



# ANALÝZA ZAHRANIČNÍHO OBCHODU ČESKÉ REPUBLIKY VE SLEDOVANÉM OBDOBÍ S DŮRAZEM NA PROEXPORTNĚ ORIENTOVANÉ FIRMY

## Diplomová práce

*Studijní program:* N6208 – Ekonomika a management

*Studijní obor:* 6208T085 – Podniková ekonomika

*Autor práce:* **Bc. Libor Knap**

*Vedoucí práce:* Ing. Iva Nedomlelová, Ph.D.



## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Libor Knap**  
Osobní číslo: **E12000187**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Název tématu: **Analýza zahraničního obchodu České republiky ve sledovaném období s důrazem na proexportně orientované firmy**  
Zadávací katedra: **Katedra ekonomie**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných předpokladů
2. Teoreticko-ekonomické přístupy k problematice zahraničního obchodu
3. Analýza zahraničně-obchodních vztahů ČR ve sledovaném období (platební bilance)
4. Analýza proexportně orientovaných firem ČR
5. Formulace závěrů a ověření výzkumných předpokladů

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **65 normostran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**FOJTÍKOVÁ, L. Zahraničně obchodní politika ČR. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-128-4.**

**KALÍNSKÁ, E., et al. Mezinárodní obchod. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1299-0.**

**PLCHOVÁ, B., P. ŽAMBERSKÝ a J. TAUŠER. Zahraniční ekonomické vztahy České republiky. 3. vyd. Praha: VŠE, 2007. ISBN 978-80-245-1285-3.**

**SITKIT, A. and N. BOWEN. International Business: Challenges and Choices. 1st ed. Oxford: OUP Oxford, 2010. ISBN 01-995-3391-1.**

**SVATOŠ, M., et al. Zahraniční obchod. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.**

**Elektronická databáze článků ProQuest (knihovna.tul.cz).**

Vedoucí diplomové práce:

**Ing. Iva Nedomlelová, Ph.D.**

Katedra ekonomie

Konzultant diplomové práce:

**Mgr. Vladimír Ort**

Kustod s. r. o., jednatel

Datum zadání diplomové práce:

**31. října 2014**

Termín odevzdání diplomové práce:

**7. května 2015**



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan



prof. Ing. Jiří Kraft, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2014

## Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

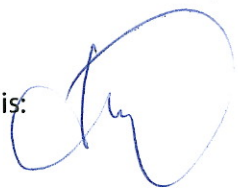
Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum: 4.5.2014

Podpis:



## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval své vedoucí diplomové práce Ing. Ivě Nedomlelové, Ph.D. za její pomoc při vedení diplomové práce, odborné rady, věcné připomínky, vstřícný přístup a čas, který práci věnovala.

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá zahraničním obchodem, jeho historickým vývojem a teoretickými přístupy k této problematice. Hlavním obsahem je zapojení České republiky do zahraničního obchodu jako člena Evropské Unie. V analytické části je zachycen vývoj obchodní bilance v jednotlivých letech zvoleného sledovaného období, které začíná rokem 2004 a končí rokem 2014. Popsány jsou významné ekonomické, společenské a politické události, které měly vliv na výsledek obchodní bilance v daném roce. Zvláštní důraz je kladen na export, exportní firmy a podporu exportu. V této souvislosti byla provedena další analýza, která hodnotí systém státní podpory exportu. Výsledky analýzy vychází ze zkušeností exportních firem, které se zapojily do dotazníkového šetření. Součástí interpretace výsledků jsou návrhy exportérů vedoucí ke zlepšení podpory exportu ze strany státu.

## **Klíčová slova**

export, exportní firmy, import, obchodní bilance, platební bilance, podpora exportu, saldo, zahraniční obchod

## **Annotation**

### **Analysis of Czech foreign Trade in the observed Period with Emphasis on export-oriented Firms**

This diploma thesis deals with foreign trade, its historical development and theoretical approaches to this issue. The main content is the Czech Republic's involvement in foreign trade as a member of the European Union. The analytical part describes the progress of the trade balance in each year of the selected period that begins in 2004 and ends in 2014. It describes the significant economic, social and political events that had an impact on the trade balance in a given year. Particular emphasis is placed on export, export firms and support of the export. In this context, further analysis that evaluates the system of state support for exports. Results of the analysis based on the experience of export companies that participated in the survey. Part of the interpretation of the results, are proposals of exporters to improve the state support of export.

## **Key Words**

export, export firms, import, trade balance, balance of payments, support of export, balance, foreign trade

# Obsah

<b>Seznam grafů .....</b>	<b>11</b>
<b>Seznam obrázků .....</b>	<b>12</b>
<b>Seznam tabulek.....</b>	<b>13</b>
<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>14</b>
<b>Úvod.....</b>	<b>16</b>
<b>1. Zahraniční obchod .....</b>	<b>18</b>
1.1 Stručná historie mezinárodního obchodu .....	18
1.2 Podstata zahraničního obchodu.....	20
1.3 Základní typy zahraničně obchodní politiky .....	21
1.3.1 Liberální obchodní politika .....	21
1.3.2 Protekcionismus .....	22
1.4 Mezinárodní obchodní organizace a dohody.....	23
1.4.1 GATT .....	23
1.4.2 WTO.....	24
1.4.3 OECD.....	25
1.5 Nástroje zahraničně obchodní politiky.....	26
1.5.1 Clo jako tarifní opatření .....	26
1.5.2 Netarifní opatření v obchodní politice.....	27
1.6 Formy zahraničního obchodu.....	28
1.6.1 Export.....	28
1.6.2 Import.....	29
1.6.3 Reexport .....	29
1.7 Faktory ovlivňující mezinárodní obchod .....	30
1.7.1 Ekonomické faktory .....	30
1.7.2 Sociální a kulturní faktory.....	30
1.7.3 Technologické faktory.....	31
1.8 Rizika mezinárodního obchodu.....	31
1.8.1 Rizika tržní .....	31
1.8.2 Rizika komerční .....	31
1.8.3 Rizika přepravní .....	32
1.8.4 Rizika teritoriální.....	32
1.8.5 Kurzová rizika .....	33



<b>2. Česká republika a zahraniční obchod .....</b>	<b>34</b>
2.1 Vliv EU na zahraničněobchodní politiku ČR.....	35
2.1.1 Obchod ČR s nečlenskými zeměmi.....	37
2.1.2 Obchod ČR s členskými zeměmi EU .....	37
2.2 Společná obchodní politika EU .....	37
2.2.1 Proces přijímání společné obchodní politiky .....	38
2.2.2 Vnitřní trh a jeho ochrana.....	38
2.3 Proexportní politika ČR a podpora exportu .....	39
2.3.1 Česká rada pro obchod a investice .....	40
2.3.2 CzechTrade a CzechInvest.....	40
2.3.3 ČEB a EGAP.....	41
2.3.4 Veletrhy a výstavy.....	42
2.3.5 Proexportní strategie .....	42
2.3.5.1 Exportní strategie 2006 – 2010 .....	43
2.3.5.2 Exportní strategie 2012 – 2020 .....	45
2.4 Platební bilance .....	48
2.4.1 Horizontální struktura platební bilance .....	48
2.4.2 Vertikální struktura platební bilance .....	49
2.4.3 Saldo platební bilance .....	49
<b>3. Analýza zahraničního obchodu ČR.....</b>	<b>51</b>
3.1 Porevoluční vývoj obchodní bilance .....	52
3.2 Rok 2004 .....	53
3.3 Rok 2005 .....	55
3.4 Rok 2006 .....	57
3.5 Rok 2007 .....	59
3.6 Rok 2008 .....	61
3.7 Rok 2009 .....	63
3.8 Rok 2010 .....	65
3.9 Rok 2011 .....	67
3.10 Rok 2012 .....	70
3.11 Rok 2013 .....	72
3.12 Rok 2014 .....	74
<b>4. Analýza proexportně orientovaných firem .....</b>	<b>78</b>
4.1 Analýza podle velikosti exportních firem .....	79

4.2	Analýza podle doby působení v zahraničním obchodě .....	85
4.3	Obecná analýza podpory exportu .....	92
4.4	Oblasti zlepšení očima exportérů .....	95
	<b>Závěr.....</b>	<b>98</b>
	<b>Seznam použité literatury.....</b>	<b>100</b>
	<b>Seznam příloh.....</b>	<b>106</b>

# Seznam grafů

Graf 1: Zahraniční obchod České republiky od roku 1989 .....	52
Graf 2: Zahraniční obchod České republiky – 2004 .....	54
Graf 3: Zahraniční obchod České republiky - 2005 .....	56
Graf 4: Zahraniční obchod České republiky - 2006 .....	58
Graf 5: Zahraniční obchod České republiky - 2007 .....	60
Graf 6: Zahraniční obchod České republiky - 2008 .....	62
Graf 7: Zahraniční obchod České republiky - 2009 .....	64
Graf 8: Zahraniční obchod České republiky - 2010 .....	66
Graf 9: Zahraniční obchod České republiky - 2011 .....	68
Graf 10: Zahraniční obchod České republiky - 2012 .....	70
Graf 11: Zahraniční obchod České republiky - 2013 .....	73
Graf 12: Zahraniční obchod České republiky - 2014 .....	75
Graf 13: Rozdělení firem podle velikosti .....	80
Graf 14: Malá firma (otázka č. 1) .....	81
Graf 15: Střední firma (otázka č. 1) .....	81
Graf 16: Velká firma (otázka č. 1) .....	82
Graf 17: Počet firem využívajících státní podporu (dle velikosti) .....	83
Graf 18: Malá firma (otázka č. 3) .....	84
Graf 19: Střední firma (otázka č. 3) .....	84
Graf 20: Velká firma (otázka č. 3) .....	85
Graf 21: Rozdělení firem podle doby působení v exportní činnosti .....	86
Graf 22: 0-5 let (otázka č. 1) .....	87
Graf 23: 6-10 let (otázka č. 1) .....	87
Graf 24: 10 let a více (otázka č. 1) .....	88
Graf 25: Počet firem využívajících státní podporu (dle doby) .....	89
Graf 26: 0-5 let (otázka č. 3) .....	90
Graf 27: 6-10 let (otázka č. 3) .....	90
Graf 28: 10 let a více (otázka č. 3) .....	91
Graf 29: Míra informovanosti o státní podpoře exportu .....	92
Graf 30: Poměr firem využívajících státní proexportní služby .....	93
Graf 31: Vnímání účinnosti státní exportní podpory firmami .....	94

# Seznam obrázků

Obrázek 1: Mapa obchodní politiky ČR jako člena EU.....	36
---	----

# Seznam tabulek

Tabulka 1: Charakter kol jednání v rámci GATT/WTO .....	24
Tabulka 2: Vývoj obchodní bilance .....	53
Tabulka 3: Běžný účet platební bilance - 2004 .....	54
Tabulka 4: Běžný účet platební bilance - 2005 .....	56
Tabulka 5: Běžný účet platební bilance - 2006 .....	58
Tabulka 6: Běžný účet platební bilance - 2007 .....	60
Tabulka 7: Běžný účet platební bilance - 2008 .....	62
Tabulka 8: Běžný účet platební bilance - 2009 .....	64
Tabulka 9: Běžný účet platební bilance - 2010 .....	66
Tabulka 10: Běžný účet platební bilance - 2011 .....	68
Tabulka 11: Běžný účet platební bilance - 2012 .....	71
Tabulka 12: Běžný účet platební bilance - 2013 .....	73
Tabulka 13: Běžný účet platební bilance - 2014 .....	76

# Seznam zkratek

ČEB	Česká exportní banka
ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
BRIC	Brazílie, Rusko, Indie, Čína
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
GATT	General Agreement on Rariffs and Trade, Všeobecná dohoda o clech a obchodu
HDP	Hrubý domácí produkt
HK	Hospodářská komora
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development, Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj
IMF	International Monetary Fund, Mezinárodní měnový fond
ITC	International Trade Center, Mezinárodní obchodní centrum
MF	Ministerstvo financí
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MZ	Ministerstvo zemědělství
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
OECD	Organisation for Economic Co-opreration and Development, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OEEC	Organisation for European Economic Co-operation, Organizace evropskou hospodářskou spolupráci
př. n. l.	před naším letopočtem

RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci
st. n. l.	století našeho letopočtu
UN	United Nations, Organizace spojených národů
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development, Konference pro obchod a rozvoj
WCO	World Customs Organization, Světová celní organizace
WTO	World Trade Organization, Světová obchodní organizace
ZÚ	Zastupitelské úřady

# Úvod

Česká ekonomika je charakterizována jako malá a velmi otevřená, co se týče zahraničního obchodu. Ten významnou měrou ovlivňuje velikost hrubého domácího produktu (HDP), respektive exportní činnost. Cílem této práce je zachytit a zhodnotit vývoj zahraničního obchodu České republiky (ČR) ve sledovaném období prostřednictvím analýzy výsledků obchodní bilance s důrazem export. Analyzovány jsou výsledky v jednotlivých obdobích a popsány podstatné události, které měly vliv na zahraničně obchodní vztahy ČR.

Světová ekonomika byla významně ovlivněna finanční krizí, která začala v roce 2007 v USA. Postupem času se transformovala v hospodářskou krizi, jejíž dopady měly vliv na nepříznivý vývoj evropské ekonomiky v průběhu druhé poloviny roku 2008. V diplomové práci je za počátek sledovaného období zvolen rok, který o několik let předcházela zmiňované krizi, ale především rok velmi významný nejen pro vývoj zahraničního obchodu ČR, ale také významný z hlediska politického a společenského. Rok, který změnil postavení ČR a jejich občanů v Evropě i ve světě.

Prvním rokem, kterým celková analýza zahraničního obchodu začíná, je rok 2004, kdy se ČR stala členskou zemí Evropské unie (EU). Vstupem ČR do EU došlo k liberalizaci zahraničního obchodu mezi členskými státy EU. Zahraniční obchod ČR je převážně orientován na země EU, a proto byl také vývoj domácí ekonomiky ovlivněn vývojem ekonomiky EU. Za poslední rok sledovaného období byl stanoven rok 2014, který je považován za úspěšný s ohledem na zahraniční obchod ČR.

V první části se práce zabývá teoreticko-ekonomickými přístupy k problematice mezinárodního obchodu. V jednotlivých podkapitolách je vysvětlena podstata zahraničního obchodu. Popsány jsou základní typy zahraničně-obchodní politiky. Jsou zmíněny organizace, které mají vliv na mezinárodní obchod. Dále jsou vysvětleny formy zahraničního obchodu, jako jsou export a import. Je poukázáno na faktory ovlivňující zahraniční obchod a také na rizika spojená s mezinárodním obchodem.

Obecnými charakteristikami zapojení ČR do zahraničního obchodu se zabývá druhá část práce, kde je popsán vliv členství v EU a vyplývající podmínky zahraničně-obchodní



politiky. Pravidla vycházejí ze společné obchodní politiky, kterými se řídí obchod s členskými a nečlenskými zeměmi.

Práce je zaměřena na exportní firmy a jejich činnost, tedy na export, zabývá se v této kapitole také proexportní politikou ČR. Seznamuje s jednotlivými proexportními strategiemi, které byly ve sledovaném období v platnosti. Cílem kapitoly je zachytit vývoj obchodní bilance, analyzovat její výsledky a popsat z dostupných zdrojů hlavní příčiny výsledků bilance zahraničního obchodu ČR v jednotlivých letech sledovaného období. Současně se zaměřit na hodnocení vývozu na významné trhy v rámci EU, ale také na zahraniční trhy, které jsou významné ve světové ekonomice, a také na světové trhy, které v průběhu hospodářské krize zaznamenaly růst svých domácích ekonomik.

Třetí část je přímo zaměřena na export a exportní firmy ČR. Vlády ČR, které působily a působí v průběhu sledovaného období, mají zájem na tom, aby docházelo k růstu vývozu české produkce, který má vliv na růst naší ekonomiky. Programy a nástroje na podporu exportu českých firem mají za úkol usnadňovat přístup na zahraniční trhy a co nejvíce pomoci českým exportérům prosadit se za hranicemi ČR.

Cílem této části je zjistit, v jaké míře české exportní společnosti využívají státní podporu exportu, zda mají dostatek informací o službách ze strany státu v oblasti podpory exportu a jakým způsobem tuto podporu vnímají. Zkoumání těchto jevů vychází ze stanovení hypotéz a jejich ověření na základě dotazníkového šetření. Výsledky a ověření hypotéz je interpretováno v závěru třetí části této práce.

První hypotéza se zabývá mírou informovanosti exportních firem o státní podpoře exportu a vychází z předpokladu, že čím větší firma, tím více informací je schopna si zajistit.

Druhá hypotéza řeší otázky využívání státní proexportní podpory. Předpokladem je, že firmy krátce zapojené do mezinárodního obchodu budou více usilovat o podporu ze strany státu, než zkušené exportní společnosti.

Třetí hypotéza vychází z předpokladu, že exportní společnosti většinou mají přehled o proexportních službách státu, vnímají je víceméně pozitivně a převážně je využívají.

# 1. Zahraniční obchod

Zahraniční obchod lze z historického hlediska charakterizovat jako nejstarší formu směny zboží mimo rámec jednoho státu či ekonomického celku. Nejedná se pouze o obchod se zbožím, ale také obchod v oblasti služeb a práv duševního vlastnictví. Zahraniční obchod propojuje vnitřní hospodářství daného ekonomického celku s okolní světovou ekonomikou, napomáhá rozvoji výrobních sil v mezinárodním měřítku a také mezinárodní dělbě práce. [4]

Hlavními subjekty realizující zahraničně obchodní vztahy jsou firmy zabývající se dovozem nebo vývozem zboží a služeb. Stát plní funkci regulační, dohlíží na realizaci mezinárodních obchodních činností z důvodů ochranných, kdy se snaží chránit chod domácí ekonomiky, a také z důvodů fiskálních. Realizace zahraničně obchodních vztahů přináší úhrady cel a dalších poplatků, které jsou příjmem státního rozpočtu. [4]

## 1.1 Stručná historie mezinárodního obchodu

Původ mezinárodního obchodu založeného na volné směně zboží se datuje, dle archeologických nálezů, do doby okolo roku 2500 před naším letopočtem (př. n. l.). Díky tehdejšímu obchodování s textilem a kovy prosperovali sumerští obyvatelé Mezopotámie. Kolem roku 2000 př. n. l. profitovali z obchodu s olivovým olejem, vínem a obilím starověcí Řekové. Postupem času asi okolo roku 340 př. n. l. vytvořili Řekové systém moderního obchodu založený na fungujícím bankovníctví, obchodních úvěrech a smlouvách, pojištění atd. [17]

Po úpadku starověké řecké civilizace docházelo k rozmachu starověkého Říma. Římané od 1. století našeho letopočtu (st. n. l.) do 5 st. n. l. vytvořili spoustu obchodních cest po souši i po moři zejména směrem na východ (Egypt, Sýrie, Indie a Čína), a až do konce 15. st. n. l. byl Řím centrem lídrem obchodu. Poté se postupně centrum mezinárodního obchodu přesouvalo z oblasti Středomoří do západní Evropy. Největší obchodní aktivitu přebralo Španělsko, Portugalsko a později Holandsko. [17]

V roce 1492 byla objevena Amerika a o pár let později také námořní cesta do Indie a to vedlo růstu obchodu a také ke kolonizaci světa. Hlavním cílem kolonizace bylo zvýšit

národní ekonomickou sílu tím, že kolonie jsou využívány pro prospěch mateřské země. Byly považovány za základny národního pokladu prostřednictvím exportu a také díky objevu drahých kovů. Tato první fáze kolonizace trvala do příchodu průmyslové revoluce v Anglii, tedy do roku 1750. Od té doby se Británie stala největší průmyslovou velmocí a nejvíce expandujícím kolonizátorem. Do roku 1900 se stala největším hráčem v mezinárodním obchodě. [17]

Rozvinutý koloniální systém na počátku 20. st. přispíval k vysokému stupni liberalizace v mezinárodním obchodě. Evropské průmyslově vyspělé země měly zájem na co nejhladším přesunu svých výrobků do kolonií a také surovina a zemědělských produktů zpět do Evropy. Míra celních a mimocelních bariér byla na nízké úrovni. Do první světové války patřily mezi ekonomicky nejvyspělejší státy světa Británie, Francie, Německo a Belgie v Evropě. Po ekonomické stránce sílily USA a mimo evropský kontinent sílila také pozice Japonska a Ruska. [14]

Během první světové války došlo k přerušení vybudovaných obchodních vazeb a zvýšila se podpora domácího ekonomického a politického nacionalismu. Omezila se mobilita zboží a kapitálu a docházelo ke snížení pracovní síly. Evropské země přišly o své kolonie, o své exportní trhy a vytvořili se noví konkurenti, kteří nebyli do války zapojeni. [14]

Velká deprese byla příčinou ochromení mezinárodního obchodu ve 30. letech 20. st., která se šířila z USA. Propad cen akcií na americké burze znamenal snížení bohatství domácností a poklesu poptávky. Se snížením spotřeby amerického trhu došlo k poklesu exportu, na kterém byla spousta států závislá. Krize nabyla celosvětového charakteru a poznamenala mezinárodní obchod. Snižovala se ochota spolupracovat v oblastech mezinárodních ekonomických problémů. Docházelo k růstu národních protekcionistických tendencí, např. k nastavování tarifních a celních bariér. Deprese byla výjimečná svou délkou trvání, hloubkou poklesu, zaznamenala společenské změny, především v Německu, a svět šel k druhému válečnému konfliktu. [14]

Druhá světová válka obdobným způsobem ovlivnila mezinárodní obchod. Ještě před koncem války zahájily spojenecké země jednání o mezinárodních finančních opatřeních, kterými by se měl řídit zahraniční obchod v poválečném světě. Důvodem těchto opatření bylo, aby se zabránilo opakování hospodářské situace po první světové válce. V roce 1944

na konferenci v Bretton Woods byl založen Mezinárodní měnový fond (IMF) a Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj (IBRD). Úkolem IMF je zabezpečovat růst mezinárodního obchodu prostřednictvím systému fixních směnných kurzů. Zatímco IBRD byla založena s cílem poskytování dlouhodobých investic. V roce 1948 začala platit Všeobecná dohoda o clech a obchodu (GATT), která měla přispívat k volnému pohybu zboží díky snižování cel a obchodních překážek. [17]

## **1.2 Podstata zahraničního obchodu**

Firmy se vždy snaží zvyšovat své zisky, proto hledají nové trhy. Pokud je domácí trh nasycen, mají snahu nacházet nové za hranicemi státu, ve kterém působí. Dále ve snaze snižovat náklady a hledat tak možnost levnějších dodávek vstupních surovin a materiálů do výroby, je také řada společností vedena k mezinárodním obchodním činnostem. Úkolem státu prostřednictvím zahraničního obchodu je dosahovat ekonomické rovnováhy. Vnější rovnováha je zachycena ve vyrovnané platební bilanci. Vnitřní rovnováha bývá ovlivňována zahraničním obchodem nepřímo. Zvyšování objemů exportů vede v domácí ekonomice např. ke zvyšování zaměstnanosti. [4]

Základní myšlenka mezinárodního obchodu spočívá v tom, že každá země produkuje zboží a služby a ty jsou spotřebovány na jejím území nebo je vyveze do zahraničí. Finanční přínos z exportu může použít na nákup dalšího zboží a služeb, jak doma tak v cizině. V zemích, které jsou otevřené mezinárodnímu obchodu, kde jsou jen minimální překážky, mají jejich občané možnost si zakoupit nejkvalitnější výrobky za nejvýhodnější ceny. Otevřený trh dané země umožňuje vyvážit do světa produkci, ve které stát vyniká a dovážet výběr toho nejlepšího zboží, které svět nabízí. [3]

Významnou roli v zahraničním obchodě v současné době hraje společenský proces, který se projevuje díky výrazným technologickým pokrokům – především informačních technologií, jedná se o proces globalizace. Globalizace spočívá ve zmenšování geografických omezení sociálních, kulturních a ekonomických systémů, zkracování ekonomických vzdáleností mezi zeměmi. Je vytvářen globální trh, na kterém je možné rychleji přesunovat informace, zboží a služby, kapitál a osoby. [15]

### 1.3 Základní typy zahraničně obchodní politiky

Zahraněně obchodní politiku charakterizuje Fojtíková tímto způsobem: [4, s. 4-5] „... lze definovat jako souhrn zásad a opatření, jež stát provádí v oblasti zahraničního obchodu s použitím obchodně politických nástrojů. Tato politika spolu s dalšími významnými politikami (fiskální, měnovou, sociální aj.) je hlavním nástrojem hospodářské politiky státu.“ Prostřednictvím těchto nástrojů působí stát na stav domácí ekonomiky, ve snaze dosáhnout co nejlepších výsledků. Naproti tomu zahraničně obchodní politika je součástí celkové zahraniční politiky, která vychází z mezinárodních úmluv a členství daného státu v mezinárodních obchodních organizacích. Proto vlivem této dvojí návaznosti může docházet k nesouladům, které plynou ze snahy podporovat domácí ekonomiku v rozporu se závazky zahraničně politických cílů. Míra toho, zda převažuje zájem na co nejvyšší prosperitu domácí ekonomiky nebo zájem co nejvíce se zapojit do mezinárodního obchodu, určuje dva základní směry zahraničně obchodní politiky. Jedná se o liberální obchodní politiku nebo ochranářský přístup protekcionismus. [4]

#### 1.3.1 Liberální obchodní politika

Myšlenkou volného obchodu se zabývali merkantilisté v souvislosti obchodu se zlatem, poté také fyziokraté, kteří se zaměřili na volný obchod se zemědělskou produkcí. Dále byla rozvinuta ekonomy v 18. století. Zejména Adam Smith a David Ricardo se zasloužili o rozšiřování teorií volného mezinárodního obchodu. Smith chápal volný obchod a mezinárodní dělbu práce jako prostředek vedoucí k prosperitě národa a to prostřednictvím teorie absolutní výhody. Každá země by se měla v mezinárodní dělbě práce zaměřit na výrobu produktů, které je schopna vyrobit nejlevněji, tedy s absolutně nejmenšími náklady na práci než jiné země. Ricardo tuto myšlenku dovedl ještě dále a význam mezinárodního obchodu a dělby práce chápe jako oboustrannou výhodu i pro takové země, které nedosahují u žádného svého produktu absolutní výhody. Tyto země se zaměří na výrobu a export zboží, u kterého je jejich absolutní nevýhoda nejmenší a u tohoto zboží má při výrobě komparativní výhodu. Druhá země se bude věnovat výrobě takového produktu, u něž je výhoda nejnižších nákladů největší. [4]

Mnohem dříve před tím než byla zformována jakákoli koncepce teorie liberalizace, docházelo k obchodování mezi dvěma a více zeměmi. Tyto obchody byly uzavírány na

základě sepsaných smluv, ze kterých vyplivalo, že při vzájemném obchodování se jednotlivé země snažili spíše spolupracovat než vytvářet překážky bránící obchodu. [4]

Vývoj spolupráce jednotlivých zemí, která vede ke společné liberalizaci obchodu na základě sepsaných společných smluv, lze popsat následujícími stupni procesu integrace mezinárodního obchodu:

- Zóna volného obchodu – členské země souhlasí s omezením nebo odstraněním bariér jako jsou tarify a kvóty mezi sebou, ale ponechávají si vlastní individuální tarify a kvóty vůči nečlenským zemím.
- Celní unie – země, které patří do celní unie, souhlasí s omezením nebo odstraněním obchodních bariér mezi sebou a souhlasí s ustanovením společných tarifů a kvót vůči ostatním zemím.
- Společný trh – v zásadě je společný trh stejnou institucí jako celní unie, kde členové souhlasí s omezením restriktivních opatření a umožňují volný pohyb výrobních faktorů, jako jsou zboží, služby, práce a kapitál.
- Hospodářská unie – je společným trhem, kde její členové přijímají společnou hospodářskou politiku v oblastech, jako jsou daně, úrokové míry a také společná měna.[16]

Obchodování na volném trhu v mezinárodním měřítku vystavuje firmy jedné země soutěži s firmami v zahraničních zemích. Zvětšuje se tak konkurenční prostředí a firmy jsou nuceny zefektivnit svou činnost, tím zvýšit konkurenceschopnost na mezinárodním trhu. Pokud se jim to povede a prosadí se svou produkcí, zvětšuje se i jejich odbytiště a to má dopad na jejich zisky. [3]

### **1.3.2 Protekcionismus**

Opakem liberálního mezinárodního obchodu je protekcionismus. Jeho podstatou je chránit domácí trh před zahraniční konkurencí. Hlavní podíl na takové ochraně mají zásahy státu, kterými ztěžuje zahraničním dovozcům nabízet svou produkci na území své země. Charakteristickým znakem protekcionismu je podpora vývozu dané země. Obecně platí, že protekcionismus napomáhá k ochraně domácích odvětví před dovozy ostatních zemí.

## **1.4 Mezinárodní obchodní organizace a dohody**

Realizace liberální politiky má za následek odstraňování překážek, které brání volnému mezinárodnímu obchodu. Domácí trh dané země se snaží otevírat a umožnit volný pohyb zboží a služeb. V současné době je liberalizaci v obchodní sféře prováděna státními zásahy na národní úrovni. Na mezinárodní úrovni jsou iniciátory nadnárodní obchodní organizace. Jejich hlavním cílem je vytvářet takové prostředí pro mezinárodní obchod, aby docházelo k růstu vzájemného obchodování mezi jednotlivými zeměmi. Jako nejvýznamnější mezinárodní organizaci lze označit Světovou obchodní organizaci (WTO), jejím cílem je úplná liberalizace mezinárodního obchodu. Jejím předchůdcem je Všeobecná dohoda o clech a obchodu (GATT). Mezinárodní dohoda, která obsahuje pravidla pro řízení mezinárodního obchodu, Na jejímž základě docházelo ke snižování cel a obchodních překážek. [4]

Dalším mezinárodním seskupením, které usiluje o stanovení společných hospodářských cílů, je Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD). OECD eviduje statistické údaje a dokumenty o veškerých jevech světové ekonomiky, je také prostorem pro diskusi a koordinačním centrem pro oblast hospodářské strategie. [3]

### **1.4.1 GATT**

Dohoda byla podepsána v roce 1947 včetně tehdejšího Československa, jehož působení bylo přerušeno na konci roku 1992 rozpadem Československé federativní republiky. Pro nově vzniklé státy Českou a Slovenskou republiku platila stále stejná pravidla vyplývající z Všeobecné dohody, ale oficiálními členy se staly 16.3.1993 na základě podpisu Protokolu o přístupu ke GATT. [4]

V dnešní době upravuje obchodní podmínky mezi 153 zeměmi světa. Jejím nejdůležitějším smyslem bylo snížení celních sazeb a snaha o odstranění ostatních překážek v mezinárodním obchodě. Tato dohoda vyústila v její fungování jako organizace. V průběhu jejího fungování docházelo k několika důležitým jednáním (tzv. kol) a postupným přijímáním opatření, na základě mezinárodních dohod, pro zjednodušení obchodování mezi jednotlivými zeměmi. [18]

V rámci existence GATT proběhlo sedm kol, počínaje v Ženevě roku 1947, kde byla sepsána a podepsána smlouva. Dále v Annecy ve Francii v roce 1949, v Torquay v Anglii roku 1951, znovu v Ženevě v roce 1956 a v roce 1960-1962 Dillonské kolo. Poté následovalo Kennedyho kolo v letech 1964-1967, Tokijské kolo v letech 1973-1979, Uruguayské kolo v období 1986-1994. [44]

V roce 1994 bylo Uruguayské kolo ukončeno a jedním z dokumentů, které byly podepsány, byla Dohoda o zřízení Světové obchodní organizace (WTO). Dohoda o WTO vstoupila v platnost 1.1.1995, tímto okamžikem začala organizace fungovat a nahradila GATT. [7]

Jednotlivá kola a dojednané oblasti v rámci jednotlivých kol jsou zachycena v tabulce č. 1.

*Tabulka 1: Charakter kol jednání v rámci GATT/WTO*

Období trvání	Počet zemí	Dojednané oblasti	Místo
1947	23	Celní sazby (pokles)	Ženeva (Švýcarsko)
1949	13	Celní sazby (pokles)	Annecy (Francie)
1951	38	Celní sazby - oproti r. 1948 pokles v průměru o cca 25 p. b.	Torquay (Velká Británie)
1956	26	Celní sazby (pokles)	Ženeva (Švýcarsko)
1960-1961	26	Celní sazby (pokles)	Ženeva (Švýcarsko) tzv. Dillonovo kolo
1964-1967	62	Celní sazby (pokles v průměru o cca 35 p.b.), antidumpingová opatření	Ženeva (Švýcarsko) tzv. Kennedyho kolo
1973-1979	102	Celní sazby (pokles v průměru o cca 35 p.b.), netarifní opatření atd.	Ženeva (Švýcarsko) tzv. Tokijské kolo
1986-1994	123	Vytvoření WTO, celní sazby, netarifní opatření, duševní vlastnictví, řešení obchodních sporů, služby, zemědělství atd.	Ženeva (Švýcarsko) tzv. Uruguayské kolo
Od r. 2001	153 (k dubnu 2010)	Celní sazby, služby, investice, vládní zakázky, životní prostředí, rozvoj atd.	Kolo Dohá, resp. Rozvojový program z Dohá (DDA)

Zdroj: KALÍNSKÁ, E., a kol. Mezinárodní obchod v 21. století [6, s. 103]

## 1.4.2 WTO

Světová obchodní organizace vzniká v roce 1995 jako nástupce GATT, přijímá její principy a dále se zabývá se pravidly mezinárodního obchodu. Hlavním posláním této organizace je snaha o liberalizace mezinárodního obchodu. Podpora fungování mezinárodního obchodu na základě daných pravidel, urovnávání sporů mezi vládami a organizace obchodních jednání. V současné době má 159 členů, mezi které patří i Česká republika ode dne jejího založení. [19]



V rámci WTO jsou sepsány mezinárodní dohody, které poskytují právní pravidla pro mezinárodní obchodování mezi jednotlivými zeměmi. Jedná se o dokumenty podepsané vládami členských zemí, kdy se zavázaly vést svou politiku zahraničního obchodu v souladu mezinárodními dohodami WTO. Záměrem společných dohod je pomoci exportérům a importérům vykonávat svou činnost za účelem naplnění svých cílů. Systém obchodních dohod má co nejvíce pomáhat volnému obchodnímu toku, jak je to jen možné. Znamená to odstraňování překážek bránících mezinárodnímu obchodu. Nastavená pravidla musí být transparentní – firmám, vládám, jednotlivcům musí být známa pravidla obchodu a musí jim být dána jistota, že se obchodní politika protistrany nebude měnit v průběhu obchodu. [43]

### **1.4.3 OECD**

OECD vznikla v září 1961 jako nástupce Organizace pro evropskou hospodářskou spolupráci (OEEC). OECD měla za cíl od roku 1948 řídit obnovu poničené Evropy po druhé světové válce prostřednictvím Marshallova plánu (finanční pomoc USA) v hospodářské, průmyslové, zemědělské oblasti a podílet se na rozvoji mezinárodního obchodu. V současné době má OECD 34 členů včetně České republiky, ale také úzce spolupracuje se státy, jejichž ekonomika v posledních letech vzrostla (např. Brazílie, Indie, Čína a Rusko je kandidátskou zemí, ovšem její přijetí mezi členy je v současnosti pozastaveno díky ukrajinské krizi) a nezanedbatelnou měrou se podílí na světovém obchodu. [26]

Hlavními cíli OECD jsou:

- dosažení co nejvyššího trvale udržitelného ekonomického růstu, zaměstnanosti a životní úrovně členských zemí, udržovat finanční stabilitu, a přispívat k rozvoji světového hospodářství,
- přispívat ke zdravé ekonomické expanzi v členských i nečlenských zemích v procesu hospodářského rozvoje,
- přispívat k rozvoji světového obchodu na mnohostranné nediskriminační základně v souladu s mezinárodními závazky. [27]

## 1.5 Nástroje zahraničně obchodní politiky

Existuje mnoho nástrojů zahraniční politiky státu, kterých je možné využít za účelem ochrany své vlastní ekonomiky, ovšem za velmi významný nástroj politiky protekcionismu lze považovat clo.

Pojem clo sahá až do středověku a je spojován s výběrem poplatku za zboží při překročení určitých geografických, komerčně významných míst a později také přes celní hranice. Původně tedy celní poplatky plnily státní pokladnu, až postupem času začalo být využíváno i za jiným účelem. Clo se postupně stávalo významným nástrojem k ochraně domácího trhu. Na dovážené zboží byla uvalena celní povinnost, které se stávalo dražším a méně tak konkurovalo domácím výrobkům. Důvodem byla dočasná ochrana domácích firem, které získaly čas na to, aby provedly změny ve výrobě a jejich produkce se stala konkurenceschopná ve srovnání s dováženým zbožím. [9]

### 1.5.1 Clo jako tarifní opatření

Význam cla jako tarifního nástroje je spatřován v jeho předem stanovených sazbách pro dané období. Jedná se o peněžitou částku, která je vybírána státem v souvislosti s dovozem nebo vývozem zboží. Její výši lze také jednoduše spočítat, díky definované metodice a známým koeficientům výpočtu. [5]

Clo je možné rozdělit do několika základních skupin podle způsobu využití tohoto opatření v rámci mezinárodního obchodu:

- **Členění z hlediska účelu** – jak již bylo zmíněno, je možné jej dělit na fiskální a ochranné. Fiskální funkce spočívá v příjmu finančních prostředků do státní pokladny. Pro znevýhodnění konkurenčních výrobků ze zahraničí je dovážená produkce zatížena celním poplatkem, který plní ochrannou funkci. [4]
- **Členění podle stupně regulace** – regulace cla je dána autonomní formou nebo smluvní formou. Autonomní clo je založeno na tom, že daná země nemá se zemí dovozce uzavřenou žádnou smlouvu o celní zátěži a ani jí neplyne žádná povinnost regulovat clo z členství v nějaké mezinárodní obchodní organizaci (např. WTO). Naproti tomu smluvní clo je, jak z názvu vyplývá, předem dané na základě dvoustranné nebo vícestranné smlouvy. [4]

- **Členění podle směru pohybu** – jedná se o clo dovozní, vývozní a tranzitní. Dovozní clo je používáno nejčastěji z důvodu ochranné funkce tohoto nástroje. Účelem vývozního cla je podpora domácí produkce. Celní zatížení se týká především vývozu surovin nebo polotovarů ze země. Tranzitní clo se platilo za transport zboží přes danou zemi. V současné době se toto clo nepoužívá díky Konvenci o svobodě tranzitu z roku 1921. [4]

### 1.5.2 Netarifní opatření v obchodní politice

Netarifní překážky v mezinárodním obchodu mají za úkol ztížit vstup zahraniční konkurence na domácí trh. Jedná se o různá opatření, která jsou přijímána vládou daného státu. Mezi netarifní opatření patří veškeré překážky, které přímo brání mezinárodnímu obchodu. Existují ale i taková opatření přijatá vládami různých států, která ovlivňují obchodní operace nepřímo, proto je složité sestavit obecný seznam netarifních překážek. [5]

Za nejčastější formu netarifních nástrojů lze považovat množstevní omezení, které je realizováno prostřednictvím dovozních nebo vývozních kvót. V okamžiku, kdy je kvóta dosaženo, je dovoz výrobku do země zakázán. K tomu, aby mohl producent své výrobky do země dovážet, potřebuje licenci. Licence je mu udělena státem, do kterého chce dovážet, po složení kauce. V případě vývozních kvót, celý proces funguje obdobně. [4]

Další netarifní opatření jsou různé technické překážky. Dovoz zboží je podmíněn konkrétními technickými požadavky, které musí dovozce splnit. Jedná se například o požadavky na kvalitu, rozšířené záruky, balení výrobků a jiné specifické normy. Důvodem je opět zvýhodnění domácího zboží před zahraničním.

Zvýšení konkurenceschopnosti domácích výrobců je také dosahováno státními zásahy v oblasti fiskální a devizové politiky. Tato opatření se týkají devizové regulace, omezení transferu kapitálu, daňových zásahů a mnoho dalších, které má vláda daného státu k dispozici. Vládních opatření existuje celá řada, a jak již bylo zmíněno, je prakticky nemožné sestavit jejich konkrétní seznam.

## 1.6 Formy zahraničního obchodu

Realizace zahraničního obchodu je založena na výrobě a následném prodeji zboží nejen na domácím trhu, ale na jeho prodeji do zahraničí. Jedná se o vývoz zboží a rozšíření trhu, tedy o export. Opakem je import neboli dovoz surovin či zboží, které v dané zemi nalezou uplatnění na trhu. V případě surovin se jedná o nutnost dovozu pro pokrytí potřeby výrobce, pokud se konkrétní surovina na území daného státu nenachází nebo je jí omezené množství.

### 1.6.1 Export

Výrobce, který chce proniknout na zahraniční trh a stát se exportérem má několik možností, jak na zahraniční trh vstoupit. V zásadě lze ale tyto možnosti shrnout do dvou skupin exportu – přímý vývoz a nepřímý vývoz.

Forma přímého exportu je založena na přímém prodeji produkce firmy do zahraničí. Nejčastěji je využívána ve strojírenském průmyslu, konkrétně při vývozu strojů a výrobních zařízení. Důvodem bývá vyšší komplikovanost těchto dodávek, se kterými bývá spojena nutnost poskytování odborných služeb ze strany dodavatelské firmy. Díky tomu je jednodušší udržet si svou pozici na zahraničním trhu. [13]

Výrobce, jehož produkce je dodávána a prodávána na zahraničním trhu prostřednictvím nezávislé organizace, nevyváží své výrobky přímo, tudíž se jedná o nepřímou formu exportu. Existuje několik možností, které firmy využívají při nepřímém vývozu:

- Obchodníci – koupí produkci dané firmy a to se stává jejich vlastním majetkem do okamžiku, kdy ho prodají na zahraničním trhu.
- Agenti – zprostředkovávají prodej výrobků tuzemských výrobců, nevlastní zboží a za prodej získávají provizi.
- Piggyback – je formou nepřímého vývozu, kdy velká exportní firma se zkušenostmi v zahraničním obchodě, poskytne své možnosti pro vstup na zahraniční trh jiné nekonkurenční firmě, jejíž výrobky jsou doplňkem produkce zavedené firmy v zahraničí. [13]

## 1.6.2 Import

Význam importu neboli dovozu primárně spočívá v tom, že do země jsou dováženy takové komodity, kterými daná země nedisponuje (to se týká zejména nerostného bohatství, zemědělské produkce, rybářské produkce atd.) nebo je není schopna vyrobit (z důvodu technologické nevypělosti, know-how atd.). V dnešní době relativně globalizovaného a dostupného mezinárodního trhu jsou důvody dovozu spotřebitelské. Rozhoduje cena a kvalita výrobku, kdy stejný nebo podobný výrobek je možné vyrobit v mnoha částech světa a dodat na téměř jakýkoli trh. Importéři mají také, jako v případě exportu dvě základní možnosti, jakým způsobem konkrétní produkt na domácí trh dostanou. Jde o metodu přímého dovozu a nepřímého dovozu.

Metoda přímého dovozu je založena na tom, že importér dovážející zboží do své země nakupuje výrobky přímo u zahraničních výrobců, které dále prodává na tuzemském trhu.

V případě nepřímého vývozu se jedná se o obchod, kdy prodejce na tuzemském trhu nakupuje zahraniční zboží od zprostředkovatele nebo jiné firmy zabývající se importem.

## 1.6.3 Reexport

Reexportem lze nazvat takový druh zahraničního obchodu, při kterém se dovezené zboží do jedné země exportuje na jiný zahraniční trh a až tam je prodáno konečnému spotřebiteli. Na domácím trhu se tedy neprodává. Důvodem takového způsobu obchodování mohou být snahy překonat různé obchodně politické překážky nebo ekonomické důvody (jako je například prodej zboží do dalších zemí za vyšší ceny). Způsoby, kterými je možné reexport realizovat, jsou opět dva – přímý a nepřímý.

Přímým reexportem se nazývá taková forma obchodu, kdy zboží vyrobené v zahraničí obchodník nakoupí, během jeho transportu se nerealizuje žádný obchod na domácím trhu, ale dodá se na trh ve třetí zemi a tam je následně prodáno. Obchodník zboží nedováží do své domácí země, ale rovnou do jiného státu.

Za nepřímý reexport lze považovat obchod, který je založen na nákupu zboží v zahraničí, jeho následném dovozu do domácí země a poté je vyvezeno na zahraniční trh ve třetí zemi.

I v těchto případech se jedná především o obcházení různěných překážek, jako je například embargo uvalené na dovoz z dané země.

## **1.7 Faktory ovlivňující mezinárodní obchod**

Podstatou mezinárodního obchodu je transport zboží a služeb mimo území domácího státu. Firmy se snaží proniknout se svou produkcí na zahraniční trh, prodat zde své výrobky, získat dobrou pověst a tím si zabezpečit stabilitu svého postavení na zahraničních trzích.

Produkt, který je v tuzemsku kvalitní, vyhledávaný a tedy dobře prodejný, nemusí mít ovšem v zahraničí takový úspěch. Důvodů je celá řada. Každá země a region ve světě má svá specifika a spotřebitelé jsou ovlivněni různými faktory daného prostředí.

### **1.7.1 Ekonomické faktory**

Ekonomickou situaci každé země ovlivňuje hospodářská politika vlády. Především její zahraničněobchodní politika, kurzová politika, vztah k zahraničním investorům a celková otevřenost k zahraničnímu obchodu. Výsledek této politiky zobrazují makroekonomické ukazatele (jako je např. HDP, HDP na obyvatele, vývoz, dovoz atd.). [13]

Podstatným důvodem investovat nebo dovážet zboží na daný trh je výše disponibilního příjmu obyvatel. Každý stát je na určitém stupni ekonomické vyspělosti. Pro spotřebitele v jedné zemi může být daný produkt drahý a těžko dostupný, v jiné tomu může být naopak. Kupní síla obyvatel nejen že ovlivňuje cenu, ale také skladbu sortimentu.

### **1.7.2 Sociální a kulturní faktory**

Kultura a sociální prostředí mají velmi významný vliv na myšlení a chování jedinců. Mentalita těchto prostředí je formována po staletí a je promítnuta do celého fungování takového společenství. Hodnoty, které daná společnost uznává, mohou být založeny na materiální nebo nemateriální povaze a také hierarchie potřeb má v různých kulturách vliv na celkové spotřební chování. Spotřeba v daném kulturním prostředí je jednou z důležitých informací pro exportéry hledající nová odbytiště pro své výrobky. [8]

### **1.7.3 Technologické faktory**

Stupeň technologické vyspělosti dané země vypovídá o míře využívání moderních technologií, které jsou zaměřeny na zefektivnění vztahů mezi dodavateli a odběrateli především v oblastech mezinárodní logistiky a distribuce. Rozvoj moderních technologií napomáhá k lepšímu rozmístění zdrojů a umožňuje mezinárodním firmám podnikat kdekoli na světě. Obecně platí, čím více je země vyspělá po technologické stránce, tím jednodušší přístup na její trh. [8]

## **1.8 Rizika mezinárodního obchodu**

Nezanedbatelný vliv na zahraničně obchodní aktivity firmy nemá pouze dané prostředí, ale také rizika s touto činností spojená. Existence rizik v mezinárodním obchodě může firmám způsobit, že jejich stanovené cíle mohou být příliš optimistické vzhledem realitě. S rizikem je třeba počítat a co nejlépe se na něj připravit, proto je dobré znát alespoň jeho základní formy.

### **1.8.1 Rizika tržní**

Tržní riziko vychází ze změny tržních podmínek, které mohou firmám způsobit, že nedosáhnou předpokládaného výsledku nebo dokonce ztráty. Vývoj na trhu může působit také opačně a hospodářský výsledek může být o mnoho lepší, než se původně očekávalo. V mezinárodním obchodě je vznik tohoto rizika způsoben různými příčinami, jako je např. změna celkové konjunkturální situace v dané zemi nebo ve skupině zemí, změny ve vztahu nabídky a poptávky po určité produkci, změnami v nákupní a prodejní politice, změnami v technologii a dalšími změnami. Riziko změny tržních podmínek existuje jak na vnitřním trhu, tak na zahraničním trhu, a každý podnikatelský subjekt musí počítat s jeho případnými dopady. Zcela vyhnout se mu ale nelze. [9]

### **1.8.2 Rizika komerční**

Dopady rizika tohoto charakteru také negativně ovlivňují hospodářský výsledek, důvodem bývá nesplnění závazku obchodním partnerem. S tím se setkávají podnikatelé i na domácím trhu, ale v mezinárodním měřítku vystupují v ostřejší podobě. Zahraniční trhy jsou odlišné v legislativních a ekonomických podmínkách, obchodních zvyklostech, různé

jsou i sociálně-kulturní vztahy. Všechny tyto faktory se sebou nesou právě komerční rizika vyplývající z mezinárodního obchodování. Nejčastějšími formami těchto rizik jsou:

- odstoupení obchodního partnera od smlouvy;
- nesplnění či vadné plnění kontraktu dodavatelem;
- bezdůvodné nepřevzetí zboží odběratelem;
- platební nevůle dlužníka;
- platební neschopnost dlužníka.

Ochrana před komerčními riziky spočívá v neustálém získávání informací o zahraničních obchodních partnerech, sledování jejich finanční situace, jejich spolehlivosti a úvěruschopnosti. Pro tyto účely lze využít služeb institucí zabývajících se hodnotící činností. Jedná se např. o informační a poradenské služby bank, ratingových agentur, poradenských služeb atd. [9]

### **1.8.3 Rizika přepravní**

Jedná se o rizika spojená s přepravou zboží, kdy může dojít k poškození nebo ztrátě. Riziko v tomto případě nese ten, kdo je v daném okamžiku za zboží odpovědný. Většinou to bývá prodávající nebo kupující, ale odpovědným může být také dopravce. Přechod rizika z jednoho subjektu na druhého je sjednáván v přepravních podmínkách. Přepravní rizika bývají v mezinárodním obchodě většinou pojištěna.

Snaha vyvarovat následkům přepravního rizika spočívá, podle Černoškové [9, s. 152] „...v jasném vymezení místa a okamžiku přechodu rizika ztráty nebo poškození zboží z prodávajícího a kupujícího (např. odvoláním na Incoterms) v kupní smlouvě a dále ve vhodném přepravním zajištění dodávky zboží (např. výběrem spolehlivého dopravce).“

### **1.8.4 Rizika teritoriální**

Vztahují se k dané geografické oblasti, kde může docházet k různým problémům, jako je např. problematika klimatického prostředí, ekonomické situace nebo politické situace v zemi.

Z hlediska klimatického prostředí se jedná o častý výskyt přírodních katastrof, které negativním projevem mění stav původního prostředí. Způsobují velké materiální škody,



ohrožují životy lidí a mají vliv na ekonomickou situaci oblasti. Jedná se o výskyt seizmických aktivit, povodní, silného proudění vzduchu atd.

Ekonomicky nestabilní situace v zemi má za následek přijímání administrativních opatření limitujících zahraniční podnikatelské subjekty. Nejčastěji se jedná o zákaz nebo omezení dovozu či vývozu, odebírání dovozních a vývozních licencí a další opatření chránící domácí trh. [9]

Také nestabilní politická situace v dané oblasti mezinárodnímu obchodu neprospívá, má za následek časté změny v legislativě. Mění se hospodářská a měnová politika mají významný vliv na ochotu zahraničních investorů na těchto trzích investovat.

### **1.8.5 Kurzová rizika**

Jedná se o rizika vyplývající z obchodování mezi dvěma zeměmi, které mají různou měnu. Kdy součástí obchodu je, předem stanovená cena v den podpisu smlouvy v akceptovatelné měně oběma zahraničními partnery. To znamená, že přesná částka vyjádřená v jedné měně za zboží či službu, která je předmětem obchodu, bude zaplacená v jiný den v budoucnu – dle smlouvy. Reálná hodnota může tedy být změněna oproti danému kurzu v den podpisu smlouvy. Pokud bude inkasující strana přijímat platbu v cizí měně než je domácí, téměř vždy dojde k rozdílu. Může dostat zaplacené více, než je skutečná cena zboží či služby, ale také může inkasovat méně díky oslabení kurzu domácí měny, a to je považováno za kurzové riziko.

## 2. Česká republika a zahraniční obchod

V dnešním globalizovaném světě hraje zahraniční obchod každé země velkou roli a podílí se významnou měrou na jeho hospodářství. Pro většinu zemí je charakteristické, že se prezentují jako otevřené ekonomiky a jsou zapojeny do mezinárodního obchodu. Stejně tak je tomu v případě ČR, která se v oblasti mezinárodního obchodu pohybuje od počátku své novodobé historie, kdy se její ekonomika otevírala postupně po zániku východního socialistického bloku.

Po změnách v politické oblasti a ve společnosti v Československu a po vzniku samostatné ČR, docházelo také ke změnám v zahraničním obchodu. Především odstranění monopolu zahraničního obchodu umožnilo obchodní styk se zahraničím zpočátku právníckým subjektům a později také fyzickým osobám. Zahraničněobchodní politika vycházela z celkové koncepce hospodářské politiky státu a usilovala o liberální opatření v ekonomice a vytvoření konkurenčního prostředí ve sféře obchodu. [4]

Otevřená zahraničněobchodní politika ČR je založena na aktivní účasti v mnohostranném obchodním systému. Respektuje dohody sjednané WTO, aktivně vyhledává nové trhy a odbytové prostory pro vývoz svého zboží a služeb, snaží se zabezpečit stabilní zdroje pro svou ekonomiku v zahraničí a efektivně se snaží zajistit ochranu hospodářských a obchodních zájmů státu i českých soukromých subjektů. [1]

Ve druhé polovině devadesátých let podala ČR žádost o vstup do EU a od té doby byla její zahraničněobchodní politika ovlivňována regulami EU v této oblasti. A to jak v obchodních vztazích se třetími (nečlenskými) zeměmi, tak ve vztazích se členskými zeměmi. Dle Beneše [1, s. 112] „ČR se připojením k Evropské unii stane s řadou dalších kandidátských zemí součástí celní unie. Vztahy ČR se všemi členskými státy EU budou podřízeny režimu jednotného vnitřního trhu a vůči třetím zemím bude ČR uplatňovat společnou obchodní politiku EU (článek 133 Smlouvy o založení Evropského společenství)“

## 2.1 Vliv EU na zahraničněobchodní politiku ČR

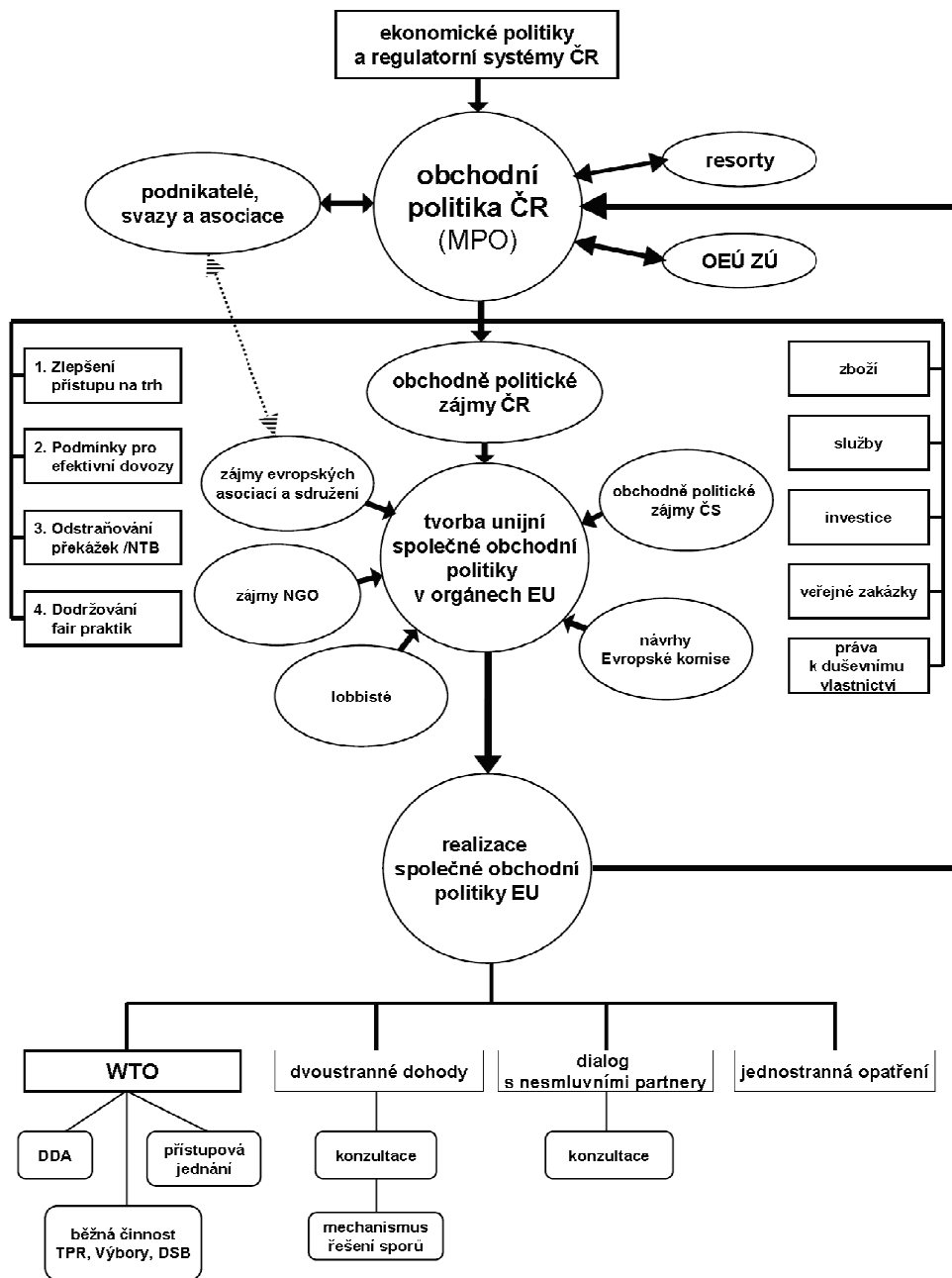
Ze členství v EU pro každý stát vyplývá podřídit se jejím institucionálně-legislativním pravidlům. Z ekonomického hlediska se jedná o pravidla vnitřního trhu, která ČR, stejně jako ostatní země, přebírá a je povinna se jimi řídit. [2]

Ještě před vstupem do EU se předpokládalo, že ČR ztratí svou suverenitu v oblasti obchodní politiky vůči ostatním zemím. Stane se členem Celní unie, která je založena na jednotných zásadách např. v oblasti celních sazeb, uzavírání celních a obchodních dohod, vývozní politiky a obchodních ochranných opatření. Ztráta své suverenity spočívá také v přenesení části zákonodárné iniciativy vlády na Evropskou komisi a rozhodovací pravomoci parlamentu na Radu EU a Evropský parlament. Stane se smluvní stranou uzavřených dohod Evropského společenství (ES) se třetími státy a ukončí působení dohod s ES a dalších mezinárodních dohod se třetími zeměmi, které nejsou kompatibilní s členstvím v EU. Zachová si své členství ve WTO, ale také respektuje, že je zároveň členem WTO spolu s ostatními členskými státy EU. [1]

Zahraněněobchodní politika ČR, stejně tak jako obchodní politika ostatních členských států, zahrnuje strategické cíle, strategickou teritoriální orientaci a také konkrétní podporu vývozu. To znamená, že existence společné zahraniční politiky EU částečně omezuje, ale také uznává suverénní právo každého státu, tedy aktivně se podílet na ekonomickém vývoji své země v oblasti zahraniční politiky. Každá členská země vytváří svou zahraničněobchodní politiku. Obchodně politické zájmy jednotlivých zemí se mohou lišit a konečná podoba zahraniční politiky EU je výsledkem celé řady kompromisů. ČR vytváří svou vlastní zahraničněobchodní politiku na základě mezinárodních smluv, dohod a závazků. Především se jedná o smlouvy s WTO a dohody vyplývající z členství v EU. [6]

ČR se formálně vzdala práva uskutečňovat svou vlastní zahraničněobchodní politiku, ale na své zájmy na mezinárodních trzích nerezignovala. Jak je zobrazeno v obrázku č. 1, své zájmy je schopna prosazovat prostřednictvím EU a její společné obchodní politiky. [20]

## Mapa obchodní politiky ČR jako člena Evropské unie



Obrázek 1: Mapa obchodní politiky ČR jako člena EU  
Zdroj: MPO [20]

Zahraničněobchodní politika ČR vychází z domácí ekonomické politiky, kdy se na její podobě podílí podnikatelé, jejich svazy a asociace, dále resorty a obchodně ekonomické úseky zastupitelských úřadů v zahraničí. Prostřednictvím zpětné vazby se v ní odráží jednotná obchodní politika EU. Obchodně politické zájmy ČR jsou porovnávány

s ostatními zájmy dalších členských států při tvorbě společné zahraniční politiky, na jejíž podobu má dále vliv Evropská komise, nevládní organizace, lobbisté a další subjekty. [6]

### **2.1.1 Obchod ČR s nečlenskými zeměmi**

Vstup do EU pro ČR znamenal formálně se vzdát práva vytvářet samostatnou obchodní politiku vůči třetím nečlenským zemím. Neznamenalo to ale, že by ČR neusilovala o obchody na trzích třetích zemí. ČR se připojila k celní unii a pro exporty a importy uplatňuje jednotné obchodní vztahy, které jsou závazné pro všechny členské státy EU. Tyto obchodní vztahy vycházejí z článku č. 207 Smlouvy o fungování EU (tzv. Lisabonské smlouvy), kdy se společná obchodní politika zakládá na společných principech. Zejména v úpravách celních sazeb, uzavírání přednostních obchodních dohod, které se týkají obchodu se zbožím a službami, v obchodních aspektech duševního vlastnictví, v přímých zahraničních investicích, vývozní politice a opatřeních na ochranu obchodu. EU všemi dostupnými prostředky zajišťuje výhodný přístup zboží vyrobeného na jejím území na trhy nečlenských zemí a také otevírá svůj trh pro zboží ze třetích zemí. Dodržuje mezinárodní pravidla obchodu a v případě jejich porušování přijímá opatření na ochranu svých zájmů. [49]

### **2.1.2 Obchod ČR s členskými zeměmi EU**

Zahraniční obchod ČR je realizován na jednotném vnitřním trhu a v jeho celém prostoru má veškeré české zboží volný vstup. Odpadla všechna cla a s nimi spojená celní řízení, stejně tak i ostatní technické překážky, jakou jsou například licenční a certifikační poplatky. Tyto výhody mají i ostatní členové EU, kteří svou produkci a služby na české území dováží a zároveň zvyšují konkurenci českým firmám. Obchod ČR s ostatními členskými zeměmi vychází ze společné obchodní politiky EU.

## **2.2 Společná obchodní politika EU**

Jedním z charakteristických rysů EU je sjednocování vnějších činností ve vztahu k nečlenským zemím. Mezi vnější činnosti byla prostřednictvím Lisabonské smlouvy zařazena také společná obchodní politika. Vedle společné obchodní politiky, byly zařazeny i jiné vnější činnosti, jako je zahraničně bezpečnostní politika, mezinárodní environmentální politika a další. Vnější činnosti EU nejsou nijak hierarchicky uspořádány,

přesto zahraniční a bezpečnostní politika je nadřazena obchodní politice vůči třetím zemím.

Původní cíl ES (založeného v roce 1957) bylo vytvoření celní unie s jednotným celním sazebníkem na dovážené zboží ze zemí mimo společenství. Jednotný postup v obchodních vztazích se třetími zeměmi, který se opírá o jednotný celní sazebník, funguje i v současné době. Jednotný exportní a importní režim a uzavírání obchodních dohod s ostatními obchodními partnery na úrovni EU také vychází ze zásady jednotnosti společné obchodní politiky. Společná obchodní politika spoluvytváří podnikatelské prostředí v celé unii, tak i mimo ni. Základním smyslem je otevírání zahraničních trhů pro firmy z EU a zvyšování vyjednávací síly v oblasti liberalizace obchodu v rámci WTO. Dále se řídí principy volného vývozu a dovozu a také otevírá přístup ostatních zemí na trh EU. [6]

### **2.2.1 Proces přijímání společné obchodní politiky**

Společná obchodní politika je přijímána řádným legislativním postupem, na základě nařízení Evropským parlamentem a Radou. Pokud se sjednává dohoda s nečlenskými zeměmi a mezinárodními organizacemi, Evropská komise podává doporučení Radě, ta ji zmocňuje k zahájení potřebných jednání, vydává směrnice, vydává zmocnění k podpisu dohod a uzavírá je. Rada a Komise jsou zodpovědné za to, že sjednané dohody jsou v souladu s vnitřní politikou a vnitřními předpisy EU. Veškeré kroky v souvislosti s přijímaným novým nařízením a opatřením jsou konzultovány se zástupci všech členských států v rámci Výboru pro obchodní politiku. Na zasedáních Výboru se mají možnost k dané problematice vyjádřit všichni zástupci členských států a zde mohou prosazovat své národní zájmy. [20]

### **2.2.2 Vnitřní trh a jeho ochrana**

Společný trh EU neboli vnitřní trh byl vytvořen vzájemným otevíráním trhů jednotlivých členských států. Postupně docházelo k odstraňování omezujících národních bariér na základě dohodnutých pravidel a celým smyslem bylo vytvoření prostoru, který umožňuje volný pohyb zboží, služeb a kapitálu.

Ochrana unijního trhu je dalším z opatření společné obchodní politiky, jejím hlavním nástrojem je clo, které vychází z jednotného celního sazebníku. Celní sazebník vychází

z Harmonizovaného systému Světové celní organizace (WCO). Obsahuje kombinovanou nomenklaturu zboží, celní sazby, podklady pro vyměřování cel, preferenční sazby obsažené v dohodách a další opatření a návody na aplikaci cla jako ochranného nástroje. [6]

Mezi další nástroje na ochranu trhu patří antidumping a vyrovnávací opatření. V případě, že jsou EU uvalena antidumpingová a vyrovnávací cla, dochází k dočasnému znevýhodnění dovozu na území unijní trh. Toto omezení se týká pouze určité země nebo určitého dovozce.

V souvislosti se společnou obchodní politikou, kdy je vlivem dramaticky rostoucího dovozu ohroženo domácí hospodářství, a je-li tato hrozba prokázána, je možné aplikovat tzv. ochranné opatření. Ochranné opatření musí být ale plošné, vztahující se na všechny dovozy dotčeného zboží, bez ohledu na jeho původ, a respektující dohody WTO v tomto směru. [6]

### **2.3 Proexportní politika ČR a podpora exportu**

Vlády ČR v novodobé historii považovaly a považují podporu exportu za jednu ze svých priorit. Česká ekonomika je považována za velmi otevřenou ekonomiku a prosperita celkového hospodářství je závislá na prosazení se země, respektive českých firem ve světě. Značnou úlohu v této souvislosti hraje Ministerstvo zahraničních věcí (MZV), které je odpovědné za vytváření zahraniční politiky státu a prostřednictvím diplomacie má vliv na prosazování ekonomických zájmů v zahraničí.

MZV má pro svou roli v oblasti zahraničně ekonomických vztahů řadu dílčích úkolů, dle jeho serveru [40]:

- *„nese celkovou odpovědnost za ochranu a prosazování zájmů ČR v zahraničí, včetně konečné odpovědnosti tituláře za zastupování zájmů státu v teritoriu,*
- *disponuje širokou sítí zastupitelských úřadů (ZÚ) a tedy fyzickou přítomností v teritoriu,*
- *má vytvořený fungující systém provozování, řízení a koordinace činností ZÚ,*
- *je vybaveno diplomatickým statutem misí se všemi z toho vyplývajícími privilegii, výhodami a právy (i limity),*

- *má kvalitní lidské zdroje pro efektivní činnost v zahraniční službě, dostatečně kvalifikované na to, aby byla možná jejich vzájemná zastupitelnost a kumulace agend, čímž se vytváří možnost značných úspor proti modelu úzce specializovaných odborníků pouze na určitou část agendy.*“

Díky struktuře české ekonomiky a vysoké míře zapojení ČR do mezinárodního obchodu, se orientuje obchodní politika především na podporu exportu. Proexportní strategie odrážející zájmy státu v mezinárodním obchodu je zpracovávána Ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO), které vytváří různé instituce a nástroje. [6]

### **2.3.1 Česká rada pro obchod a investice**

Od roku 2008 funguje při MPO jako poradní orgán Česká rada pro obchod a investice, jejíž úkol spočívá ve zprostředkování kontaktu mezi ministerstvem a podnikatelskou sférou. Rada je složena ze zástupců státní správy a soukromého sektoru.

Činnost rady se zaměřuje na čtyři segmenty podpory exportu ČR:

- sladování obchodně ekonomických a zahraničně politických hledisek při prosazování zájmů ČR v zahraničí,
- služby státu pro vývozce a investory,
- personální a finanční zajištění služeb státu v zahraničí,
- jednotná a koordinovaná prezentace ČR v zahraničí. [6]

Česká rada pro obchod a investice má za úkol dohlížet na kvalitu obchodně ekonomických služeb státu v zahraničí a také navrhopat opatření na jejich zlepšení. Stanovit teritoriální priority, přijímat strategická rozhodnutí v souvislosti se zahraničně obchodní politikou a prosazovat zájmy ČR. Dalším z úkolů je koordinace činnosti obchodně ekonomických úseků zastupitelských úřadů a zahraničních kanceláří CzechTrade a CzechInvest. [21]

### **2.3.2 CzechTrade a CzechInvest**

Česká národní proexportní agentura CzechTrade byla založena v roce 1997 jako organizace MPO, kterému je také podřízena. V současné době má zastoupení téměř po celém světě. Jejím cílem je napomáhat ke zvyšování exportní výkonnosti a



konkurenceschopnosti českých firem v zahraničí. Dále také usnadnit rozhodování firem o výběru vhodných teritorií a zkrátit dobu vstupu na daný trh. [22]

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest funguje od roku 2004, je státní příspěvkovou organizací MPO. Posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky podporou malých a středních podnikatelů, dále získáváním zahraničních investic z oblastí výroby, strategických služeb a technologických center. Zajišťuje komunikace mezi státem, podnikateli a EU, kdy zastřešuje celou oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu z prostředků EU a také ze státního rozpočtu. Propaguje ČR jako vhodnou zemi pro umístění zahraničních investic. Prostřednictvím své činnosti napomáhá rozvoji domácích firem, českých i zahraničních investorů a celkovému podnikatelskému prostředí. [23]

Zahraniční kanceláře obou agentur prošly strukturální změnou. Dle serveru CzechInvest [24] „*Ministerstvo průmyslu a obchodu sloučilo v roce 2012 zahraniční kanceláře agentur CzechTrade a CzechInvest do společné zahraniční sítě, která postupně doznává dalšího rozšíření. Zahraniční zástupci MPO tak poskytují služby jak z oblasti obchodu, tak i zahraničních investic.*“

### **2.3.3 ČEB a EGAP**

Mezi základní nástroje na podporu exportu ze strany státu lze zařadit financování a refinancování vývozních úvěrů, jejich pojišťování nebo garantování a informační podpora. Institucionálně tyto činnosti zajišťuje Česká exportní banka (ČEB) a Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP). [6]

**ČEB** byla založena v roce 1995 jako akciová společnost. Její činnost byla zahájena na základě povolení vydaného Českou národní bankou. Podléhá doзору Ministerstva financí (MF) v souvislosti s její aktivitou v oblastech zvýhodněného financování a České národní banky (ČNB) v záležitostech, které se týkají její bankovní licence.

Vznikla na základě potřeby českých exportních podniků, které byly znevýhodňovány v mezinárodních soutěžích a přicházely tak o lukrativní zakázky. Důvodem byla neexistující podpora financování exportních dodávek ve srovnání se zahraničními konkurenty, kteří byli v tomto směru podporováni bankami podobného charakteru, jako je

v současnosti ČEB. Jejím úkolem je tedy podpora vývozu a poskytování zvýhodněného financování úvěrů za podmínek běžných na mezinárodních trzích pro státem podporované vývozní úvěry. Podmínky poskytování vychází z Konsensu OECD a ze zákona je ČEB povinna pravidla Konsensu dodržovat. Činnost banky vychází z podpory českého exportu, s čímž také souvisí navazování vztahů s ostatními mezinárodními bankami a mezinárodními institucemi. [25]

**EGAP** funguje od roku 1992 jako akciová společnost v plném vlastnictví státu. ČR jako vlastník vykonává svá práva prostřednictvím MF, MPO, MZV a Ministerstva zemědělství (MZ). EGAP svou činnost vykonává v souladu se zákonem o pojišťovnictví a zákonem o pojišťování a financování vývozu se státní podporou. Doplnuje tak stávající nabídku komerčních pojišťoven a působí jako standardní vývozní a úvěrová pojišťovna, která svou činností plní roli instituce podporující export.

Pojišťovací služby poskytuje všem vývozcům bez ohledu na jejich velikost, právní formu a objemu pojištěného vývozu. Pojišťují ze především bankovní úvěry s delší splatností, než jsou dva roky na financování vývozu velkých energetických, strojních a technologických zařízení, investičních celků, dopravních staveb a investic. Pojištění se vztahuje nejčastěji na obchody se zeměmi, kde politické, ekonomické a právní prostředí přináší větší míru nejistoty a vyšší riziko nezaplacení na straně přijímající dovážené zboží, služby nebo investici. [15]

#### **2.3.4 Veletrhy a výstavy**

Firmám, které sídlí v ČR a produkují zboží českého původu, nabízí MPO, v rámci proexportní politiky státu, možnost zapojit se do programu Českých oficiálních účastí na veletrzích a výstavách. Jedná se o národní expozici, společnou expozici vystavovatelů nebo samostatnou expozici vystavovatelů. Dle těchto kategorií je specifikována forma podpory, která spočívá v poskytnutí výstavní plochy, stánku, zajištění technických a dalších doprovodných služeb. [39]

#### **2.3.5 Proexportní strategie**

Cílem exportní strategie je přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti domácích firem, prosazování obchodně-ekonomických zájmů v souladu s mezinárodními pravidly a

plynoucích závazků ze členství v EU, OECD, WTO a dalších mezinárodních organizací.  
[4]

Vláda ČR má velký zájem na podpoře exportu, uvědomuje si jeho pozitivní vliv na domácí ekonomiku. Za tímto účelem sestavuje strategické dokumenty na stanovená období, které by měly k podpoře a růstu exportu dopomáhat.

Za sledované období, které je vymezeno v úvodu diplomové práce, byly usnesením vlád přijaty tři strategické dokumenty, z nichž jeden je v současné době aktuální.

- Koncepce proexportní politiky pro období let 2003-2006 z usnesení vlády ČR č. 188 ze dne 24.2.2003
- Exportní strategie ČR pro období 2006-2010
- Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 schválená vládou ČR dne 27.9.2011

#### **2.3.5.1 Exportní strategie 2006 – 2010**

Strategie na podporu exportu pro toto období byla více propracovaná než předcházející Koncepce proexportní politiky a vycházela z analýzy systémů podpory vývozu v zemích EU, USA, požadavků exportních podniků, které byly zjišťovány v cílených průzkumech a SWOT analýzy české ekonomiky se zaměřením se na vnější vztahy. Snahou tohoto dokumentu bylo nalézt nové, do té doby nevyužívané, příležitosti k růstu konkurenceschopnosti českých firem v mezinárodním obchodě.

Strategický dokument byl strukturován do tří základních oblastí. Jednalo se o **Vize**, které charakterizovaly budoucí stav. Dále to byly **Cíle** a nakonec **Projekty**, jejichž prostřednictvím mělo být cílů dosaženo. Bylo definováno dvanáct projektů, které měly přispět k dosažení stanovených čtyř cílů.

Cíl: I. Více příležitostí pro podnikatele

Projekt: 1. Usnadňování podmínek obchodu – MPO se zavazuje, v souladu se společnou obchodní politikou EU, prosazovat zájmy ČR prostřednictvím liberalizace obchodu, odstraňováním překážek a bariér pro český export, zjednodušováním procedur v obchodě a další. Vše konzultovat s vybranými zástupci domácí podnikatelské sféry.

2. Působení na klíčových trzích – aktualizace teritoriálních priorit na základě analýz dle požadavků domácích exportérů a předpokladu uplatnění vývozu českého zboží.

3. Budování kvalitní značky ČR ve světě – vytváření pozitivního obrazu ČR v zahraničí, zajišťováno všemi příslušnými složkami státní správy. Prostřednictvím zvyšování pozitivní informovanosti o ČR, vylepšování jejího obrazu, efektivního využívání prostředků na prezentaci ČR.

Cíl: II. Poskytovat profesionální a účinnou podporu

Projekt: 4. Účinná asistence pro exportéry – profesionální služby státu pro podnikatele v oblastech znalosti zahraničního teritoria, schopnosti předávat informace o obchodních příležitostech za účelem úspěšného vstupu českých firem na zahraniční trh.

5. Zvýšení vývozu služeb – vzhledem k růstu obchodu se službami se zaměřit na podporu jejich vývozu. Jedná se o exportované služby, jako jsou IT, inženýring, design, telekomunikace, logistika, doprava, poradenství...)

6. Zvýšení přímých investic – zabezpečení kvalitního a účinného poradenství a asistence v investičních aktivitách českých firem v zahraničí. Zajištění dostatečných dostupných finančních zdrojů pro tyto investiční záměry.

7. Rozvoj vývozních aliancí – spolupráce mezi domácími podniky v oblasti exportu umožňuje snížení nákladů na vstup na zahraniční trh a na působení na tomto trhu. Podpora státu v podobě vytváření programů a služeb na vytváření aliancí firem.

Cíl: III. Zlepšit a rozšířit kvalitu služeb

Projekt: 8. Nový systém služeb státu pro export – vytvoření jednotné nabídky služeb státu pro exportéry na základě požadavků podnikatelů.

9. Zákaznické centrum pro export – vytvoření jednoho místa s veškerými informacemi týkajícími se nabídky státu v oblasti zahraničního obchodu. Informace umístěny na portále BusinessInfo.cz.

Cíl: IV. Zvýšit kapacity pro export

Projekt: 10. Síť pro export – zvýšení informovanosti o dění v teritoriích a příležitostech, zjednodušení získávání informací pro podnikatele. Informací ověřených ze zdrojů českého zastoupení v daném teritoriu.

11. Rozšíření finančních služeb pro český export – zvýšit dostupnost financování exportu prostřednictvím strukturálních fondů, spolupráce EU v oblasti podpory exportu, ČEB, EGAP a dalších.

12. Exportní akademie – předávání informací a know-how úspěšných exportních firem dalším podnikatelům, kteří začínají s exportní činností nebo chtějí zlepšit své zahraniční aktivity, prostřednictvím vytvoření Podnikatelské akademie Hospodářské komory (HK) ČR. [41]

Na rok 2011 byla provedena aktualizace Exportní strategie předcházející z období 2006-2010. Její úprava vycházela z aktuálního vývoje zahraničního obchodu a změn na zahraničních trzích v souvislosti s hospodářskou krizí.

#### **2.3.5.2 Exportní strategie 2012 – 2020**

Dokument vycházející ze Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012-2020, jejíž hlavní vizí je, aby se Česká republika stala jednou z dvaceti nejvíce konkurenceschopných zemí ve světě. K naplnění této vize má přispívat úspěšná realizace projektů na podporu exportu.

Strategie představuje celkovou vizi proexportních aktivit státu, cíle a také opatření, která mají vést k uskutečnění stanovených cílů. Oproti předchozím proexportním strategickým dokumentům se tato strategie snaží o širší pojetí v oblasti podpory exportu. Zaměřuje se také na procesy, které přímo podporují český export, ale také na využití synergie jednotlivých veřejných institucí, kdy jejich spolupráce vede k efektu zvýšení vývozu.

Struktura pilířů Exportní strategie a její jednotlivé oblasti vychází ze členění Mezinárodního obchodního centra (ITC), WTO, Organizace spojených národů (UN) a její Konference pro obchod a rozvoj (UNCTAD). Důvody pro volbu této struktury se odkazují na její dobré fungování v praxi v souvislosti s podporou exportu na mezinárodní úrovni a také na její přehlednost.

Pilíř: I. Zpravodajství pro export

Oblast: 1. Zjednodušení přístupu k informacím pro export – díky dobré informovanosti podniků o zahraničních trzích, tržních příležitostech i úskalích mají podnikatelé lepší možnost začít s mezinárodním obchodem nebo rychleji rozvinout započaté mezinárodní obchodní činnosti. Pro jednoduché získávání potřebných informací se stát zavázal zřídit veřejné informační kanály, jakými jsou kontaktní místa pro dotazy ohledně exportu, internetové stránky, tištěné publikace, službu zasílání nových informací o zahraničním obchodě.

2. Obchodní kontakty a statistiky – vytvoření přehledné databáze kontaktů zahraničních obchodních partnerů a jejich sdílení pro podnikatelkou sféru. Seznamy domácích firem a zahraničních odběratelů.

3. Zpravodajství o trzích a analýzy trhů – možnost získání ucelených informací o zahraničních trzích. Analýzy, činnosti konkurence, nové trendy, produkty, chování zákazníků a další informace, které mají usnadnit domácím exportérům vstup na mezinárodní trh.

4. Infrastruktura a lidské zdroje pro export – využívání již dostupných infrastruktur, které existují např. poskytované EU nebo jinými organizacemi.

Vzdělávání a školení pracovníků veřejné správy v problematice podpory exportu.

Pilíř: II. Rozvoj exportu

Oblast: 5. Připravenost na export a exportní vzdělávání – prostřednictvím vzdělávání v otázkách exportu veřejnými i soukromými institucemi, zvyšovat připravenost českých firem na exportní činnost. Analyzování produkce exportních firem, navrhování designu pro zahraniční trhy a hodnocení exportního potenciálu daných výrobků.

6. Poradenství pro export – jedná se o poskytované poradenství v oblastech týkajících se mezinárodních obchodních podmínek, jako jsou standardy a technické normy, balení a označování zboží, právní aspekty exportu, cenová politika, doprava, cla, logistika, ochrana duševního zdraví a další.

7. Exportní financování – informovat o nabídce a dostupnosti bankovních a pojišťovacích produktů zaměřených na export. Jedná se o nabídku dvou hlavních institucí, které jsou ovládané státem ČEB a EGAP. Dále také některých komerčních bank a specializovaných komerčních pojišťoven a dalších institucí.

8. Exportní ekosystém – vytvoření soustavy mechanismů, jejich prostřednictvím se vytváří spolupráce mezi veřejnými a soukromými exportními subjekty, která vede k formování příznivého podnikatelského prostředí pro export. Jedná se o součinnost velkého počtu veřejných i soukromých institucí.

Pilíř: III. Rozvoj obchodních příležitostí

Oblast: 9. Rozšiřování poptávky po českém exportu – získávání nových zahraničních odbytišť pro české vývozce formou zahraničních obchodních misí, které organizuje MPO ve spolupráci se zainteresovanými subjekty, formou účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách, setkáváním dodavatelů a odběratelů, networkingových aktivit v zahraničí.

10. Investice pro export – snahy o zvýšení investic ze strany domácích i zahraničních investorů do výroby exportních firem. Hlavními institucemi jsou CzechInvest, MPO (prostřednictvím prostředků EU), EGAP, ČEB a také soukromé subjekty.

11. Marketing, branding a lobbying – v předchozích obdobích je tato podpora ze strany státu hodnocena jako jedna z nejslabších, proto je třeba se zaměřit na budování dobré značky ČR, její dobré image a pověsti spolehlivého obchodního partnera.

12. Obchodní politika – zaměřuje se na odstraňování překážek zahraničního obchodu, zjednodušování vývozních procedur a zjednodušování administrativní povinností exportérů.

13. Řešení problémů – poskytovat informace o nejčastějších problémech souvisejících s exportem a jejich úspěšná i neúspěšná řešení, která vplynula z praxe. [42]

## 2.4 Platební bilance

Platební bilance je hlavním nástrojem, kterým lze měřit výkonnost zahraničního obchodu dané země. Mandel ji popisuje následujícím způsobem jako: [12, s. 554] „...*systematický statistický záznam všech ekonomických transakcí, které byly uskutečněny mezi devizovými tuzemci a cizozemci za určité zvolené období (zpravidla jeden rok).*“ Sestavuje se podle pravidel IMF a za její sestavení zodpovídá ČNB.

Mezi devizové tuzemce patří, dle české legislativy, právnické osoby, které mají sídlo v ČR, fyzické osoby, které mají trvalý pobyt na našem území nebo se zde alespoň po dobu jednoho roku zdržují. Ostatní právnické a fyzické osoby jsou považovány za devizové cizozemce. Ekonomické transakce jsou devizová inkasa a úhrady, změny devizových pohledávek a závazků a také transakce materiální povahy (např. dary, investice). [12]

Uspořádání platební bilance je zachyceno ve dvou strukturách. Horizontální struktura je sestavena z jednotlivých účtů, které se skládají z přesně definovaných a vymezených položek. Vertikální struktura zachycuje pouze kreditní a debetní položky.

### 2.4.1 Horizontální struktura platební bilance

Je tvořena následujícími účty:

#### A. Běžný účet

- Obchodní bilance – zachycuje objemy vývozu a dovozu zboží
- Bilance služeb – zachycuje objemy vývozu a dovozu služeb
- Bilance výnosů – zahrnuje důchody z výrobních faktorů domácích firem, které fungují v zahraničí a také důchody z výrobních faktorů zahraničních firem, které působí v domácí ekonomice.
- Běžné převody – jedná se o jednostranné transfery jako je hospodářská pomoc, příspěvky mezinárodním organizacím, dary atd.

B. Kapitálový účet – spadají sem kapitálové transfery související s migrací obyvatelstva, s vlastnickými právy k základním prostředkům. Dále také transakce související s nehmotným majetkem jako jsou např. ochranné známky, patenty, autorská práva, a také promíjení pohledávek.

#### C. Finanční účet



- Přímé investice – investice v domácí i zahraniční ekonomice, jejichž procentní podíl má vliv na kontrolu a rozhodování ve společnosti (v ČR se jedná od deseti a více procentní podíl základního kapitálu). Dále se zde eviduje reinvestovaný zisk a ostatní kapitál.
  - Portfoliové investice – jedná se o majetkové cenné papíry (např. obligace, akcie), které svým procentním podílem nespádají do kategorie přímých investic (v ČR jsou to podíly na vlastnictví do 10%).
  - Finanční deriváty – zahrnuje termínované obchody, jakými jsou forwardy, futures a opce.
  - Ostatní investice – jedná se o poskytnuté a přijaté úvěry.
- D. Saldo chyb a opomenutí, kurzové rozdíly – registrují se zde nepřesnosti, které vznikají v průběhu evidence jednotlivých transakcí. Jedná se např. o různé používání metodik v různých zemích, nepřesnosti vznikající z kurzových rozdílů atd.
- E. Změna devizových rezerv – zahrnuje zlato, devizové prostředky na účtech s krátkou dobou splatnosti atd. [11]

## 2.4.2 Vertikální struktura platební bilance

Vertikální struktura vychází z podvojného účetního zápisu každé transakce. Jednou je zapsána jako kreditní (se znaménkem plus) a jednou jako debetní (se znaménkem minus).

- Kreditní položky – přijaté platby od cizozemců v souvislosti s vývozem, příliv důchodů z výrobních faktorů zemí působících v zahraničí, příjmy z běžných převodů, přímé investice do země, úvěry ze zahraničí atd. [11, s. 96]
- Debetní položky – poskytování plateb za dovoz, odliv důchodů ze zahraničních výrobních faktorů působících v domácí ekonomice, přímé investice v zahraničí, splácené úvěry v zahraničí atd. [11]

## 2.4.3 Saldo platební bilance

V souvislosti se saldem platební bilance se hovoří o její vyrovnanosti. Respektive vyrovnané saldo platební bilance je odrazem vnější rovnováhy domácí ekonomiky. Spojení vnější rovnováhy a vyrovnanosti platební bilance popisují Mandel a Tomšík takto: [10, s.

17] „V ekonomickém slova smyslu můžeme vnější rovnováhu definovat jako trvale udržitelnou strukturu finančních a reálných toků mezi domácí ekonomikou a zahraničím, která do budoucna nezakládá potřebu změny měnového kurzu, důchodu, cen, peněžní zásoby nebo úrokových sazeb. Z hlediska této definice vnější rovnováhy je možno považovat za rovnovážnou i platební bilanci, kde deficit výkonové bilance je kompenzován importem transferů a výnosů (důchodů).“

Saldo platební bilance se skládá z dílčích sald jednotlivých účtů. Jedná se především o saldo obchodní (výkonové) bilance, saldo bilance služeb, saldo běžného účtu, kapitálového účtu, saldo finančního účtu atd. Vzhledem k tomu, že platební bilance bývá vyrovnaná, mají vypovídací hodnotu o zahraničním obchodu salda jednotlivých účtů. Volba salda platební bilance tedy hraje klíčovou roli a měla by být podřízena záměrům makroekonomické analýzy.

### 3. Analýza zahraničního obchodu ČR

Předmětem analýzy zahraničního obchodu je vývoj obchodní bilance v rámci sledovaného období, tedy analýza exportu a importu. Práce je zaměřena na exportní firmy potažmo na jejich činnost, kterou je export – vývoz svých produktů na zahraniční trhy.

Analýza bilance obchodu exportních firem ČR bude, v následující části, prezentovat výsledky celkového salda obchodní bilance v jednotlivých letech sledovaného období. Výstupem budou grafy, ve kterých bude znázorněn rozdíl mezi exportem a importem během každého roku. Dále se zaměří na celkové saldo obchodní bilance ČR a uplynulý rok. Také na salda obchodních bilancí s jednotlivými kontinenty a ještě podrobněji bude zkoumat výsledky zahraničního obchodu v rámci dovozu a vývozu s vybranými zeměmi. Výběr jednotlivých zemí byl proveden na základě autorova subjektivního vnímání jednotlivých zemí jakožto významných obchodních partnerů ČR v rámci sledovaného období.

Za významné obchodní partnery byli vybráni v první řadě nejbližší sousedé:

- Německo – v současné době jeden z nejvýznamnějších ekonomických států nejen v evropském měřítku, ale i ve světě.
- Slovensko – obchodní partner, jehož obchodní vztahy jsou významně ovlivněny společným fungováním jako jednoho politickoekonomického celku ve druhé polovině 20. st. (Československa).
- Polsko a Maďarsko – postkomunistické země, na které byly navázány obchodní vazby v rámci Rady vzájemné hospodářské pomoci ve druhé polovině 20. st., a které vyústili ve spolupráci v rámci soudobé Visegrádské čtyřky (spolupráce v oblasti veřejné správy).
- Rakousko - významný obchodní partner z hlediska polohy – souseda a rozvinuté evropské ekonomiky.

Další významné ekonomicky vyspělé země Evropy a také členské státy EU:

- Francie, Velká Británie – významné trhy nejen z evropského hlediska

Ekonomiky, které jsou považovány za nejrychleji rostoucí ekonomiky posledních let. Jsou označovány zkratkou BRIC (Brazílie, Rusko, Indie, Čína):

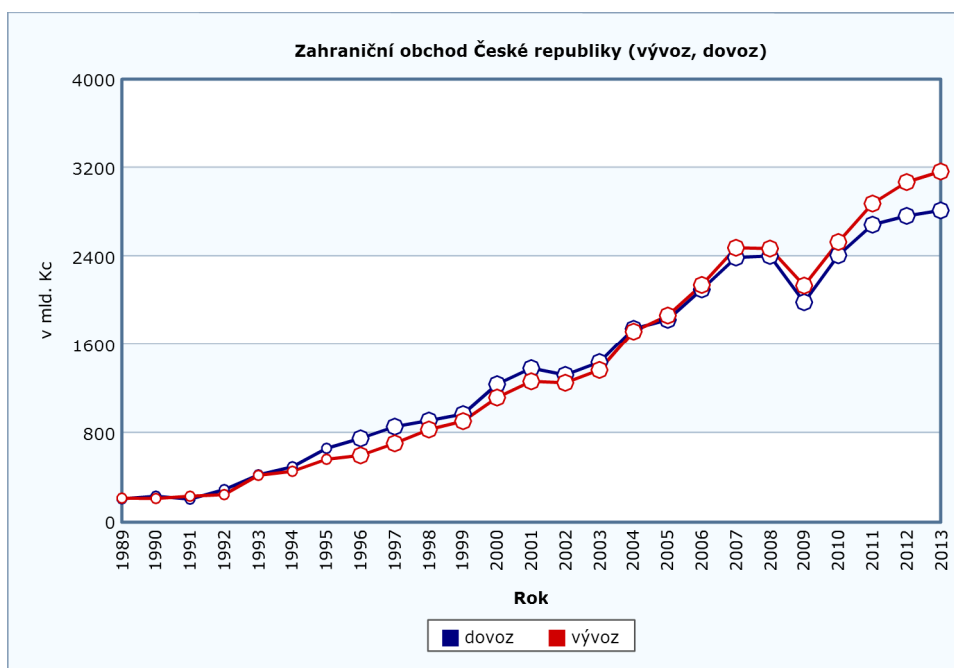
- Rusko – trh, který je pro ČR významný z hlediska politickoekonomických a obchodních vazeb vytvořených ve druhé polovině 20 st.
- Čína – země, která je v souvislosti s mezinárodním obchodem pro ČR charakteristická velkým importem do ČR.
- Brazílie, Indie – země vykazující velkou hospodářskou sílu v posledních letech.

V neposlední řadě, jeden z nejvýznamnějších trhů na světě:

- USA – z ekonomického hlediska se jedná o velmi vyspělý a velmi spotřební trh.

### 3.1 Porevoluční vývoj obchodní bilance

Do roku 1989 byla česká ekonomika podřízena centrálnímu plánování a zahraniční obchod byl zaměřen na státy Rady vzájemné hospodářské pomoci (RVHP), tedy země tehdejšího socialistického bloku. Po roce 1989 procházela ekonomika ČR transformačním procesem, během kterého centrálně plánované hospodářství přecházelo v tržní. Ke změnám docházelo i v rámci zahraničního obchodu, kdy se český trh otevíral zahraničnímu zboží a zahraničním investicím.



Graf 1: Zahraniční obchod České republiky od roku 1989  
Zdroj: ČSÚ [28]

Vysoká poptávka po zahraniční produkci především ze západních zemí se odrazila v záporné obchodní bilanci, která přetrvávala až do roku 2004. Zásadní obrat přišel se vstupem do ČR do EU, od roku 2005 bylo vždy saldo platební bilance kladné. Jak je patrné z grafu č. 1 objemy zahraničního obchodu od roku 1991 měly převážně rostoucí tendenci. Výjimkou byl rok 2009, kdy se projevila hospodářská krize v celé Evropě, na jejíž ekonomice je ČR závislá.

*Tabulka 2: Vývoj obchodní bilance*

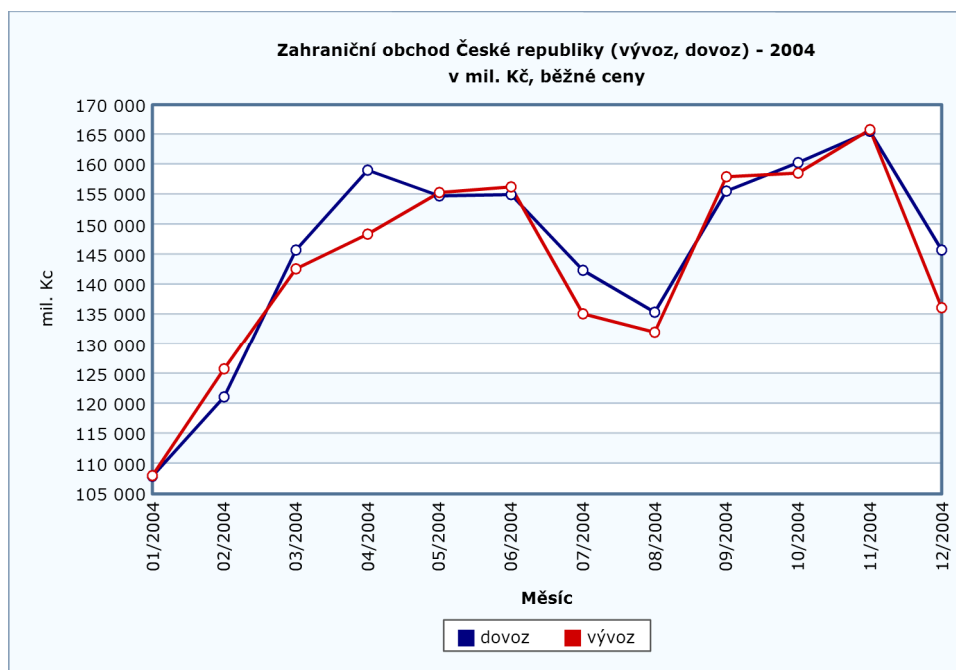
Rok	v mld. Kč			Změna proti předchozímu roku v %		
	Obrat	Vývoz	Dovoz	Bilance	vývoz	dovoz
<b>2004</b>	3 471,8	1 722,7	1 749,1	-26,4	25,7	21,4
<b>2005</b>	3 698,5	1 868,6	1 830,0	38,6	8,5	4,6
<b>2006</b>	4 249,4	2 144,6	2 104,8	39,8	14,8	15,0
<b>2007</b>	4 870,6	2 479,2	2 391,3	87,9	15,6	13,6
<b>2008</b>	4 880,2	2 473,7	2 406,5	67,2	-0,2	0,6
<b>2009</b>	4 127,7	2 138,6	1 989,0	149,6	-13,5	-17,3
<b>2010</b>	4 944,4	2 532,8	2 411,6	121,2	18,4	21,2
<b>2011</b>	5 566,3	2 878,7	2 687,6	191,1	13,7	11,4
<b>2012</b>	5 839,5	3 072,6	2 766,9	305,7	6,7	3,0
<b>2013</b>	5 998,2	3 174,7	2 823,5	351,2	3,3	2,2
<b>2014</b>	6 792,3	3 617,1	3 175,2	441,9	13,9	12,5

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Růstová tendence zahraničního obchodu ČR je vyjádřena konkrétními hodnotami z tabulky č. 2. Obrat na účtu platební bilance a jejího salda narůstal a téměř každým rokem zaznamenaly tyto dvě veličiny nové rekordní hodnoty. Výjimkou bylo období, ve kterém se projevily dopady ekonomické krize. Především v roce 2009 došlo k propadu obrátu zahraničního obchodu, ale od roku 2010 vykazovaly všechny veličiny růst.

### **3.2 Rok 2004**

Rok 2004 významným způsobem ovlivnil zahraniční obchod ČR. Po vstupu do EU se české firmy otevřel větší vnitřní trh a v této souvislosti došlo ke změnám obchodních podmínek. Byly odstraněny celní bariéry, překážky při překročení hranic v rámci EU a tím došlo i ke snížení transakčních nákladů. Všechny tyto změny vedly k pozitivním výsledkům a výrazným způsobem ovlivnily zahraniční obchod ČR. [45]



Graf 2: Zahraníční obchod České republiky – 2004  
Zdroj: ČSÚ [29]

V první polovině roku docházelo k nárůstu obrátu obchodní bilance, jehož růstový trend se změnil na počátku druhé poloviny roku, kdy docházelo k jeho poklesu. Začátek čtvrtého čtvrtletí zaznamenal opět růstu zahraničního obchodu, pouze ale do listopadu a v závěru roku došlo k propadu. Přesto byla celková hodnota obchodu na běžném účtu za tento rok rostoucí.

Tabulka 3: Běžný účet platební bilance - 2004

Běžný účet platební bilance - 2004 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 514 256	2 639 783	-1 125 527	
Evropa	1 600 358 897	1 403 917 069	196 441 829	
Afrika	8 960 419	11 105 650	-2 145 231	
Amerika	50 069 347	76 311 663	-26 242 316	
Asie	58 731 037	252 514 881	-193 783 843	
Oceánie a Polární oblasti	3 023 342	2 606 233	417 108	
<b>Svět celkem</b>	<b>1 722 657 298</b>	<b>1 749 095 279</b>	<b>-26 437 980</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	103 697 834	70 057 815	33 640 019	6,02%
Brazílie	2 428 466	4 887 853	-2 459 388	0,14%
Čína	6 988 006	90 990 252	-84 002 246	0,41%
Německo	623 098 938	554 336 227	68 762 711	36,17%
Francie	79 493 303	83 045 805	-3 552 502	4,61%
Velká Británie	81 244 014	50 733 462	30 510 552	4,72%
Maďarsko	46 763 484	36 664 976	10 098 508	2,71%
Indie	5 132 719	4 653 066	479 653	0,30%
Itálie	74 692 514	92 949 789	-18 257 274	4,34%
Polsko	90 426 390	83 113 388	7 313 002	5,25%

Rusko	24 172 147	70 907 614	-46 735 468	1,40%
Slovensko	145 542 162	93 915 024	51 627 138	8,45%
USA	38 965 379	54 463 669	-15 498 291	2,26%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

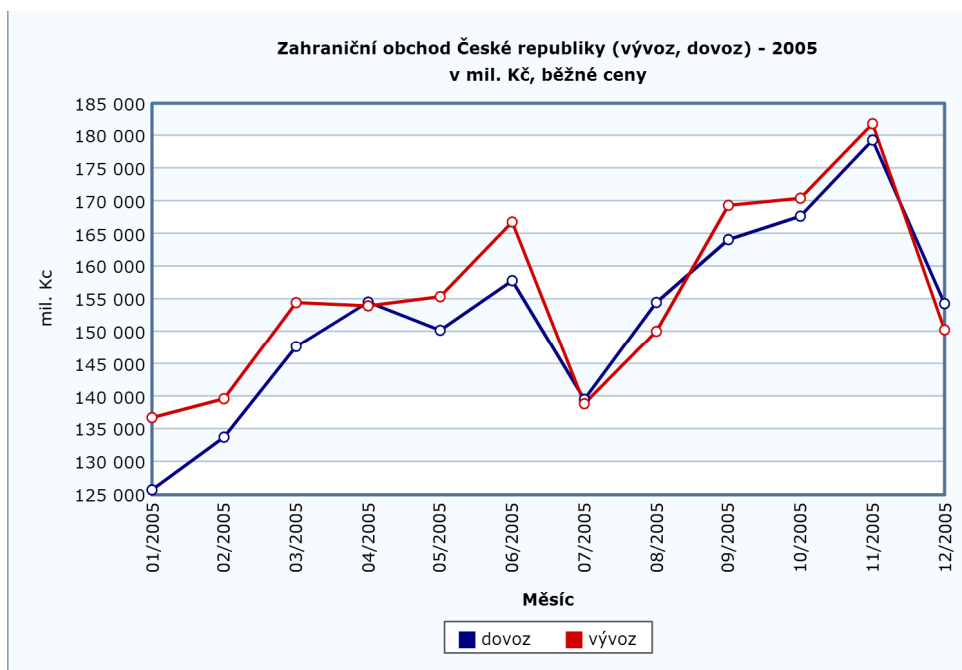
Nárůst vývozu o 25,7% a dovozu o 21,4% (tabulka č. 2) byl nejvyšší v rámci sledovaného období, jak již bylo zmíněno vlivem vstupu ČR do EU. I přes optimistické zvýšení exportu bylo saldo běžného účtu záporné. Z hlediska světadílů připadá největší objem realizovaných obchodů v Kč na Evropu, kde je nejvýznamnějším partnerem Německo, jehož obchodní orientace je zhruba třetinová v Evropě. Značnou měrou přispívá k záporné obchodní bilanci dovozy z Asie, a to především z Číny, jejíž podíl na dovozu je více než třetinový. Exportní orientace je vysoce zaměřena na Německo, o čemž svědčí podíl na celkovém vývozu 36,17%.

### 3.3 Rok 2005

Nejlepších výsledků v zahraničním obchodě ČR bylo dosaženo v roce 2005. Poprvé v historii překonala hodnota vývozu hodnotu dovozu, kdy výsledek obchodní bilance nabyl kladné hodnoty a to se povedlo ČR jako jediné z nových členských států EU. [47]

Vstupem do EU se ČR zařadila mezi státy s vyspělou tržní ekonomikou v Evropě. Díky tomuto statutu a také snaze minimalizovat náklady, došlo k přesunu výroby významných firem do ČR a tím výraznému zvyšování zahraničního obchodu. [48]

České firmy využily zvyšující se zájem o české výrobky v zahraničí a to vedlo k růstu exportu. Největší podíl na tomto růstu zaznamenaly firmy z automobilového průmyslu a výrobci strojírenských strojů a zařízení. V souvislosti s automobilovým průmyslem je třeba zmínit rozjezd výroby nové automobilky v Kolíně. [50]



Graf 3: Zahraníční obchod České republiky - 2005  
Zdroj: ČSÚ [30]

Výsledky zahraničního obchodu měly v průběhu roku převážně rostoucí tendence. Jen v červenci došlo k propadu a také převýšení dovozu nad vývozem. Na počátku třetího kvartálu se situace opět zlepšila, kdy hodnoty vývozu byly vyšší než dovoz. V prosinci nastala obdobná situace jako v sedmém měsíci, přesto bylo saldo celkové obchodní bilance kladné, poprvé v existenci ČR (jak již bylo zmíněno).

Tabulka 4: Běžný účet platební bilance - 2005

Běžný účet platební bilance - 2005 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 359 991	2 186 294	-826 303	
Evropa	1 714 532 379	1 489 504 207	225 028 171	
Afrika	13 412 299	11 754 013	1 658 286	
Amerika	65 303 076	67 915 720	-2 612 643	
Asie	71 044 835	256 067 262	-185 022 427	
Oceánie a Polární oblasti	2 933 255	2 534 353	398 902	
<b>Svět celkem</b>	<b>1 868 585 835</b>	<b>1 829 961 849</b>	<b>38 623 986</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	104 667 551	73 025 235	31 642 316	5,60%
Brazílie	4 402 426	4 694 857	-292 431	0,24%
Čína	7 154 440	94 102 484	-86 948 044	0,38%
Německo	628 529 570	550 495 247	78 034 323	33,64%
Francie	92 123 603	83 410 467	8 713 136	4,93%
Velká Británie	86 464 414	44 907 166	41 557 249	4,63%
Maďarsko	50 878 292	39 433 269	11 445 023	2,72%
Indie	6 286 305	5 772 290	514 015	0,34%
Itálie	78 628 332	87 566 736	-8 938 403	4,21%



Polsko	102 341 418	90 999 588	11 341 830	5,48%
Rusko	33 646 294	104 598 051	-70 951 757	1,80%
Slovensko	161 348 112	99 801 598	61 546 513	8,63%
USA	49 749 006	46 070 963	3 678 043	2,66%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

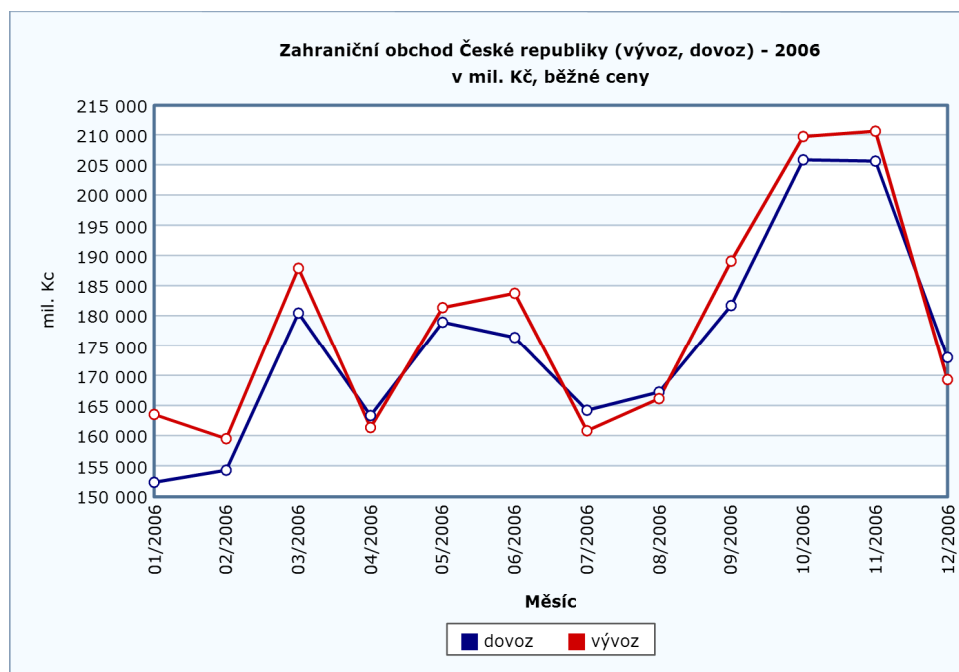
Vývoj v roce 2005 zaznamenal další zvýšení oproti předchozímu období. Objemy vývozu vzrostly o 8,5%, což je téměř dvojnásobná hodnota oproti zvýšení objemů dovozu, které bylo 4,6% (Tabulka č. 2). Výsledkem je tedy kladné saldo obchodní bilance ve výši 38,6 mld. Kč.

Významným obchodním partnerem bylo opět Německo, kam směřovala třetina veškerého exportu. Slovensko bylo také významným partnerem z hlediska bilance, která svým výsledkem dosahovala menší, ale podobné hodnoty jako bilance s Německem. Nejhorší bilanci dosahovala ČR v obchodování s Čínou, ale také s Ruskem, v rámci vybraných zemí.

### **3.4 Rok 2006**

Opět došlo k nárůstu obratu, respektive zvýšení vývozu i dovozu. Dovoz se zvýšil o 15% a vývoz o 14,8% oproti předchozímu roku (Tabulka č. 2). Saldo obchodní bilance bylo tedy srovnatelné se saldem z roku 2005 ve výši 39,8 mld. Kč.

Růst zahraničního obchodu navazoval předchozího období, kdy se projevovaly výhody plynoucí z členství ČR v EU. Úspěšně se rozvíjely obchody s unijními partnery, které tvořily více než tři čtvrtinový podíl na celkovém obratu. Nejvíce se dařilo automobilovému průmyslu, výrobě počítačové techniky a elektroniky. [59]



Graf 4: Zahraníční obchod České republiky - 2006  
Zdroj: ČSÚ [31]

Vývoj zahraničního obchodu měl v tomto roce charakter střídajících se tendencí (rostoucích i klesajících). Výraznější změna v průběhu grafu č. 4 je zřejmá v období od července do října, kdy došlo k podstatnému nárůstu exportních a importních transakcí, ale koncem roku naopak téměř k jejich stejnému propadu. Během roku došlo v několika měsících k vyššímu objemu dovozu oproti vývozu. Přesto byl celkový objem exportu vyšší než importu.

Tabulka 5: Běžný účet platební bilance - 2006

Běžný účet platební bilance - 2006 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 164 784	2 396 327	-1 231 543	
Evropa	1 978 894 331	1 694 006 112	284 888 219	
Afrika	15 836 993	11 539 572	4 297 421	
Amerika	67 746 578	71 226 184	-3 479 606	
Asie	76 943 586	322 863 689	-245 920 104	
Oceánie a Polární oblasti	3 987 113	2 780 487	1 206 626	
<b>Svět celkem</b>	<b>2 144 573 385</b>	<b>2 104 812 371</b>	<b>39 761 013</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	109 503 339	78 525 516	30 977 823	5,11%
Brazílie	4 192 299	4 259 693	-67 394	0,20%
Čína	8 991 734	128 176 748	-119 185 014	0,42%
Německo	684 973 754	599 421 536	85 552 218	31,94%
Francie	118 722 740	100 622 015	18 100 725	5,54%
Velká Británie	102 599 172	55 233 655	47 365 517	4,78%
Maďarsko	64 175 717	51 004 571	13 171 146	2,99%
Indie	8 982 571	6 004 616	2 977 955	0,42%
Itálie	99 033 919	98 258 099	775 820	4,62%

Polsko	121 387 421	118 827 398	2 560 023	5,66%
Rusko	42 589 113	126 174 106	-83 584 993	1,99%
Slovensko	180 458 927	112 849 540	67 609 387	8,41%
USA	49 274 830	49 140 315	134 514	2,30%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

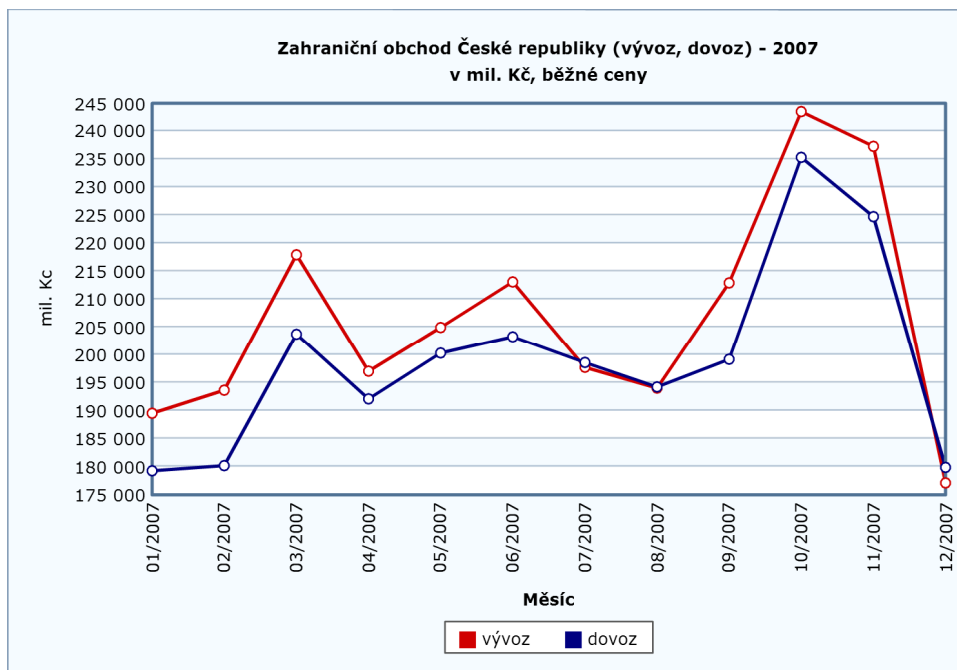
Evropské země se staly největšími odběrateli českých exportérů, ale zároveň také nejvýznamnějšími dovozci do ČR, přesto se bilance s těmito zeměmi výrazně zvýšila. K významnému snížení salda obchodní bilance přispělo zvýšení dovozů z Asie. Záporný vliv na celkové saldo měly transakce s americkým kontinentem. Naopak kladný vliv měly obchody s Oceánií a Polárními oblastmi a Afrikou.

Procentuelní podíl na celkové hodnotě vývozu v rámci vybraných zemí se v porovnání s předchozím rokem u žádné země výrazně nezměnil. K významnějšímu poklesu celkového salda přispěly obchody s Čínou a Ruskem, kdy došlo nárůstu dovozů z těchto zemí.

### **3.5 Rok 2007**

V roce 2007 bylo dosaženo více než dvojnásobného zlepšení bilance zahraničního obchodu v celkové hodnotě 87,9 mld. Kč (Tabulka č. 6). Do té doby se jednalo o nejlepšího výsledku od vzniku samostatné ČR a česká ekonomika se stala jednou z nejotevřenějších ekonomik v EU. Podstatný vliv na rostoucí obrat zahraničního obchodu měla rychle rostoucí průmyslová výroba, dále přímé zahraniční investice do zpracovatelského průmyslu a ekonomickým růstem členských států EU. [51]

Zahraniční obchod byl poznamenán rychle se rozvíjejícími obchodními vztahy s Čínou. Českým firmám se dařilo pronikat se svými výrobky na čínský trh, ale import čínského zboží byl silnější. Velká část dovážené produkce, ale prošla dalším zpracováním v ČR a byla dále určena na vývoz do EU a dalších zemí, což přispělo celkové kladné bilanci. [52]



Graf 5: Zahraníční obchod České republiky - 2007  
Zdroj: ČSÚ [32]

Graf č. 5 zobrazuje vývoj exportu a importu v obdobném průběhu jako v předchozím roce. První kvartál zachycuje rostoucí tendenci zahraničního obchodu, poté nastal mírný propad a stagnace až do srpna. V červenci velikost dovozů převýšila vývozy. Od srpna do října došlo k prudkému nárůstu, ale koncem roku naopak k prudkému propadu v obratu zahraničního obchodu a navíc hodnota importu převýšila hodnotu exportu. V celkovém součtu, ale saldo obchodní bilance zaznamenalo do té doby nejlepšího výsledku.

Tabulka 6: Běžný účet platební bilance - 2007

Běžný účet platební bilance - 2007 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 100 492	3 364 582	-2 264 090	
Evropa	2 291 014 728	1 883 856 012	407 158 716	
Afrika	18 756 993	13 451 942	5 305 050	
Amerika	66 790 421	77 559 570	-10 769 149	
Asie	95 992 312	410 585 791	-314 593 479	
Oceánie a Polární oblasti	5 578 909	2 500 674	3 078 235	
<b>Svět celkem</b>	<b>2 479 233 855</b>	<b>2 391 318 571</b>	<b>87 915 283</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	113 803 233	91 086 514	22 716 719	4,59%
Brazílie	4 583 399	5 968 133	-1 384 733	0,18%
Čína	14 046 092	185 697 296	-171 651 204	0,57%
Německo	762 340 734	670 185 510	92 155 224	30,75%
Francie	134 905 437	110 012 060	24 893 377	5,44%
Velká Británie	126 371 065	65 225 500	61 145 565	5,10%
Maďarsko	77 626 739	68 028 393	9 598 346	3,13%
Indie	11 138 067	8 144 706	2 993 361	0,45%

Itálie	121 545 256	114 175 800	7 369 456	4,90%
Polsko	147 054 403	137 150 246	9 904 156	5,93%
Rusko	57 608 073	114 049 358	-56 441 285	2,32%
Slovensko	214 801 430	127 874 100	86 927 330	8,66%
USA	48 000 133	53 866 594	-5 866 462	1,94%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

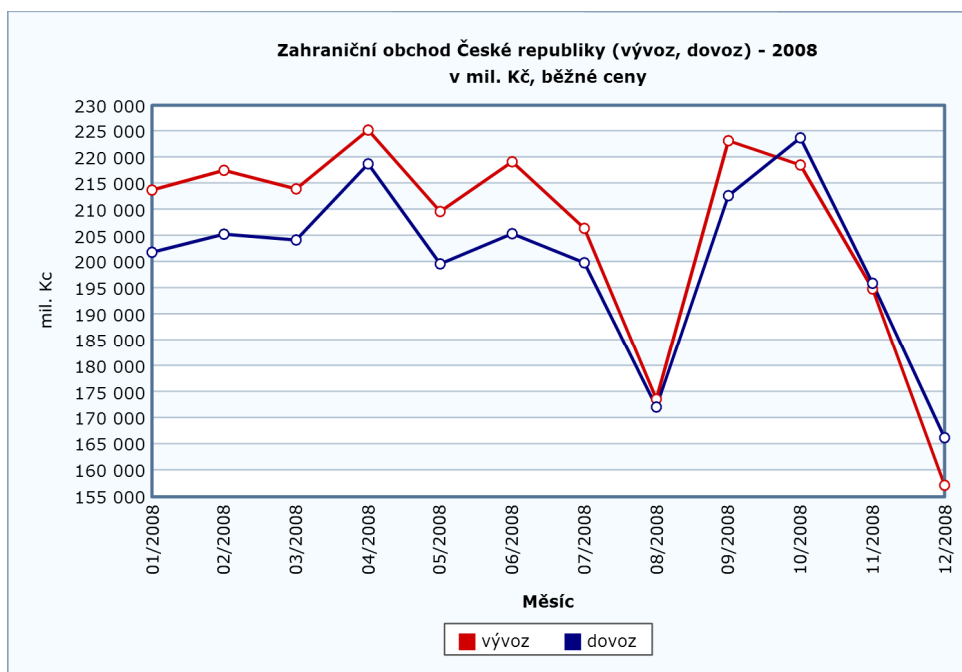
Výraznému zlepšení salda obchodní bilance přispělo obchodování s evropskými státy, kdy došlo ke zvýšení celkového obratu zahraničního obchodu, ale především exportu. V porovnání s předchozím rokem došlo k drobnému růstu dovozu, vývozu i přebytku obchodní bilance v obchodu s africkými zeměmi. Zvýšil se dovoz zboží z amerického kontinentu a naopak se snížil dovoz z tohoto teritoria, výsledkem bylo záporné saldo. Exportní firmy zaznamenaly zvýšený odběr produkce do Asie, současně si ale na český trh našlo cestu větší množství asijského zboží (téměř polovina z Číny), a stále záporné saldo se ještě prohloubilo.

Pohledem na výsledky jednotlivých zemí lze konstatovat, že se zvýšil import z Brazílie. Ke zlepšení bilance obchodu došlo s Ruskem, kdy se na jeho trh dostalo více české produkce a naopak ruského zboží bylo dovezeno méně. Objemy exportu do USA byly podobné jako v roce 2006, ale vyšší objemy importovaného zboží znamenaly záporný výsledek obchodní bilance.

Podíl exportu českých firem na trhy vybraných zemí se v žádném výsledku výrazně nezměnil. Opět se potvrdilo, že český vývoz byl velmi orientovaný na Německo, kam směřovala třetina veškerého vyváženého zboží.

### **3.6 Rok 2008**

Zahraniční obchod byl poznamenán postupující hospodářskou krizí, která odstartovala jako finanční krize v roce 2007 v USA. Ta se postupně přesouvala do Evropy a negativním způsobem ovlivňovala ekonomiky evropských západních zemí a dalších zemí ve světě. Obchodně zahraniční aktivity ČR byly podstatně zaměřeny na evropské trhy, to způsobovalo exportérům potíže umisťovat svou produkci na zahraničních trzích. Pokles zahraniční poptávky vyvolal snížení vývozu, ale i snížení poptávky ze strany ČR, to vedlo k poklesu obratu zahraničního obchodu a také poklesu salda obchodní bilance na 67,2 mld. Kč (Tabulka č. 7), oproti předchozímu roku. První odvětví, které bylo krizí poznamenáno, byl automobilový průmysl, který byl tahounem domácí ekonomiky.



Graf 6: Zahraníční obchod České republiky - 2008  
Zdroj: ČSÚ [33]

Vývoj zahraničního obchodu zachycený v grafu č. 6 zobrazuje v první polovině roku stagnaci, v srpnu došlo k prvnímu výraznému poklesu. V následujících dvou měsících zaznamenal obchod zvýšení na podobnou úroveň jako v průběhu prvního pololetí. Konec roku ale představoval markantní propad a objemy exportu dosahovaly nižších hodnot než hodnoty importu.

Tabulka 7: Běžný účet platební bilance - 2008

Běžný účet platební bilance - 2008 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	4 791 506	5 070 759	-279 254	
Evropa	2 291 305 970	1 854 925 899	436 380 071	
Afrika	18 973 343	11 040 184	7 933 160	
Amerika	61 123 638	73 607 897	-12 484 259	
Asie	91 693 708	458 857 955	-367 164 247	
Oceánie a Polární oblasti	5 847 403	2 986 582	2 860 821	
Svět celkem	<b>2 473 735 568</b>	<b>2 406 489 276</b>	<b>67 246 292</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	117 027 471	89 476 469	27 551 003	4,73%
Brazílie	5 358 967	6 451 769	-1 092 802	0,22%
Čína	13 168 261	212 543 248	-199 374 986	0,53%
Německo	759 662 022	643 327 766	116 334 255	30,71%
Francie	135 493 584	98 389 308	37 104 275	5,48%
Velká Británie	118 965 053	57 852 764	61 112 289	4,81%
Maďarsko	70 073 116	65 634 068	4 439 048	2,83%
Indie	10 612 651	8 693 475	1 919 176	0,43%
Itálie	115 281 104	107 529 660	7 751 444	4,66%
Polsko	160 103 904	140 796 176	19 307 728	6,47%
Rusko	67 558 905	154 842 856	-87 283 950	2,73%

Slovensko	227 566 764	133 332 988	94 233 775	9,20%
USA	43 180 435	49 689 755	-6 509 319	1,75%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Saldo obchodní bilance s evropskými státy zaznamenalo mírné pozitivní zvýšení, které bylo způsobeno nižšími dovozy, kdy vývozy, v porovnání s rokem 2007, se téměř nezměnily. Zahraniční obchod s americkým kontinentem vykazoval jednak nižší obrat a navíc mírné prohloubení záporného salda. Nejvíce zboží bylo opět dovezeno z asijských zemí na český trh a naopak malé exporty ze strany českých firem, což vedlo výraznému prohloubení záporného výsledku obchodu s tímto kontinentem. Tento výsledek opět nejvíce ovlivnily dovozy z Číny.

Snížení exportu do Maďarska představovalo téměř poloviční propad v obchodní bilanci s tímto státem. Opačně tomu bylo v rámci zahraničního obchodu s Polskem, kdy díky nárůstu vývozu na polský trh, se téměř o polovinu zvýšilo saldo obchodní bilance. Výraznější změnu, oproti předchozímu roku, představuje prohloubení již záporné bilance, které bylo dosaženo v obchodování s Ruskem.

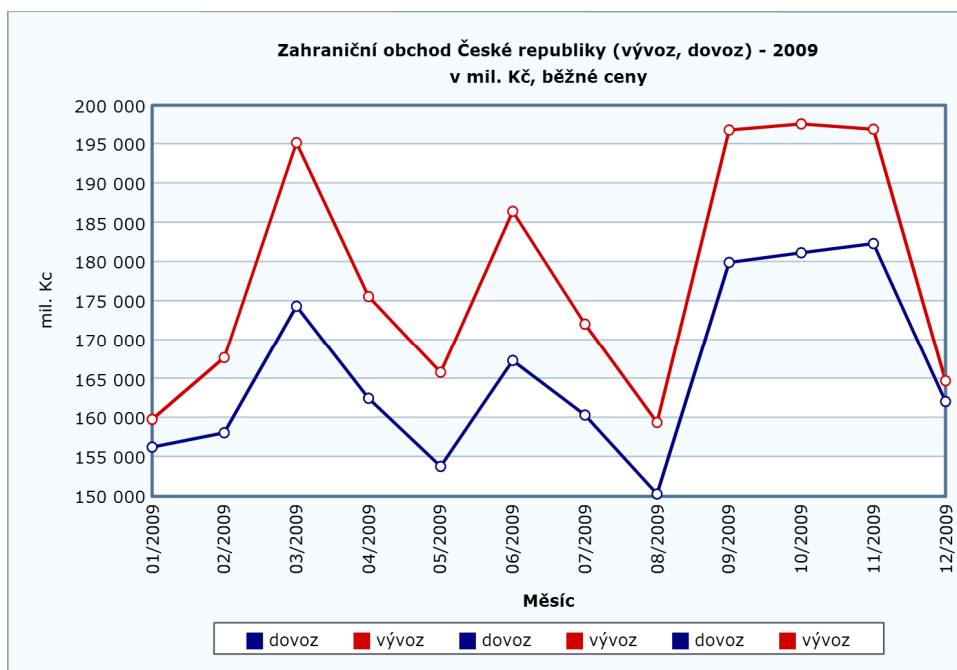
Opět nebyla zaznamenána žádná výrazná změna v podílech exportu na trhy jednotlivých států. Hodnoty těchto podílů, vyjádřených v procentech, se ve srovnání s přecházejícím rokem téměř nezměnily.

### **3.7 Rok 2009**

V roce 2009 se do vývoje české ekonomiky největší měrou promítl vliv hospodářské krize, která zapříčinila snížení spotřeby v Evropě, ČR nevyjímaje. Pokles spotřeby výrazně ovlivnil vývoj zahraničního obchodu, kdy došlo největšímu poklesu obratu od vstupu ČR do EU. Dovoz poklesl o 17,3% a vývoz o 13,5% (Tabulka č. 2) oproti předchozímu roku. I přes výrazný pokles zahraničního obchodu skončil účet obchodní bilance přebytkem v celkové výši 149,6 mld. Kč (Tabulka č. 8), což představovalo opět nový rekord historii samostatné ČR.

Českému exportu pomohlo tzv. „šrotovné“, které řada států EU zavedla v důsledku oživení spotřeby a tím celé ekonomiky evropských zemí, potýkajících se s krizí. Hlavním cílem bylo rozhybání automobilového trhu formou poskytnutí státních příspěvků na nákup

nových automobilů. Toto opatření pozitivně ovlivnilo export ČR, která je na prosperitě automobilového průmyslu závislá.



Graf 7: Zahraníční obchod České republiky - 2009  
Zdroj: ČSÚ [34]

Zahraníční obchod v roce 2009, který představuje graf č. 7, byl charakteristický svými nárůsty a následnými propady, nárůstem rok započal a poklesem skončil. Po celou dobu objemy exportů převyšovaly objemy importů, což se odrazilo v nejvyšší hodnotě salda obchodní bilance od vzniku samostatné ČR.

Tabulka 8: Běžný účet platební bilance - 2009

Běžný účet platební bilance - 2009 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	999 613	8 143 266	-7 143 653	
Evropa	1 960 570 681	1 501 901 235	458 669 446	
Afrika	22 343 696	8 468 744	13 874 952	
Amerika	56 128 256	60 104 978	-3 976 722	
Asie	94 302 359	408 206 396	-313 904 037	
Oceánie a Polární oblasti	4 278 522	2 211 370	2 067 152	
<b>Svět celkem</b>	<b>2 138 623 127</b>	<b>1 989 035 989</b>	<b>149 587 138</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	100 006 784	72 472 246	27 534 538	4,68%
Brazílie	5 177 583	5 190 574	-12 991	0,24%
Čína	15 853 320	199 939 463	-184 086 143	0,74%
Německo	694 482 228	528 649 263	165 832 965	32,47%
Francie	122 809 825	76 782 545	46 027 280	5,74%
Velká Británie	105 875 202	42 936 190	62 939 012	4,95%
Maďarsko	54 589 240	45 428 519	9 160 721	2,55%
Indie	11 263 708	8 990 513	2 273 195	0,53%



Itálie	94 407 283	86 206 470	8 200 813	4,41%
Polsko	123 064 482	126 644 134	-3 579 652	5,75%
Rusko	49 618 222	102 603 828	-52 985 606	2,32%
Slovensko	186 945 866	108 622 827	78 323 038	8,74%
USA	34 298 907	41 888 589	-7 589 682	1,60%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Z pohledu kontinentů vypovídají konečné údaje o celkovém poklesu zahraničního obchodu. Jedinou výjimkou bylo zvýšení objemů exportu a tím celkového obratu v rámci obchodování s Afrikou, které znamenalo téměř poloviční nárůst kladného salda obchodní bilance, ve srovnání s údajem z předešlého roku.

V tomto roce USA a EU procházely obdobím hospodářské recese. Ekonomicky seskupení BRIC rostly až do roku 2008. Následující rok znamenal výrazný propad pro ruskou ekonomiku, malý propad pro ekonomiku Brazílie, ale Čína a Indie si zachovaly rostoucí trend svého hospodářství i nadále. [60]

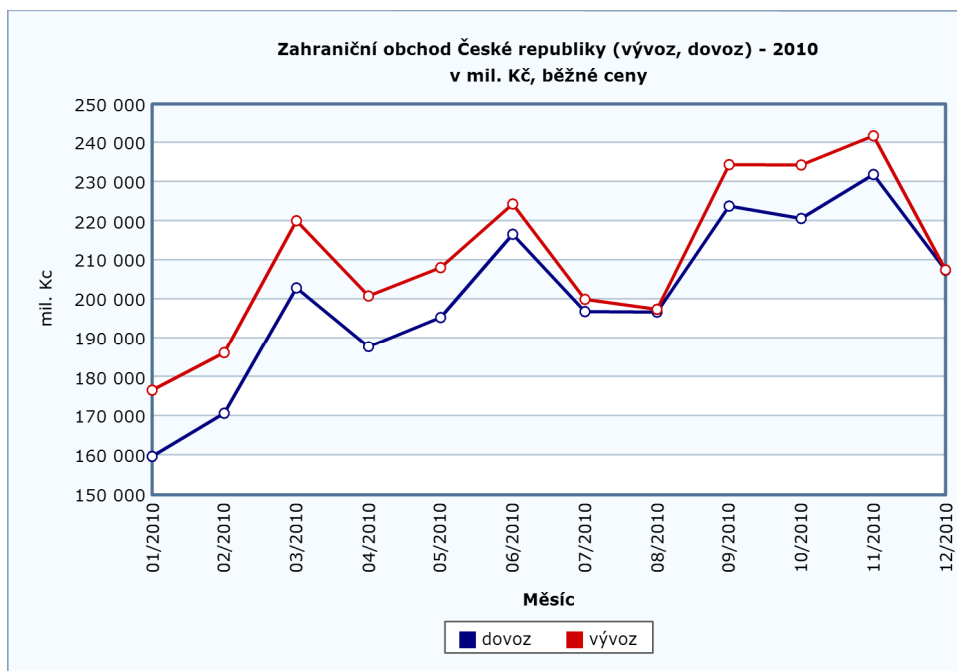
Růstové a klesající tendence zahraničního obchodu s jednotlivými zeměmi v tabulce č. 7, korespondují s vývojem světové ekonomiky. Jedinou podstatnější změnu, i přes pokles obratu, vykázal účet obchodní bilance s Polskem, kdy se saldo dostalo z relativně vysoké kladné hodnoty do záporné.

Údaje o podílu exportu do jednotlivých zemí zůstaly na přibližně stejných hodnotách, jako v loňském roce. Pouze více než dvouprocentního růstu zaznamenal export do Německa, příčinou bylo zmíněné šrotovné.

### **3.8 Rok 2010**

Výsledky zahraničního obchodu ČR byly ovlivněny oživením světové ekonomiky, zejména v evropských zemích, které jsou hlavními partnery pro český export. Růst evropské ekonomiky, a v první řadě německé, vyvolával zvyšující se poptávku po české produkci, především po dopravních prostředcích a automobilech, strojních zařízeních, přístrojích a spotřebičích a výpočetní techniky. [53]

Zahraniční obchod v roce 2010 vzrostl o 18,4% na straně vývozu a o 21,2% na straně dovozu, celkově bylo dosaženo nejlepšího výsledku v obratu v hodnotě 4 944,4 mld. Kč (Tabulka č. 2) za dobu existence samostatné ČR. Saldo obchodní bilance nebylo v tomto roce rekordní, ale dosáhlo přebytku v hodnotě 121,1 mld. Kč (Tabulka č. 9).



Graf 8: Zahraníční obchod České republiky - 2010  
Zdroj: ČSÚ [35]

Průběh vývoje zahraničního obchodu je zachycen na grafu č. 8. První kvartál roku 2010 byl ve znamení prudkého růstu, poté došlo k mírnému poklesu v dubnu a do konce první poloviny roku zahraniční obchod opět rostl. Druhá polovina roku započala poklesem, který přetrval do srpna, od té doby obchod znovu rostl až do listopadu. V posledním měsíci došlo k propadu. Během celého roku objemy importu nepřevýšily objemy exportu.

Tabulka 9: Běžný účet platební bilance - 2010

Běžný účet platební bilance - 2010 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 651 459	8 892 713	-7 241 254	
Evropa	2 314 534 997	1 754 297 792	560 237 205	
Afrika	25 060 275	11 295 204	13 765 071	
Amerika	66 952 436	74 720 797	-7 768 360	
Asie	117 812 796	559 814 926	-442 002 130	
Oceánie a Polární oblasti	6 785 203	2 534 983	4 250 220	
<b>Svět celkem</b>	<b>2 532 797 166</b>	<b>2 411 556 415</b>	<b>121 240 752</b>	
Vybrané země			<b>Podíl na vývozu</b>	
Rakousko	119 666 976	81 227 042	38 439 934	4,72%
Brazílie	7 425 057	4 877 849	2 547 208	0,29%
Čína	23 179 310	295 798 563	-272 619 254	0,92%
Německo	819 244 927	613 697 995	205 546 932	32,35%
Francie	135 194 037	79 799 857	55 394 179	5,34%
Velká Británie	124 923 430	49 151 569	75 771 861	4,93%
Maďarsko	58 266 094	52 342 224	5 923 870	2,30%
Indie	15 067 157	10 948 800	4 118 357	0,59%

Itálie	112 243 771	94 228 329	18 015 442	4,43%
Polsko	154 643 502	154 241 344	402 158	6,11%
Rusko	67 336 786	130 120 738	-62 783 951	2,66%
Slovensko	217 291 738	125 944 168	91 347 570	8,58%
USA	44 269 457	54 000 103	-9 730 647	1,75%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Změny v zahraničním obchodu v roce 2010 představují hlavně nárůst v obratu se všemi kontinenty. K největšímu zvýšení došlo v exportních činnostech s evropskými státy a také k výraznému zvýšení kladného salda obchodní bilance. Podstatnou změnu zaznamenalo prohloubení záporného salda běžného účtu v obchodování s Asií, na který měly největší vliv dovozy z Číny, které představovaly více než polovinu veškerého importu do ČR z toho světadílu.

U všech vybraných států vzrostl obrat zahraničního obchodu a obchodní bilance s jednotlivými státy zaznamenaly převážně zvýšení kladného rozdílu. Výsledky obchodu s Brazílií poprvé v historii dosáhly kladných hodnot v bilanci. Kladné saldo, oproti předchozímu roku, vykázal také účet obchodní bilance s Polskem.

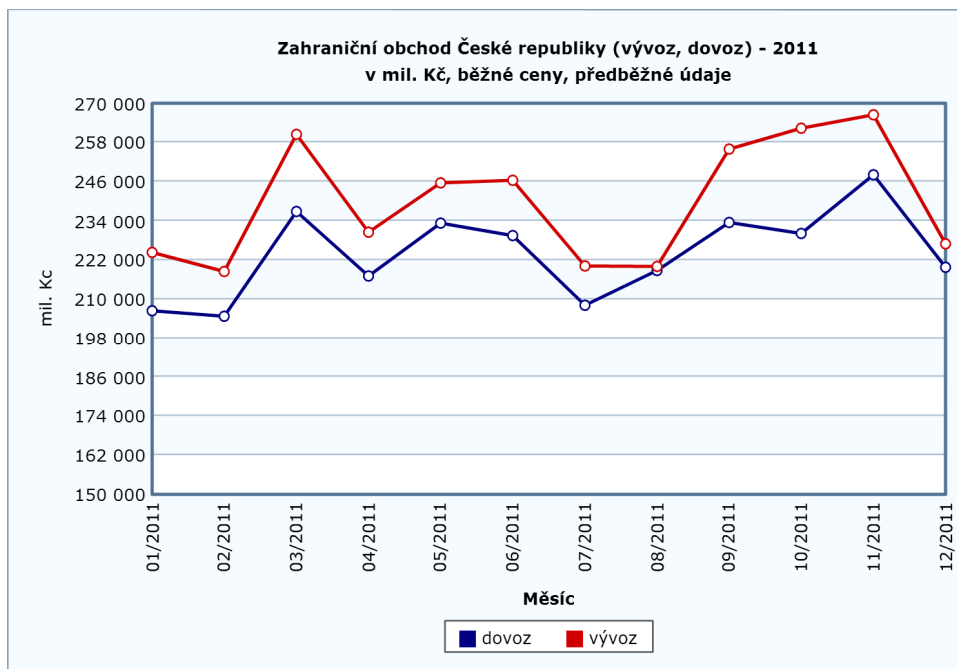
Podíl exportu jednotlivých zemí se v tomto roce výrazným způsobem nezměnil. Teritoriální orientace českých exportérů zůstala víceméně stejná.

### **3.9 Rok 2011**

Kladný přebytek obchodní bilance v roce 2011 vykázal opět rekordní hodnotu od vzniku samostatné ČR ve výši 191,1 mld. Kč. Rekordní sumy vyjádřené v Kč dosáhl také obrat zahraničního obchodu. Oproti předchozímu roku došlo ke zvýšení vývozu o 13,7% a také zvýšení dovozu o 11,4% (Tabulka č. 2).

Výsledku zahraničního obchodu významně přispěl tradičně automobilový průmysl a také strojírenský průmysl. Dalším významným faktorem úspěšného exportu byla orientace na Německo, jehož ekonomika v tomto roce vykazovala výrazný růst. Navzdory výborným exportním výsledkům panovala obava z budoucnosti českého vývozu, který byl v období hospodářské krize a po ní jedním z nejvýznamnějších tahounů české ekonomiky. Obavy pramenily z právě ze silného vlivu na výkonu německé ekonomiky, potažmo ekonomiky EU, dále z prosperity dvou průmyslových odvětví (automobilového a strojírenského) a také z poklesu počtu exportních firem. Počet exportních firem se v důsledku krize snížil od roku

2007 z počtu 16 000 na méně než 11 000 a zhruba polovinu exportu zajišťovala pouhá desítka firem. V tomto roce byla sestavena nová exportní strategie, která měla tyto problémy řešit. [46]



Graf 9: Zahraníční obchod České republiky - 2011  
Zdroj: ČSÚ [36]

Průběh grafu č. 9, který zobrazuje vývoj zahraničního obchodu v roce 2011, je ve znamení neustálých, ale malých, změn, kdy mírné poklesy byly střídány mírnými růsty během celého roku. Objemy dovozů představovaly vždy vyšší hodnotu než objemy vývozu. Výjimkou byl jen srpen, kdy se množství dovozů v Kč téměř rovnalo množství vývozu.

Tabulka 10: Běžný účet platební bilance - 2011

Běžný účet platební bilance - 2011 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 820 249	7 202 975	-5 382 726	
Evropa	2 626 590 141	1 973 989 935	652 600 205	
Afrika	26 417 394	14 551 760	11 865 634	
Amerika	82 051 447	77 480 334	4 571 114	
Asie	133 733 094	611 030 822	-477 297 727	
Oceánie a Polární oblasti	8 078 946	3 307 115	4 771 831	
<b>Svět celkem</b>	<b>2 878 691 271</b>	<b>2 687 562 941</b>	<b>191 128 331</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	130 677 742	88 521 319	42 156 423	4,54%
Brazílie	7 756 215	6 239 238	1 516 978	0,27%
Čína	29 517 022	334 527 769	-305 010 747	1,03%
Německo	927 060 412	689 590 355	237 470 058	32,20%
Francie	156 391 803	86 729 629	69 662 174	5,43%
Velká Británie	130 175 941	50 796 746	79 379 195	4,52%

Maďarsko	64 663 224	59 161 654	5 501 570	2,25%
Indie	15 085 841	11 551 995	3 533 845	0,52%
Itálie	119 132 683	104 899 853	14 232 830	4,14%
Polsko	181 474 996	176 663 859	4 811 138	6,30%
Rusko	92 647 743	142 959 934	-50 312 191	3,22%
Slovensko	257 555 170	153 067 654	104 487 516	8,95%
USA	55 897 093	52 377 487	3 519 606	1,94%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Z pohledu kontinentů celkově vzrostl zahraniční obchod s Evropou, kdy došlo nárůstu většímu nárůstu exportu než importu a tím i zvýšení kladného salda obchodní bilance. Podobným způsobem vykázal výsledky obchod se zeměmi Oceánie a Polárních oblastí, ovšem v menších číslech. Zlepšení bylo zaznamenáno na účtu obchodní bilance s Amerikou, který se ze záporné hodnoty dostal do kladného zůstatku vlivem nárůst vývozu do této oblasti. Zahraniční obchod s asijskými zeměmi opět nepřinesl nic nového v pokračujícím trendu zvyšující se záporné bilance. Výsledek byl způsoben zvýšeným objemem dovozů i přes nárůst objemu vývozu do Asie. Tradičním největším obchodním partnerem se stala Čína a její více než poloviční podíl na dovozu do ČR.

Výsledné hodnoty zahraničního obchodu s vybranými evropskými státy představují obdobný proporcionalní růst v porovnání s předchozím rokem. Výjimku tvoří obchodní bilance s Polskem, která vykazuje zlepšení vlivem nárůstu českého exportu.

Z mimoevropských zemí stojí za zmínku zhoršení výsledku bilance z důvodu zvýšení dovozu brazilského zboží do ČR, při podobném objemu vývozu. Přesto zůstalo saldo obchodní bilance i nadále kladné. Záporné saldo naopak stále vykazoval obchod s Ruskem, ale došlo k podstatnému nárůstu exportu českého zboží a tím snížení záporné hodnoty zůstatku obchodního účtu. Výrazného zlepšení salda obchodní bilance bylo dosaženo v rámci obchodu s USA, kdy se vlivem nárůstu vývozu podařilo dosáhnout kladného výsledku.

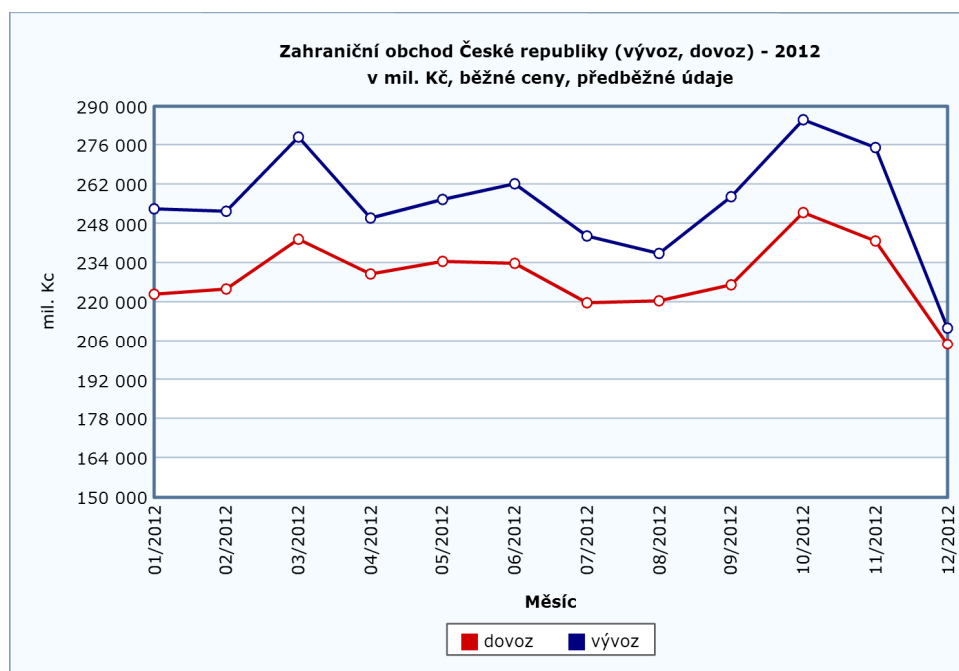
Hodnoty podílu na vývozu na vybrané trhy vykazují opět obdobné údaje. Za zmínku stojí pouze zvýšení podílu exportu ČR do Ruska, kdy se hodnota zvýšila o více než půl procenta. Vzhledem k tomuto nízkému podílu se jedná o relativně významnou změnu.

### 3.10 Rok 2012

Výsledky zahraničního obchodu v roce 2012 opět dosáhly historického úspěchu, kdy běžný účet platební bilance vykázal přebytek ve výši 305,7 mld. Kč a nárůst vývozu byl 6,7% (Tabulka č. 2).

Za tento úspěch považoval částečně tehdejší ministr průmyslu a obchodu Martin Kuba implementaci exportní strategie pro období 2012 až 2020. Jejíž náplní bylo mimo jiné získávání nových trhů pro český export. Mezi stanovené cílové země patřily např. Brazílie, Rusko, Indie a Čína. Vlivem získání nových odbytišť pro českou produkci bylo snížení závislosti na trhu EU o více než 2%. [54]

I přes snahy českých exportérů pronikat na nové trhy, za podpory vládních činitelů ČR vycházející z nového proexportního dokumentu, se hlavním odbytištěm českých producentů stalo Německo. Právě další růst německé ekonomiky se stal opět podstatným faktorem úspěchu exportu v tomto roce.



Graf 10: Zahraniční obchod České republiky - 2012  
Zdroj: ČSÚ [37]

Objemy vývozů a dovozů zachycené v grafu č. 10 vykazovaly malé změny v jednotlivých měsících, jen ke konci roku došlo k mírnějšímu poklesu obou znázorněných veličin.

Výsledný kladný přebytek obchodní bilance odrážel skutečnost, že hodnoty vývozu vždy převyšovaly hodnoty dovozu.

Tabulka 11: Běžný účet platební bilance - 2012

Běžný účet platební bilance - 2012 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	2 566 942	12 275 094	-9 708 152	
Evropa	2 771 760 020	2 052 920 421	718 839 599	
Afrika	28 025 295	15 621 282	12 404 013	
Amerika	100 384 294	90 931 508	9 452 786	
Asie	158 434 279	591 146 716	-432 712 437	
Oceánie a Polární oblasti	11 427 013	3 993 210	7 433 802	
<b>Svět celkem</b>	<b>3 072 597 843</b>	<b>2 766 888 231</b>	<b>305 709 611</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	141 645 507	88 512 502	53 133 005	4,61%
Brazílie	8 025 009	6 962 425	1 062 584	0,26%
Čína	32 711 545	306 521 919	-273 810 374	1,06%
Německo	966 189 613	699 619 311	266 570 302	31,45%
Francie	155 152 424	86 262 966	68 889 458	5,05%
Velká Británie	147 084 135	52 185 536	94 898 599	4,79%
Maďarsko	70 642 913	64 855 119	5 787 795	2,30%
Indie	12 804 473	11 662 473	1 141 999	0,42%
Itálie	110 328 675	106 818 066	3 510 609	3,59%
Polsko	187 114 681	196 377 307	-9 262 626	6,09%
Rusko	118 024 856	154 900 290	-36 875 435	3,84%
Slovensko	277 491 330	167 057 154	110 434 176	9,03%
USA	70 093 458	59 339 400	10 754 057	2,28%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Zahraniční obchod s evropskými zeměmi vzrostl jak na straně importu, tak ještě více na straně exportu a celkové kladné saldo obchodní bilance se také navýšilo. Obdobným způsobem se obchod vyvíjel s africkým kontinentem, kdy došlo k nárůstu všech sledovaných hodnot, ovšem v podstatně menších objemech. Zvýšení dovozu a především vývozu do Ameriky (celkové zlepšení obchodu s USA) znamenalo téměř poloviční zlepšení obchodní bilance oproti předchozímu roku. Zahraničně obchodní aktivity s asijskými státy tradičně způsobily velké záporné saldo, na jehož výsledku se podílely téměř poloviční měrou dovozy z Číny. Přesto byl obchod s tímto kontinentem úspěšnější než v předchozím roce, protože se podařilo více vyvážit a zmenšily se dovozy, čímž se snížila stále záporná bilance. Zvýšení všech hodnot obchodu bylo dosaženo se zeměmi Oceánie a Polárních oblastí.

Obchodní bilance se sledovanými evropskými zeměmi zaznamenaly nárůsty v objemech exportu, importu i salda. Kromě obchodu s Itálií, kdy došlo k velkému zvýšení dovozu a tím podstatnému snížení salda, které ale zůstalo kladné. Další výjimku vykázal účet

obchodní bilance s Polskem, která zaznamenala oproti předchozímu roku zápornou hodnotu, vlivem zvýšeného objemu importu polského zboží.

Cílem nové exportní strategie bylo zaměření se na trhy BRIC. V tomto roce se českým exportérům podařilo nepatrně zvýšit vývoz do Brazílie, nepatrně do Číny a výraznějším způsobem do Ruska. Došlo ale k poklesu exportu do Indie a také ke snížení salda obchodní bilance.

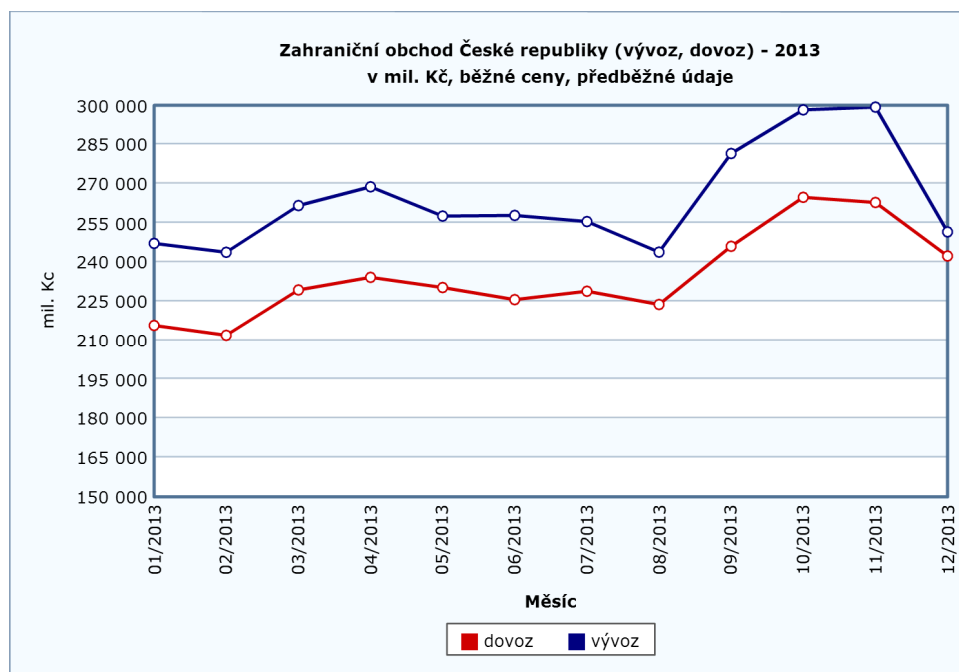
Podíly exportu na vybrané trhy, vyjádřené v procentech, ani tentokrát neznamenal žádné výraznější změny. Pouze se zvýšil o více než jedno procento (na 3,84%) podíl z celkového exportu do Ruska za poslední dva roky. V roce 2010 byl tento podíl 2,66% (Tabulka č. 9)

### **3.11 Rok 2013**

Obecný růst zahraničního obchodu ČR potvrdily znovu výsledky, kterých bylo dosaženo v roce 2013. Obrat a saldo platební bilance oproti předchozímu roku znovu zaznamenali rekordních hodnot. Meziročně došlo k nárůstu exportu o 3,3% a importu o 2,2% (tabulka č. 2).

Podstatný vliv na pozitivní vývoj pro český vývoz měl opět dva stejné jmenovatele jako v několika předešlých letech. Jednalo se o automobilový průmysl a rostoucí poptávku německých spotřebitelů. Tehdejší náměstek ministra MPO Milan Hovorka, který byl pověřený řízením sekce zahraničního obchodu, komentoval důvody rostoucího exportu slovy: [55] „*Velmi solidní růst českého vývozu odráží pokračující oživování ekonomik našich evropských partnerů, zejména v Německu, avšak i v dalších zemích v rámci Eurozóny i mimo ní. Nemalou měrou se na něm podílela zlepšující se situace na automobilových trzích,...*“





Graf 11: Zahraníční obchod České republiky - 2013  
Zdroj: ČSÚ [38]

Vývoj zahraničního obchodu zachycený v grafu č. 11 vykazuje velmi malé výkyvy během jednotlivých měsíců, jak na straně vývozu, tak na straně dovozu. Od srpna je však patrný pozvolný růst až do posledního měsíce v roce, kdy došlo k mírnému propadu obchodu. Ve všech měsících bylo saldo obchodní bilance kladné.

Tabulka 12: Běžný účet platební bilance - 2013

Běžný účet platební bilance - 2013 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	2 371 570	14 252 545	-11 880 975	
Evropa	2 857 676 554	2 116 553 689	741 122 866	
Afrika	32 678 138	17 487 743	15 190 395	
Amerika	101 469 272	94 194 160	7 275 111	
Asie	165 772 530	576 905 156	-411 132 626	
Oceánie a Polární oblasti	14 736 346	4 091 386	10 644 961	
Svět celkem	<b>3 174 704 410</b>	<b>2 823 484 679</b>	<b>351 219 732</b>	
Vybrané země			Podíl na vývozu	
Rakousko	144 046 853	87 015 718	57 031 135	4,54%
Brazílie	8 347 942	5 506 268	2 841 675	0,26%
Čína	37 587 290	303 396 598	-265 809 308	1,18%
Německo	993 735 979	723 611 374	270 124 605	31,30%
Francie	156 781 686	90 488 711	66 292 975	4,94%
Velká Británie	153 359 558	53 408 347	99 951 211	4,83%
Maďarsko	82 600 690	67 628 575	14 972 115	2,60%
Indie	10 987 478	12 557 660	-1 570 182	0,35%
Itálie	114 747 794	112 486 830	2 260 964	3,61%
Polsko	190 435 696	212 005 127	-21 569 430	6,00%
Rusko	116 188 125	152 110 330	-35 922 205	3,66%
Slovensko	280 081 317	160 765 812	119 315 504	8,82%

USA	69 127 772	61 078 179	8 049 594	2,18%
-----	------------	------------	-----------	-------

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Mezi úspěšné části světa, se kterými se ČR dařilo obchodovat, patřily Evropa, Afrika, Oceánie a Polární oblasti. Jednotlivé účty obchodní bilance vykazovaly nárůst všech sledovaných veličin v rámci zahraničního obchodu, tedy export, import a kladné saldo. Celkově bylo dosaženo i nárůstu objemů exportů i importů s americkým kontinentem, ale zvýšení importu vedlo k mírnému poklesu obchodní bilance. S asijskými zeměmi se ČR v tomto roce podařilo snížit zápornou hodnotu salda, kdy došlo k nárůstu vývozu a snížení objemu dovozu. Obdobné výsledky zaznamenal i obchod s Čínou, přesto podíl čínského zboží na českém trhu byl více než poloviční z celého objemu asijských dovozu.

Obchodní aktivity s vybranými evropskými zeměmi pokračovaly v růstovém trendu předešlého roku. Českým exportérům se ale povedlo vyvézt větší množství zboží do Maďarska a výrazně tak zvýšit kladné saldo obchodní bilance s tímto partnerem. Naopak ke snížení záporného zůstatku o více než polovinu došlo vlivem zvýšeného množství polských dovozu.

Obchodní bilance s Brazílií vykazovala zlepšení díky zvýšení českého exportu na brazilský trh. K opačné situaci došlo v rámci obchodu s Indií, kdy vlivem nárůstu dovozu indického zboží na náš trh, zaznamenal účet obchodní bilance záporné hodnoty oproti předchozímu roku. Obchodní aktivity s Ruskem začaly mírně klesat, ke snížení hodnot došlo ve všech sledovaných veličinách.

Podíl vývozu z teritoriálního hlediska v rámci vybraných zemí nezaznamenal žádných podstatných změn v porovnání s předchozím rokem.

### **3.12 Rok 2014**

Zahraniční obchod ČR v tomto roce zaznamenal opět velmi výrazný nárůst hodnot všech sledovaných veličin, jejichž výsledky byly znovu rekordní. Oproti předchozímu období se vývoz zvýšil o 13,9% a dovoz o 12,5% a to vedlo k dosud nejvyšší hodnotě obrátu v celkové výši 6,792 mld. Kč (Tabulka č. 2).

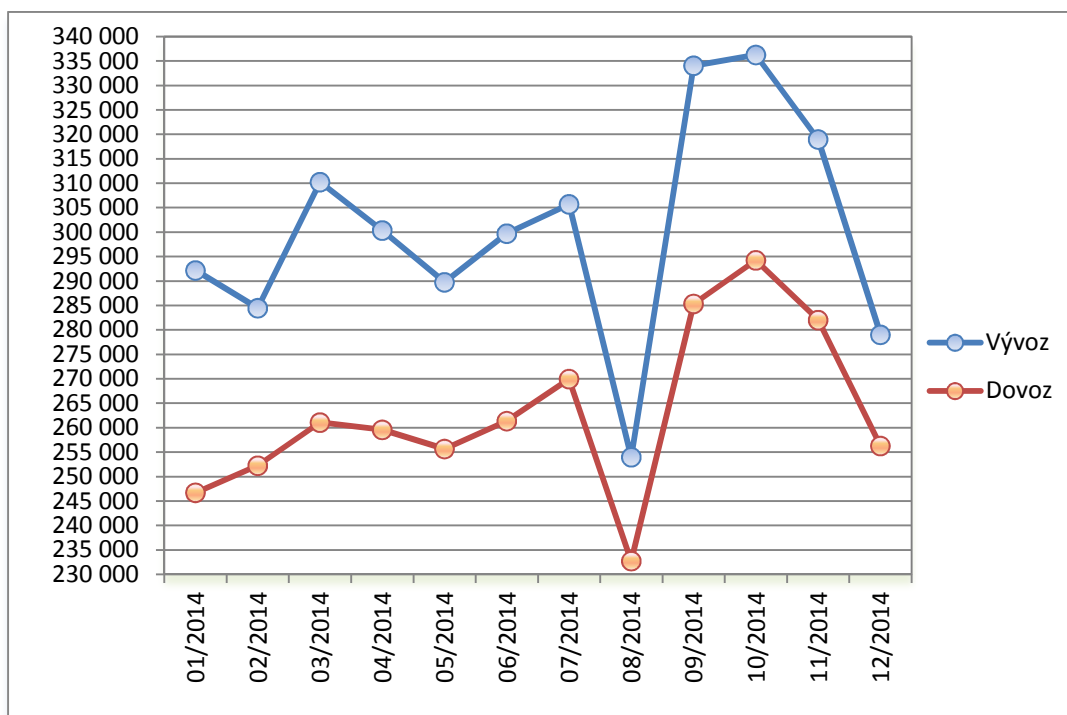
Na výsledku obchodu se výraznou měrou podílelo monetární opatření ČNB z listopadu roku 2013, konkrétně její kurzové intervence, které vedly k oslabení domácí měny.

Primárně byla intervenční opatření prováděna, aby se předešlo deflačnímu riziku. Dalším důsledkem bylo, že tuzemští exportéři získali konkurenční výhodu a to se projevilo v nárůstu vývozu. [56]

Negativně byl zahraniční obchod ovlivněn politickou situací na Ukrajině, která vedla v březnu k anexi Krymu. Došlo k odtržení části tohoto ukrajinského poloostrova a jeho připojení k Rusku. Okolnosti této události vyvolaly negativní reakce především u USA a EU. [57]

Reakce na anexi Krymu vyústila v uvalení hospodářských sankcí na Rusko, které iniciovaly státy EU a USA. Dopady sankcí na ruskou ekonomiku a její následné oslabení mělo přimět Rusko ke změně zahraniční politiky vůči Ukrajině. [58]

V předchozích letech se českým exportérům dařilo stále více vyvážet na ruský trh. Objem vývozu byl několikanásobně větší než v roce 2004. V roce 2014 docházelo ke snižování obchodu s Ruskem v důsledku přímého dopadu sankcí na některé české exportní firmy.



Graf 12: Zahraniční obchod České republiky - 2014

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Graf č. 12 zobrazuje vývoj zahraničního obchodu, kdy v celém svém průběhu objemy dovozu nepřesáhly objemy vývozu, v průběhu roku 2014 byl navyšován kladný zůstatek

obchodní bilance. Během první poloviny roku nedocházelo k výraznějším změnám. Až v srpnu došlo k propadu, ale poté k velkému nárůstu. Závěrečná část roku představovala pro zahraniční obchod opět výraznější propad.

Tabulka 13: Běžný účet platební bilance - 2014

Běžný účet platební bilance - 2014 (pouze Zboží), v tis. Kč				
Kontinenty	Vývoz zboží	Dovoz zboží	Bilance zboží	
Nespecifikováno	1 759 686	15 798 629	-14 038 942	
Evropa	3 238 766 614	2 337 268 431	901 498 183	
Afrika	42 873 372	18 111 672	24 761 701	
Amerika	117 617 279	111 422 923	6 194 356	
Asie	189 764 327	670 608 905	-480 844 578	
Oceánie a Polární oblasti	13 974 285	4 070 689	9 903 597	
Svět celkem	<b>3 604 755 563</b>	<b>3 157 281 249</b>	<b>447 474 317</b>	
Vybrané země				Podíl na vývozu
Rakousko	155 488 960	98 571 537	56 917 422	4,31%
Brazílie	7 938 491	6 296 147	1 642 343	0,22%
Čína	42 321 460	358 661 942	-316 340 482	1,17%
Německo	1 154 040 323	823 202 125	330 838 198	32,01%
Francie	182 760 112	102 676 502	80 083 610	5,07%
Velká Británie	183 361 200	67 644 026	115 717 174	5,09%
Maďarsko	100 154 291	73 051 915	27 102 375	2,78%
Indie	12 267 338	14 351 837	-2 084 498	0,34%
Itálie	132 599 410	128 345 718	4 253 693	3,68%
Polsko	214 267 840	242 388 939	-28 121 099	5,94%
Rusko	113 332 229	130 884 682	-17 552 453	3,14%
Slovensko	299 205 444	166 878 991	132 326 453	8,30%
USA	81 204 584	77 035 712	4 168 872	2,25%

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní, výpočty vlastní

Čeští exportéři výrazným způsobem zvýšili kladné saldo účtu platební bilance s evropskými státy. Podstatně vyšší přebytek bilance zaznamenal také obchod s africkými zeměmi. K celkovému růstu obratu zahraničního obchodu přispěly i obchodní aktivity s americkým kontinentem, které byly také rostoucí v protínání s předchozím rokem. Růstovou tendenci zahraničního obchodu ČR v tomto roce podpořil i obchod s Asií, kdy došlo k sice velkému zvýšení exportu na tento kontinent, ale také k ještě většímu nárůstu dovozů asijského zboží na náš trh. Tyto změny znamenaly zhoršení záporného salda obchodní bilance. Důvodem byly opět čínské dovozy, jejichž podíl byl více než poloviční z celého asijského importu.

Všechny vybrané evropské státy a jejich obchodní aktivity s ČR způsobily celkový růstu zahraničního obchodu a především zvýšení kladného salda. Výjimkou byly obchody s Maďarskem, se Slovenskem a s Polskem, kdy se zvýšily dovozy oproti vývozům a tím došlo ke zhoršení výsledků jednotlivých bilancí z předchozího období.

V rámci obchodu zbývajících zemí BRIC došlo k mírnému zvýšení objemů obchodu s Brazílií i Indií, avšak obchodní aktivity s Ruskem klesaly i v tomto roce, především v dovozu ruského zboží na český trh. Výsledkem bylo snížení záporného salda obchodní bilance téměř o polovinu v porovnání s předchozím rokem.

## 4. Analýza proexportně orientovaných firem

Česká ekonomika je charakterizována jako malá otevřená ekonomika zahraničnímu obchodu. Její exportní výsledky se podílí podstatnou měrou na velikosti HDP. Převážná část domácí produkce je vyvážena mimo český trh, který je svou velikostí malý a jakékoli snížení exportních výsledků není možné dohnat domácí poptávkou. Úsilí vlády, které se odráží v jejích krocích smysluplně podporovat vývozní firmy, je předmětem následující analýzy. Zda jsou firmy spokojeny s vládními kroky a zda využívají služeb státu v oblasti proexportní politiky, je podrobena zkoumání v následující kapitole.

Výzkum byl proveden prostřednictvím anonymního dotazníkového šetření, ve kterém zástupci českých exportních firem odpovídali na jednotlivé otázky pomocí předdefinovaných odpovědí a jedné volné odpovědi (formulář dotazníku viz příloha A).

Dotazník, respektive jeho internetový odkaz, byl rozeslán zástupcům firem s různým zaměřením na produkci, s různou délkou působení na mezinárodním trhu a s různým počtem zaměstnanců. Byl odeslán firmám velmi významným, ale i těm, které nejsou většinové společnosti známe, přesto se dokázaly v mezinárodní konkurenci prosadit. Žádost o vyplnění dotazníku byla rozeslána zástupcům téměř 300 společností. Z tohoto počtu bylo obdrženo 81 vyplněných dotazníků.

Znění dotazníku:

### **Jak velká je Vaše společnost s ohledem na počet zaměstnanců?**

Cílem bylo rozdělit exportéry podle velikosti na firmy **malé** s maximálním počtem 50 zaměstnanců. **Střední** zaměstnávající 50 až 250 pracovníků a firmy **velké**, které mají více než 250 zaměstnanců.

### **Jak dlouho působí Vaše společnost na mezinárodním trhu jako exportér?**

Tato otázka měla firmy také rozdělit do tří kategorií podle doby, po jakou se věnují exportním činnostem. Jednotlivá období byla odstupňována následujícím způsobem. **0-5 let, 6-10 let a 10 let a více.**

### **Je Vaše společnost obeznámena se službami v oblasti státní podpory exportu ze strany vlády ČR?**

Prostřednictvím této otázky mělo být zjištěno, jakým způsobem jsou exportéři seznámeni s možnostmi státní podpory. Odpovědi byly vybírány z těchto možností: velmi dobře, částečně a vůbec.

### **Využívá Vaše společnost některou ze služeb státní podpory exportu v ČR (MPO, MZV, MF, Czech Trade, EGAP, ČEB...a jiných)?**

Jednoduchým výběrem z odpovědí ano nebo ne, bylo zkoumáno, zda jsou firmy schopny si samy zajistit veškerý servis spojený se svou exportní činností anebo zda v rámci svých exportních aktivit využívají služeb státu.

### **Považuje Vaše společnost podporu exportu ze strany ČR za účinnou?**

Jakým způsobem vnímají české exportní firmy podporu vývozu ze strany státu, mělo být zjištěno pomocí této otázky. Zástupci firem odpovídali těmito definovanými způsoby: velmi účinnou, částečně účinnou a neúčinnou.

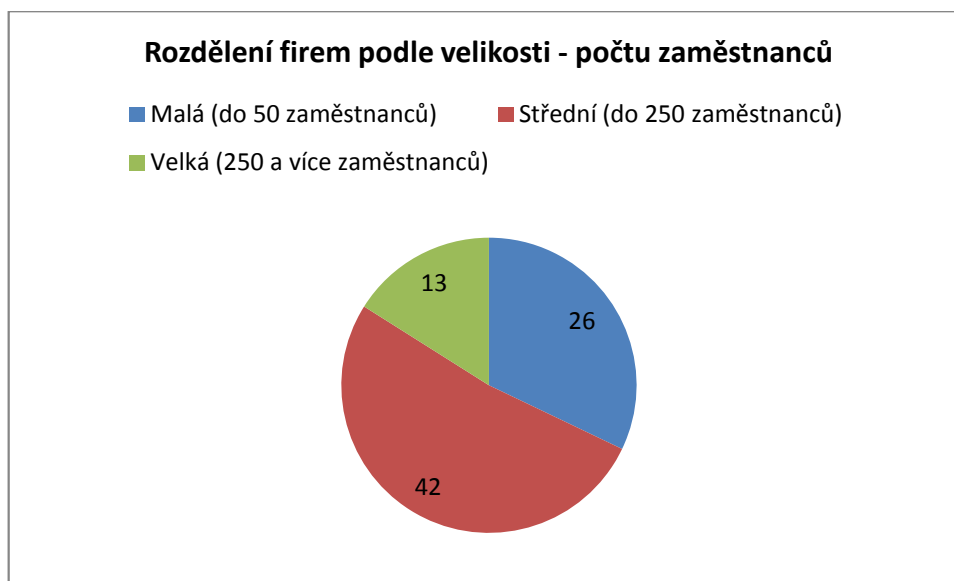
### **Můžete jmenovat oblasti, ve kterých by bylo dobré podporu exportu ze strany státu zlepšit?**

Jediná otázka, na kterou mohlo být odpovězeno volnou formou. Každý z respondentů měl možnost se vyjádřit, kde vidí slabiny a možnosti zlepšení v rámci exportu z pohledu potřeb jeho firmy. Odpověď na tuto otázku nebyla povinná.

## **4.1 Analýza podle velikosti exportních firem**

Hypotéza č. 1: Bylo předpokládáno, že míra informovanosti o proexportních službách státu, a zároveň aktivní využívání proexportních služeb státu, se bude zvyšovat s rostoucím počtem zaměstnanců neboli čím větší firma, tím větší informovanost o možnostech podpory. Hypotéza vycházela z personálního vybavení firem. Malé firmy, které zaměstnávají méně zaměstnanců, nemají personální kapacity na sledování a orientaci v problematice podpory exportu. Ať už jsou důvody finanční, mzdové nebo jiné. Naproti

tomu firmy s rostoucím počtem zaměstnanců, si mohou dovolit zaměstnat odborníky na specifické činnosti, v tomto případě na proexportní politiku a státní podporu vývozu.

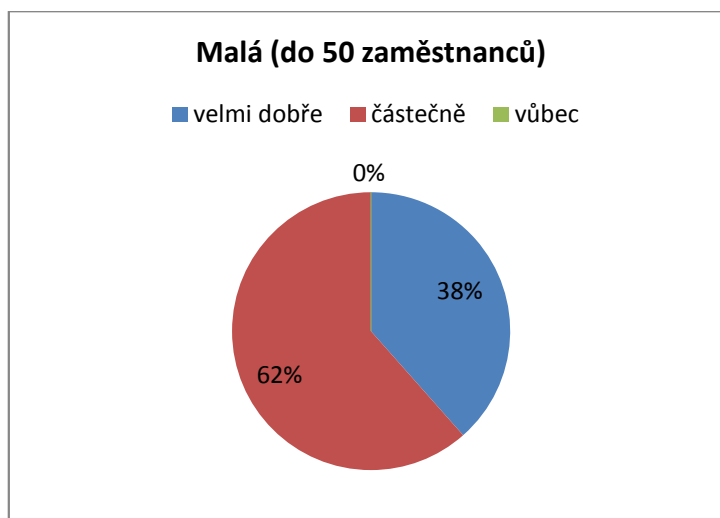


*Graf 13: Rozdělení firem podle velikosti*  
Zdroj: zpracování vlastní

Z hlediska rozdělení firem podle počtu jejich zaměstnanců neboli velikosti bylo ochotno zúčastnit se dotazníkového šetření nejvíce zástupců středně velkých společností v počtu 42, což znamená těsnou nadpoloviční většinu všech dotazovaných firem z celkového množství 81. Počet odpovědí malých exportních firem byl 26 a počet odpovědí zástupců velkých firem byl 13.



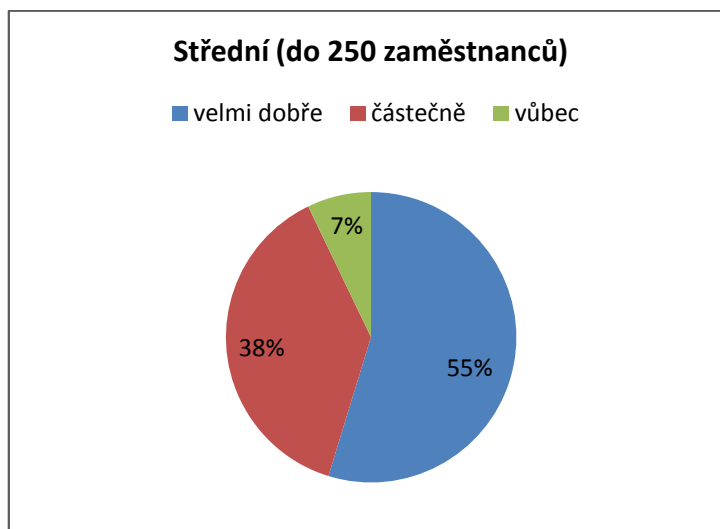
*Je Vaše společnost obeznámena se službami v oblasti státní podpory exportu ze strany vlády ČR?*



*Graf 14: Malá firma (otázka č. 1)*

Zdroj: zpracování vlastní

Všechny malé firmy, které odpověděly na tuto otázku, vědí o možnostech podpory exportu ze strany státu. Dokonce 38% z nich má velmi dobré informace a 62% není dokonale obeznámeno se všemi možnostmi, ale potřebné informace mají. Možnost odpovědi „vůbec“ na tuto otázku nebyla zvolena ani jednou.

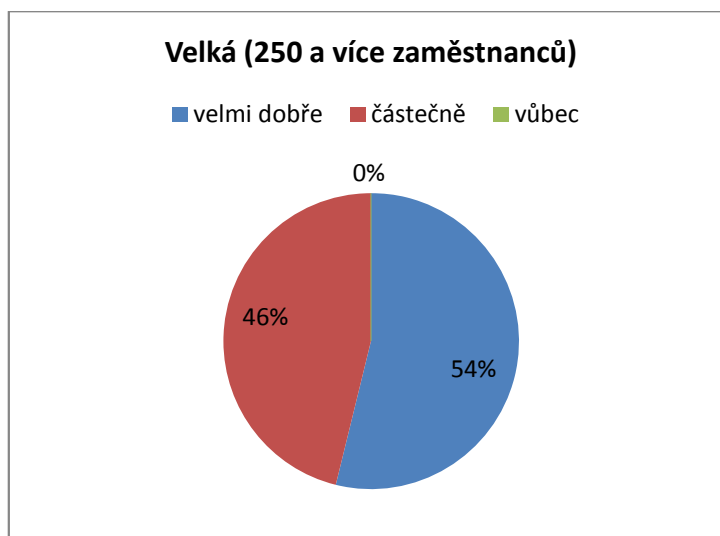


*Graf 15: Střední firma (otázka č. 1)*

Zdroj: zpracování vlastní

Téměř všichni zástupci středně velkých firem jsou také informováni o možnostech státní exportní podpory. Více jak polovina – 55% je velmi dobře obeznámena s těmito

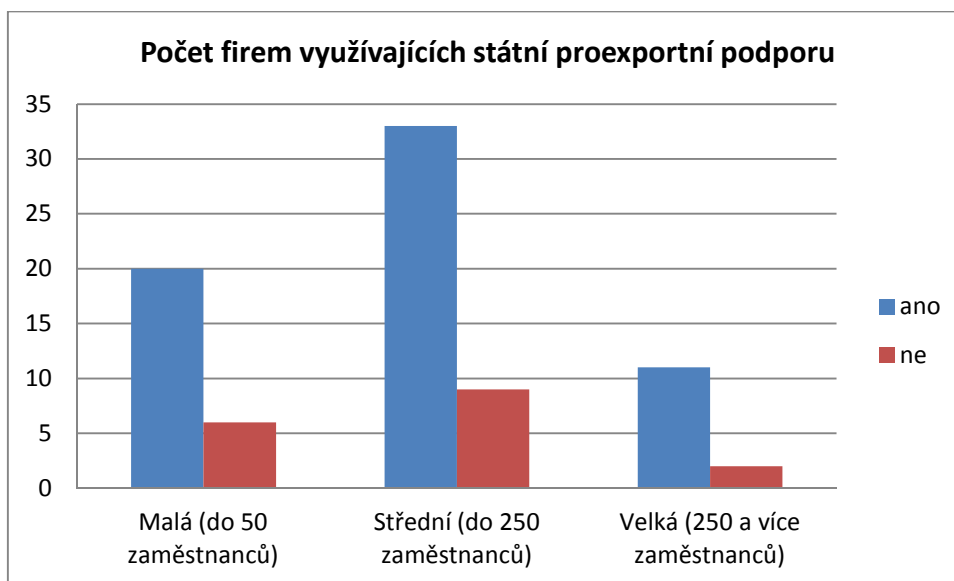
záležitostmi. Částečné informace má 38% společností a vůbec se státní podporou nezabývá 7% dotazovaných zástupců exportních firem.



*Graf 16: Velká firma (otázka č. 1)*  
Zdroj: zpracování vlastní

Informace o proexportních nástrojích ČR všechny velké exportní společnosti mají. Velmi dobře s podporou exportu je obeznámeno 54% firem a 46% částečně. Že by některý ze zástupců velkých společností nebyl vůbec obeznámen s daným tématem, nikdo neodpověděl.

**Využívá Vaše společnost některou ze služeb státní podpory exportu v ČR? (MPO, MZV, MF, Czech Trade, EGAP, ČEB...a jiných)**

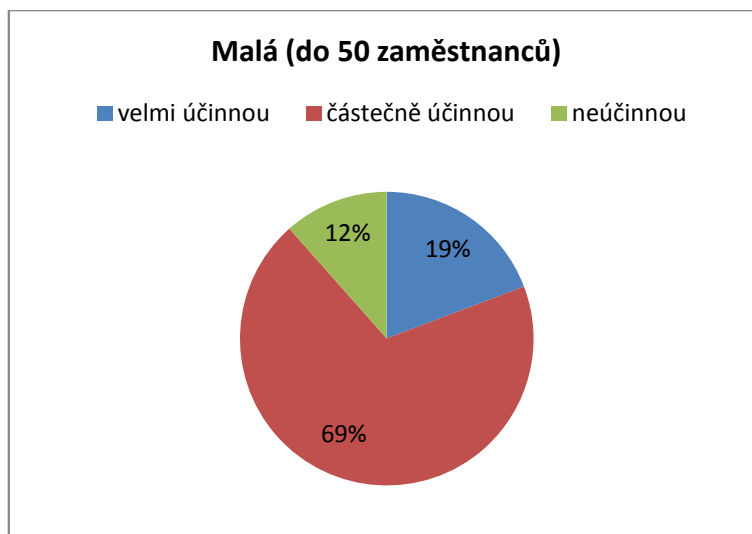


*Graf 17: Počet firem využívajících státní podporu (dle velikosti)*

Zdroj: zpracování vlastní

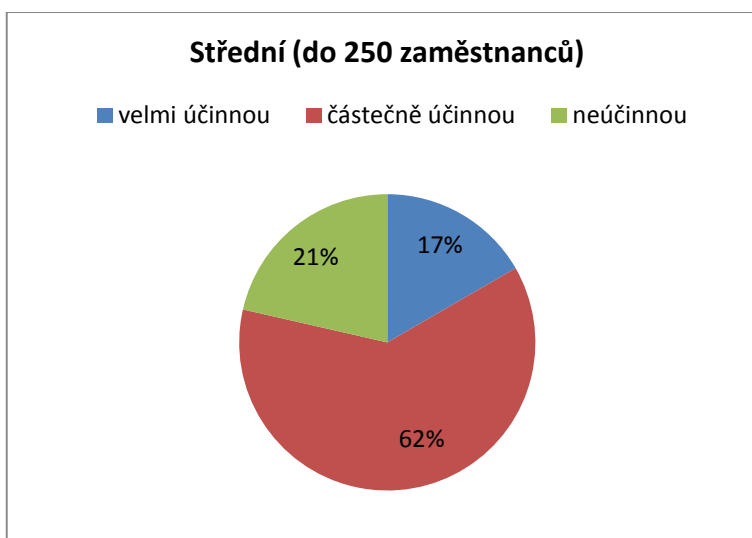
Povědomí o možnostech státní podpory exportu většinou společnosti mají, přesto ne všechny tyto služby využívají. Z grafu č. 17 vyplývá, že bez ohledu na velikost firmy je poměr mezi využitím proexportních služeb a jejich nevyužitím, podobný. Převážná část všech zúčastněných zástupců, pro své exportní činnosti, čerpá pomoc státu. Daří se také firmám, které jsou schopné si své exportní aktivity zajistit svépomocí nebo jinou formou, nežli prostřednictvím státu.

***Považuje Vaše společnost podporu exportu ze strany ČR za účinnou?***



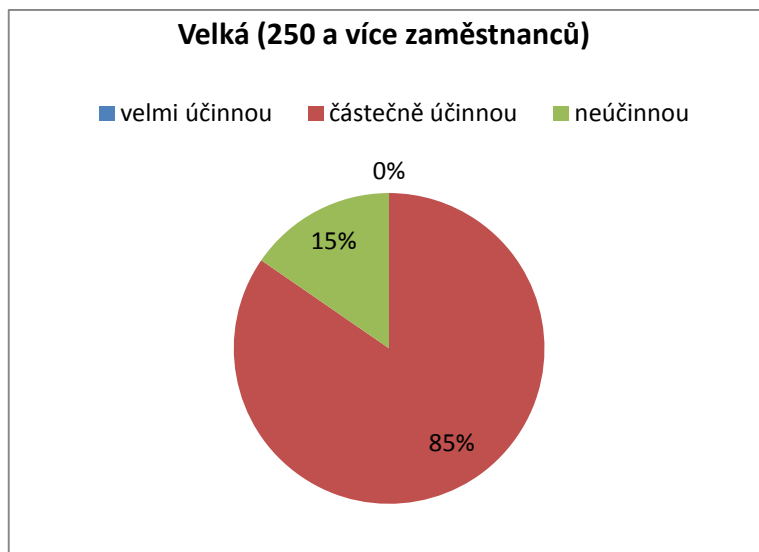
*Graf 18: Malá firma (otázka č. 3)*  
Zdroj: zpracování vlastní

Zástupci malých podniků považují státní podporu převážně za účinnou. Jako velmi účinnou ji hodnotí 19% firem a jako částečně účinná ji vnímá 69% firem. Za neúčinnou ji považuje 12% firem.



*Graf 19: Střední firma (otázka č. 3)*  
Zdroj: zpracování vlastní

Vnímání účinnosti exportních služeb státu u středně velkých podniků je obdobné jako u malých firem. Největší rozdíl je v hodnocení, kdy zástupci středních společností považují státní podporu jako neúčinnou a to 21% respondentů. Jako velmi účinné proexportní státní služby je vnímá 17% firem a za částečně účinné je považuje 69% firem.



*Graf 20: Velká firma (otázka č. 3)*  
Zdroj: zpracování vlastní

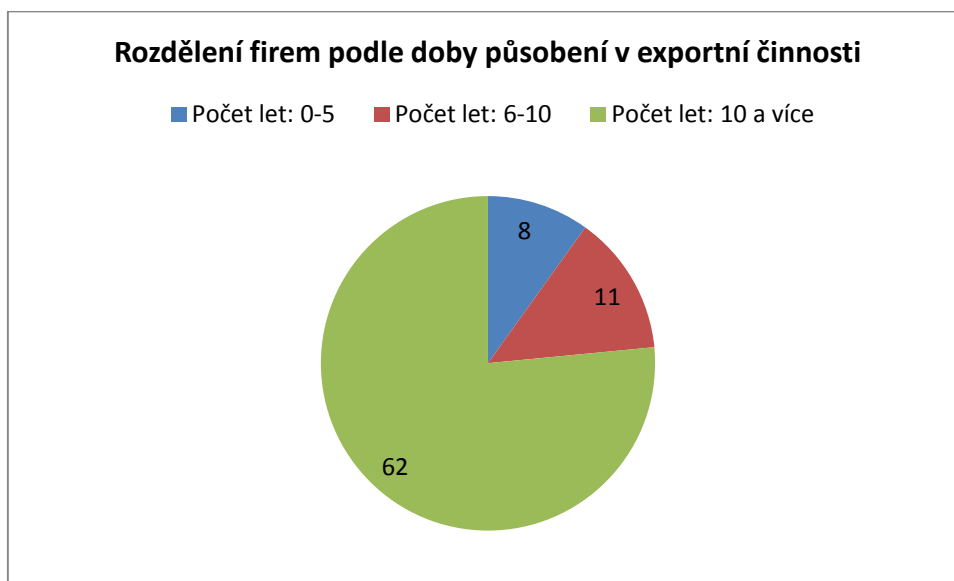
Žádný ze zástupců velkých společností nepovažuje státní exportní služby za velmi účinné, přesto jsou vnímány ve velké míře jako částečně účinné, kdy je takto hodnotí 85% společností. Za neúčinné je považuje 15% firem.

**Hodnocení:** Na základě vyhodnocení odpovědí se hypotéza č. 1, která vycházela z předpokladu, že velké firmy budou lépe informovány o možnostech proexportní podpory lépe informovány, než malé, nepotvrdila. Míra informovanosti o exportních službách, jejich využívání a hodnocení jejich efektivity nesouvisí s velikostí firmy. Téměř všechny firmy jsou obeznámeny s možnostmi státní podpory exportu, významná část (zhruba polovina) je zná dokonce velmi dobře. Velikost firmy nemá ani vliv na aktivním využívání proexportních služeb. Poměr mezi společnostmi, které státní podporu využívají a těch, které ji nevyužívají, je ve všech kategoriích obdobný. Významným způsobem převažuje počet firem, které exportní pomoc využívají. Většina firem považuje podporu ze strany státu obecně za účinnou.

## 4.2 Analýza podle doby působení v zahraničním obchodě

Hypotéza č. 2: Byla založena na předpokladu, že firmy vstupující na zahraniční trhy a firmy realizující exportní činnosti, které jsou krátce zapojeny do mezinárodního obchodu, budou více usilovat o získávání informací. Firmy bez zkušeností nebo s malými zkušenostmi budou více využívat podpůrných státních služeb oproti zavedeným

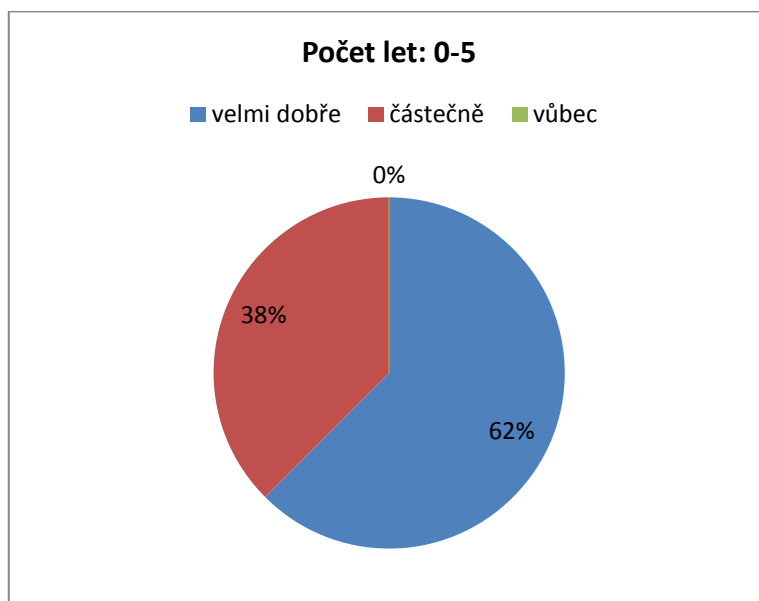
společnostem s bohatými zkušenostmi v oblasti exportu, které jsou schopné uplatnit se bez státní pomoci.



*Graf 21: Rozdělení firem podle doby působení v exportní činnosti*  
Zdroj: zpracování vlastní

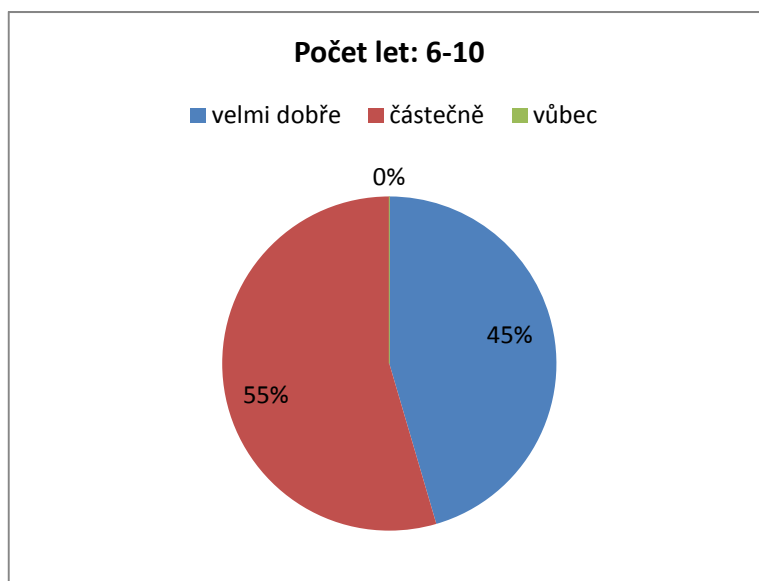
Z celkového počtu 81 firem, které se zúčastnily dotazníkového šetření, se jich 62 věnuje exportním činnostem více než 10 let, což je více než tři čtvrtinové zastoupení ve výzkumu. Podstatně menší počet firem, které odpovídali na otázky dotazníku, působí v mezinárodním obchodě méně než 10 let. Ty lze rozdělit do dvou skupin. V první skupině s rozmezím 0-5 let je 8 firem a ve druhé skupině s rozmezím 6-10 let je 11 firem.

*Je Vaše společnost obeznámena se službami v oblasti státní podpory exportu ze strany vlády ČR?*



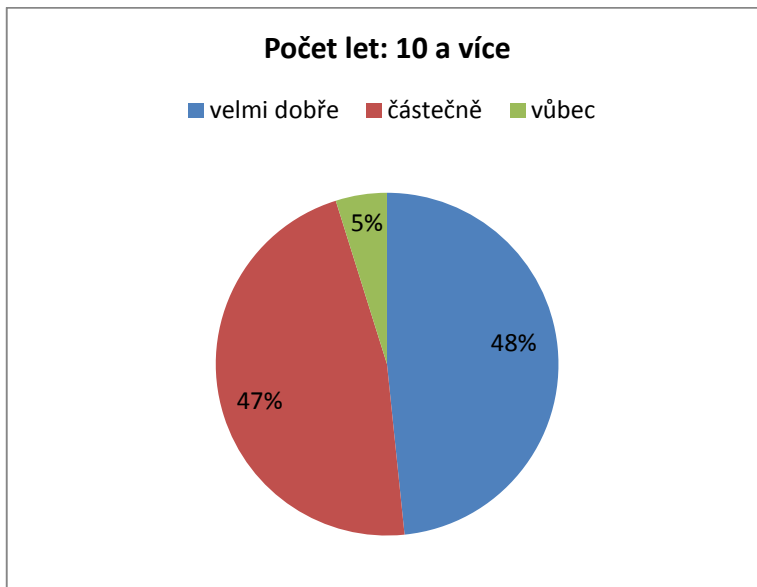
*Graf 22: 0-5 let (otázka č. 1)*  
Zdroj: zpracování vlastní

Ze společností, které jsou z časového hlediska začínajícími exportéry, ani jedna z nich nevybrala na tuto otázku odpověď „vůbec“. Každá z firem působících krátce v mezinárodním obchodě je seznámena s možnostmi státní proexportní podpory. Více než polovina z nich (62%), se orientuje v dané problematice velmi dobře.



*Graf 23: 6-10 let (otázka č. 1)*  
Zdroj: zpracování vlastní

Obdobná situace je také v případě firem, které se zabývají exportem delší dobu 6-10 let. Všechny firmy vědí o možnostech podpory ze strany státu, téměř polovina firem (45%) je dokonce velmi dobře obeznámena se službami v oblasti státní podpory.

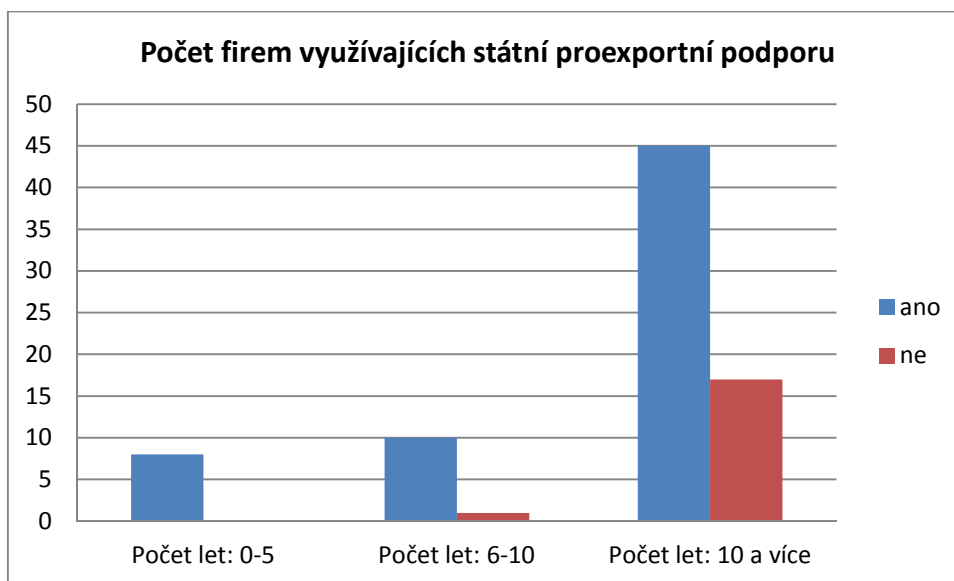


Graf 24: 10 let a více (otázka č. 1)  
Zdroj: zpracování vlastní

Společnosti, které se dají považovat za zkušené exportéry, působící 10 a více let na mezinárodním trhu, mají také přehled o proexportní podpoře ze strany ČR. Téměř polovina firem (48%) je velmi dobře informována o této problematice a alespoň částečně je obeznámena také necelá polovina firem (47%). Zbýlých 5% společností odpovědělo, že nezná možnosti státní podpory exportu vůbec.



*Využívá Vaše společnost některou ze služeb státní podpory exportu v ČR (MPO, MZV, MF, Czech Trade, EGAP, ČEB...a jiných)?*

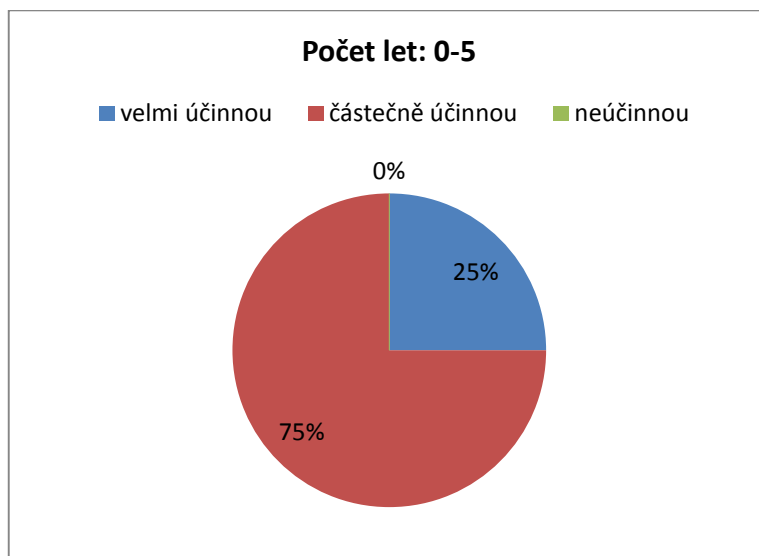


*Graf 25: Počet firem využívajících státní podporu (dle doby)*

Zdroj: zpracování vlastní

Z grafu č. 25 vyplývá, že všechny firmy zabývající se exportními činnostmi v kratším období než je 5 let, využívají pomoci ze strany státu v oblasti vývozu. Větší část společností, které vyvázejí svou produkci 6 až 10 let a déle než 10 let, využívá také proexportních služeb státu. Mezi střednědobými exportéry je ale procento firem, které nevyužívají státní exportní podpory a mezi zkušenými exportéry je jich více než třetina, které tyto služby také nevyužívají.

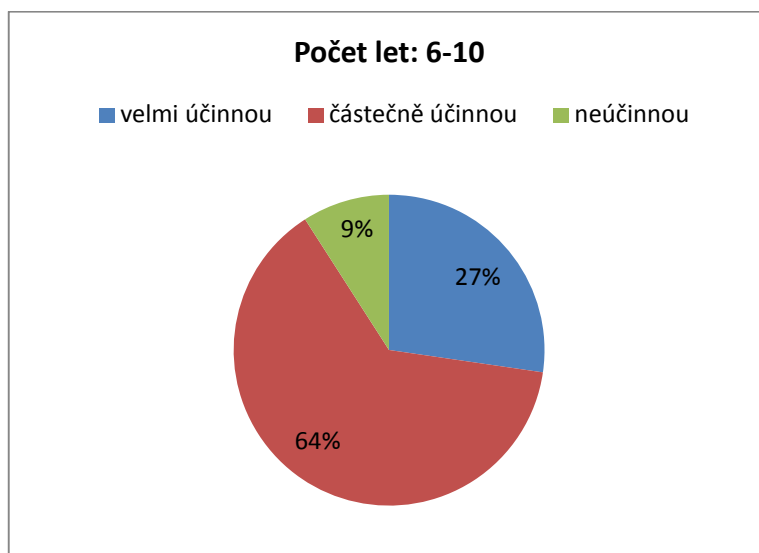
***Považuje Vaše společnost podporu exportu ze strany ČR za účinnou?***



*Graf 26: 0-5 let (otázka č. 3)*

Zdroj: zpracování vlastní

Z hlediska účinnosti státní proexportní podpory ji zástupci všech firem vyvážejících krátkou dobu jako efektivní. Přesně čtvrtina považuje podporu za velmi efektivní a zbylých 75% za efektivní částečně. Za neúčinnou není považována žádným z respondentů.

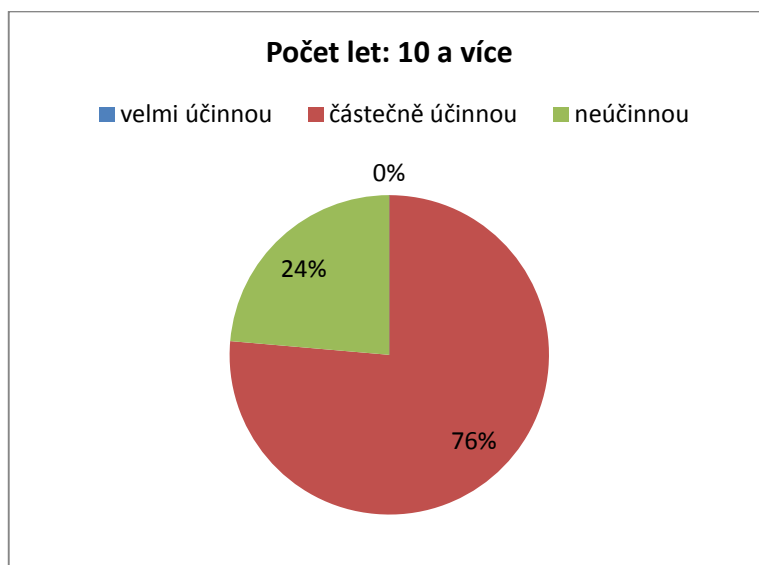


*Graf 27: 6-10 let (otázka č. 3)*

Zdroj: zpracování vlastní

Společnosti, které mají více zkušeností v mezinárodním obchodě, z hlediska doby působení na zahraničních trzích, vnímají podporu státu v oblasti exportu převážně jako účinnou, přesto se mezi těmito zástupci objevuje názor, že podpora ze strany státu je

neefektivní. Tento názor zastává 9% z dotazovaných firem. Za velmi účinnou ji považuje 27% a částečně účinnou 64% společností.



Graf 28: 10 let a více (otázka č. 3)  
Zdroj: zpracování vlastní

S rostoucími zkušenostmi obchodování na mezinárodních trzích, roste také procento firem, které považují státní proexportní služby za neefektivní, v tomto případě je to téměř čtvrtina společností (24%). Zástupci zbylých firem (76%) vnímají státní služby jako částečně účinné. Žádná z firem, které exportují více než 10 let, nepovažuje exportní služby státu za velmi účinné.

**Hodnocení:** Dle získaných informací, na základě odpovědí zástupců exportních firem, se hypotéza č. 2 vycházející z předpokladu, že firmy krátce zapojené do mezinárodního obchodu budou více usilovat o podporu ze strany státu, než zkušené exportní společnosti, víceméně potvrdila. Nelze jednoznačně tvrdit, že čím delší doba působení v oblasti vývozu, tím vyšší informovanost. Společnosti rozdělené dle výše nastavených kritérií do třech skupin vykazují ve všech skupinách znalosti v oblasti podpory exportu ze strany ČR. Zhruba polovina všech firem je dokonce velmi dobře s touto problematikou seznámena.

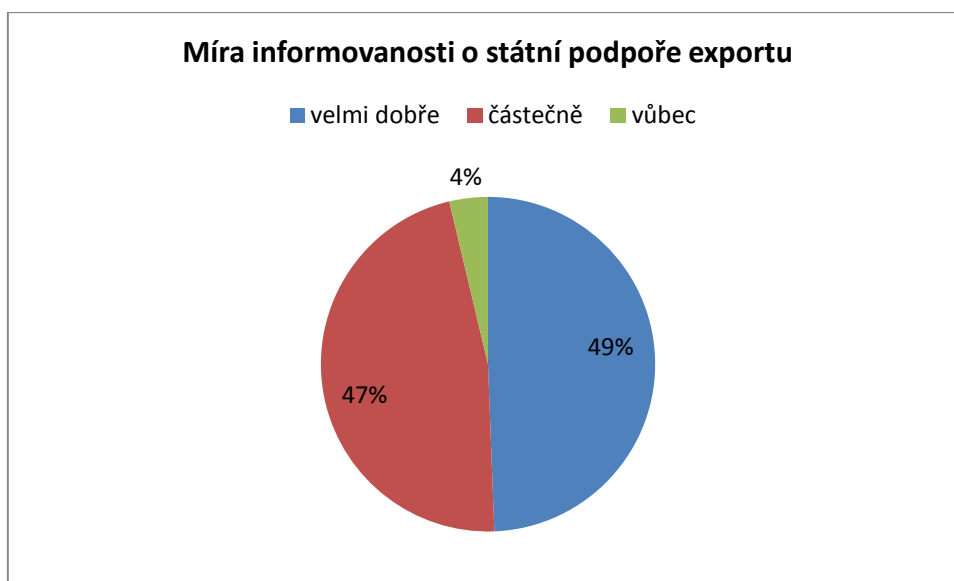
Potvrzení hypotézy vychází z vnímání efektivity exportní podpory státu, která obecně klesá s delší dobou působení firem na zahraničních trzích. To se odráží ve výsledcích využívání podpory, kterou stát poskytuje. Všechny společnosti, které působí krátce v zahraničním obchodě, využívají služeb státu. Firmy, které provozují vývozní činnosti delší dobu, sice využívají státních služeb. Ale s tím jak se zvyšuje doba jejich působení na zahraničním

trhu, se zvyšuje podíl takových firem, které proexportních služeb ČR nevyužívají. Přesto většina firem považuje exportní podporu za účinnou.

### 4.3 Obecná analýza podpory exportu

Hypotéza č. 3: Vycházela z předpokladu, že vlády ČR měly zájem na růstu exportu, proto se ho snažily podporovat, a přijímaly taková opatření, která byla v souladu s potřebami exportérů. Bylo tedy předpokládáno, že obecně mají čeští exportéři přehled o proexportních službách státu, považují je za převážně účinné a využívají je. Oporou tohoto předpokladu je statisticky prokázaný vývoj českého zahraničního obchodu (tabulka č. 13). Konkrétně jeho převážně růstové tendence a výsledků exportu, jehož objemy byly vyšší než import od počátku sledovaného období, kterým je rok vstupu ČR do EU, až do posledního roku sledovaného období (graf č. 12).

*Je Vaše společnost obeznámena se službami v oblasti státní podpory exportu ze strany vlády ČR?*

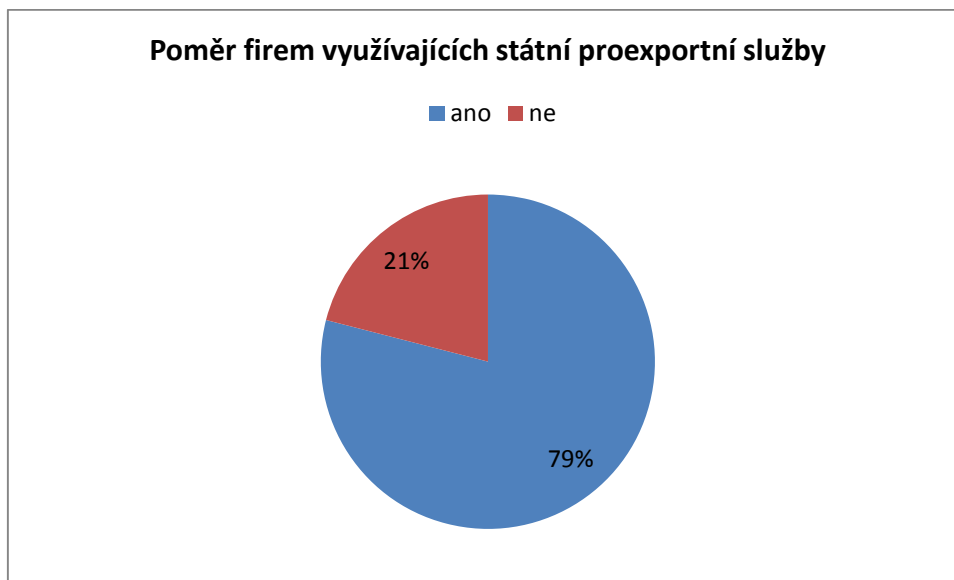


Graf 29: Míra informovanosti o státní podpoře exportu  
Zdroj: zpracování vlastní

Z grafu vyplývá, že podstatná část všech exportních firem (96%), které se zúčastnili dotazníkového šetření, zná služby a oblasti podpory státu pro vývoz. Velmi dobré informace má téměř polovina společností (49%) a jako částečnou míru informací o

proexportní podpoře ČR uvádí také téměř polovina společností (47%). Pouze 4% firem odpověděla, že nejsou informováni vůbec.

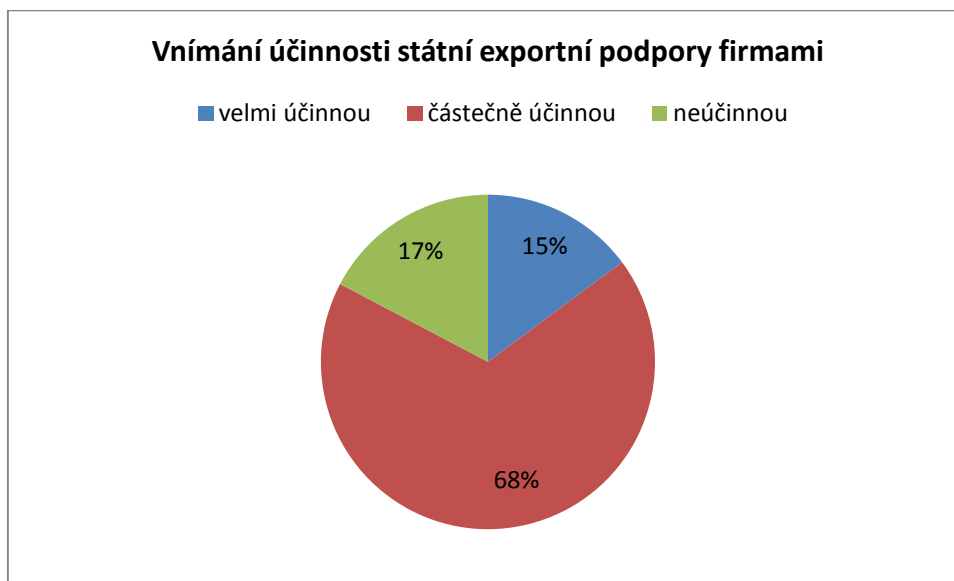
***Využívá Vaše společnost některou ze služeb státní podpory exportu v ČR? (MPO, MZV, MF, Czech Trade, EGAP, ČEB...a jiných)***



*Graf 30: Poměr firem využívajících státní proexportní služby*  
Zdroj: zpracování vlastní

Na otázku, zda využívají ve svých exportních činnostech služby ze strany státu, výrazně převažovala odpověď „ano“ (79%). Odpověď „ne“ zvolilo 21% firem.

### *Považuje Vaše společnost podporu exportu ze strany ČR za účinnou?*



*Graf 31: Vnímání účinnosti státní exportní podpory firmami*  
Zdroj: zpracování vlastní

Vnímání účinnosti státní proexportní podpory téměř koresponduje s výsledky využívání státní podpory. Skoro pětina firem (17%) považuje podporu za neúčinnou a zbylá část respondentů za účinnou. Z čehož 15% společností hodnotí podporu jako velmi účinnou a 68% jako částečně účinnou.

**Hodnocení:** Výsledky, které byly sebrány v dotazníkovém šetření, potvrzují stanovenou hypotézu č. 3, která vycházela z předpokladu, že exportní společnosti většinou mají přehled o proexportních službách státu, vnímají je víceméně pozitivně a převážně je využívají. Valná většina firem se zajímá o proexportní služby a je obeznámena s možnostmi státní podpory. Služeb podpory ze strany státu také velká část společností využívá a obecně je vnímá jako účinný soubor nástrojů v proexportní politice ČR. K míře účinnosti vyjadřovali zástupci firem názor spíše jako k částečně účinné. Stát pravděpodobně nemůže stoprocentně vyhovět všem exportérům v jejich požadavcích. Přesto je zřejmé, že se vlády ve sledovaném období podpoře exportu věnovaly a stále věnují.

## 4.4 Oblasti zlepšení očima exportérů

Na hodnocení výše, konkrétně vnímání účinnosti podpory, navazuje další kapitola. Zástupci jednotlivých firem měli možnost vyjádřit svůj názor v odpovědi na poslední otázku, kde vidí možnosti zlepšení v proexportních službách ze strany státu. Pokud by stát dokázal všem vyhovět, mohlo by se zvýšit vnímání efektivity podpory vývozu. Jedná se ale o odpovědi, které vychází z konkrétních potřeb jednotlivých firem, proto vyhovět všem v jejich specifických požadavcích je nemožné. Uvedené odpovědi jsou tedy spíše zajímavostí z exportní branže.

*Můžete jmenovat oblasti, ve kterých by bylo dobré podporu exportu ze strany státu zlepšit?*

Přehled odpovědí:

- Více dotací na zahraniční veletrhy pro malé a střední podniky.
- Přímé navazování kontaktů mezi firmami.
- Stát by mohl být vstřícnější při vydávání víz pro obchodní partnery, úroveň a procedury na vízovém oddělení ambasad by měly mít alespoň stejnou úroveň jako ambasády Německa, Francie atd.
- Garance.
- Marketingové, mikro a makroekonomické informace z trhů a oborů v jednotlivých zemích - zpracovávat a rozesílat např. členům Exportního klubu CzechTrade. Pracovníci CzechTrade a zastoupení úřadů v jednotlivých zemích.
- Administrativní zajištění a informační podpora pro danou zemi vývozu.
- Aktuálně probíhá jednání o předexportním úvěru s EGAPem a jejich požadavky jsou podle mého naprosto přehnané, co se týká účetních podkladů.
- Musím potvrdit, že něco málo se dělá poslední dobou, což jsou zahraniční mise politiků, nebo účast CzechTrade na některých veletrzích ve světě (osobně jsem se zúčastnil Renewable energy expo India 2012, kde stánek připravoval CzechTrade).
- Efektivnější pomoc při uvádění firem na méně známé zahraniční trhy.
- Dotace na veletrhy. Víc vycházet vstříc přání firem, co se týče výběru veletrhů.
- Větší podpora na zahraničních veletrzích, zlepšit informovanost o českých firmách v zahraničí.

- Nemyslím si, že se pro malé firmy dělá málo. Je to pouze o lidech a jejich schopnosti komunikovat. Tedy závěr. Vybírat do pozic schopné, komunikativní a pracovité lidi.
- Zahraniční politika.
- Celou proceduru možných podpor velmi zjednodušit a tím zpřístupnit menším firmám.
- Obchodní atašé na zastupitelstvech by měli více sledovat, do jakých oborů se v dané zemi hodlá investovat apod.
- Chemický průmysl.
- Připravit více analýz možností exportu speciálního strojírenství v zemích mimo hlavní trendy (Turecko, Venezuela, Albánie apod.)
- Podpora malých firem a ne jen velkých společností.
- Větší zainteresovanost obchodních atašé na velvyslanectví.
- Zakázkové tendry.
- Větší propagace českých výrobků v zahraničí.
- Podpora účasti na mezinárodních veletrzích.
- Vyšší dotace od státu.
- Jsem spokojen.
- Větší zapojení na mezivládní úrovni, větší součinnost s místními úřady a společnostmi.
- Podpora malých a středních firem je velmi nízká. Vše se soustředí na velké firmy, korporace a velké exportéry, typu Škoda, Tatra, Česká zbrojovka, atd.
- Stačí neobtěžovat nesmyslnými hlášeními, opatřeními atd. a nechat pracovat.
- Podpora v bankovním sektoru není příliš efektivní. Po sečtení všech položek včetně pojištění investice jsou podmínky horší než úvěr zákazníka v místě investice. Oproti investicím např. ze SRN nemáme šanci.
- Jedna zastřešující organizace a jeden portál pro podporu exportu, nyní je to nepřehledné (MPO, Czechtrade, Czechinvest, MZE atd.).
- Lepší podpora tzv. obchodní diplomacie z místa (obchodní sekce Amdasád ČR) - lobbying za české exportéry.
- Afrika.



- Prosazování českých firem v zahraničí, vyhledávání nových obchodních příležitostí.
- Konference, setkání s velvyslanci, podpora navštěvování veletrhů a jiných prezentačních akcí (dotované vstupenky/cesty).
- Prospělo by obecně zlepšit image českých výrobků na západních trzích.
- Úplně změnit koncepci - snížit daně a nevyhazovat neekonomicky státní prostředky na neefektivní akce. Mít naši legislativu a její vyžadování na takové úrovni, aby se nastavila obdobná úroveň jako v zahraničí - všeobecně uznávané zkušebny.

# Závěr

Diplomová práce se zabývá problematikou zahraničního obchodu ČR, konkrétně vývojem obchodní bilance. Ve zvoleném období byly postupně analyzovány výsledky jednotlivých veličin, jako je obrat obchodní bilance, objemy importu, objemy exportu a saldo v rámci každého roku. Součástí analýzy a hodnocení jednotlivých výsledků bylo také poukázání na zásadní ekonomické, politické a společenské události, které měly vliv na zahraniční obchod ČR. Na základě autorova výběru byl sestaven seznam významných zahraničních obchodních partnerů, u kterých byl sledován vývozní podíl z celkového objemu vývozu v daném roce.

Obecně lze konstatovat, že výsledky obchodní bilance ČR za výborné. Saldo každoročně dosahovalo kladných hodnot. Objemy vývozu byly tedy vždy vyšší než objemy dovozu. Výjimkou byl pouze rok 2004, kdy bylo saldo záporné. Od následujícího roku bylo vždy dosaženo rekordních hodnot u obratu obchodní bilance nebo u jejího salda. Je ale nutné zmínit, že se na vývoji zahraničního obchodu projevila hospodářská krize a k prvnímu negativnímu vlivu došlo v roce 2008, kdy se oproti předchozímu roku snížila hodnota kladného zůstatku. V následném roce se projevily dopady krize nejvíce v ekonomice ČR a také ve výsledku obratu, který byl nižší než v roce 2008, i přes další rekordní saldo bilance. Rok 2010 znamenal v rámci zahraničního obchodu nový rekord v obratu, ale pokles hodnoty salda oproti roku 2009. Tyto tři roky patřily ke krizovému úseku během sledovaného období, ale počínaje rokem 2011 nabral zahraniční obchod opět růstovou tendenci ve všech sledovaných veličinách a především se dařilo exportu. Z hlediska vybraných teritorií se objemy vývozu na dané trhy, co se týká podílu, významným způsobem nezměnily. Český export je především zaměřen na země EU a hlavně na sousední Německo, které je nejvýznamnějším obchodním partnerem a na jehož trh směřovala a směřuje zhruba třetina celkové exportní produkce. Takto velká závislost vývozu na německém trhu je často kritizována. Důvody kritiky pramení z obavy, že se německé ekonomice nemusí stále dařit a to by mělo velmi negativní dopady na českou ekonomiku. Na druhou stranu je třeba zmínit, že Německo patří od poloviny 20. st. mezi nejsilnější ekonomiky na světě a ČR během hospodářské krize těžila z rychlého oživení německého trhu. Bez takto vysoké závislosti mohla česká ekonomika zažít mnohem horší časy.

Vzhledem k tomu, že export významným způsobem přispívá k tvorbě HDP, je v zájmu vlády, aby exportní firmy ve svých činnostech byly úspěšné a dosahovaly co nejlepších výsledků. V souvislosti s touto filosofií se stát snaží české exportéry podporovat, má své podpůrné strategie a instituce, jejichž úkolem je exportérům pomáhat. Do další analýzy byly proto zapojeni zástupci exportních společností, které se prostřednictvím dotazníkového šetření vyjádřily k otázkám státní proexportní podpory. Šlo o dotazy ohledně informovanosti, vnímání a využívání podpůrných opatření státu pro export.

V rámci samotného výzkumu byly stanoveny tři hypotézy, jejichž potvrzení či vyvrácení bylo provedeno vyhodnocením odpovědí z dotazníku. Hypotéza č. 1, zda se zvyšujícím se počtem zaměstnanců se zvyšuje i informovanost o státní podpoře exportu a její využívání, se nepotvrdila. Firmy bez ohledu na velikost jsou většinou informované a podpůrné služby využívají. Hypotéza č. 2, že krátce působící firmy v oblasti exportu znají, využívají a považují proexportní podporu za účinnou, se potvrdila pouze v míře vnímání efektivnosti podpory. Čím déle společnost provozuje exportní činnosti, tím méně považuje státní podporu za účinnou a tím méně ji využívá. Hypotéza č. 2 se nepotvrdila v tom smyslu, že firmy bez ohledu na dobu působení v oblasti vývozu, jsou dobře informované. Hypotéza č. 3 se potvrdila. Vycházela z předpokladu, že exportní firmy jsou z převážné části dobře informované o státní proexportní podpoře, podporu vnímají jako účinnou a valná většina z nich ji využívá.

V samotném závěru práce jsou prezentovány konkrétní návrhy konkrétních zástupců exportních společností, které měly možnost se vyjádřit prostřednictvím dotazníků k oblastem, které by bylo možné zlepšit.

Firmy působící v ČR jsou šikovné a schopné se prosadit se svými produkty navzdory silné zahraniční konkurenci, ať už využívají pomoc státu nebo ne. Přesto je nutné zdůraznit, že proexportní politika státu má svůj význam a podílí se na úspěchu exportních firem. Zástupci vlády komunikují se zástupci společností a snaží se společnými silami o co největší zefektivnění podpory. Samozřejmě nelze považovat proexportní instituce a nástroje za dokonalé a fungující za všech okolností neboť problematika zahraničního obchodu je velmi obšírné téma a navíc nelze vyhovět všem specifickým požadavkům. To ale není důvod státní podporu úplně ztratit, protože bez ní by to měly firmy mnohem těžší.

# Seznam použité literatury

## České monografie

- [1] BENEŠ, V., a kol. *Zahraniční obchod, Příručka pro obchodní praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0558-3.
- [2] CIHELKOVÁ, E., a kol. *Světová ekonomika: regiony a integrace*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0193-6.
- [3] EPPING, Randy Ch. *Průvodce globální ekonomikou*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-825-2.
- [4] FOJTÍKOVÁ, L. *Zahraničně obchodní politika ČR: Historie a současnost (1945-2008)*. 1. vyd. Praha: C.H.Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-128-4.
- [5] KALÍNSKÁ, E., a kol. *Mezinárodní obchod*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 80-245-1066-9.
- [6] KALÍNSKÁ, E., a kol. *Mezinárodní obchod v 21. Století*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3396-8.
- [7] KUNEŠOVÁ, H., E. CIHELKOVÁ, a kol. *Světová ekonomika: nové jevy a perspektivy*. 2.vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-455-4.
- [8] MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2986-2.
- [9] MACHKOVÁ, H., E. ČERNOHLÁVKOVÁ, A. SATO, a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1590-2.
- [10] MANDEL, M. a V. TOMŠÍK. *Monetární ekonomie v malé otevřené ekonomice*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-185-0.
- [11] NEUMANN, P., P. ŽAMBERSKÝ a M. JIRÁNKOVÁ. *Mezinárodní ekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3276-3.
- [12] REVENDA, Z., M. MANDEL, J. KODERA, P. MUSÍLEK, P. DVOŘÁK a J. BRADA. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 4. vyd. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-132-4.

[13] SRNAD, P. a A. KRAUSOVÁ. *Mezinárodní marketing*. 1.vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 978-80-7372-384-2.

[14] TOMEŠ, Z., a kol. *Hospodářská politika 1900-2007*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008. ISBN 978-80-7400-002-7.

[15] VOŠTA, M. *Změny v rozmístění světového hospodářství*. 1.vyd. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1105-4.

### **Zahraniční monografie**

[16] REUVID, J. and J. SHERLOCK. *International Trade: An Essential Guide to the Principles and Practice of Export*. 1<sup>st</sup> ed., London: Kogan Page Limited, 2011. ISBN 978-0-7494-623- 6.

[17] SEYOUM, B. *Export-Import Theory, Practices, and Procedures*. 3<sup>rd</sup> ed., New York: Routledge, 2014. ISBN 978-0-415-81837-7.

### **Internetové zdroje**

[18] *GATT/WTO* [online]. DUKE LAW, 2014 [cit. 2014-8-2]. Dostupné z:

<https://law.duke.edu/lib/researchguides/gatt/>

[19] *Světová obchodní organizace* [online]. Ministerstvo životního prostředí, 2014 [cit. 2014-8-12]. Dostupné z: [http://www.mzp.cz/cz/svetova\\_obchodni\\_organizace](http://www.mzp.cz/cz/svetova_obchodni_organizace)

[20] *Systém tvorby obchodní politiky EU vůči třetím zemím* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2014 [cit. 2014-10-22]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument38699.html>

[21] *Česká rada pro obchod a investice* [online]. BusinessInfo.cz, 2014 [cit. 2014-10-22] . Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-rada-pro-obchod-a-investice-3816.html>

[22] *O CzechTrade* [online]. CzechTrade, 2014 [cit. 2014-10-24]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/>

[23] *O CzechInvestu* [online]. CzechInvest, 2014 [cit. 2014-10-24]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>

[24] *Zahraniční kanceláře agentury CzechTrade* [online]. CzechTrade, 2014 [cit. 2014-11-2]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/>

- [25] *O společnosti* [online]. EGAP, 2014 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/o-spolecnosti/profil/index.php>
- [26] *History* [online]. OECD, 2014 [cit. 2014-11-11]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/about/history/>
- [27] *Základní informace o OECD* [online]. Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2014 [cit. 2014-11-11]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/1028>
- [28] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo)
- [29] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo\\_2004](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo_2004)
- [30] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo\\_2005](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo_2005)
- [31] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo\\_2006](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo_2006)
- [32] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo\\_2007](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo_2007)
- [33] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo\\_2008](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo_2008)
- [34] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_zo\\_2009](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_zo_2009)

- [35] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z:  
[http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_2010](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_2010)
- [36] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z:  
[http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_2011](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_2011)
- [37] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z:  
[http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_2012](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_2012)
- [38] *Zahraniční obchod České republiky (vývoz, dovoz)* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-2-10]. Dostupné z:  
[http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_2013](http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_2013)
- [39] *Veletrhy a výstavy* [online]. BusinessInfo.cz, 2015 [cit. 2015-2-22]. Dostupné z:  
<http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/statni-podpora-exportu/veletrhy-a-vystavy.html>
- [40] *Podpora ekonomických zájmů ČR v zahraničí* [online]. Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2015 [cit. 2015-2-22]. Dostupné z:  
[http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis\\_exporterum/poskytovana\\_podpora/ekonomicka\\_diplomacie.html](http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/poskytovana_podpora/ekonomicka_diplomacie.html)
- [41] *Exportní strategie České republiky pro období 2006-2010* [online]. DATAPLÁN, 2015 [cit. 2015-2-24]. Dostupné z:  
[http://dataplan.info/img\\_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/priloha001-6-.pdf](http://dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/priloha001-6-.pdf)
- [42] *Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020* [online]. BusinessInfo.cz, 2015 [cit. 2015-2-25]. Dostupné z:  
[http://www.businessinfo.cz/files/archiv/dokumenty/mpo\\_exportni\\_strategie\\_2012\\_2020.pdf](http://www.businessinfo.cz/files/archiv/dokumenty/mpo_exportni_strategie_2012_2020.pdf)
- [43] *Who we are* [online]. World Trade Organization, 2015 [cit. 2015-2-25]. Dostupné z:  
[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/whatis\\_e/who\\_we\\_are\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/who_we_are_e.htm)
- [44] *General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)* [online]. ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA, 2014 [cit. 2015-2-27]. Dostupné z:

<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/228333/General-Agreement-on-Tariffs-and-Trade-GATT>

[45] *Vývoj zahraničního obchodu v roce 2005* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-3-12]. Dostupné z:

<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cvzo060305analyza05.doc>

[46] *Český export prožil rekordní rok* [online]. E15, 2015 [cit. 2015-2-24]. Dostupné z:

<http://euro.e15.cz/cesky-export/cesky-export-prozil-rekordni-rok-859865>

[47] *Vývoj zahraničního obchodu v roce 2006* [online]. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-3-13]. Dostupné z:

<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cvzo020306analyza06.doc>

[48] *Vývoj zahraničního obchodu v prvním roce po vstupu ČR do EU* [online]. Česká národní banka, 2015 [cit. 2015-2-28]. Dostupné z:

[https://www.cnb.cz/cs/menova\\_politika/zpravy\\_o\\_inflaci/2005/2005\\_cervenec/boxy\\_a\\_pri\\_lohy/c\\_05\\_cervenec\\_b2.html](https://www.cnb.cz/cs/menova_politika/zpravy_o_inflaci/2005/2005_cervenec/boxy_a_pri_lohy/c_05_cervenec_b2.html)

[49] *Společná obchodní politika Evropské Unie* [online]. BusinessInfo.cz, 2015 [cit. 2015-3-10]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spolecna-obchodni-politika-evropske-unie-4461.html#!>

[50] *Jsme opravdu stredoevropským tygrem?* [online]. měšec.cz, 2015 [cit. 2015-3-12].

Dostupné z: <http://www.mesec.cz/clanky/jsme-opravdu-stredoevropskym-tygrem/>.

[51] *Vývoj zahraničního obchodu v roce 2007* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2015 [cit. 2015-3-12]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument40224.html>.

[52] *Český vývoz do Číny zažívá boom, import je však silnější* [online]. Hospodářské noviny, 2015 [cit. 2015-3-18]. Dostupné z: <http://exporter.ihned.cz/c1-22758990-cesky-vyvoz-do-ciny-zaziva-boom-import-je-vsak-silnejsi>

[53] *Zahraniční obchod v roce 2010* [online]. Česká republika, 2015 [cit. 2015-3-19].

Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Zahranicni-obchod-v-roce-2010>

[54] *Český export trhá rekordy, meziročně stoupl o 6,4 procenta* [online]. Kurzy.cz, 2015 [cit. 2015-3-20]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/zpravy/347944-cesky-export-trha-rekordy-mezirocne-stoupl-o-6-4-procenta/>



- [55] *Český průmysl roste: Daří se výrobcům automobilů, stoupá export* [online]. OnBusiness, 2015 [cit. 2015-4-20]. Dostupné z: <http://www.onbusiness.cz/cesky-prumysl-roste-dari-se-vyrobicum-automobilu-stoupa-export-209>
- [56] *Slabá koruna pomohla české ekonomice k růstu, řekl Singer* [online]. Aktuálně.cz, 2015 [cit. 2015-4-22]. Dostupné z: [http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/slaba-koruna-pomohla-ceske-ekonomice-k-rustu-rika-singer/r~7d1e5892c73f11e48da50025900fea04/?utm\\_source=volnyHP&utm\\_medium=dynamicleadbox&utm\\_term=odkaz\\_1](http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/slaba-koruna-pomohla-ceske-ekonomice-k-rustu-rika-singer/r~7d1e5892c73f11e48da50025900fea04/?utm_source=volnyHP&utm_medium=dynamicleadbox&utm_term=odkaz_1)
- [57] *Putin makes Crimea seizure official; Russian leader signs annexation treaty, a move Ukraine says it 'will never recognize.'* Los Angeles Times [online]. 2014-03-90 [vid. 2015-4-22]. In: Elektronická databáze článků ProQuest. Liberec: Univerzitní knihovna Technické univerzity v Liberci. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1508348207?accountid=17116>
- [58] *UKRAINE CRISIS; SANCTIONS: EU ministers to discuss Ukraine on Oct 20, Russia sanctions not on agenda.* Interfax [online]. 2014-10-10 [vid. 2015-4-22]. In: Elektronická databáze článků ProQuest. Liberec: Univerzitní knihovna Technické univerzity v Liberci. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1615782933?accountid=17116>
- [59] *Analýza ekonomiky ČR a odvětví v působnosti MPO za rok 2006* [online]. MPO, 2015 [cit. 2015-4-23]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument19321.html>
- [60] *Strong BRIC.* Financialexpress [online]. 2010-7-8 [vid. 2015-4-22]. In: Elektronická databáze článků ProQuest. Liberec: Univerzitní knihovna Technické univerzity v Liberci. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/601986363?accountid=17116>

# Seznam příloh

Příloha A: Dotazník.....	107
--------------------------	-----

# Příloha A: Dotazník

## Podpora Exportu

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku. Děkuji.

### Jak velká je Vaše společnost s ohledem na počet zaměstnanců?

- Malý podnik (do 50 zaměstnanců)
- Střední podnik (do 250 zaměstnanců)
- Velký podnik (250 a více zaměstnanců)

### Jak dlouho působí Vaše společnost na mezinárodním trhu jako exportér?

- 0-5 let
- 6-10 let
- více než 10 let

### Je Vaše společnost obeznámena se službami v oblasti státní podpory exportu ze strany ČR?

- Velmi dobře
- Částečně
- Vůbec

### Využívá Vaše společnost některou ze služeb státní podpory exportu v ČR? (MPO, MZV, MF, Czech Trade, EGAP, ČEB...a jiných)


- Ano
- Ne

### Považuje Vaše společnost podporu exportu ze strany ČR za účinnou?

- Velmi účinnou
- Částečně účinnou
-

 Neúčinnou

**Můžete jmenovat oblasti, ve kterých by bylo dobré podporu exportu ze strany státu zlepšit?**

 Napište větu

Zbývá **250** znaků 

**ODESLAT DOTAZNÍK**

[Dotazník \(/cs/?source=survey\\_footer&medium=link&term=brand\)](#) vytvořen pomocí **Survio**.

Vyzkoušejte si předpřipravené [vzory dotazníků \(/cs/vzory-dotazniku/?source=survey\\_footer&medium=link&term=survey\\_templates\)](#) pro snadný start!