví distribuce elektrické energie v České republice.

V teoretické části se zabývám převážně monopolem a oligopolem, jejich obecnou charakteristikou, morálními a ekonomickými efekty, které tyto tržní struktury způsobují. Dále se zde věnuji antimonopolní politice, hospodářské soutěži a regulacemi dominantních tržních odvětví státem.

Hlavním bodem praktické části je analýza postavení konkrétní firmy z tohoto odvětví, a to jedné z dceřiných společností ČEZ, a. s. firmy ČEZ Distribuce, a. s. Ta společně s dalšími dvěma firmami - E.ON Distribuce, a. s. a PRE Distribuce, a. s. pokrývá celé distribuční odvětví elektrické energie.

Společnost ČEZ, a. s. vznikla v květnu roku 1992 privatizací podniku České energetické závody a v současné době je jednou z největších Evropských energetických společností. Celková aktiva této firmy přesahují 500 miliard korun a její aktivita sahá do řady států střední a jihovýchodní Evropy. Hlavní předměty podnikání společnosti tvoří těžba uhlí, obchod a prodej zemního plynu, výroba, distribuce, obchod a prodej v oblasti elektřiny.

Společnost ČEZ Distribuce, a. s. působí na energetickém distribučním trhu od roku 2006 a jejím cílem je zajišťovat roli výkonného správce aktiv distribuční sítě, která zásobuje elektrickou energií 3 589 039 odběrných míst, o celkové délce vedení 162 tisíc kilometrů. Podle těchto dat můžeme poznat, že se jedná o největší společnost v oblasti distribuce elektrické energie v České republice, která obhospodařuje majetek ve výši přes 100 miliard korun. Jediným akcionářem této společnosti je Skupina ČEZ, a. s., která je ze 70 % vlastněna českým státem. Tržby společnosti jsou závislé na výši regulované složky z ceny elektrické energie, která je stanovována českým Energetickým regulačním úřadem. Ten zároveň poskytuje licence distribučním společnostem a má za úkol hlídat kvalitu dodávek elektřiny.

2. Cíl práce a metodika

2.1. Cíl práce

Cílem bakalářské je vysvětlit funkci a zákonitosti distribučního odvětví v České republice. Analyzovat vybrané ekonomické ukazatele společnosti ČEZ Distribuce, a. s., jako jsou provozní cash flow, čistý zisk, celková aktiva. Prozkoumat investiční činnost, vývoj výnosů, nákladů a zisku společnosti, určit, jak silné postavení firma zaujímá na distribučním trhu s elektrickou energií.

2.2. Metodika

Data do teoretické části bakalářské práce byla získávána z odborných publikací, týkajících se nedokonale konkurenčních trhů, kladných i záporných jevů, které se v nich vyskytují, a také státních zásahů a regulací těchto odvětví. Do praktické části byla data získávána převážně z výročních zpráv jednotlivých společností působících na českém distribučním trhu za období mezi roky 2006 až 2014 a dalších zdrojů týkajících se hospodaření těchto společností. Následně byla data zpracována převážně metodou komparativní analýzy a metodou syntézy. Ke zpracovaným datům, z velké části grafům a tabulkám, byla přiřazena informační hodnota. Tato data se týkala především velikosti tržeb, počtu distribuovaných GWh za jeden rok, přepočtených cen za jednu GWh a počtu koncových odběratelů každé ze tří společností působících na distribučním trhu. V závěru práce je možné na základě analyzovaných dat určit, zda jsme našli jednoznačnou odpověď na otázky položené v úvodu práce.

3. Teorie nedokonalé konkurence

3.1. Příčiny vzniku nedokonale konkurenčního trhu

Nedokonalá konkurence vzniká v odvětvích, kde mají prodávající určitou možnost kontrolovat ceny svých výstupů. Nedá se ovšem nikdy říci, že prodejce má absolutní kontrolu nad cenou svých výstupních produktů. Velký podíl možnosti stanovit si cenu výstupů závisí také na odvětví, ve kterém se pohybujeme. Tedy rozdíl mezi dokonalou a nedokonalou konkurencí můžeme ilustrovat cenovou elasticitou. „*Pro dokonalého konkurenta je poptávka dokonale elastická, pro nedokonalého konkurenta má poptávka určitou konečnou elasticitu*“.¹ Můžeme tedy říci, že nedokonalý trh vzniká ze třech základních důvodů, kterými jsou:

Náklady - pokud minimální efektivní produkce tvoří většinu výstupu z odvětví, existuje jen několik málo firem, které mohou dosahovat zisku, což vede ke vzniku oligopolu.

Překážky konkurenci - to může být zapříčiněno vládními omezeními vstupu nebo vysokými úsporami z rozsahu, které snižují počet konkurentů v odvětví.

Strategická závislost - pokud se v odvětví nachází jen málo firem, které se svým chováním vzájemně ovlivňují. „*Strategická závislost, která představuje nový rys chování oligopolu a zabývá se jí teorie her, znamená, že budoucnost firmy závisí na chování jejich rivalů.*“²

3.1.1. Tvorba ceny na nedokonale konkurenčním trhu

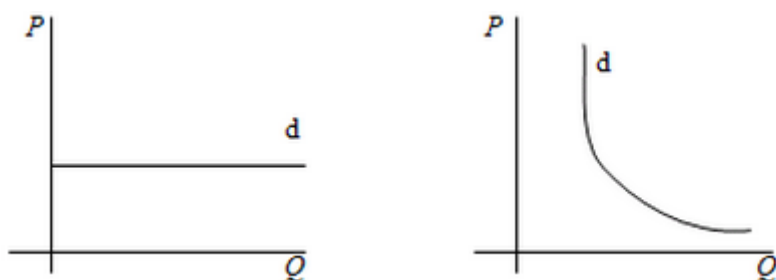
Výrobci se snaží maximalizovat své zisky, vyrovnat mezní náklady s mezními příjmy. Pohybujeme-li se na dokonale konkurenčním trhu, mezní příjem výrobce se rovná nule. To proto, že výrobce si cenu nemůže vybírat ale je mu diktována. „*Na nedokonalém trhu je však poptávka po zboží každého výrobce klesající a mezní příjem je také klesající.*“³

¹ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání*, s. 168

² SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání*, s. 168

³ HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 308

Obrázek 1: Poptávka v dokonalé a nedokonalé konkurenci.



Kdy: P Cena
Q Množství
d Poptávková funkce

Zdroj: Zpracováno dle SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie*: 18. Vydání.

3.1.2. Vstup na nedokonale konkurenční trh

Překážkou vstupu na nedokonale konkurenční trhy jsou takzvané bariéry vstupu do odvětví. Příkladem takovýchto překážek jsou například:

- a) „Skutečnost, že průměrné náklady určité firmy dosahují svého minima při větším výstupu, než žádá tržní poptávka.“⁴ V tomto případě to znamená, že výrobní technologie využívaná velkou firmou jí umožňuje realizovat výrobu s relativně nízkými náklady. Pokud by na tomto trhu bylo více firem, křivky jejich individuálních poptávek by se posouvaly doleva, což by vedlo k růstu průměrných nákladů. Jednotlivé firmy by se snažily zvýšit objem produkce a zároveň snižovat cenu, až do bodu, kdy by na trhu nevyhnutelně zvítězila jedna firma a stala by se tak přirozeným monopolem.
- b) Kontrola zdrojů. Tím, že firma kontroluje všechny nebo velkou část zdrojů nutných k produkci daného statku (například nerostných surovin). Tato firma tak uměle vytvoří monopol a má veškerou kontrolu nad vstupem nových firem do odvětví.⁵
- c) Zásah státu. Pokud se stát rozhodne, může jedné firmě udělit výsadní právo nebo jí zásadním způsobem podnikání v daném odvětví usnadnit. Příkladem takové společnosti u nás je například Česká pošta. Taková firma však musí na oplátku souhlasit s regulačními podmínkami, které jsou jí státem určeny a do jisté míry kontrolují, ovlivňují její chování na trhu.

⁴ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 283

⁵ BRČÁK, Josef a SEKERKA, Bohuslav. *Makroekonomie*

- d) Ochranné známky, patenty a právní restrikce, které kontroluje jejich držitel, mu umožňuje jistým způsobem ovládnout výrobu nebo prodej daného statku či služby. Patenty ale samozřejmě ve většině případů nevydrží navždy. Jelikož se věda neustále zdokonaluje, i technologické postupy a jiné patenty zastarávají. Toto může být příčina konce monopolního postavení firmy.⁶

3.2. Druhy nedokonalé konkurence

3.2.1. Monopol

Je to nejextrémnější případ nedokonalé konkurence, který je založen na absenci blízkých substitutů. Ten však může přetrvat jen tehdy, pokud na tento trh nemohou vstoupit noví konkurenti - v tom jim brání překážky vstupu do odvětví. Můžeme je rozdělit do třech základních skupin:

1. Monopol z vlastnictví jedinečného faktoru
2. Přirozený monopol
3. Státem vytvořený (administrativní) monopol

Potom tedy zbyde jen jeden jediný prodávající, s téměř úplnou kontrolou nad trhem. Mohli bychom říci, že dojde na trhu k absolutní nerovnováze a jediná společnost pak bude kontrolovat daný trh. Nicméně monopol jako takový nemusí vždy znamenat jen něco negativního. Záleží také na úhlu pohledu - na monopol můžeme nahlížet buď jako na statický nebo dynamický.

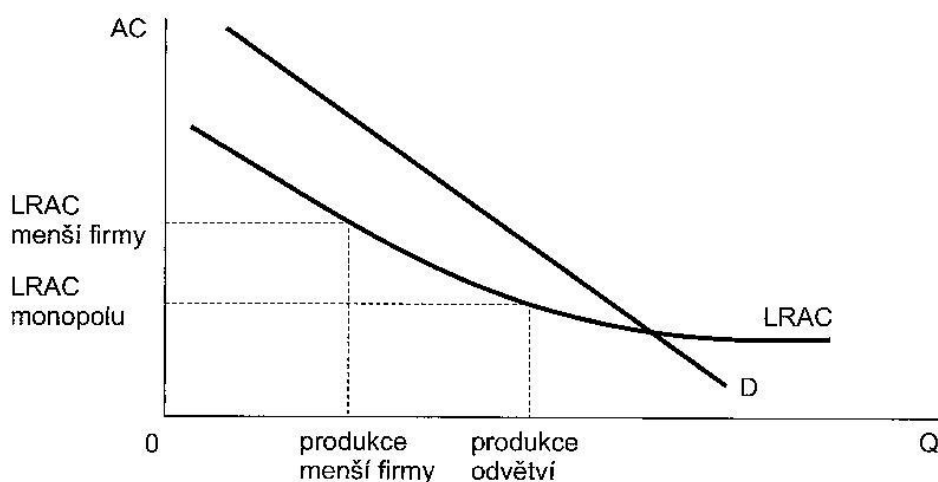
Statický pohled na monopol znamená, že je méně efektivní než konkurenční trh, protože vyvolává mrtvou ztrátu. Toto je tedy pohled, kdy se domníváme, že se monopolistická společnost snaží ovládnout trh jen proto, aby maximalizovala své zisky na úkor ostatních. Pokud naproti tomu uplatníme dynamický pohled na monopol, můžeme ho vidět jako něco, co nutí firmy investovat do inovací, aby tak získali technologický pokrok. Ten zajistí, že žádná jiná firma nebude na nějaký čas konkurenceschopná. Právě tyto krátkodobé monopolní zisky ženou technologický pokrok vpřed.

⁶ BRČÁK, Josef a SEKERKA, Bohuslav. *Makroekonomie*

3.2.1.1. Přirozený monopol

Jako příklad přirozeného monopolu uvádí Holman odvětví, v nichž „jsou fixní náklady relativně velmi vysoké a mezní náklady velmi nízké.“⁷ Jde většinou o tzv. síťová odvětví, kterými jsou rozvody vody, plynu, elektřiny apod., kde velkou roli hrají rozvodné sítě, ať už drátu, potrubí nebo kolejí. Pokud tedy firma vlastní jeden z těchto faktorů, jsou její jednotkové náklady tím nižší, čím více zákazníků firma má.

Obrázek 2: Náklady přirozeného monopolu a tržní poptávka



Zdroj: JUREČKA, Václav. *Mikroekonomie* s. 211

Z obrázku 1 vyplývá, že dlouhodobé průměrné náklady jsou klesající v celém průběhu, vzhledem k velikosti celkové poptávky. Je tedy výhodnější jen jedna jediná firma s menšími průměrnými náklady, než dělit produkci mezi více firem.

V hospodářské praxi se s jediným výrobcem na daném trhu nesetkáváme často. I přestože nám může připadat, že v České republice je ČEZ jediným producentem elektřiny, ve skutečnosti existuje celá řada drobných alternativních výrobců, stejně jako možnost dovozu elektřiny ze zahraničí. „Z praktických důvodů proto monopolní strukturu chápeme jako takovou tržní situaci, kdy je rozhodující část trhu obsazena jedním producentem a kde v důsledku toho hrozí zneužití dominantního postavení.“⁸

⁷ HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 378

⁸ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 282

Síťový efekt

Nyní si více přiblížíme co je to síťový efekt. Jak jsme již řekli, tento „lock-in“ efekt vzniká v takzvaných síťových odvětvích. „*Síťový efekt v distribuci elektřiny – Když si pořídíte jakýkoli elektrický spotřebič, víte, že jej doma zapojíte do zásuvky 220V / 50Hz. Proto si koupíte pouze takový spotřebič, který splňuje tyto parametry. Protože všichni mají tento typ zásuvky, mohou výrobci vyrábět jen takové spotřebiče, které jsou zapojitelné do těchto zásuvek. Představte si, že by nějaká firma přišla s novým typem ledničky, která je dokonalá i levná, ale je jí nutno zapojit do zásuvky jiných parametrů. Nikdo by ji nekupoval, protože by jí nemohl zapojit.*“⁹ Jak na tomto příkladu popisuje Holman, síťový efekt je prakticky bariéra vstupu do odvětví a ta je podle jednotlivých druhů sítí více či méně překonatelná. Její překonání je ale často hluboce neefektivní a prakticky nikomu by se nevyplatilo tuto novou „sít“ vytvářet.

3.2.1.2. Administrativní monopol

Je státem uměle vytvořený monopol. Je historicky nejstarším typem monopolu a objevuje se již ve starověkém Římě, kde byla státem prodávána práva na monopol. U těchto výrobků však cena brzy velice vzrostla a naopak došlo k poklesu kvality, proto musel panovník ceny regulovat. K výraznému rozšíření monopolů došlo v 16. a 17. století v západní Evropě, kdy panovníci prodávali monopoly, aby získali peníze do státní pokladny. Monopoly se prodávaly i na tak základní druhy zboží, jako bylo mýdlo, což po poklesu jeho kvality vyvolalo velké protesty. Takovéto typy monopolů byly zrušeny a u výrobců byly do jisté míry nahrazeny patenty.¹⁰

Státem vytvořené monopoly jsou i v dnešní době běžnou součástí tržní struktury. Důvodem k jejich podpoře ze strany státu je *univerzální služba a neefektivní duplikace*.

⁹ HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 381

¹⁰ HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 388

Univerzální služba

Zákon č. 151/2000 Sb. o telekomunikacích, § 29, definuje *univerzální službu* takto: „Univerzální službou se rozumí minimální soubor služeb, které jsou dostupné ve stanovené kvalitě všem uživatelům na celém území státu za dostupnou cenu. Dostupnou cenou se rozumí cena stanovená podle zvláštního právního předpisu.“¹¹

Neefektivní duplikace

Neefektivní duplikace je pojem využívaný například v problematice osobní hromadné dopravy, kde ze zákona existuje nárok na dopravu do škol, úřadů, zdravotnických zařízení, do zaměstnání atd. Tedy pokud jsou tyto autobusové, vlakové či jiné dopravní linky ztrátové, stát má povinnost je dotovat. Zákonem je však také stanoveno, že dopravní úřad neudělí jinému dopravci licenci, pokud by se linky „překrývaly“ s linkou zavedenou na základě smlouvy o veřejných službách v přepravě cestujících. Zamezení vzniku konkurence však často vede ke zhoršení těchto poskytovaných služeb.¹²

3.2.1.3. Neefektivnost monopolu

Monopol je neefektivní tržní strukturou, neboť jeho cena je vyšší než mezní náklady. To znamená, že ve srovnání s konkurenčním prostředím bude obecně cena vyšší a objem produkce nižší.

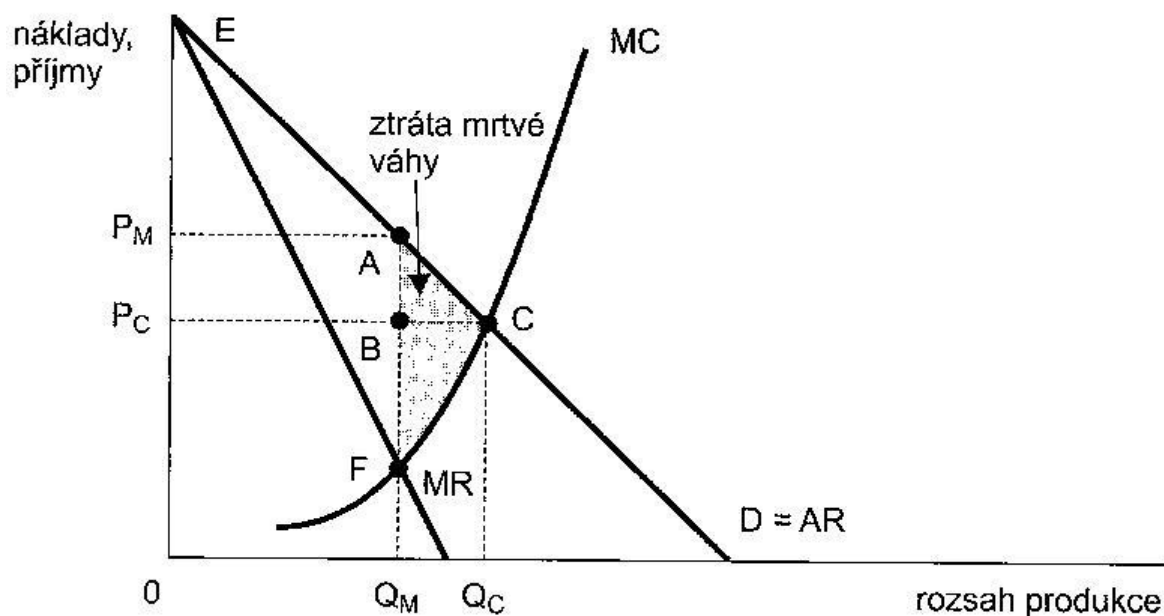
Ztráta mrtvé váhy

Ztráta mrtvé váhy vyjadřuje celkovou ztrátu přebytků spotřebitele a výrobce. Dochází zde k neefektivnímu chování, které plyne z rozsahu produkce monopolu. Cena se stává vyšší, nežli mezní náklady.

¹¹ HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 389

¹² PRÁVNÍ PŘEDPISY: Zákon o telekomunikacích [online]. [cit. 2015-11-15]. Dostupné z: http://www.pravnipredpisy.cz/predpisy/ZAKONY/2000/151000/Sb_151000_-----_.php

Obrázek 3: Ztráta mrtvé váhy



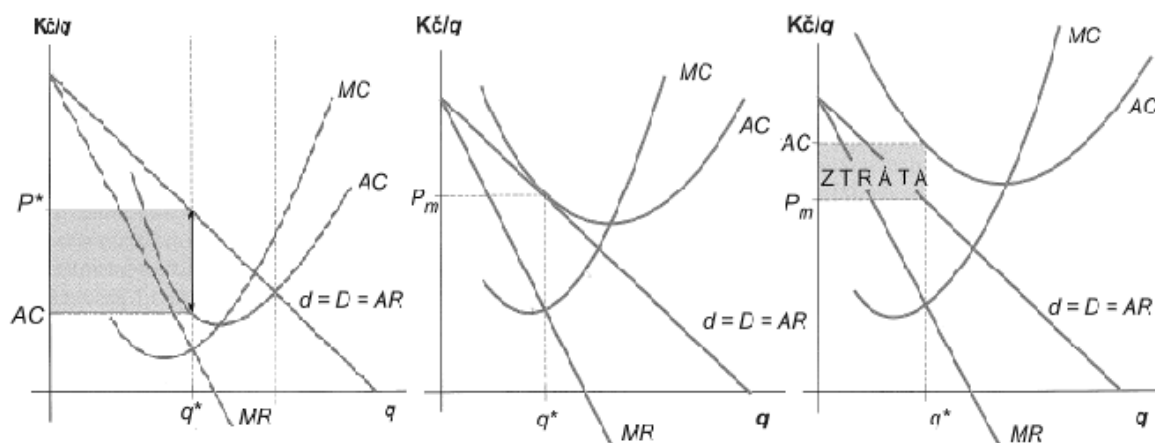
Zdroj: **JUREČKA, Václav.** *Mikroekonomie* s. 204

3.2.1.4. Optimální výstup

Monopol je specifickou tržní strukturou také proto, že může vytvářet zisk nejen v krátkém, ale i v dlouhém období. Je to způsobeno vlivem překážek vstupu do odvětví, tudíž firma nemá teoreticky žádnou konkurenci na daném trhu. Monopol tedy na rozdíl od dokonalé konkurence nemá tendence k nulovému ekonomickému zisku.

Monopol ale nemusí nutně vytvářet jen zisk. Může také realizovat nulový ekonomický zisk či ztrátu, což je vidět na obrázku č. 4.

Obrázek 4: Realizace zisku, nulového zisku a ztráty v monopolu



Zdroj: HOŘEJŠÍ, Bronislava. Mikroekonomie, s. 292

3.2.1.5. Státní vlastnictví a řízení

„Efektivnost předpokládá, že se cena rovná mezním nákladům. U přirozeného monopolu však jsou mezní náklady nižší než průměrné celkové náklady. Protože soukromé firmy nemohou účtovat nižší ceny než průměrné náklady a současně dosahovat při podnikání v dlouhém období obvyklého zisku,“¹³ nemůže firma stanovit jinou cenu než tu, která převyší mezní náklady. Tento problém lze překonat tím, že dané odvětví převezme stát, který nemusí dosahovat obvyklého zisku. Může tedy stanovit cenu, která je rovna mezním nákladům a vzniklé ztráty může pokrývat z daňových příjmů. Státní vlastnictví je však spojeno s určitými nežádoucími jevy. Například, že management ve státních podnicích je méně efektivní zejména ve vztahu k nákladům.

3.2.2. Oligopol

Je druhý z případů nedokonalé konkurence. Znamená, že v daném odvětví se vyskytuje malý počet firem, toto číslo ovšem není předem definováno - mohou to být dvě nebo také dvacet různých firem. Důležitým faktorem však je, že jedna jednotlivá firma může sama ovlivnit tržní cenu. Proto se firmy musejí vůči sobě chovat strategicky.¹⁴

¹³ FRANK, Robert H. Mikroekonomie a chování, s. 461

¹⁴ JUREČKA, Václav. Mikroekonomie

Snaží se najít vlastní cestu, odhadují, jak na ně bude reagovat jejich konkurence. Pokud například firma chce stanovit cenu svého nového produktu, nebude schopna odhadnout poptávku nezávisle na své konkurenci. A tak strategické chování konkurenčních firem lze zkoumat pomocí *Teorie her*. Existuje celá řada různých modelů oligopolů, které se mohou v mnohém lišit, zejména pak v předpokladu o chování konkurenčních firem, všechny různé modely těchto oligopolů by se však měly shodovat v těchto třech základních předpokladech:

1. Relativně malý počet výrobců v odvětví. Dále můžeme dělit na různé modely. Například, jestli se v daném odvětví nacházejí jen dvě konkurenční firmy, případně pokud tyto firmy zastávají tak významný podíl trhu, že zbylá část je zanedbatelná. Jedná se o takzvaný duopol.¹⁵ Existuje mnoho různých modelů duopolů, k nejznámějším patří Cournotův a Bertrandův, které jsou detailněji vysvětleny na straně 22. Dalším modelem je například oligopol s dominantní firmou.

2. Charakter vyráběného produktu může být homogenní i diferencovaný. V případě homogenního produktu jde o takzvaný čistý neboli homogenní oligopol. V případě tohoto oligopolu je zvláště silná vzájemná závislost firem.¹⁶ Jestliže všechny firmy nabízejí tentýž identický produkt, pak i sebemenší odchylka od ceny jedné z nich výrazně ovlivní všechny ostatní firmy. Pokud firmy vyrábějí diferencovaný produkt, jde o diferencovaný oligopol, kde rozdíly mezi jednotlivými produkty různých firem nejsou zpravidla podstatné - jedná se o blízké substituty. Těmito klasickými odvětvími jsou například výrobci pracích prášků, kosmetických výrobků apod. Zde se koncový spotřebitel rozhoduje podle více faktorů, než jenom cena. Tyto faktory jsou zastoupeny například reklamou a dalšími.

3. Mohou existovat *bariéry vstupu do odvětví*, například v podobě úspor z rozsahu a nákladů na diferenciaci produktu, právních restrikcí apod. „*Představují-li bariéru vstupu do odvětví úspory z rozsahu, potom by každá firma usilující o vstup do odvětví měla dosahovat při své výrobě stejně nízkých průměrných nákladů jako již existující firmy v odvětví.*“¹⁷ Jelikož řada bariér není nepřekonatelná, musejí počítat s tím, že po překonání překážek vstoupí do odvětví jiné firmy. To po překonání určitého počtu může vést až k zániku oligopolní tržní struktury. Z tohoto hlediska je existence oligopolu ovlivněna vztahem mezi velikostí trhu a optimální velikostí firmy (velikost, která umožňuje firmě realizovat úspory

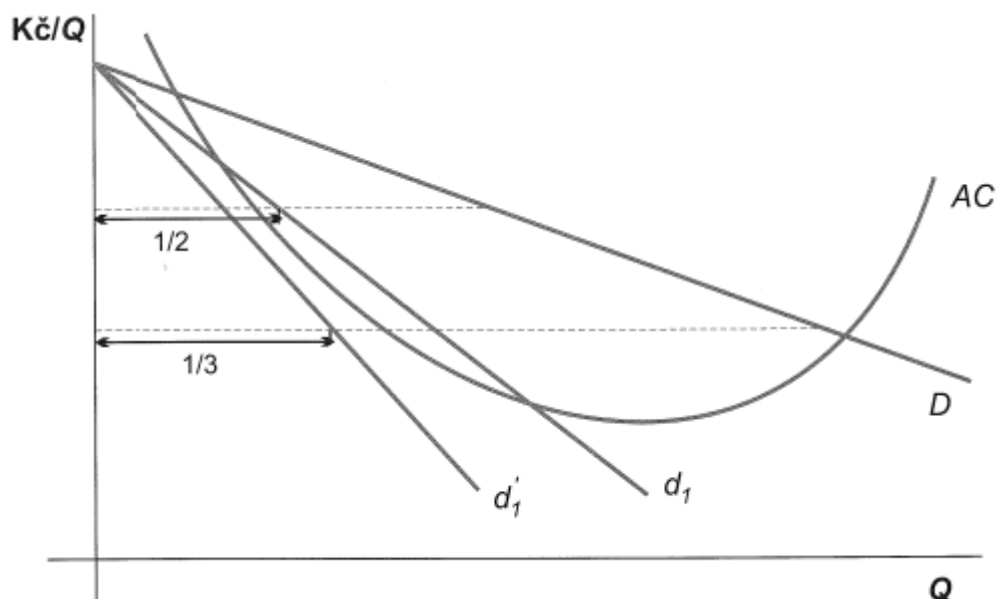
¹⁵ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 329

¹⁶ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 329

¹⁷ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 330

z rozsahu). Pokud bude trh oproti optimální velikosti firmy malý, potom nejspíše bude tržní poptávku zajišťovat jen malý počet firem a dojde k zachování oligopolní struktury. Pokud by tomu však bylo naopak, došlo by ke zvýšení počtu firem v odvětví a oligopolní struktura by pravděpodobně zanikla.

Obr. 5 – Velikost trhu jako bariéra vstupu



Zdroj: **HOŘEJŠÍ, Bronislava.** *Mikroekonomie*, s. 330

Dále můžeme rozdělit oligopol podle dvou základních strategií. Nekooperativní strategie znamená, že firmy mezi sebou vzájemně nevytvářejí žádné dohody, každá se snaží prosadit tak, aby maximalizovala svůj zisk, a to může vest až k cenovým válkám. Naopak podle Kooperativní strategie mezi sebou firmy uzavírají různé dohody, rozdělují si trh a snaží se nempouštět mezi sebe novou konkurenci. Tato strategie je samozřejmě většinou pro firmy výhodnější, avšak na úkor spotřebitele. Těchto strategií existuje celá řada a některé ani nevedou ke stabilní rovnováze trhu.¹⁸

¹⁸ **HOLMAN, Robert.** *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 339

3.2.3. Nekooperativní strategie

3.2.3.1. Kartel

V raných dobách amerického kapitalismu, kdy ještě antimonopolní zákony byly málo účinné, konkurenční oligopolní firmy často vytvářely mezi sebou kartely.

Kartel znamená vzájemné dohody firem s podobnými výrobky, rozdělení a vládnutí na trhu s danou komoditou, určování cen podle sebe a omezování výstupů. Dnes však již antimonopolní zákony většiny tržních ekonomik označují kartely jako nelegální. „*Firmy přesto lákají tiché dohody, které snižují konkurenci bez toho, aby existovaly nějaké explicitní dohody, často stanovují totožné vysoké ceny, aby zvýšili zisky a snížili riziko podnikání.*“¹⁹

Jako příklad kartelu uvádí Samuelson mezinárodní ropný kartel OPEC, který svým členům (Saudská Arábie, Irán, Alžírsko a další) stanovuje kvóty produkce ropy. Jejím cílem je „*zajistit spravedlivost a stabilitu cen ropných produktů, efektivní, hospodárnou a odpovídající nabídku ropy pro spotřebitelské země a náležitý výnos z kapitálu investorů.*“²⁰ Tato organizace v roce 1973 výrazně snížila produkci ropy, jejíž cena potom prudce stoupla. Ovšem ne vždy všichni členové kartelu trvale dodržují podmínky, které si určili. Například v roce 1986 Saudská Arábie snížila cenu ropy z 28 dolarů za barel na 10 dolarů.

Fúze

Fúze neboli slučování firem znamená sloučení dvou či více firem takových, které mají výrobky či služby podobného charakteru. Pro ně samotné vzniká výhoda ve snížených nákladech. Tato fúze se nazývá horizontální. Vertikální fúze se liší ve výrobním procesu.

3.2.3.2. Cournotův oligopol

Příkladem nekooperativního strategie je jeden z nejstarších ekonomických modelů tržního chování, Cournotův model, který popsal francouzský matematik *Augustin A. Cournot*. Samotný model je založen na předpokladu, že firma určuje množství vlastní produkce a vychází z množství svého konkurenta, které považuje za dané.²¹

¹⁹ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání*, s. 187

²⁰ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání*, s. 188

²¹ HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 340

3.2.3.3. Bertrandův oligopol

Dalším případem nekooperativní strategie je Bertrandův model. Tento model vychází z Cournotova modelu, ale na rozdíl od něho se zaměřuje na cenu svého konkurenta. Tento model nám říká: *Jestliže se firma rozhoduje o své ceně, vychází z ceny svého konkurenta, kterou považuje za danou.* Pokud porovnáme tyto dva modely mezi sebou, zjistíme, že každý z těchto dvou modelů vede k úplně jinému výsledku.²²

3.2.4. Monopolistická konkurence

Pojem monopolistická konkurence znamená, že na trhu je mnoho firem, které si konkurují výrobou blízkých substitutů. Monopolistická konkurence se také v mnohém podobá dokonalé konkurenci. Například existuje velké množství prodávajících - vstup a výstup na trh je snadný a firmy považují ceny konkurence za dané. Rozdíl zde oproti dokonalé konkurenci je, že firmy nevyrábějí stejné produkty, ale diferencované.²³

3.2.5. Teorie her

„Teorie her se soustřeďuje na obecnou analýzu strategických interakcí. Je možno ji využít ke studiu společenských her, politického jednání i ekonomického chování.“²⁴

Jedná se o pečlivou analýzu strategických interakcí, která se zabývá rozdílnými situacemi dvou nebo více vzájemně působících agentů, jejichž vzájemné cíle jsou v rozporu. Například pokud se jedna firma rozhodne snížit cenu svých služeb či výrobků, tak aby přetáhla zákazníky konkurenci, musí počítat s tím, jak na to konkurence zareaguje. Takto vypadají některé závěry ekonomů, kteří se zabývají teorií her v nedokonalé konkurenci:

„S růstem počtu nekooperativních oligopolistů se cena a množství v odvětví blíží dokonalé konkurenci.“²⁵

„Jestliže se firmy rozhodnou namísto soupeření nekale kooperovat, cena a množství se bude blížit monopolní ceně a množství. Experimenty však naznačují, že s růstem počtu firem je udržení koluzivní dohody stále obtížnější a frekvence nekooperativního chování se zvyšuje.“²⁶

²² VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie: moderní přístup.*

²³ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání, s. 188*

²⁴ VARIAN, Hal R. *Mikroekonomie: moderní přístup, s.481*

²⁵ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání, s. 213*

²⁶ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání, s. 213*

3.2.6. Cenová diskriminace

Uplatňuje se u firem, které mají velkou tržní sílu. Firmy se snaží pomocí cenové diskriminace získat přebytek spotřebitele a zvýšit tak své zisky. Jedná se o stanovení různých cen různým spotřebitelům nebo (za různá množství) z jiných než nákladových příčin.²⁷ Cenová diskriminace však může být i věcí pozitivní, pokud například monopolní společnost, která za normálních předpokladů zvyšuje své zisky při snížení prodeje, nastaví různé ceny pro různé typy zákazníků. Docílí tím zvýšení prodeje a zároveň i uspokojí zákazníky.

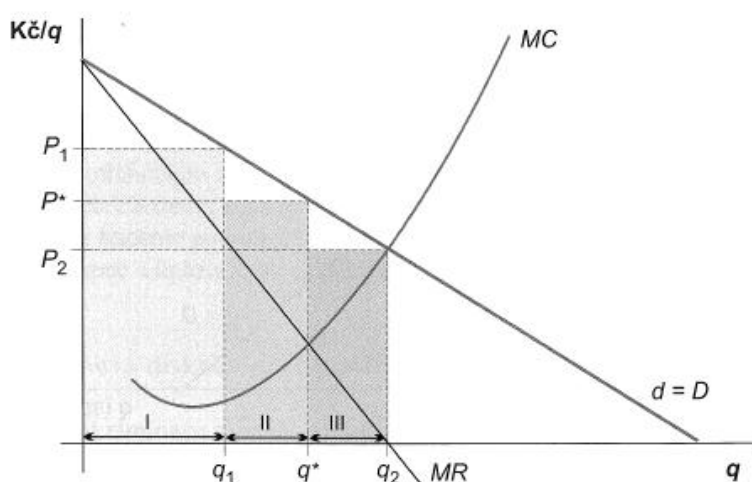
3.2.6.1. Cenová diskriminace 1. stupně

Představuje diskriminaci podle spotřebitelů, kdy monopol stanoví každému spotřebiteli maximální cenu, kterou je ochoten zaplatit za každou koupenou jednotku. Firma pak získá pro sebe celý přebytek spotřebitele. V praxi se s cenovou diskriminací příliš často nesetkáme, neboť firma není schopna zjistit maximální cenu, kterou je ochoten kupující za jednotku zboží zaplatit.

3.2.6.2. Cenová diskriminace 2. stupně

Spočívá ve stanovení různých cen za různá kumulovaná množství daného statku. Jedná se tedy o diskriminaci v závislosti na prodaném množství.

Obr. 6 – Cenová diskriminace 2. stupně



Zdroj: HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 296

²⁷ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 294

3.2.6.3. Cenová diskriminace 3. stupně

Je podobná cenové diskriminaci prvního stupně tím, že představuje diskriminaci podle spotřebitelů. Snaží se rozdělit spotřebitele na dvě a více skupin, z nichž každá má svou vlastní poptávkovou křivku. V praxi je tato forma využívána nejčastěji. Pro její realizaci jsou nutné tyto podmínky: *Musí existovat kritérium rozdělení spotřebitelů do různých skupin podle cenové elasticity poptávky, které mohou být ovlivněny například rozdílnou úrovní důchodů těchto skupin. A dále nesmí být možný vzájemný prodej mezi spotřebiteli, ten by vedl ke stírání cenových rozdílů.*²⁸

3.2.6.4. Překážkový model cenové diskriminace

Tento model je založen na principu překážky pro kupující. Nejprve prodávající stanoví určitou překážku a kupujícím, kteří se jí rozhodnou překonat, stanoví slevu z ceny. Operujeme zde s elasticitou poptávky. Předpokladem je, že skupina poptávajících, kteří jsou necitlivější na změnu ceny, překonají danou překážku. Příkladem tohoto modelu může být prodej knih, první vydání vázaná jsou drahá a kupující, kterým na ceně příliš nezáleží, je kupují hned. Po roce nebo dvou se začnou vydávat brožovaná vydání, která si koupí ostatní. V tomto případě je překážkou čas. V dalších případech to jsou například různé kupony na slevy v obchodech, které se musejí vystříhat a donést, než uplyne doba jejich platnosti.²⁹

3.2.6.5. Některé další formy cenové diskriminace

Další formou cenové diskriminace velmi podobnou cenové diskriminaci 3. stupně je cenová diskriminace v čase. Základem je, že v různém čase jsou spotřebitelům, rozděleným do skupin, v závislosti na elasticitě jejich poptávky stanoveny různé ceny. Příkladem pro tuto diskriminaci může být například s trh elektronickými inovacemi, kde první skupina chce vlastnit výrobek co nejdříve a je ochotna zaplatit za něj větší částku než druhá skupina, která počká, až se výrobek zlevní.

Další specifickou a poměrně používanou formou cenové diskriminace v čase je **stanovení cen ve špičkách**. V důsledku kapacitních omezení v období velké spotřeby k růstu mezních nákladů. Ve špičce je poptávka méně elastická, než mimo špičku, kdy je poptávka menší. S typickým příkladem, pro tuto cenovou diskriminaci, se setkáme na trhu

²⁸ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 294

²⁹ FRANK, Robert H. *Mikroekonomie a chování*.

s energetikou, a to pod pojmem „*Noční proud*“ - kdy je zákazníkům účtována menší sazba za spotřebu elektřiny v době mimo špičku.

3.2.7. Poptávka na nedokonale konkurenčním trhu práce

Pokud existuje na trhu výstupu omezený počet firem nabízejících svou produkci, jedná se o nedokonalou konkurenci, jejíž formy jsou monopol, oligopol, monopolistická konkurence. Na trhu však může být i omezený počet firem kupujících statky a služby. V takovém případě se jedná taktéž o nedokonalou konkurenci, kdy tentokrát výhody plynoucí ze svého výsadního postavení realizuje kupující. Pokud budeme hovořit o nedokonalé konkurenci na trhu práce, spojené s omezeným počtem firem jako poptávajících, tak rozlišujeme tyto tři případy:

- 1) Monopson: Práce je poptávána pouze jednou firmou.
- 2) Oligopson: Poptává jen několik málo firem.
- 3) Monopsonická konkurence: Poptává mnoho firem, kde každá z nich může mzdovou sazbu alespoň trochu ovlivnit.³⁰

3.3. Státní zásahy a regulace

3.3.1. Hospodářská soutěž

Hospodářská soutěž znamená soutěžení fyzických a právnických subjektů mezi sebou, snažících se dosáhnout konkurenční výhody a tím generovat zisk. Tyto subjekty (soutěžitelé) jsou oprávněni se rozvíjet, zdokonalovat a sdružovat, nesmějí však svým jednáním porušovat platné právní normy ani jiným nekalým způsobem ovlivňovat jiné účastníky soutěže. Pokud by tak nějaká společnost činila a snažila se obejít tato platná pravidla, vstupuje do hry Úřad na ochranu hospodářské soutěže, který zde funguje jako jakýsi „rozhodčí“ a proti takovému jednání zakročí.

„Efektivní hospodářská soutěž je klíčovým motorem pro generování konkurenceschopnosti a ekonomického růstu“³¹

³⁰ MACÁKOVÁ, Libuše. *Mikroekonomie: základní kurs*.

³¹ BEDNÁŘ, Josef. Činnost Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže v letech 1999 – 2004, s. 1

3.3.2. Antimonopolní politika

Antimonopolní politika se zabývá ochranou hospodářské soutěže a potlačování protisoutěžního jednání. „*Takovým jednáním jsou zejména kartelové dohody. Dalším objektem antimonopolní politiky je tzv. zneužívání monopolního či dominantního postavení na trhu.*“³² Konkurence je základním prvkem trhu, neboť konkurence mezi firmami podporuje jejich zájem o inovace, snižuje výrobní náklady a zvyšuje efektivnost odvětví. Důležitá je zejména pro spotřebitele, jelikož s růstem konkurence roste i množství nabízeného sortimentu a odlišnost cen jednotlivých produktů.³³ Antimonopolním úřadem v České republice je Úřad pro ochranu hospodářské soutěže neboli ÚOHS. Ten má za úkol sledovat firmy s dominantním postavením na trhu a hlídat, zda nezneužívají svoje postavení k poškozování spotřebitelů nebo ke znevýhodňování konkurence. Historie antimonopolní politiky začíná už koncem 19. století.

Shermanův zákon

Nebo také Shermanův protirůstový zákon, je zákon, který zakazoval jakékoli nekalé dohody mezi firmami či jejich spojování za účelem vzniku monopolů. Vznikl v USA už v roce 1890, kde s drobnými úpravami platí dodnes. Cílem tohoto zákona bylo ochránit spotřebitele před umělým zvyšováním cen ze strany podniků. Tento zákon měl však řadu nedostatků, neboť špatně definoval, co je ještě v mezích zákona a co již protizákonné.³⁴

Claytonův zákon

Tento zákon z roku 1914 přesněji definoval Shermanův zákon a zakazoval dohody o vázaném prodeji, cenovou diskriminaci, dohody o výhradním obchodování a fúze. Vázaný prodej znamená, že pokud si zákazník chce koupit určitý produkt, musí nezbytně koupit i produkt, o který neměl zájem.

³² HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*, s. 385

³³ BEDNÁŘ, Josef. Činnost Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže v letech 1999 – 2004, s. 1

³⁴ SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. Vydání.*

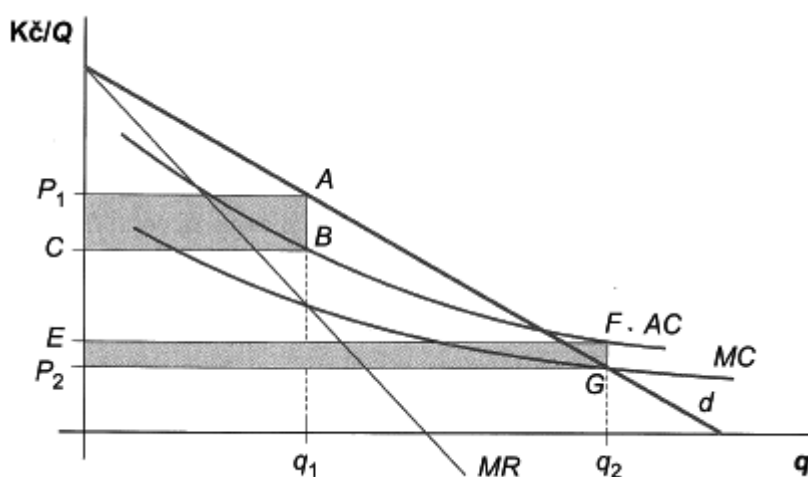
3.3.2.1. Regulace monopolu

Cílem regulace monopolu je do jisté míry zmírnit neefektivnost monopolu v nákladech z mrtvé váhy. Zpravidla jde o regulaci podniků, které zásobují firmy i domácnosti plynem, elektřinou, vodou, ale i dopravní podniky. Cílem těchto regulací je především kontrola kvality, výše a struktury ceny nebo finanční struktury firem.

3.3.2.2. Cenová regulace

Největším problémem je zde úroveň regulované ceny. Častým způsobem regulace je *Stanovení regulované ceny na úrovni mezních nákladů*. To je aplikace principu dokonalé konkurence. Pokud však takto cenu na úrovni mezních nákladů regulujeme přirozeným monopolům, dochází u nich ke vzniku ztráty.³⁵ Tento efekt je zobrazen na obrázku č. 7.

Obr. 7 – Cenová regulace přirozeného monopolu



Zdroj: HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 307

Zde vidíme státem regulovaný a neregulovaný monopol. Jak by vypadal neregulovaný monopol znázorňuje první část, tedy výstup q_1 , který je prodáván za cenu P_1 a jeho zisky jsou vyjádřeny plochou ohraničenou body P_1 , A, B, C. Jestli budeme cenu regulovat, dostaneme za množství q_2 cenu P_2 , která je určena mezními náklady, ale průměrné náklady F jsou vyšší než cena. Realizovaná ztráta monopolu je tak vyjádřena plochou ohraničenou body E, F, G, P_2 . Státu se tedy nabízejí dvě možnosti, buď firmu dotovat, nebo cenu neregulovat na úrovni

³⁵ MACÁKOVÁ, Libuše. *Mikroekonomie: základní kurs*, s. 233

mezních nákladů. Jedním z řešení tohoto problému je nechat monopol stanovit cenu nad mezní náklady.³⁶

3.3.2.3. Regulace síťových odvětví

Základními předpoklady úspěšné regulace v síťových odvětvích jsou tyto části:

- Dokonalá informovanost o nákladech.
- Stabilita nabídky a poptávky a jejich předvídatelnost.
- Nezávislost regulátora.

*„V oblasti informování o nákladech existuje mnoho neznámých. Zjistitelné jsou pouze náklady minulé, náklady při konkrétním množství za cenu již regulovanou. Navíc výrobce hraje s regulátorem hru o vyšší náklady, a to jak v rámci pravidel, tak často žel i mimo tento rámec.“*³⁷ Větší informovanost o nákladech je vždy na straně výrobce. V důsledku toho, že se přirozeným pohybem mění nabídka a poptávka, která by byla za běžných okolností regulována tržní cenou, ale regulovaná cena zůstává stále stejná, dochází ke ztrátám u spotřebitele. Regulátor se tedy ocitá v situaci, kdy je nejen pod vlivem regulovaných společností, ale zároveň i spotřebitelů.

3.3.2.4. Neefektivnost regulace

Jeden z nejvýznamnějších regulačních defektů se nazývá „motivační selhání“. *„Nejznámějším druhem tohoto selhání je **Akerch-Johnsonův efekt**, který vychází z poznání, že přiměřený zisk se vypočítá jako výnos z použitého kapitálu.“*³⁸ To vede monopolní výrobce k plýtvání, protože z investičních možností je pro ně výhodnější vybrat tu nejnákladnější. Pokud regulujeme cenu monopolního výrobce, připravujeme ho tím o motivaci k minimalizaci nákladů. Také nenesou tradiční investiční riziko, proto rostou náklady na nové investice, které se přenášejí na spotřebitele v regulované ceně.

³⁶ HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, s. 307

³⁷ SLANÝ, Antonín. *Makroekonomická analýza a hospodářská politika*, s. 85

³⁸ SLANÝ, Antonín. *Makroekonomická analýza a hospodářská politika*, s. 85

4. Praktická část

4.1. Energetický trh

Energetický trh v České republice je tvořen zejména získáváním a distribucí všech forem energie, těžbou a využitím energetických surovin - uhlí, ropa, zemní plyn, uran apod. Nejvýznamnější postavení v rámci energetiky má výroba a rozvod elektrické energie, proto je jí věnována pozornost v této práci hlavní pozornost. Výrobu samotné elektřiny zajišťují elektrárny – tepelné, jaderné, vodní, větrné a solární. Distribuci pak následně zajišťuje distribuční rozvodná soustava.

Skupina ČEZ a společnosti E.ON a RWE tvoří v ČR největší podíl na celkovém energetickém trhu.

4.2. Představení společnosti ČEZ, a. s.

Akciová společnost ČEZ působí na trhu od roku 1992. Nejvýznamnějším akcionářem mateřské společnosti ČEZ, a. s. je Česká republika, která má podíl na základním kapitálu firmy téměř 70 % (stav k: 31. 12. 2014). Zbýlých 30 % je rozděleno mezi ostatní fyzické a právnické osoby. V současné době zaměstnává více než 26 tisíc zaměstnanců.

V roce 2003 se firma spojila s distribučními společnostmi: Severočeská energetika, Severomoravská energetika, Středočeská energetika, Východočeská energetika a Západočeská energetika. Tím byl položen základ pro dnešní podobu Skupiny ČEZ, která se v dnešní době řadí mezi 10 největších energetických uskupení v Evropě. Ve středoevropském regionu zaujímá přední pozici na trhu s elektřinou.³⁹

Skupina ČEZ se však neomezuje pouze na Českou republiku, vlastní také dceřiné společnosti v zemích jako: Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Slovensko, Turecko, Albánie, Nizozemsko a Německo.

Mezi její hlavní oblasti zájmu patří: „výroba, distribuce, obchod a prodej v oblasti elektřiny a tepla, obchod a prodej v oblasti zemního plynu a těžba uhlí.“⁴⁰

³⁹ CEZ: Energetická skupina ČEZ [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/skupina-cez/o-skupine-cez/profil-skupiny-cez.html>

⁴⁰ CEZ: O firmě [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/cez/profil-spolecnosti.html>

Mimo jiné se ale také zabývá oblastmi: telekomunikace, informatiky, jaderného výzkumu, projektováním, výstavbou a údržbou energetických zařízení nebo zpracováním vedlejších energetických produktů.

4.3. Specifikace trhu s elektřinou

4.3.1. Elektrická přenosová soustava České republiky

Elektrická přenosová soustava je systém zařízení nutných k přenosu elektrické energie od dodavatelů k velkým elektrickým rozvodnám po celé České republice. V této síti jsou obsažena jen ta největší vedení (velmi vysokého napětí) řádově stovky kilovolt. Celková délka této soustavy je zhruba 5500 km. Tato soustava je v České republice kompletně provozována společností ČEPS, a. s., která je ze 100 % vlastněna Ministerstvem průmyslu a obchodu. Tedy část od elektrárny do velkých rozvodů elektrické energie se nazývá přenosová soustava, síť od těchto rozvodů až ke konečným zákazníkům se nazývá distribuční síť, z velké části spravovaná společností ČEZ.⁴¹

Skupina ČEZ na trhu ČR s elektřinou tvoří 45% - pro koncové zákazníky.

4.3.2. Distribuční soustava elektřiny České republiky

Distribuční soustava může být spravována fyzickou nebo právnickou osobou, pokud je k tomu oprávněna licenci na distribuci elektřiny, která mu dává právo na dopravu elektřiny distribuční soustavou. V České republice působí v určitých vymezených oblastech tyto tři firmy.

- **E.ON Distribuce, a.s.**

Tato společnost je součástí koncernu E.ON a v České republice má zhruba 800 zaměstnanců. Zabývá se distribucí elektrické energie, zemního plynu a výrobou elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Dodává elektřinu zhruba 1,2 milionu zákazníků převážně v oblasti jižních Čech a na jižní Moravy. Na českém trhu s elektřinou zaujímá podíl zhruba 20 %.⁴²

- **PRE Distribuce, a.s.**

⁴¹ *O ENERGETICE: Česká přenosová a distribuční soustava* [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://oenergetice.cz/technologie/elektroenergetika/ceska-prenosova-a-distribucni-soustava-2-dil-rozvodny-prenosove-soustavy/>

⁴² *EON: O nás* [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: http://www.eon.cz/online/o_nas.php

Tato společnost je dceřinou společností Pražské energetiky, a .s. a součástí Skupiny PRE. Zaměstnává zhruba 600 zaměstnanců. Její hlavní aktivitou je obchodování, distribuce výroba a prodej elektrické energie, obchodování a prodej plynu. V současné době zásobuje elektrickou energií zhruba 680 000 odběrných míst.⁴³

- **ČEZ Distribuce, a. s.**

Tato společnost je držitelem licence na distribuci elektřiny a ve smyslu zákona č. 458/2000 Sb., (Zákon o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů)⁴⁴ a je provozovatelem distribuční soustavy.

„Společnost působí na území krajů Plzeňského, Karlovarského, Ústeckého, Středočeského, Libereckého, Královéhradeckého, Pardubického, Olomouckého, Moravskoslezského a částečně v kraji Zlínském a Vysočina. Hlavním posláním společnosti je distribuce elektrické energie fyzickým a právníckým osobám a stálé zvyšování kvality a spolehlivosti dodávky všem odběratelům.“⁴⁵

Cílem společnosti je zajišťovat roli výkonného správce aktiv distribuční sítě, která zásobuje 3 589 039 odběrných míst, z toho je 14 706 velkoodběratelů, 440 380 maloodběratelů (podnikatelé) a 3 133 953 maloodběratelů (domácnosti), o celkové délce vedení 162 tisíc kilometrů, a zároveň generovat zisk z regulované činnosti distribuce elektrické energie při současném plnění podmínek stanovených energetickým zákonem a také pravidly Energetického regulačního úřadu.⁴⁶

4.3.3. Dodavatelé elektrické energie

Přes distribuční soustavu některého ze tří distributorů se k nám dostává elektrická energie. To ovšem neznamená, že přímo tato firma nám elektřinu prodává. Dodavatelé nakupují elektrickou energii od výrobců, prodejců a prodávají ji koncovým zákazníkům či velkoodběratelům. V České republice existuje zhruba 50 různých dodavatelů elektrické

⁴³ PRE DISTRIBUCE: O nás [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <https://www.predistribuce.cz/cs/o-spolecnosti/o-nas/>

⁴⁴ CEZ: Energetická legislativa [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: http://www.cez.cz/cs/sluzby-pro-zakazniky/energeticka-legislativa.html#Energeticky_zakon

⁴⁵ CEZ DISTRIBUCE: Základní informace [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.cezdistribuce.cz/cs/informace-o-spolecnosti/zakladni-informace.html>

⁴⁶ CEZ DISTRIBUCE: Základní informace [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://www.cezdistribuce.cz/cs/informace-o-spolecnosti/zakladni-informace.html>

energie, z nichž k největším patří společnosti ČEZ Prodej, RWE, E.ON Energie, Pražská energetika, Bohemia Energy entity a Centropol. Dodavatelé elektrické energie musejí mít licenci na dodávku elektřiny, podle energetického regulačního zákona. Tato licence je určena fyzickým nebo právnickým osobám, které chtějí nakupovat elektřinu za účelem jejího prodeje. Pro obchod s elektřinou je tato licence udělována na dobu 5 let, pro oblast distribuce potom na 25 let. Oblasti obchodu a distribuce se však nesmějí překrývat. Když nějaká firma získá licenci na distribuci elektrické energie, nemůže chtít být zároveň jejím prodejcem. Proto společnosti, které se zabývají distribucí elektřiny, se musely rozdělit na samostatné subjekty, například ČEZ Distribuce, a .s. a ČEZ Prodej.

4.3.4. Skladba ceny elektřiny

Od začátku roku 2006 došlo u domácností ke změně způsobu vyúčtování za poskytnuté služby. V důsledku oddělení obchodních a distribučních činností se také oddělily jednotlivé platby. Podle energetického zákona se cena elektřiny rozdělila na regulované platby za dopravu elektřiny distribuční sítí do jednotlivých domácností, která tvoří zhruba 55 % z celkové ceny, platbu za vlastní spotřebovanou elektřinu „silovou elektřinu“ a daňové položky.

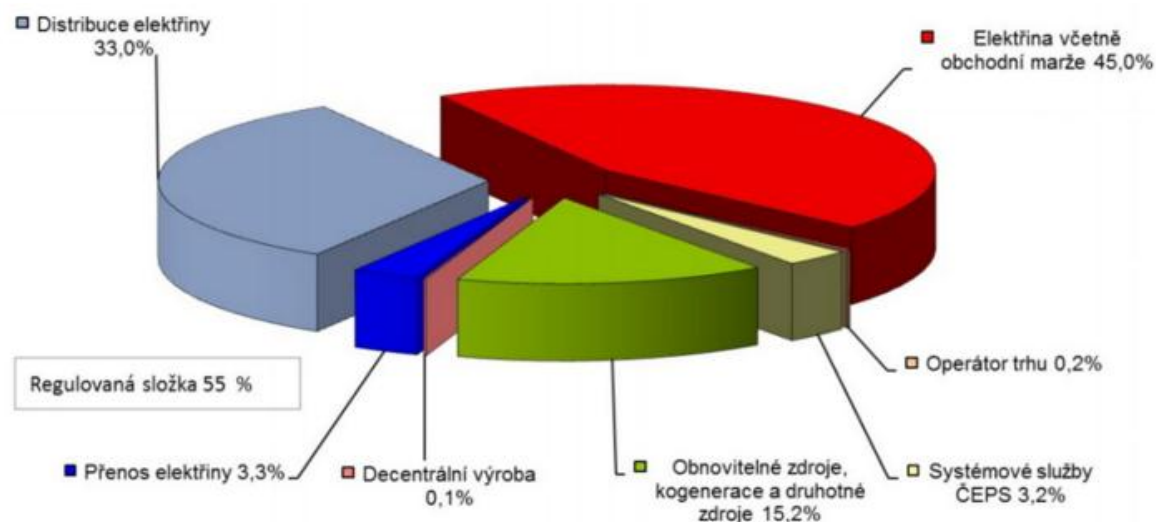
Cena silové elektřiny je stanovena situací na energetickém trhu, zatímco regulované platby za využívání distribuční sítě jsou každoročně stanoveny na základě rozhodnutí Energetického regulačního úřadu. Cena za distribuci elektřiny zahrnuje: „*platbu za příkon podle jmenovité proudové hodnoty hlavního jističe před elektroměrem, jde o částku, která se odvíjí od proudové hodnoty hlavního jističe ve vaší domácnosti a pokrývá fixní náklady provozovatele distribuční soustavy.*“⁴⁷ O této hodnotě může částečně rozhodnout sám spotřebitel tím, jaký jistič použije. Pokud použije jistič s nižší proudovou hodnotou, sníží tím i pravidelnou platbu, ovšem je zde potřeba uvažovat, jaký elektrický výkon konkrétní odběratel potřebuje.

Další složkou ceny je cena za dopravenou MWh (megawatthodina). Ta se dále dělí na cenu ve vysokém a nízkém tarifu. Nízký tarif bývá také někdy nesprávně označován jako takzvaný „noční proud“, ten však byl již zrušen a časové úseky, kdy je možno využívat nízký tarif jsou

⁴⁷ CEZ: *Skladba ceny elektřiny* [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <https://www.cez.cz/cs/sluzby-pro-zakazniky/ceny/elektrina/3.html#X-201207031148032>

dnes rozprostřeny do celého dne. Avšak možnost využívání tzv. dvoutarifní sazby je omezena různými podmínkami, například elektrickým vytápěním objektu.⁴⁸

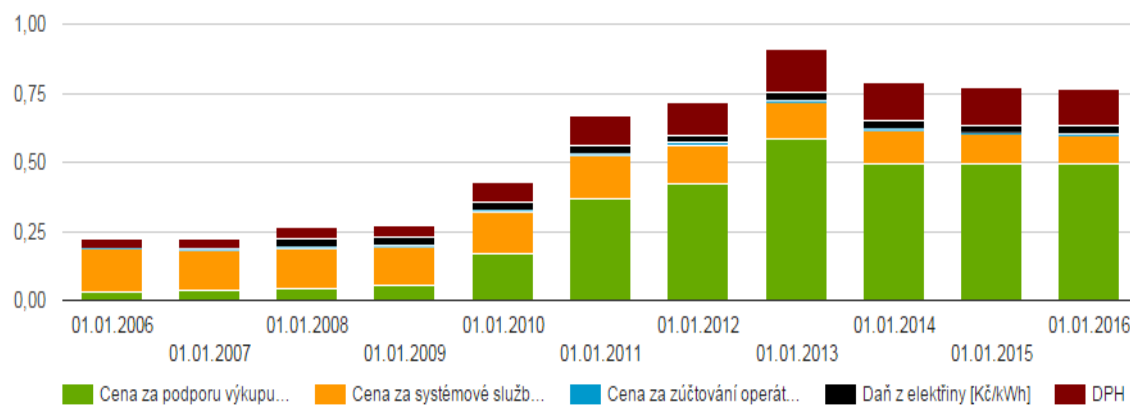
Graf 1 – podíl jednotlivých složek na výsledné ceně pro domácnost za rok 2015



Zdroj: O ENERGETICE: Složky ceny elektřiny [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://oenergetice.cz/elektrina/trh-s-elektrinou/za-co-vsechno-platime-v-uctech-za-elektrinu/>

4.3.5. Vývoj cen regulovaných složek elektrické energie

Graf 2– Vývoj cen regulovaných složek elektrické energie



Zdroj: KALKULATOR TZB: Vývoj cen regulovaných složek elektrické energie [online]. [cit. 2016-02-13]. Dostupné z: <http://kalkulator.tzb-info.cz/cz/vyvoj-cen-regulovanych-slozek-elektricke-energie?sazba=D02d>

⁴⁸ EKOBONUS: Nizký tarif: Komu je určen a proč je výhodný? [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.ekobonus.cz/nizky-tarif-komu-je-urcen-a-proc-je-vyhodny->

Na první pohled je patrné, že zvýšení cen regulovaných složek za uplynulé desetiletí je poměrně markantní. Při detailním prozkoumání zjistíme, že zřejmě zcela největší podíl na tomto zvýšení má cena poskytovaná za podporu obnovitelných zdrojů a dále zvýšení sazby daně z přidané hodnoty. Procentuální rozbor jednotlivých složek podle podílu na celkové ceně pro rok 2016 bude vypadat takto: konečná cena regulované části elektrické energie je 0,77 Kč/kWh, z toho 64,93 % tvoří cena za podporu výkupu elektřiny z podporovaných zdrojů energie, 12,98 % cena za systémové služby, 1,29 % cena za zúčtování operátora, 3,89 % daň z elektřiny a 18,1 % složka DPH.

4.4. Analýza společnosti ČEZ Distribuce, a. s.

Tab. 1 - Vybrané ekonomické ukazatele

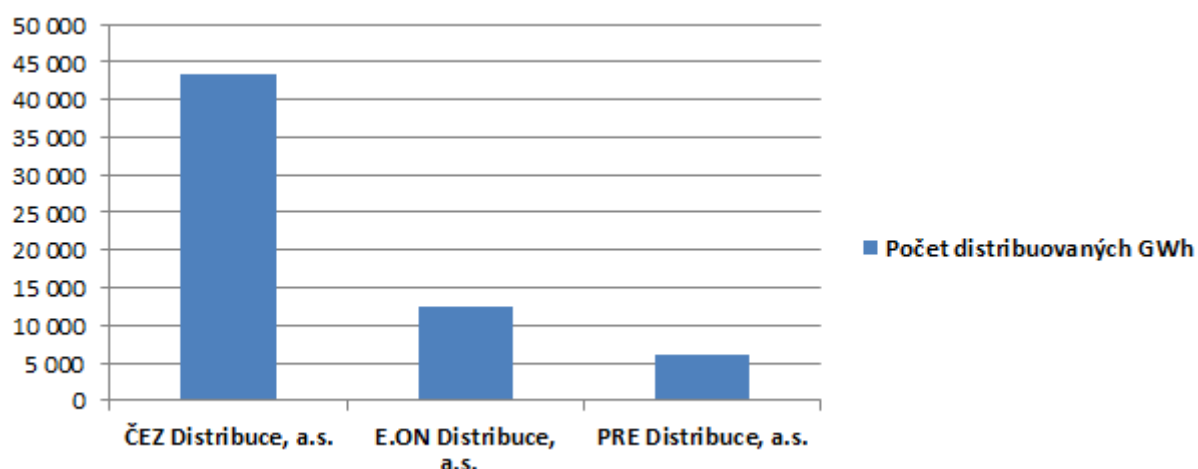
	Jednotka	2011	2012	2013	2014
Fyzický počet zaměstnanců k 31. 12	Počet	1 213	1 191	1 208	1 228
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	mil. Kč	52 483	52 365	57 063	50 260
z toho: tržby z prodeje distribuce elektřiny	mil. Kč	52 242	52 126	56 839	50 039
EBITDA	mil. Kč	13 488	12 062	15 487	15 489
EBIT	mil. Kč	7 346	5 739	8 948	8 742
Čistý zisk	mil. Kč	5 674	4 306	6 876	6 769
Celková aktiva	mil. Kč	130 906	132 046	139 368	136 150
Vlastní kapitál	mil. Kč	86 360	86 165	90 042	91 095
Čistý dluh	mil. Kč	16 447	18 993	13 034	13 269
Celkový dluh/celkový kapitál	%	19,73	22,75	20,77	19,43
Investice	mil. Kč	10 224	8 594	7 879	7 953
Provozní cash flow	mil. Kč	11 777	10 768	16 694	13 334

Zdroj: ČEZ DISTRIBUCE, a. s. Výroční zpráva 2014 [online]. 2015 [cit. 2016-02-14].
Dostupné z: http://www.cezdistribuce.cz/edee/content/file-other/distribuce/o-spolecnosti/vyrocní_zpravy/vyrocní-zprava-2014.pdf (vlastní zpracování)

V této tabulce můžeme vidět podstatná ekonomická data společnosti ČEZ Distribuce, a. s. Z těchto dat je patrné, že tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb mají meziročně stoupající tendenci (s výjimkou roku 2014), a EBITDA (Zisk před započtením úroků, daní a odpisů), EBIT (Zisk před úroky a zdaněním) a čistý zisk mají meziročně rostoucí trend (zde s výjimkou r. 2012). K tomu položka vlastního kapitálu jednoznačně dlouhodobě roste, což svědčí o každoroční pozitivní práci s hospodářským výsledkem.

4.4.1. Rozložení trhu mezi distributory dle distribuovaných GWh za r.2014

Graf 3 – Počet distribuovaných GWh



Zdroj: Zpracováno podle dat z výročních zpráv společností ČEZ Distribuce, a. s., E.ON Distribuce, a. s., PRE Distribuce, a. s., za rok 2014 (vlastní zpracování)

Na tomto grafu je vidět rozložení trhu mezi distribuční společnostmi, na první pohled je jasná převaha společnosti ČEZ Distribuce, a. s. která dodává zhruba 70 % veškeré distribuované elektrické energie. Druhé místo zaujímá E.ON Distribuce, a. s. s 20 % podílu a na třetím místě s 9 % je PRE Distribuce, a. s.

Tab. 2 - Počty odběrných míst jednotlivých společností

Společnost	ČEZ Distribuce, a. s.	E.ON Distribuce, a. s.	PRE Distribuce, a. s.	CELKEM
Počet distribuovaných GWh	43 331	12 400	6 090	61 821
vvn, vn – velkoodběratelé	14 706	8 295	2 002	23 001
nn – maloodběratelé-podnikatelé	440 380	196 559	126 648	636 939
nn – maloodběratelé-domácnosti	3 133 953	135 4843	639 912	4 488 796
Počet odběrných míst celkem	3 589 039	1 559 697	768 562	5 917 298

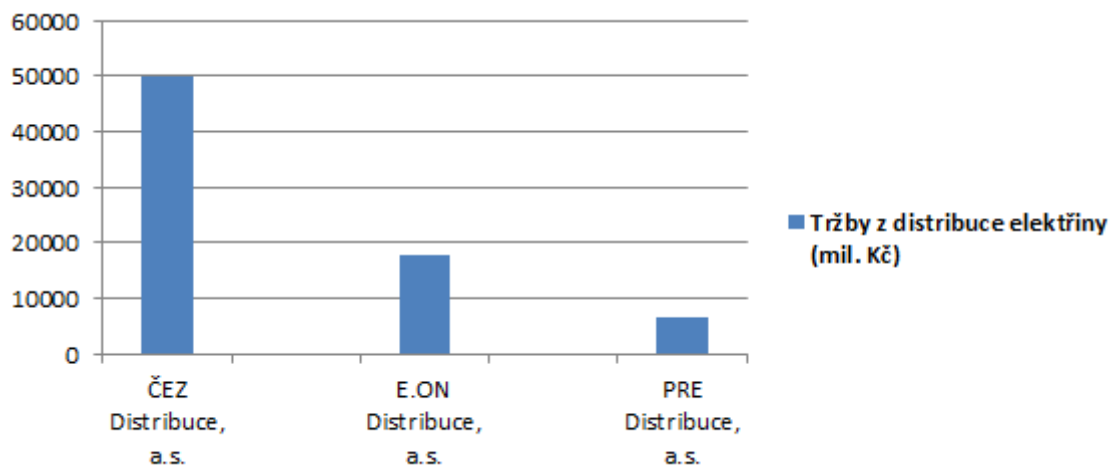
Zdroj: Zpracováno podle dat z výročních zpráv společností ČEZ Distribuce, a. s., E.ON Distribuce, a. s., PRE Distribuce, a. s., za rok 2014 (vlastní zpracování)

Tabulka č. 2 potvrzuje shora uvedené tvrzení o silné převaze společnosti ČEZ Distribuce, a. s. nejen z pohledu distribuovaných GWh, ale i počtu odběrných míst a počtu odběratelů. Při posouzení počtu odběrných míst však data vykazují trochu jiné rozložení sil:

ČEZ Distribuce, a .s. která obsluhuje 61 % odběrných míst, E.ON Distribuce, a. s. pak 26 % a PRE Distribuce, a. s. 13%.

4.4.2. Rozložení trhu mezi distributory podle tržeb za rok 2014

Graf 4 – Rozložení trhu podle tržeb

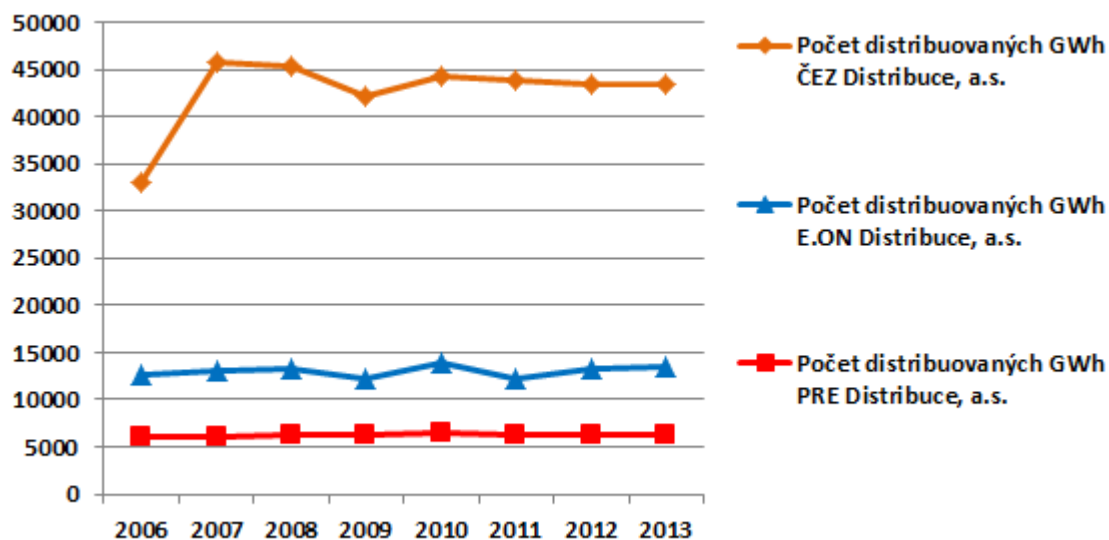


Zdroj: Zpracováno podle dat z výročních zpráv společností ČEZ Distribuce, a. s., E.ON Distribuce, a. s., PRE Distribuce, a. s., za rok 2014 (vlastní zpracování)

Na tomto grafu vidíme rozložení trhu z pohledu tržeb za distribuci elektřiny pro rok 2014. Tento graf prakticky kopíruje graf rozložení trhu podle distribuovaných GWh, i zde společnost ČEZ Distribuce, a. s. zaujímá jasné dominantní místo se 67,23 % tržeb z celého odvětví distribuce elektrické energie.

4.4.3. Vývoj postavení distribučních společností na trhu dle GWh a tržeb

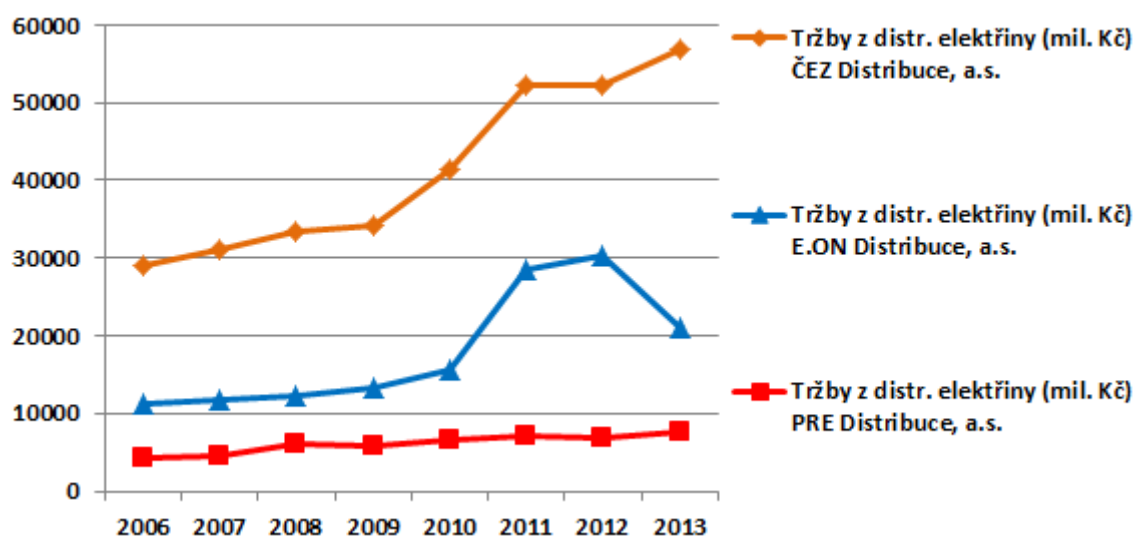
Graf 5 - Vývoj postavení distribučních společností podle distribuovaných GWh.



Zdroj: Zpracováno podle dat z výročních zpráv společností ČEZ Distribuce, a. s., E.ON Distribuce, a. s., PRE Distribuce, a. s., za roky 2006 - 2013 (vlastní zpracování)

Na tomto grafu můžeme vidět vývoj společností distribuujících elektrickou energii od roku 2006, tedy od rozhodnutí energetického regulačního úřadu svěžit licenci na distribuci elektrické energie společnostem ČEZ, PRE a E.ON. Je zde na první pohled patrná převaha společnosti ČEZ, která už od roku 2007 trvale zaujímá zhruba 70 % celkového trhu. Také trh je kromě drobných výhylek stabilní od roku 2007 až do současnosti. Tyto drobné meziroční odchylky jsou způsobeny například teplotami v zimních měsících či neustálým narůstáním počtu elektrických zařízení a zároveň jejich výměnou za úspornější modely.

Graf 6 - Vývoj postavení distribučních společností podle tržeb.



Zdroj: Zpracováno podle dat z výročních zpráv společností ČEZ Distribuce, a. s., E.ON Distribuce, a. s., PRE Distribuce, a. s., za roky 2006 - 2013 (vlastní zpracování)

Na tomto grafu tržeb z distribuce jsou už data podstatně zajímavější. Můžeme zde vidět, že všem společnostem postupně rostou tržby z distribuce, ovšem ne všem stejným tempem. Při porovnání s předchozím grafem počtu distribuovaných GWh se přesvědčíme, že zvyšování tržeb nesouvisí s počtem distribuovaných GWh, ale je způsobeno regulacemi a průměrným zvyšováním cen elektřiny, jejichž složkou je i z velké části distribuce. Například v roce 2010 se Energetický regulační úřad rozhodl zvýšit ceny za distribuci elektřiny domácnostem o 10 – 15 %, což je z grafu patrné. Od roku 2010 také energetický regulační úřad rozhodl, že bude podporovat výkup energie z obnovitelných zdrojů. Dalším zajímavým místem tohoto grafu je časové období mezi roky 2012 – 2013 pro společnost E.ON, kde se její tržby snížily o téměř 10 miliard korun, takto to sama společnost komentuje ve své výroční zprávě. „Tržby za distribuci elektrické energie v roce 2012 byly navýšeny především přijatou dotací na úhradu vícenákladů spojených s podporou elektřiny z obnovitelných zdrojů, která pro rok 2012 činila 10 008 746 tis. Kč. Od roku 2013 přešlo vyplácení podpory na úhradu vícenákladů spojených s výrobou elektřiny z obnovitelných zdrojů na společnost OTE, a. s.“⁴⁹

⁴⁹ E.ON DISTRIBUCE, a. s. *Výroční zpráva 2013* [online]. 2015 [cit. 2016-02-17]. Dostupné z: <http://www.eon-distribuce.cz/preview/format;html/assets;a15009?field=data>

4.4.4. Investiční činnost ČEZ Distribuce, a. s. v r. 2014

Jak firma sama uvádí ve své výroční zprávě v roce 2014, investovala do obnovy a rozvoje distribuční soustavy 7,95 miliardy Kč.

V rámci rozvoje distribuční sítě se investice týkaly hlavně zajištění dostatečné kapacity distribuční sítě a připojování nových zákazníků nebo provozoven tak, aby splňovaly kritéria kvality dodávek stanovené Energetickým regulačním úřadem, a to bezpečnost a spolehlivost provozu distribuční soustavy.

Tab. 3 - Investiční výdaje (mil. Kč)

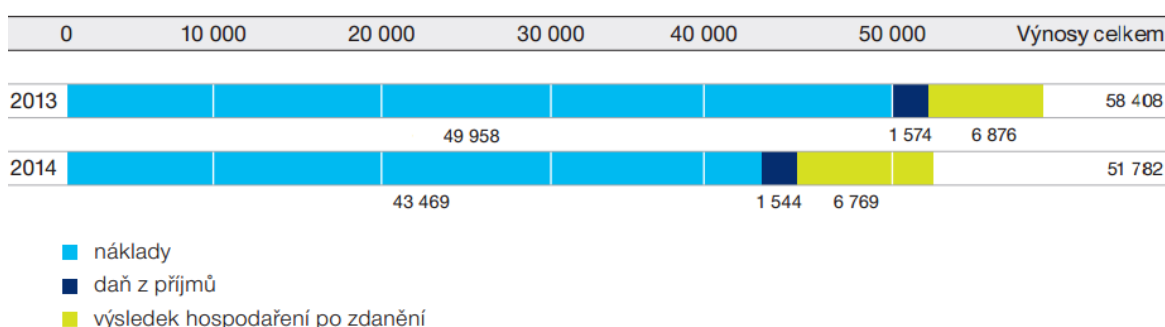
	2013	2014	Plán 2015
Stavby vvn	820	1 354	1 282
Stavby vn	2 547	1 927	2 232
Stavby nn	3 658	3 365	3 281
Elektroměry	549	618	427
Podpůrné investice	305	689	734
Celkem	7 879	7 953	7 956

Zdroj: ČEZ DISTRIBUCE, a. s., Výroční zpráva 2014 [online]. 2015 [cit. 2016-02-14].
Dostupné z: http://www.cezdistribuce.cz/edee/content/file-other/distribuce/o-spolecnosti/vyrocní_zpravy/vyrocní-zprava-2014.pdf (vlastní zpracování)

Dalším předmětem investic je projekt Smart Region, který se snaží vytvořit takzvané „chytré sítě“, které slouží k efektivnímu kombinování elektrické energie z klasických a alternativních zdrojů. Tyto sítě mají být schopny reagovat na hrozící přetížení a případně přesměrovat tok elektřiny a zabránit tak výpadkům. Cílem tohoto projektu je snížit emise skleníkových plynů do roku 2020 o 20 %. Toho by mělo být dosaženo zvýšením podílu obnovitelných zdrojů elektrické energie a zvýšením energetické účinnosti při využití nových konkurenceschopných energetických technologií.

4.4.5. Vývoj výnosů, nákladů a zisku

Graf 7 - Tvorba výsledku hospodaření (mil. Kč)



Zdroj: ČEZ DISTRIBUCE, a. s. *Výroční zpráva 2014* [online]. 2015 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: http://www.cezdistribuce.cz/edee/content/file-other/distribuce/o-spolecnosti/vyrocní_zpravy/vyrocní-zprava-2014.pdf (vlastní zpracování)

V roce 2014 dosáhla společnost výsledku hospodaření před zdaněním ve výši 8,313 mil. Kč. Výsledku hospodaření po zdanění ve výši 6 769 mil. Kč. Což v porovnání s rokem 2013 představuje pokles o 107 mil. Kč.

Celkové náklady bez daně z příjmu dosáhly v roce 2014 výše 43 469 mil. Kč. Z toho největší podíl tvořily prostředky vynaložené na úhradu nákladů spojených s podporou elektřiny z obnovitelných zdrojů energie, náklady na nákup přenosových, systémových a distribučních služeb a dále náklady na nákup elektřiny k pokrytí ztát v celkové výši 27 458 mil. Kč.

Celkové výnosy dosáhly za rok 2014 výše 51 782 mil. Kč. Převážnou část tvořily tržby z prodeje systémových a distribučních služeb, včetně souvisejících složek v celkové výši 50 038 mil. Kč, následně pak ostatní výnosy provozní povahy ve výši 1 737 mil. Kč a finanční výnosy ve výši 7 mil. Kč.

Celkové výnosy byly o 6 626 mil. Kč nižší než v roce 2013.⁵⁰

⁵⁰ ČEZ DISTRIBUCE, a. s. *Výroční zpráva 2014* [online]. 2015 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: http://www.cezdistribuce.cz/edee/content/file-other/distribuce/o-spolecnosti/vyrocní_zpravy/vyrocní-zprava-2014.pdf

Následující tabulka se věnuje detailnějšímu rozboru vývoje nákladových položek v období 2011-2014:

Tab. 4 - Vývoj nákladů

Hodnoty v mil. Kč	2014	2013	2012	2011
Tržby z prodeje výrobků a služeb	50 260	57 063	52 365	52 483
Nejvýznamnější druhy nákladů:	43 309	49 932	48 353	46 770
Spotřeba materiálu a energie	3 321	4 183	22 982	20 796
Služby	31 443	37 276	17 165	18 058
Osobní náklady	1 068	1 017	1 015	986
Odpisy	6 747	6 539	6 323	6 142
Ostatní provozní náklady	299	420	397	388
Nákladové úroky	431	497	471	400
Přidaná hodnota	15 767	15 726	12 420	13 774
Provozní hospodářský výsledek	8 742	8 948	5 739	7 246
% přidaná hodnota/náklady	36%	31%	26%	29%
% provozní HV/tržby	31%	16%	11%	14%

Zdroj: vlastní zpracování, zdrojová data www.justice.cz - Výroční zprávy 2014,2012

ZHODNOCENÍ STAVU HOSPODAŘENÍ:

Jak je uvedeno výše, meziroční pokles výnosů představuje 11%, meziroční pokles zisku po zdanění činí 2%, tzn., že společnost při vyšším poklesu výnosů než jaký nastal u zisku, musela efektivněji pracovat se svými náklady. Značný vliv na tento výsledek měla i konstantní absolutní výše přidané hodnoty, což může svědčit buď o vyšších cenách na výstupu pro zákazníka (nepředpokládám výraznější změnu struktury zákazníků) nebo o levnějších vstupech do distribučního procesu.

Vzhledem k výše popsaným principům dominance na trhu můžeme konstatovat, že firma meziročně udržuje výši zisku před zdaněním a dlouhodobě ho spíše tendenčně zvyšuje, což svědčí o její schopnosti přenášet efektivně „ztráty“ vzniklé nárůstem vstupů na cílového zákazníka a nepoškodit si tak své silné postavení na trhu. To je zřejmé zvláště z vývoje vlastního kapitálu firmy, který trvale roste. Vlastní kapitál je také ovlivněn výší rozdělování zisku akcionářům, která každoročně představuje značnou část vytvořeného zisku. U aktiv hovoříme spíše o stabilní úrovni celkového majetku a také o menším tlaku na investiční obnovu, která je od r. 2011 klesající. Téměř neměnná situace v oblasti zadluženosti vyjádřená ukazatelem celkový dluh/celkový kapitál v % svědčí o stabilní finanční struktuře firmy, která je navíc velmi silně orientovaná na vlastní zdroje (cca 80%) – z důvodu vysoké každoroční tvorby zisku – viz Tabulka č. 1. Provozní cash flow společnosti je v jednotlivých letech

kladné a vykazuje určitou závislost na trendu tržeb a EBITDA, tzn., že firma tvoří nejen zisk, ale i dostatek provozních finančních toků pro svoji běžnou činnost, investování, financování atd. Tabulka č. 4 vypovídá o struktuře nejvýznamnějších nákladů a vývoji poměru mezi výnosy, ziskem a náklady. Od r. 2012 firma vykazuje rostoucí trend poměru přidané hodnoty k nákladům, tj. vytěžuje vykázané náklady v „ziskové“ hodnotě stále lépe. Stejně tak o tom svědčí hodnota ukazatele provozní hospodářský výsledek/tržby s rostoucím trendem. Změna hodnoty mezi rokem 2012 a 2013 u spotřeby materiálu a energií a náklady na služby je zřejmě způsobena změnou vlastní výroby směrem k nákupu energie formou služby v rámci distribuce. V úrovni provozního výsledku to evidentně přineslo větší efekt než předchozí strategie. Firma tak neustále pracuje na zvyšování efektivity. Je finančně stabilní, se silnou oligopolní pozicí.

5. Zhodnocení výsledků a diskuze

Energetický průmysl je příkladem nedokonale konkurenčního trhu, kde působí menší množství firem. ČEZ a.s. je společností, která není jediná na tomto rozsáhlém trhu, ač má dominanci. Můžeme z výše uvedených pokladů přijmout závěr, že není monopolem, ale oligopolem.

Samotné distribuční odvětví je také nedokonale konkurenční prostředí, neboť na něm působí dlouhodobě pouze tři společnosti. Bariérami vstupu do odvětví jsou licence vystavované Energetickým regulačním úřadem s dobou platnosti 25 let. Dále je toto odvětví regulováno státem, což dlouhodobě zamezuje zdravé konkurenci firem v odvětví působících a také celkově snižuje jejich motivaci k minimalizování nákladů.

Po komparativní analýze dat z výročních zpráv společností E.ON Distribuce, a. s., PRE Distribuce, a. s. a ČEZ Distribuce, a. s. od roku 2006 do roku 2014 bylo prokázáno, že společnost ČEZ Distribuce, a. s. má v tomto odvětví dominantní postavení.

Prvním ukazatelem je distribuční území České republiky, které tato společnost spravuje. Jsou to zhruba dvě třetiny celkového distribučního území.

Druhým ukazatelem jsou počty odběrných míst, kdy společnost ČEZ Distribuce zajišťuje distribuci elektřiny do téměř 3,6 milionu odběrných míst, zatímco druhá největší společnost E.ON pouze do 1,55 milionu odběrných míst.

Nejdůležitějším ukazatelem pro odhad postavení však byl celkový počet distribuovaných GWh za jeden rok a dále celkové tržby inkasované za tyto GWh. V obou případech opět zaujímá společnost ČEZ Distribuce zhruba 70 % distribučního trhu.

Po analýze tedy bylo možné zodpovědět otázku položenou v základu této práce a sice odpovědí, společnost ČEZ Distribuce, a. s. má dlouhodobě na českém distribučním trhu elektrické energie dominantní postavení, více než dvojnásobně převyšující obě z konkurenčních firem. Jeví se tedy jako určitá forma oligopolu.

Distribuční trh s elektrickou energií je specifickým druhem trhu, který se nemůže řídit stejnými pravidly jako některé dokonale konkurenční trhy. Distribuční soustava je majetkem státu, a proto se o ni musí starat státní společnost nebo společnost (společnosti) státem vybrané, hlídané a regulované.

6. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo provést analýzu odvětví distribuce elektrické energie a zjistit, jaké postavení na něm zaujímá společnost ČEZ Distribuce, a. s. a zaujmout stanovisko k celkové pozici ČEZ a. s. na trhu energetiky jako celku.

Distribuční „sítě“ jsou problémovým odvětvím, pokud jsou vlastněny státem, většinou se o ně stará externí licencovaná firma. Tato firma získává licenci s právy a povinnostmi týkajícími se údržby této sítě po určité období, v případě distribuce elektřiny na 25 let. Licence se tedy stává bariérou vstupu do odvětví pro ostatní firmy, neboť už pro ně v tomto odvětví není místo. Tato distribuční síť, potažmo firma, která v tomto odvětví podniká, se tak stává státem vytvořeným přirozeným monopolem.

Stát samozřejmě nemůže dovolit, aby si firma v těchto monopolních podmínkách nastavovala své ceny libovolně, proto ji musí stanovit regulovanou cenu. Ovšem regulace ceny ze strany státu je problémová, protože určit její správnou hodnotu je velmi obtížné a zároveň pro regulovanou firmu vznikají podmínky, při kterých ztrácí motivaci snižovat své náklady.

Pokud jde o regulovanou složku z ceny elektrické energie, ta se za posledních deset let zvedla zhruba o 200 %. Největší podíl na tomto zvýšení má cena za výkup elektřiny z obnovitelných zdrojů, která je nyní téměř 0,50 Kč/kWh což je zhruba 65 % z celkové regulované složky.

Dále bylo zjištěno, že společnost ČEZ Distribuce, a. s. zaujímá na distribučním trhu dominantní postavení a spravuje zhruba dvě třetiny tohoto odvětví. K dosažení těchto výsledků bylo potřeba provést analýzu podstatných dat, jako jsou: počet odběrných míst, celkový počet distribuovaných GWh a tržby z distribuce elektrické energie, týkajících se jednotlivých firem v tomto odvětví.

Společnost ČEZ, a. s. a její distribuční společnosti však také čelí dlouhodobé kritice za špatnou transparentnost při zadávání veřejných zakázek a monopolistické praktiky na trhu s elektrickou energií. Tudíž by se společnost měla také zaměřit na to, aby byla celospolečensky spojována nejen s ekonomickou prosperitou, ale také s dobrým jménem. Obě společnosti hodnotím jako oligopoly s dominantní firmou, přičemž dominantní firmou jsou právě tyto hodnocené firmy - ČEZ, a. s. v energetice jako celku, a ČEZ Distribuce, a. s. na distribučním trhu elektřiny.

7. Seznam použitých zdrojů

7.1. Knižní zdroje

BRČÁK, Josef a SEKERKA, Bohuslav. *Makroekonomie*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-245-5..

FRANK, Robert H. *Mikroekonomie a chování*. Vyd. 1. Praha : Svoboda, 1995. ISBN 80-205-0438-9.

HOLMAN, Robert. *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz*. Vyd. 1. Praha : C.H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-737-5.

HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*. 4., rozš. vyd. Praha : Management Press, 2006. ISBN 80-7261-150-8.

JUREČKA, Václav. *Mikroekonomie*. 1. vyd. Praha : Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3259-6.

MACÁKOVÁ, Libuše. *Mikroekonomie: základní kurs*. 8. aktualiz. vyd. Slaný : Melandrium, 2003. ISBN 80-86175-38-3.

SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 18. vydání*. Vyd. 1. Praha : Svoboda, 2007. ISBN 978-80-205-0590-3.

SLANÝ, Antonín. *Makroekonomická analýza a hospodářská politika*. 1. vyd. Praha : C.H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-738-3..

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

7.2. Internetové zdroje

BEDNÁŘ, Josef. *Činnost Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže v letech 1999 – 2004* [online]. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Publikace/Prehl001.pdf

PŘÁVNÍ PŘEDPISY: Zákon o telekomunikacích [online]. [cit. 2015-11-15]. Dostupné z: http://www.pravnipredpisy.cz/predpisy/ZAKONY/2000/151000/Sb_151000_-----_.php

CEZ: Energetická skupina ČEZ [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/skupina-cez/o-skupine-cez/profil-skupiny-cez.html>

CEZ: O firmě [online]. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/cez/profil-spolecnosti.html>

O ENERGETICE: Česká přenosová a distribuční soustava [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <http://oenergetice.cz/technologie/elektroenergetika/ceska-prenosova-a-distribucni-soustava-2-dil-rozvodny-prenosove-soustavy/>

PRE DISTRIBUCE: O nás [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: <https://www.predistribuce.cz/cs/o-spolecnosti/o-nas/>

CEZ: Energetická legislativa [online]. [cit. 2016-02-09]. Dostupné z: http://www.cez.cz/cs/sluzby-pro-zakazniky/energeticka-legislativa.html#Energetický_zákon

CEZ: Skladba ceny elektřiny [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <https://www.cez.cz/cs/sluzby-pro-zakazniky/ceny/elektrina/3.html#X-201207031148032>

EKOBONUS: Nízký tarif: Komu je určen a proč je výhodný? [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.ekobonus.cz/nizky-tarif-komu-je-urcen-a-proc-je-vyhodny->

O ENERGETICE: Složky ceny elektřiny [online]. [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://oenergetice.cz/elektrina/trh-s-elektrinou/za-co-vsechno-platime-v-uctech-za-elektrinu/>

ČEZ DISTRIBUCE, a. s. *Výroční zpráva 2014* [online]. 2015 [cit. 2016-02-14]. Dostupné z: http://www.cezdistribuce.cz/eede/content/file-other/distribuce/o-spolecnosti/vyrocní_zpravy/vyrocní-zprava-2014.pdf

E.ON DISTRIBUCE, a. s. *Výroční zpráva 2013* [online]. 2015 [cit. 2016-02-17]. Dostupné z: <http://www.eon-distribuce.cz/preview/format;html/assets;a15009?field=data>

7.3. Výroční zprávy

ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2014
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2013
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2012
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2011
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2010
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2009
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2008
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2007
ČEZ Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2006

E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2014
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2013
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2012
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2011
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2010
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2009
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2008
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2007
E.ON Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2006

PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2014
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2013
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2012
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2011
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2010
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2009
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2008
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2007
PRE Distribuce, a. s., Výroční zpráva 2006