

Tato práce analyzuje vliv rostoucích výnosů z rozsahu a nedokonalé konkurence na mezinárodní obchod se zaměřením na automobilový průmysl a vzájemný obchod České republiky a Německa v tomto průmyslovém odvětví. Protože rostoucí výnosy z rozsahu nemůžou existovat v dokonalé konkurenci, podporují tím diferenciaci produktů a snahu výrobců odlišit své výrobky od těch ostatních a získat svůj podíl na poli mezinárodního obchodu. Tím vzniká vnitroodvětvový obchod, kdy země vzájemně obchodují se zbožím podobného charakteru, které se může lišit jednak kvalitou nebo zcela jinými vlastnostmi. Tyto podrobně rozebraná teoretická východiska se snažím aplikovat na případovou studii vzájemného vnitroodvětvového obchodu České republiky a Německa se zaměřením na automobilový průmysl. Ten tvoří asi čtvrtinu průmyslové produkce České republiky, na hrubém domácím produktu se podílí přibližně deseti procenty a vývoz silničních vozidel představuje zhruba 17% celkového vývozu. Německo jako nejvýznamnější obchodní partner České republiky a světová velmoc číslo jedna ve vývozu strojů a dopravních prostředků, dováží podstatnou část produkce českého automobilového průmyslu a zároveň do ČR vyváží své vlastní produkty v tomto odvětví. Tato práce si klade za cíl analyzovat tuto obchodní výměnu a do ní zapojenou produkci.