



Zahraniční aktivity vybraného podniku v Libereckém kraji v odvětví sklářském

Diplomová práce

Studijní program: N6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: 6208T085 – Podniková ekonomika

Autor práce: **Bc. Eliška Lhotová**

Vedoucí práce: doc. Ing. Zuzana Potužáková, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Eliška Lhotová**
Osobní číslo: **E13000180**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Název tématu: **Zahraniční aktivity vybraného podniku v Libereckém kraji
v odvětví sklářském**
Zadávající katedra: **Katedra marketingu a obchodu**

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

1. Charakteristika, vymezení a úprava vývozu
2. Možnosti financování a podpora vývozu
3. Charakteristika vybraného podniku
4. Analýza hlavních odběratelských zahraničních trhů
5. Možnosti pro zvýšení odbytu vybraného podniku na zahraničních trzích

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **65 normostran**

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

Seznam odborné literatury:

MACHKOVÁ, H., et al. Mezinárodní obchodní operace. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3237-4.

KALÍNSKÁ, E, et al. Mezinárodní obchod. Praha: Vysoká škola ekonomická, ISBN 978-80-245-1299-0.

FOJTÍKOVÁ, L. Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008). Praha: C. H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-128-4.

ZAMYKALOVÁ, M. Mezinárodní obchodní jednání. Praha: Professional Publishing, 2003. ISBN 80-86419-28-2.

MACBEAN, A. Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies. London: Frank Cass Publishers, 2000. ISBN 978-0-714-65034-0.

Elektronická databáze článků ProQuest.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Zuzana Potužáková, Ph.D.**

Katedra marketingu a obchodu

Konzultant diplomové práce: **Ing. Renata Čuhlová, BA(Hons)**

Katedra marketingu a obchodu

Ostatní konzultanti: **Dana Pulíčková**

jednatel společnosti Fipobex, s.r.o.

Datum zadání diplomové práce: **30. října 2015**

Termín odevzdání diplomové práce: **31. května 2017**

doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan



doc. Ing. Jozefína Šimová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. října 2015

Prohlášení

Byla jsem seznámena 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 vědoma 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 vypracovala 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:

Podpis:

Poděkování

Ráda bych poděkovala doc. Ing. Zuzaně Potužákové, Ph.D. za ochotu a cenné a podnětné rady při vypracování mé diplomové práce.

Díky patří také paní Daně Pulíčkové, jednatelce společnosti Fipobex, s. r. o. za konzultace a poskytnutí potřebných materiálů.

V neposlední řadě bych chtěla poděkovat své rodině a partnerovi, kteří mě trpělivě podporovali během celé doby studia.

Anotace

Diplomová práce se zabývá vývozními aktivitami sklářského podniku Fipobex, s. r. o. v Libereckém kraji. Cílem práce je navrhnout pro sledovanou společnost doporučení činností, která by mohla vést ze zvýšení jejích zahraničních příjmů. Teoretická část práce seznamuje s podmínkami vývozu z České republiky a dále pak se specifickými možnostmi, které s sebou vývozní činnost přináší. Je zde vymezen i rozdíl při přeshraničním prodeji v rámci Evropské unie a mimo ni. Do práce je zahrnuto i hodnocení sklářského odvětví včetně vývoje vývozu skleněné bižuterie. Praktická část se zaměřuje na dosavadní exportní činnosti praktikované sledovanou společností a na charakteristiku jejích nejvýznamnějších exportních trhů. Ze získaných poznatků je v poslední kapitole sestaven přehled možných řešení, díky kterým by společnost mohla dosáhnout vyšších zahraničních příjmů.

Klíčová slova

Vývoz, intrakomunitární obchod, extrakomunitární obchod, podpora exportu, sklářské odvětví, bižuterie.

Annotation

International activities of a selected company in the Liberec region in the glass industry

This diploma thesis deals with the glass export from the company Fipobex, s. r. o. in the Liberec region. The aim of this work is to suggest some recommendations for this company, which can lead to increase its foreign incomes. The theoretical part of this thesis presents business conditions of the export from the Czech Republic. Later on, it shows specific opportunities, which export offers. It defines the difference between the export within and out off the European Union borders. This diploma thesis include the evaluation of the glass industry, including the evolution of the glass industry export. The practical part concentrates on the export business of the pursued company up to now and characterizes its most important export markets. According to my data I acquired, the last chapter presents an overview of the possible solutions for gaining better foreign incom.

Keywords

Export, intra-EU trade, extra-EU trade, support of export, glass industry, fashion jewellery.

Obsah

Seznam ilustrací.....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam zkratk a symbolů	12
Úvod.....	14
1 Charakteristika, vymezení a úprava vývozu z České republiky.....	16
1.1 Intrakomunitární obchod.....	17
1.1.1 Stanovení daňové povinnosti.....	18
1.1.2 Výjimky ze základních pravidel pro dodání zboží	19
1.1.3 Výkaznictví v rámci intrakomunitárního obchodu.....	20
1.2 Extrakomunitární obchod	23
1.2.1 Režim vývoz.....	23
1.2.2 Clo	24
1.2.3 Celní řízení	25
1.2.4 Celní sazebník TARIC	27
1.2.5 Celní hodnota.....	28
1.2.6 Celní dluh	30
2 Možnosti financování a podpora vývozu.....	32
2.1 Možnosti financování	32
2.1.1 Úvěry v mezinárodním obchodě	33
2.1.2 Tradiční metody a nástroje financování	38
2.1.3 Metody střednědobého a dlouhodobého financování.....	40
2.2 Podpora exportu.....	42
2.2.1 Podpora exportu ze strany EU	42
2.2.2 Podpora exportu ze strany ČR.....	43
3 Analýza odvětví a charakteristika vybraného podniku	51
3.1 Sklářské odvětví.....	52
3.2 Společnost FIPOBEX, s. r. o.	56
3.2.1 Podíl přeshraničního prodeje na celkových tržbách.....	57
3.2.2 Konkurence společnosti Fipobex	59

4	Analýza vybraných odběratelských zahraničních trhů	63
4.1	Německo	64
4.2	Francie	68
4.3	Rakousko	70
4.4	Nový Zéland	73
5	Návrhy pro sledovaný podnik pro zvýšení odbytu v zahraničí.....	76
5.1	Zaměstnání osoby pro specializaci na mezinárodní obchod ve firmě	76
5.2	Kooperace podobně zaměřených podniků ve formě najmutí specialisty na mezinárodní obchod.....	77
5.3	Využívání podpory exportu	79
5.4	Zaměření společnosti na jiné než stávající zahraniční trhy	80
	Závěr	82
	Seznam použité literatury	84

Seznam ilustrací

Obrázek 1: Vývoj vývozu a dovozu ČR v letech 2003-2014	17
Obrázek 2: Vývoj vývozu bižuterie a jeho podíl na celkovém objemu vývozu skleněných výrobků v letech 2003-2014	53
Obrázek 3: Vývoj průměrného evidenčního počtu pracovníků ve sklářském odvětví v letech 2003-2014	55
Obrázek 4: Podíl zahraničních a tuzemských prodejů na celkových tržbách za výrobky za rok 2012	57
Obrázek 5: Podíl zahraničních a tuzemských prodejů na celkových tržbách za výrobky za rok 2013	58
Obrázek 6: Příjmy společnosti plynoucí z exportu v roce 2013	64
Obrázek 7: Vývoj vývozu české bižuterie do Německa	67
Obrázek 8: Vývoj vývozu české bižuterie do Francie	69
Obrázek 9: Vývoj vývozu české bižuterie do Rakouska	72
Obrázek 10: Vývoj vývozu české bižuterie na Nový Zéland	74

Seznam tabulek

Tabulka 1: Souhrnné informace o společnostech.....	62
Tabulka 2: Vývoj vývozu bižuterie do vybraných zemí v letech 2003-2014.....	63

Seznam zkratek a symbolů

a. s. – akciová společnost

CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace při EU

ČEB – Česká exportní banka

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

DIČ – daňové identifikační číslo

DPH – daň z přidané hodnoty

EGAP – Exportní garanční a pojišťovací společnost

EU – Evropská unie

HK ČR – Hospodářská komora České republiky

IBRD – Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj

IDA – Mezinárodní asociace pro rozvoj

IFC – Mezinárodní finanční korporace

mil. – milion

NIT – Národní integrovaný celní tarif

s. r. o. – společnost s ručením omezením

Sb. – sbírka

SRN – Spolková republika Německo

str. – strana

tis. – tisíc

vid. – viděno

VIES – Value Added Tax Informations Exchange System

vyd. – vydání

% - procento

Úvod

Obchod jako takový je nedílnou součástí vývoje lidstva i jednotlivých společností. Se správně zvolenou obchodní strategií může podnik dosáhnout vysokých zisků a dopomoci tak svému rozvoji. Zahraniční obchod umožňuje organizacím získat další možnosti pro rozšíření své působnosti i mimo svůj tuzemský stát a vstoupit tak mezi zahraniční konkurenci.

Tématem diplomové práce jsou zahraniční aktivity vybraného podniku v Libereckém kraji v odvětví sklářském. Sklářský průmysl představuje tradiční vývozní artikl České republiky a především Libereckého kraje, který je bohužel v posledních letech dosti opomíjený. Silná konkurence z asijských trhů a stále doléhající důsledky světové finanční krize vedly k úpadku mnoha tradičních sklářských podniků a pozastavily tak vývoj celého odvětví.

Cílem práce je sestavení doporučení vedoucích k zintenzivnění zahraničních aktivit a ke zvýšení tržeb plynoucích ze zahraničí konkrétního sklářského podniku. Doporučení jsou aplikována na společnost Fipobex, s. r. o. zabývající se výrobou skleněných perlí. Růst zahraničních příjmů by mohl společnosti dále sloužit k rozvoji podniku jako celku a dopomoci tak k opětovnému růstu sklářského odvětví.

Ačkoli společnost již nyní směřuje část své produkce na zahraniční trhy, její přístup k mezinárodnímu styku se dá považovat spíše za pasivní. Aktivně nevyvíjí žádné činnosti ke svému uplatnění v mezinárodní sféře. Tato práce by ji mohla poskytnout alespoň základní informace o podmínkách a možnostech přeshraničního obchodu či specifikách odběratelských zemí.

Diplomová práce je rozdělena do pěti kapitol. První kapitola seznamuje se základními náležitostmi potřebnými k uskutečnění zahraničních prodejů, a to ať již v rámci intrakomunitárního obchodu na území členských zemí EU, tak v rámci extrakomunitárního obchodu na území mimounijním.

Ve druhé kapitole se práce zaměřuje na možnosti financování mezinárodního obchodu, s jejichž využitím může exportér zajistit náklady na své zahraniční aktivity. Zároveň se tato

kapitola zaměřuje na příležitosti skrývající se v podobě podpory exportu, s jejíž pomocí může exportér získat lepší pozici na zahraničních trzích.

Třetí kapitola charakterizuje sklářské odvětví a představuje vývoj zahraničního obchodu s bižuterií. Dále pak seznamuje se zmiňovanou společností Fipobex, s. r. o., s jejím vývojem, zaměřením a s teritoriálně nejbližší konkurencí.

Čtvrtá kapitola má přinést informace o dosud největších odběratelských zemích sledované společnosti, dále pak seznámit exportéra s místními zvyklostmi, riziky a vývojem vývozu bižuterie do daného teritoria. Dané informace mohou společnosti sloužit jako podklady pro komunikaci se zahraničními odběrateli a pro případný vstup na daný trh.

Informace získané prostřednictvím této práce jsou aplikovány na společnost v poslední, páté, kapitole. Jsou zde stanoveny návrhy činností, díky kterým by společnost mohla dosáhnout zvýšení odbytu své produkce v zahraničí.

1 Charakteristika, vymezení a úprava vývozu z České republiky

Vývoz lze v současné době považovat za nejjednodušší způsob, jakým se může podnik angažovat na zahraničních trzích. Z tohoto důvodu je cílem první kapitoly poskytnout potenciálnímu exportérovi přehled o povinnostech a možnostech, které mu může přinést export produkce na zahraniční trhy, a to ať už na trhy členských zemí Evropské unie (EU), či na trhy mimounijní.

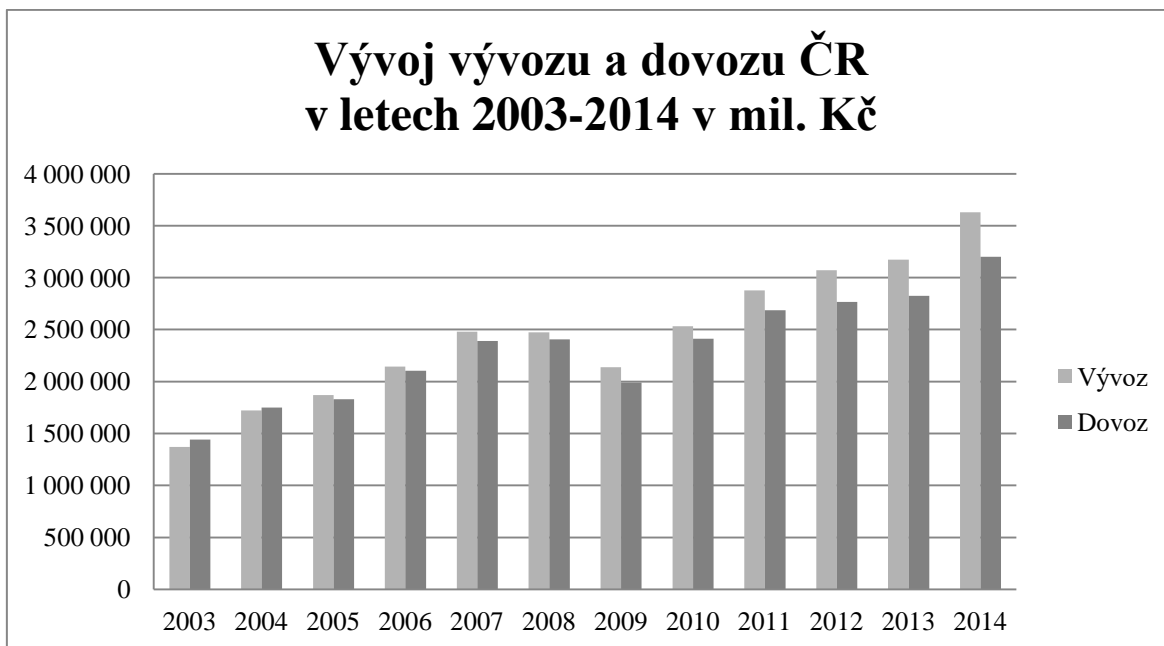
Vývoz představuje souhrnný objem zboží a služeb, které nakoupí subjekty zahraničních trhů, vyjádřený v peněžních jednotkách. Díky vstupu České republiky (ČR) do EU v květnu roku 2004 došlo k přijetí společné obchodní politiky, a tím i ke změnám ve vnímání vývozu jako takového. Za dříve používaný pojem vývoz se od tohoto milníku považuje pouze obchod s nečlenskými zeměmi EU. Pro vývoz do členských zemí se zavedl nový pojem, a to – dodání zboží do jiného členského státu EU v rámci vnitrouijního plnění.¹ Proexportní politika ovšem ve společné obchodní politice zahrnuta není a každý stát si ji ponechává ve své pravomoci.²

Pro ČR je vývoz velice důležitým ukazatelem, obecně platí, že kladný rozdíl mezi hodnotou vyvezeného zboží a hodnotou dovezeného zboží tvoří přebytek obchodní bilance, který se podílí na růstu hrubého domácího produktu.³ Vývoj vývozu a dovozu zobrazuje následující graf, viz Obrázek 1.

¹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 122. ISBN 978-80-247-3237-4.

² FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 164. ISBN 978-80-7400-128-4.

³ Tamtéž, s. 165.



Obrázek 1: Vývoj vývozu a dovozu ČR v letech 2003-2014

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Hodnoty vývozu v jednotlivých letech jsou zachyceny v levých sloupcích a hodnoty dovozu jsou zachyceny v pravých sloupcích. Zde lze spatřit fakt, že v posledních letech panuje trend převisu vývozu nad dovozem, resp. kladného salda bilance zahraničního obchodu ČR. Podle posledních údajů Českého statistického úřadu (ČSÚ) lze předpokládat, že tento trend zůstane zachován i pro rok 2015.⁴

1.1 Intrakomunitární obchod

Jak již bylo zmíněno, vstup ČR do EU přinesl v realizaci zahraničního obchodu mnoho změn, zejména fakt, že došlo k odstranění vnitřních hranic a vytvoření jednotného celního prostoru. Tento milník představoval mimo jiné také harmonizaci české legislativy s legislativou unijní především prostřednictvím zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Právě tento zákon vedl ke změnám v používaném názvosloví a v pravidlech pro zdaňování dodávek prováděných mezi daňovými subjekty z různých členských zemí. Zároveň došlo s tímto krokem i ke sjednocení informačních systémů. Ty zajišťují předávání informací mezi daňovými

⁴ *Zahraněční obchod se zbožím – národní pojetí – časové řady* [online]. Český statistický úřad, 2015 [vid. 2015-09-21]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vzonu_cr.

subjekty o registraci k platbě daně i uskutečněných dodávkách zboží a služeb do jiného členského státu skrze elektronický informační systém VIES (*Value Added Tax Informations Exchange System*).⁵

1.1.1 Stanovení daňové povinnosti

Povinnost odvodu daně z přidané hodnoty (DPH) v rámci intrakomunitárního obchodu zůstala zachována, změnilo se pouze její postupy a principy. Pro určení daňové povinnosti u osob registrovaných k DPH mohou být využity dvě následující varianty:⁶

- 1) Výběr daně v zemi původu – prodávající má povinnost vykázat a odvést daň na výstupu. Kupujícímu pak v zemi určení vzniká nárok na odpočet daně, protože byl již odvod uskutečněn v zemi původu. Daň bude vybrána ve stanovené výši podle pravidel země, do které se zboží či služba dodává. Tato varianta umožňuje větší kontrolu výběru daně a chrání i před možnými daňovými úniky, avšak rozdílnost daňových sazeb v členských státech EU je důvodem, proč není tolik využívána.⁷
- 2) Výběr daně v zemi určení – daň bude vyměřena a odvedena kupujícím v jeho státě. Tato varianta je využívána obchodníky častěji, ačkoliv je časově i administrativně náročnější. Tuto variantu je možné využít v případě, že jsou splněny základní předpoklady:⁸
 - příjemce zboží či služby je registrovaný k DPH, bylo mu tedy přiřazeno daňové identifikační číslo (DIČ),
 - zboží, kterého se obchod týká, souvisí s ekonomickou činností,
 - prováděná činnost musí být v zemi kupujícího brána jako zdanitelné plnění,
 - přeprava musí být v zemi kupujícího ukončena.

Po splnění přecházejících podmínek a po kontrole platnosti DIČ partnera se stává dodavatel osvobozeným od platby daně a vzniká mu tak nárok na odpočet. Cena

⁵ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 121. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁶ Tamtéž, s. 122.

⁷ Tamtéž, s. 122.

⁸ Tamtéž, s. 123.

dodávaného zboží je pak inkasována prodávajícím v hodnotě bez daně z přidané hodnoty. Takto vzniklou situaci pak vykáže dodavatel ve svém daňovém přiznání a následně i v souhrnném hlášení. Kupující je pak povinen provést inkaso daně ve výši a způsobem stanoveným ve státě, kde byla zakončena přeprava.⁹

Pokud je prodávající registrovaný jako plátce daně a dodává zboží zahraničnímu kupujícímu, který plátcem není, popřípadě pokud není splněna některá z uvedených podmínek, pak musí být daň vyměřena a odvedena prodávajícím dle podmínek jeho tuzemského státu a nevzniká mu nárok na odpočet daně ani při přepravě zboží do jiného členského státu. Zboží se následně dodává v ceně se započítaným DPH. S tímto případem je možno se nejčastěji setkat při obchodu s občany jiného členského státu.¹⁰

1.1.2 Výjimky ze základních pravidel pro dodání zboží

V pravidlech pro osvobození od daně při dodání zboží, která jsou široce využitelná, existují výjimečné situace, na něž je aplikace z různých důvodů nevhodná, a proto je potřeba pro ně využít specifických postupů. Jedná se zejména o případy spojené s dodáním následujících zbožových skupin:¹¹

- zboží, na které se vztahuje spotřební daň,
- zboží s potřebnou instalací, montáží,
- nově pořizované dopravní prostředky.

Zboží, jež je zatíženo spotřební daní, je pro spotřebitele do jisté míry zbytným zbožím a stát se jejím prostřednictvím snaží o regulaci jeho spotřeby. Jedná se především o pohonné hmoty, tabák a tabákové výrobky, topné oleje, alkoholické nápoje a líh. Povinnost přiznat a odvést daň je pak svázána s uvedením daného zboží do volného oběhu v rámci území EU a

⁹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 123. ISBN 978-80-247-3237-4.

¹⁰ *Mezinárodní spolupráce v oblasti DPH* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 10.5.2008 [vid. 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mezinarodni-spoluprace-v-oblasti-dph-3522.html>.

¹¹ *Informace pro plátce DPH k vybraným ustanovením zákona* [online]. Finanční správa, 9.12.2005 [vid. 2014-12-29]. Dostupné z: <http://www.financnisprava.cz/cs/mezinarodni-spoluprace/mezinarodni-spoluprace-a-dph/info-pro-platce-dph-k-vybranym-u-z#zvlastni>.

zboží podléhá celou dobu od vytvoření daňové povinnosti až do jejího splnění daňovému dohledu.¹²

Společně s dodávkou určitého zboží, především se může jednat o zboží investiční, může být nutná i instalace či montáž, bez které by zboží nebylo použitelné. V takovémto případě je dohlíženo, aby byla daň odvedena ve státě, ve kterém se montážní či instalační aktivity uskutečňují. Pokud je pořizovatel zboží zároveň pořizovatelem montáže či instalace a pokud je současně osobou registrovanou k dani, pak odvede daň za zboží a současně prováděné činnosti ve svém tuzemském státě. V případě, kdy pořizovatel není plátcem DPH, odvádí vztaženou daň dodavatel.¹³

Pořízení nového dopravního prostředku je ze zmiňovaných tří variant nejspeciřičtější. Váže se k němu mnoho fiskálních opatření, která jsou ve členských zemích různá, ba dokonce protikladná. Realizace obchodu ze strany dodavatele je vždy osvobozena od daně s nárokem na odpočet, nehledě na skutečnost, zda je pořizovatel osobou registrovanou k dani či nikoliv. Daňová povinnost se váže na místo uvedení dopravního prostředku do provozu, tedy v místě registrace vozidla. Daňová povinnost připadá na pořizovatele bez ohledu na to, zda je, či není daňovým plátcem.¹⁴

1.1.3 Výkaznictví v rámci intrakomunitárního obchodu

Intrakomunitární obchod podléhá široké škále kontroly a sběru údajů. Každá osoba, na niž se výkaznictví vztahuje, musí dodávat informace týkající se jejích obchodů s členskými zeměmi EU, a to prostřednictvím hned několika systémů. Pro daňové účely se využívá systém VIES a souhrnná hlášení, pro účely Celní správy pak systém Intrastat.

Intrastat

Intrastat je nástrojem Komise EU pro sledování a evidenci pohybu zboží uvnitř Unie. Povinnost vykazovat údaje skrze systém Intrastat plyne z Nařízení Rady č. 638/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů, jež ji ukládá jakékoliv fyzické nebo právnické osobě

¹² MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 124. ISBN 978-80-247-3237-4.

¹³ Tamtéž, s. 124.

¹⁴ Tamtéž, s. 124.

registrované jako plátce DPH, která přesáhne roční hodnotový limit pro pořízení nebo dodání zboží z nebo do jiných členských států. Takovéto osoby se pak stávají zpravodajskými jednotkami.¹⁵ Systém sběru dat a jeho podoba, včetně osvobozujících prahů, jsou v pravomoci každého z členských států.¹⁶

Povinnost výkaznictví v ČR vzniká každé osobě, jež překročí hodnotou odeslaného, či pořízeného zboží práh ve výši 8 mil. Kč.¹⁷ Kumulovaná hodnota zboží se pak odvíjí od fakturované částky bez započítání DPH. Při přesáhnutí hodnotového prahu pouze v jedné ze sledovaných veličin vzniká subjektu povinnost vykazovat informace pouze o dané veličině, tedy pouze o pořízení či pouze o dodání zboží. Pokud osoba nepřekročí stanovený limit, nevzniká jí povinnost vykazovat údaje.¹⁸

Hlášení do Intrastatu se provádí elektronicky v předepsaném formátu za běžný kalendářní měsíc, a to nejpozději do 12. dne následujícího měsíce po uskutečnění plnění. Výkaz musí obsahovat údaje o zpravodajské jednotce, číselné označení zboží, fakturovanou a statistickou hodnotu zboží, informace o množství, popřípadě hmotnosti zboží.¹⁹

V ČR Intrastat spravuje Generální ředitelství cel ve spolupráci s ČSÚ. Údaje získané pověřenými úřady na národní úrovni pak členské státy dodávají do Lucemburska, kde se stávají základními údaji pro unijní úroveň skrze systém Extrastat.²⁰

¹⁵ EVROPSKÝ PARLAMENT, RADA EU. *Nařízení č. 638/2004, o statistice Společenství obchodu se zbožím mezi členskými státy a o zrušení nařízení Rady (EHS) č. 3330/91* [online]. Brusel: Rada Evropské unie, 2004 [vid. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32004R0638>.

¹⁶ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 127. ISBN 978-80-247-3237-4.

¹⁷ ČESKO. Vyhláška č. 201/2005 Sb., o statistice vyváženého a dováženého zboží a způsobu sdělování údajů o obchodu mezi Českou republikou a ostatními členskými státy Evropských společenství. In: *Sbírka zákonů ČR* [online]. Praha: Vydavatelství a nakladatelství MV ČR, ročník 2005, s. 73. [vid. 2015-01-23]. ISSN 1211-1244. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2005-201>.

¹⁸ *Intrastat* [online]. Český statistický úřad, 4.8.2014 [vid. 2014-12-31]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/intrastat_new.

¹⁹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 127. ISBN 978-80-247-3237-4.

²⁰ *Mezinárodní spolupráce v oblasti DPH* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 10.5.2008 [vid. 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mezinarodni-spoluprace-v-oblasti-dph-3522.html>.

VIES

Se zavedením Jednotného vnitřního trhu v rámci EU, a s tím spojeným volným pohybem zboží, služeb, osob a kapitálu, bylo nutné vytvořit systém, který by zabránil hrozícím daňovým únikům. Právě z tohoto důvodu byl vytvořen elektronický systém VIES. V ČR ho spravuje Generální finanční ředitelství. Tento systém poskytuje kontrolu uplatňování nároku na osvobození od DPH při dodání zboží do jiného členského státu. Správci daně v jednotlivých členských státech mohou skrze tento systém sledovat, zda měl prodávající právo na osvobození zdanitelného plnění a naopak zda kupující daň řádně přiznal a zdanil. Jedná se o komunitární systém výměny informací o osobách registrovaných k DPH a o uskutečněných intrakomunitárních plněních.²¹

Souhrnná hlášení

Pro garanci kontroly osvobození od DPH při dodání zboží do jiného členského státu je prodávající, který je plátcem daně, povinen podávat vedle daňového přiznání ještě tzv. souhrnné hlášení na tiskopisu vydaném Ministerstvem financí ČR.²²

Plátce daně musí podat souhrnné hlášení v případě, že:²³

- dodává zboží zahraniční osobě registrované k dani z příjmu v jiném členském státě,
- přemísťuje obchodní majetek do jiného členského státu,
- dodává zboží v rámci zjednodušeného postupu v rámci třístranného obchodu uvnitř EU, pokud je plátcem daně prostřední osoba v daném obchodu,
- poskytuje služby v jiném členském státě, mimo poskytování služby, která je v daném členském státě osvobozena od daně, osobě, jež je plátcem daně v jiném členském státě, pokud má povinnost přiznat daň příjemce služby.

²¹ *Mezinárodní spolupráce v oblasti DPH* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 10.5.2008 [vid. 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mezinarodni-spoluprace-v-oblasti-dph-3522.html>.

²² MARKOVÁ, Hana. *Daňové zákony 2015: Úplná znění platná k 1.1.2015*. Praha: Grada Publishing, 2015, s. 151-152. ISBN 978-80-247-5507-6.

²³ Tamtéž, s. 151-152.

Souhrnné hlášení je možno podat podatelně správce daně elektronickou cestou či prostřednictvím datové schránky. V tomto případě je nutné, aby byla zpráva opatřena uznávaným elektronickým podpisem.²⁴

1.2 Extrakomunitární obchod

Extrakomunitární obchod je označení pro obchod s nečlenskými (třetími) zeměmi EU. Zahrnuje dovoz a vývoz jakýchkoliv podnikatelských aktivit. Pod pojmem vývoz se skrývá výstup zboží z území EU na území země, která není členskou zemí. Místem plnění je pak místo, kde zboží opouští celní území EU. Celní území je vymezeno Celním kodexem (Nařízení Rady č.2913/92, ve znění pozdějších předpisů), jenž je základním právním předpisem týkající se vývozu zboží pro všechny členské státy EU.²⁵ Nachází se v něm definice jednotlivých druhů cel, postupy jejich vyměření a výběru a další obchodněpolitická opatření, která jsou prosazována vůči třetím zemím.²⁶ Dalším tarifním nástrojem využívaným EU při provádění společné obchodní politiky, mimo cel, jsou pak celní kvóty a celní stropy, jež se ovšem váží pouze na dovážené zboží. Jedná se u nich o množstevní omezení na určité typy importovaného zboží.²⁷

1.2.1 Režim vývoz

Při režimu vývozu se uplatňují vývozní formality pro dané zboží a uplatňují se na něj další obchodně-politická opatření a zároveň se může vybírat vývozní clo. Vývozní prohlášení podává vývozce celnímu úřadu místně příslušným k sídlu exportéra, popřípadě k místu balení a předání zboží k přepravě. Zboží může být propuštěno do režimu vývozu pouze

²⁴ *Mezinárodní spolupráce v oblasti DPH* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 10.5.2008 [vid. 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mezinarodni-spoluprace-v-oblasti-dph-3522.html>.

²⁵ Rada EU. *Nařízení č. 2913/92, celní kodex Společenství* [online]. Brusel: Rada Evropské unie, 1992 [vid. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1992R2913:20070101:cs:PDF>.

²⁶ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 131. ISBN 978-80-247-3237-4.

²⁷ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 28. ISBN 978-80-7400-128-4.

v případě, že splní požadovanou podmínku, a to že zboží opustí území EU ve stejném stavu, v jakém se nacházelo v okamžiku přijetí vývozního prohlášení.²⁸

Se zavedením bezpečnostní novely Celního kodexu vzniká vývozci povinnost poskytnout v elektronické podobě celním úřadům Unie informace o veškerém zboží, jež opustilo celní území EU. Exportér může data poskytnout dvojím způsobem, a to buď běžným způsobem – podáním celního prohlášení, nebo využitím podání samostatného výstupního souhrnného celního prohlášení. Takto poskytnuté informace slouží k provádění společné bezpečnostní rizikové analýzy.²⁹

1.2.2 Clo

Clo neboli celní poplatek je tarifním nástrojem státu, pomocí něhož získává peněžní prostředky při přechodu zboží přes celní hranici. Výběr cla a jeho kontrola je v konkrétní zemi v kompetenci celní správy a je upraveno celním zákonem.³⁰

Původně clo plnilo spíše funkci fiskální, ale s postupem let získalo i některé další funkce. Velký význam má především jeho ochranná funkce, kdy vyměřené clo zvyšuje hodnotu dováženého zboží a zároveň tak snižuje jeho konkurenceschopnost na tuzemském trhu. Nutno brát v potaz, že ovšem může vést ke snížení kvality a inovací domácích výrobců. Jeho další důležitou funkcí je regulace. Prostřednictvím cla může stát, potažmo EU, dohlížet na dovoz a vývoz určitých typů produktů, popřípadě regulovat obchod s určitým státem či skupinou států. Pomocí cla může EU také ovlivňovat svůj vlastní export. V případě, že bude využívat zvýhodněných cel vůči jiné zemi, může pak požadovat zvýhodněné clo i pro své vývozy, jež pak může být stimulem pro zvýšení výroby na území Unie. V úvahu je nutné brát i ekologickou funkci cla, kdy může stát pomocí zvýšení jeho

²⁸ *Vývoz* [online]. Celní správa České republiky, 4.7.2014 [vid. 2015-01-19].

Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/celni-rizeni/vyvoz/Stranky/default.aspx>.

²⁹ Tamtéž.

³⁰ *Clo* [online]. Celní správa České republiky, 3.7.2014 [vid. 2015-01-01].

Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/Stranky/default.aspx>.

sazby ovlivňovat výši dováženého zboží, které by mělo negativní dopad na životní prostředí.³¹

Pro zintenzivnění mezinárodního obchodu a odstraňování jeho bariér se v současné obchodní politice používá clo pouze v případech dovozu zboží. Vývozní a tranzitní clo se pak používá jen ve výjimečných případech.³²

Se zavedením Společné obchodní politiky po vstupu ČR do EU, se fiskální funkce cla transformovala. V současné době platí, že clo vybírané při přechodu zboží přes celní hranice Unie se rozděluje na dvě části. První část, čítající 80 % z částky cla, připadá rozpočtu EU a zbývající část, tedy 20 %, je příjmem státu, který výběr cla provádí.³³

Pro zjištění výše cla v konkrétních případech se používají tři odlišné metody výpočtu – metoda valorická, specifická a kombinovaná. Nejčastěji využívanou metodou je metoda valorická, při níž se clo vypočítává jako procentuální část z celní hodnoty pomocí sazeb pro určitý druh zboží určený v celním sazebníku. Metoda specifická představuje vyměření cla pomocí pevně stanovené částky za množstevní jednotku a v praxi není příliš často využívána. Nejméně využívanou metodou je pak aplikace kombinovaného cla, která se využívá spojení cla valorického a specifického. Důvodem jeho existence je odstranění vlivu kolísání cizích měn na ceny tuzemské.³⁴

1.2.3 Celní řízení

Prostřednictvím celního řízení se rozhoduje o propuštění zboží do celního režimu a provádí se tarifní a netarifní obchodně-politická a fiskální opatření, jež se k dané operaci vztahují. Během tohoto procesu je při vývozu vyčísleno a vybíráno vývozní clo a vývozní poplatky, které jsou vztaženy na zboží podléhající společné zemědělské politice. Díky zavedení Modernizovaného celního kodexu EU a s ním spojeného programu jednotného počítačového zpracování celních režimů, tzv. E-Customs, se většina celních prohlášení

³¹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 132. ISBN 978-80-247-3237-4.

³² Tamtéž, s. 133.

³³ KUTÍLEK, Ondřej. *Příjmy rozpočtu EU* [online]. Euroskop.cz, 22.5.2012 [vid. 2015-01-23]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8878/sekce/prijmy-rozpocet-eu/>.

³⁴ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 28. ISBN 978-80-7400-128-4.

podává elektronicky.³⁵ Tento program má sloužit ke zjednodušení a snížení administrativní náročnosti při celním řízení. Jeho uživatel se může rozhodnout mezi třemi variantami: e-Dovoz, e-Vývoz a NCTS (realizace tranzitu).³⁶

Celní řízení je zahájeno přijetím celního prohlášení celním úřadem, které podává celní deklarant. Údaje uvedené deklarantem v celním prohlášení musí být důvěryhodně podloženy, a to prostřednictvím dokumentů:³⁷

- vývozcem vystavená obchodní faktura na dovozce – jejím prostřednictvím se prokazují údaje o hodnotě zboží,
- certifikát o původu zboží,
- přepravní dokumenty – využívají se především k prokázání výše přepravních výloh,
- balicí list,
- popř. další účelně stanovené doklady – např. certifikáty zdravotní, veterinární aj.

Jak již bylo zmíněno, osoba, jež podává celní prohlášení, je označována jako celní deklarant. Dle zákona jím může být pouze právnická osoba se sídlem, či fyzická osoba s bydlištěm na území EU. Účastník celního řízení může podat celní prohlášení buď vlastním jménem ve vlastní prospěch, anebo může zvolit zastoupení.³⁸ Stanovení zástupce využívá účastník celního řízení v případě, pokud nemá postačující personální, finanční či odborné možnosti a znalosti, které by využil při přípravě celního prohlášení.³⁹

³⁵ *Celní řízení* [online]. Celní správa České republiky, 04.07.2014 [vid. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/o-nas/nase-ukoly/Stranky/celni-řízení.aspx>.

³⁶ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 134-135. ISBN 978-80-247-3237-4

³⁷ Tamtéž, s. 134-135.

³⁸ *Celní řízení* [online]. Celní řízení, 19.12.2014 [vid. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.celnirizeni.cz/>.

³⁹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 135. ISBN 978-80-247-3237-4.

V průběhu celního řízení se porovnává soulad mezi údaji uvedenými v dokumentech a skutečným stavem zboží. Celní orgány se ve většině případů zaměřují pouze na formální správnost dokumentů, ale příležitostně mohou přistoupit i k fyzické kontrole dodávky, která není celním zákonem důsledně vyžadována. Další fází je vyměření cla, pro jehož účely se využívá společného celního sazebníku.⁴⁰

1.2.4 Celní sazebník TARIC

Celní sazebník Taric je nástrojem EU využívaným k realizaci Celního kodexu. Taric zahrnuje všechna nařízení EU a obchodní opatření, které se uplatňují na dovážené či vyvážené zboží do EU a z ní. Mimo jiné určuje i způsob sběru, výměny a shromažďování informací o vnějším obchodě EU.⁴¹ Upravován je dle potřeb Unie vydáním Nařízení Rady EU. Systém sazebníku se odvíjí od dvou údajů, a to od číselného označení zboží a celního sazebního opatření. Taric je členěn do uzančně vžitých tříd komodit, v jejich rámci se pak jednotlivé druhy zboží dělí do kapitol a podkapitol, podle kterých je pak přidělen číselný kód, resp. číselné označení zboží. Jednotlivé komoditě je pak přiřazeno i celní sazební opatření, které může nabývat forem:⁴²

- všeobecné celní sazby,
- smluvní celní sazby,
- preferenční celní sazby, která je stanovena na základě mezinárodních smluv či podle smluv stanovených EU vůči některým státům,
- jednostranné sazby, které umožňují snížené clo u některých druhů zboží.

Největší zastoupení v Taricu mají především smluvní celní sazby, nejčastěji jsou v současnosti využívány pro obchod se Spojenými státy americkými, Austrálií, Japonskem a Novým Zélandem. Všeobecné celní sazby se uplatňují jen ve výjimečných situacích a

⁴⁰ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 135. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁴¹ *Kombinovaná nomenklatura, společný celní sazebník a integrovaný sazebník Evropských společenství (Taric)* [online]. Europa: Přehledy právních předpisů EU, 9.8.2010 [vid. 2015-01-14]. Dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/customs/111003_cs.htm.

⁴² MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 136. ISBN 978-80-247-3237-4.

používají se pouze, pokud jsou nižší než smluvní sazby, dále pokud není znám původ zboží či pokud jej není deklarant ochoten sdělit a doložit.⁴³

Původní celní sazebník ČR byl založený ve většině případů na výpočtu cla valorického. Společný celní sazebník však zahrnuje i způsob výpočtu se zahrnutím specifického cla a u některých komoditních položek využívá i výpočtu pomocí proměnlivé celní sazby, které mění svoji výši v průběhu roku vždy ke konkrétnímu datu. Zároveň se v Taricu objevuje i rozdílná výše cla, jež se váže na určitou kvótu, ať již danou množstvím či hodnotou.⁴⁴

Celní správa ČR využívá pro celní účely upravený systém Taric CZ, který vznikl spojením Integrovaného tarifu Společenství, DG Taxud (Generální ředitelství pro daně a celní unii) a databáze NIT (Národní integrovaný tarif). Taric CZ slouží jeho uživatelům pro zjištění nejen celních sazeb, ale také pro přehled sazeb DPH, omezení a zákazů plynoucí jak z unijní úpravy, tak i z úpravy národní.⁴⁵

1.2.5 Celní hodnota

Celní hodnota představuje základní parametr pro správný výpočet cla a daní. Celní zákon, který tuto problematiku řeší, vychází především z dodatku č. VII Všeobecné dohody o clech a obchodu.⁴⁶

Při vyměření celní hodnoty se využívá principu tzv. hodnoty převodní, tudíž se vychází z ceny, jež byla, případně bude skutečně zaplacená za dané zboží. Zpravidla touto cenou bývá cena uvedená na obchodní faktuře dodavatele. Princip převodní hodnoty je nejčastěji využívaným způsobem pro výpočet celní hodnoty, protože jeho aplikace je vcelku jednoduchá a rychlá. Nutno brát ovšem v potaz i jeho slabou stránku, a to možnost poměrně snadného zneužití v podobě podfakturace obchodní ceny. Pokud by měl celní úřad podezření, že je celní hodnota nesprávně stanovena, může si u deklaranta vyžádat vysvětlení. V případě, že by ani tak neměl celní úřad jistotu ohledně správnosti výpočtu

⁴³ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 136. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁴⁴ Tamtéž, s. 136.

⁴⁵ *Taric CZ* [online]. Celní správa České republiky, 16.12.2014 [vid. 2015-01-18]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/taric-cz.aspx>.

⁴⁶ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 138. ISBN 978-80-247-3237-4.

celní hodnoty, může k jejímu výpočtu využít substitučních metod uvedených v celním zákoně.⁴⁷

Substituční metody stanovení celní hodnoty:⁴⁸

- transakční hodnota stejného zboží,
- transakční hodnota podobného zboží,
- deduktivní metoda,
- metoda vypočtené hodnoty zboží,
- metoda vypočtení celní hodnoty s využitím vhodných prostředků.

Při využití metody dle hodnoty stejného zboží se využívá hodnoty transakce zboží, které bylo vyrobeno ve stejné zemi a v téže dobu, jako zboží, které je hodnoceno. Za stejné zboží se podle celního zákona považuje zboží, jež je ve všech ohledech stejné, jakožto i ve vzhledu, typických znacích a v jakosti. Drobné rozdíly se nevylučují.⁴⁹

Při aplikaci metody zboží podobného se využívá hodnoty transakce, při níž se posuzuje celní hodnota zboží, které má podobné znaky a je na něj využito obdobných materiálů tak, aby zboží mohlo plnit stejnou funkci jako zboží hodnocené. Zároveň se posuzuje značka, historie a existence ochranné známky. Pokud dojde k situaci, kdy se nalezne více než jedna hodnota transakce, pak se využije nejnižší ze všech hodnot.⁵⁰

Pokud celní správa nedojde ke zjištění celní hodnoty při využití metody zboží stejného či podobného, pak může využít metody deduktivní, jež vychází z jednotkové ceny, za kterou

⁴⁷ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 138-139. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁴⁸ *Celní hodnota* [online]. Celní správa České republiky, 26.6.2014 [vid. 2015-01-17]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/celni-hodnota/Stranky/default.aspx>.

⁴⁹ Tamtéž.

⁵⁰ Tamtéž.

se zboží stejné či podobné v největším úhrnu prodávalo v tuzemsku osobám, které nejsou ve spojení s prodávajícím.⁵¹

Celní hodnota za použití metody vypočtené hodnoty vychází ze součtu nákladů na materiál, na výrobu či produkci. Zahrnuje se do ní i určitý přiměřený zisk ve výši, kterou producenti v zemi vývozu zahrnují do prodejů stejného či podobného zboží, dále pak i přepravní náklady, které jsou s daným obchodem spojeny.⁵²

V případě, že nedojde ke stanovení celní hodnoty ani jedním z předchozích postupů, použije se metody zjištění celní hodnoty s využitím vhodných prostředků. Je tedy možné dojít celní hodnoty pomocí všech ostatních dostupných prostředků, které jsou v souladu s mezinárodními úmluvami.⁵³

1.2.6 Celní dluh

Celním dluhem vzniká konkrétní osobě povinnost zaplatit náležité clo. Dlužníkem celního úřadu je celní deklarant. V situaci, kdy se vývozce nechá v celním řízení zastoupit přímo, je pak dlužníkem osoba, v jejíž prospěch zástupce jedná. V případě nepřímého zastoupení je dlužníkem jak osoba, jež je zastoupena, tak i deklarant. Oba jsou nerozdílnými a společnými dlužníky.⁵⁴

Pro propuštění zboží do příslušného celního režimu je nutné, aby byl celní dluh zajištěn. Celní zákon připouští, že celní dluh může být zajištěn samotným dlužníkem, či jinou třetí osobou, jež se pak stává ručitelem. Míra zajištění obvykle odpovídá výši celního dluhu.⁵⁵

⁵¹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 139. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁵² *Celní hodnota* [online]. Celní správa České republiky, 26.6.2014 [vid. 2015-01-17]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/celni-hodnota/Stranky/default.aspx>.

⁵³ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 139. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁵⁴ Tamtéž, s. 141.

⁵⁵ Tamtéž, s. 139.

Dle celního kodexu může být celní dluh zajištěn následujícími způsoby:⁵⁶

- převodem hotovosti na účet celního úřadu – celní jistota, která se využije v případě neuhrazení cla v předem stanovené lhůtě,
- ručením – ručitelem může být osoba, jejíž finanční možnosti umožňují uhrazení celního dluhu, zpravidla jím bývají banky,
- zástavním právem, kdy se celním věřitelem stává stát, jehož jménem jedná příslušný celní úřad, kde bylo zástavní právo použito.

Celní záruka může být provedena v jedné z následujících variant:⁵⁷

- globální záruka – kdy celní dluh mohl vzniknout z jedné nebo několika transakcí prováděné jedním dlužníkem,
- paušální záruka – kdy celní dluh mohl vzniknout z jedné nebo několika transakcí prováděné několika dlužníky,
- individuální záruka – kdy celní dluh mohl vzniknout z jedné operace prováděné jedním dlužníkem.

První kapitola shrnuje, jakými základními pravidly se musí potenciální exportér řídit a jaké možnosti při expedici své produkce na zahraniční trhy může využít, a to jak v rámci intrakomunitárního, tak extrakomunitárního obchodu.

Sledovaná společnost Fipobex, s. r. o. nedosahuje prahové hodnoty 8 mil. Kč při vývozu ani dovozu, tedy jí není stanovena povinnost vykazovat údaje prostřednictvím systému Intrastat. Pro daňové účely podává vedle daňového přiznání k DPH i souhrnná hlášení. Při svých exportních aktivitách využívá služeb společnosti Jakob, s. r. o., která pro ni zajišťuje veškeré vývozní formality včetně balení.

⁵⁶ *Celní zákon* [online]. Zákony online, 13.2.2014 [vid. 2015-01-19]. Dostupné z: <http://zakony-online.cz/?s111&q111=256>.

⁵⁷ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 141. ISBN 978-80-247-3237-4.

2 Možnosti financování a podpora vývozu

Rozhodnutí výrobce či prodejce o vstupu na jiný než tuzemský trh s sebou může přinášet i vyšší finanční náklady, které by nemusel být schopen hradit pouze ze svých vlastních zdrojů. Pro financování může využít i zdroje cizích, které jsou častokrát uzpůsobeny přímo pro exportéry a má tak možnost čerpat i určitých podpor.

Druhá kapitola se dělí do dvou podkapitol. První část se zabývá možnostmi financování mezinárodních obchodních operací. Druhá část je zaměřena na podporu exportu, která je nabízena vývozním společností. Cílem této kapitoly je charakteristika možných alternativ pro sledovaný podnik jak v oblasti financování, tak v oblasti podpory exportu, které podnik nevyužívá.

Na financování mezinárodního obchodu se podílí celá řada subjektů, mezi které patří výrobci, exportéři, importéři a další obchodní mezičlánky. Všeobecně se nejčastěji na financování podílí komerční banky, ale ne nezbytně. V této oblasti se vyskytují i další specializované finanční instituce na soukromé, státní či na polostátní úrovni a nepřímo se na financování podílí i pojišťovny. Činné v oblasti poskytování finančních služeb jsou částečně i mezinárodní organizace. Opatření v oblasti financování exportu patří mezi nejúčinnější nástroje pro podporu vývozu a expanze firem do zahraničí.⁵⁸

2.1 Možnosti financování

Financování mezinárodního obchodu patří mezi faktory, jež obchod jako takový, významně ovlivňují. Z pohledu kupujícího se mohou stát úvěrové možnosti nabídnuté prodávajícím službou, která hraje významnou roli při výběru dodavatele, potažmo i v prodejnosti komodity na daném trhu. A právě tento aspekt pak vede ke zvyšování finanční náročnosti vývozu, k odběratelskému tlaku na prodlužování nezbytné doby

⁵⁸ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 101-102. ISBN 978-80-247-3237-4.

úvěrování a k větší konkurenci v oblasti úvěrových podmínek, protože se exportéři snaží nabídnout alespoň takové finanční služby, které je běžně ochotna nabídnout konkurence.⁵⁹

2.1.1 Úvěry v mezinárodním obchodě

Úvěrová náročnost mezinárodního obchodu je doprovázena slučováním obchodních a úvěrových vztahů a možnosti úvěrování jsou zastoupeny v pestrém měřítku. Z hlediska poskytovatele úvěru můžeme členit úvěry do několika následujících základních skupin.

Dodavatelský úvěr

Dodavatelský úvěr uděluje vývozce svému odběrateli zpravidla při dodávce zboží či služby. Podmínky úvěru jsou zakotveny v kupní smlouvě, popřípadě v jiném smluvním ujednání. Podmínky úvěru se mohou lišit v závislosti na časovém horizontu. Při krátkodobé variantě zpravidla leží celá tíže úvěru na dodavateli. Při střednědobém či dlouhodobém typu pak často požaduje exportér po odběrateli uhrazení určitého podílu sjednané částky před či při uskutečnění dodávky.⁶⁰

Sjednaný úrok za poskytnutý úvěr může být započten do ceny zboží, nebo může být počítán zvlášť a nemusí odrážet situaci na finančním trhu.⁶¹

Dodavatelský úvěr především v krátkodobé variantě je pro sledovanou společnost Fipobex, s. r. o. nejčastěji využívanou alternativou při financování jejích vývozních aktivit.

Úvěr poskytnutý odběratelem

Úvěr poskytnutý odběratelem je v současnosti využíván spíše výjimečně. Spíše je možné setkat se s tímto typem úvěru ve formě platby předem. Jeho použití je preferováno kupříkladu při dodání specifického druhu zboží, popřípadě při dodávce na rizikové trhy.

⁵⁹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 101. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁶⁰ Tamtéž, s. 102.

⁶¹ Tamtéž, s. 102.

Častěji je možné setkat se s tzv. akontací čili částečnou platbou předem, která se často využívá při kontraktech uzavíraných na zakázku či při realizaci větších projektů.⁶²

Zprostředkovatelský úvěr

Zprostředkovatelský úvěr je poskytován zejména krátkodobě určitými typy zprostředkovatelů, jako jsou kupříkladu dohodci či komisionáři. Tito zprostředkovatelé mají zpravidla dobré informace o obou stranách a o celém průběhu obchodu, mohou tak zasáhnout v potřebnou chvíli. Zprostředkovatelský úvěr bývá však obvykle dražší variantou úvěrování.⁶³

Bankovní úvěr

Bankovní úvěr se stává stále častěji využívanou variantou úvěrování mezinárodních transakcí zboží a služeb. Jeho čtenější užití je podníceno především faktem, že dochází k oddělení úvěrového vztahu od transakce, na kterou je financování využito. Odběratel pak nemůže oddalovat ani se vyhýbat plnění své části smlouvy, protože podmínky úvěru a podmínky smlouveného kontraktu jsou zakotveny v různých smluvních ujednáních. Výhodou úvěru bankovního je zároveň i účinnější zajištění jeho návratnosti, než jaké je zpravidla běžné u dodavatelského úvěru.⁶⁴

V praxi je možno setkat se s různými typy bankovních úvěrů, například:⁶⁵

- exportní odběratelský úvěr často vázaný na konkrétní obchodní operaci, který poskytuje banka země vývozce zahraničnímu odběrateli, a to buď přímo, nebo prostřednictvím banky odběratele na pořízení větších zakázek, jako např. strojů, investičních celků apod.,

⁶² MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 102. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁶³ WINTER, Jan. *Kdo vám půjčí v mezinárodním obchodě* [online]. *Měšec.cz*, 06.09.2006 [vid. 2015-10-26]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/clanky/kdo-vam-pujci-v-mezinarodnim-obchodu/>.

⁶⁴ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 103. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁶⁵ Tamtéž, s. 103.

- mezibankovní úvěrová ujednání – tzv. mezibankovní úvěrové linky – je sjednána celková hodnota úvěru, účel a způsob čerpání, splatnost, výše úrokové sazby a úvěr nemusí být svázán s konkrétní obchodní operací. Může být uzavírán s charakterem podpory exportu pro přijímající zemi, která má možnost poskytnuté prostředky využít na financování exportních činností jejích výrobců do země banky poskytující úvěr, a zároveň tento druh úvěru může poskytovat příznivější podmínky než jeho alternativy na finančních trzích,
- syndikované úvěry – jsou využívány při úvěrování projektů vyžadující velké finanční obnosy, které přesahují úvěrovou kapacitu jednotlivých bank. Syndikované úvěry jsou poskytovány skupinou bank, tzv. syndikátem, v jejichž čele stojí vedoucí aranžér, který sám poskytuje část úvěru a zbytek obstarává u jiných bank.

Vládní úvěry

Vládní úvěr bývá využíván jako nástroj pro hospodářskou pomoc. Poskytuje ho vláda vyspělejší země vládě či veřejné instituci rozvojové země. Může být sjednán na základě mezivládního ujednání nebo jako součást dohody o hospodářské spolupráci. Pro zemi přijímající představuje tento typ úvěru možnost získat finanční prostředky za výhodnějších podmínek, než jaké nabízí dodavatelský či bankovní úvěr. Pro zemi poskytující úvěr může sloužit jako nástroj podpory exportu. Obvykle bývá část úvěru sjednána ve formě nevratné pomoci – daru.⁶⁶

Úvěry mezinárodních organizací

Úvěry mezinárodních organizací jsou jedním z nejvýznamnějších nástrojů pro financování hospodářské pomoci rozvojovým a tranzitivním ekonomikám. Přímé financování zabezpečuje především tzv. skupina Světové banky, tedy Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj (IBRD) a také její dceřiné společnosti Mezinárodní asociace pro rozvoj (IDA) a Mezinárodní finanční korporace (IFC). Úvěry zmíněných organizací jsou poskytovány

⁶⁶ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 104. ISBN 978-80-247-3237-4.

zejména na financování rozvojových projektů členských států, a to kupříkladu v oblasti dopravy, energetiky, zemědělství, ekologie atd.⁶⁷

IBRD – jejím původním cílem bylo pomoci poválečné rekonstrukci světové ekonomiky, současným cílem je společně s IDA snížení celosvětové chudoby a zlepšení životních standardů. Poskytuje úvěry středně bohatým a úvěruschopným chudším zemím.⁶⁸

IDA – uděluje bezúročné půjčky nejchudším zemím, které financuje z příspěvků bohatších zemí.⁶⁹

IFC – poskytuje půjčky, které korespondují s hlavním cílem organizace, tedy s podporou rozvoje soukromého sektoru v rozvojových zemích.⁷⁰

Při čerpání prostředků získaných od skupiny Světové banky panuje přísná kontrola a dbá se na splnění předem stanovených podmínek. Zároveň se společně s realizací takovýchto projektů v přijímající zemi váží i opatření v oblasti hospodářské politiky, která mají zajistit návratnost vložených prostředků. Opatření mají sloužit i k motivaci dalších subjektů k podílení se na daném projektu.⁷¹

Pomoc rozvojovým zemím ve formě úvěru od skupiny Světové banky je poskytována vládám, veřejným institucím a bankám členských zemí. O zakázky pro dodání zboží a služeb pro takto financované rozvojové projekty se mohou ucházet pouze firmy z členských zemí zmíněných organizací a mohou tak čerpat finanční prostředky plynoucí od mezinárodních organizací.⁷²

Úvěry pro rozvojové projekty však neposkytuje pouze skupina Světové banky, ale i další mezinárodní organizace, např. Meziamerická rozvojová banka, Asijská rozvojová banka,

⁶⁷ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 104-105. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁶⁸ KALÍNSKÁ, Emílie a Ludmila ŠTĚRBOVÁ. *Mezinárodní obchod*. Praha: Oeconomica, 2007, s. 113. ISBN 978-80-245-1299-0.

⁶⁹ Tamtéž, s. 113.

⁷⁰ Tamtéž, s. 113.

⁷¹ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 104. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁷² Tamtéž, s. 104.

dále pak ČR teritoriálně bližší Evropská banka pro obnovu a rozvoj, Evropská investiční banka a jiné.⁷³

Jak úvěry mezinárodních organizací, tak vládní úvěry slouží především pro financování hospodářské pomoci a podnikům mohou sloužit až zprostředkovaně ve formě podpory exportu.

Startup

Jednu z dalších možností financování je možné spatřovat v tzv. startupu. Jedná se o začínající firmu či projekt, jež má nízké počáteční náklady a předpoklad vysoké rentability. Díky předpokladu rychlého růstu takového projektu je nutné mít zajištěný potřebný kapitál. Jeho financování je možné obstarat s pomocí bankovních úvěrů, které ale banky takovýmto druhům podniků však nechtějí často poskytovat.⁷⁴

Dalším způsobem, jak zajistit zdroje pro startup, je využití tzv. *business angels*. *Business angels* jsou lidé, kteří disponují určitým finančním kapitálem a mají již zkušenosti s podnikáním v oboru. Investor poskytne své zdroje výměnou za podíl ve firmě, což však sebou může přinést riziko spojené s ovládním firmy.⁷⁵

Další alternativou financování je vstup startupu do tzv. inkubátoru, který může projektu poskytnout potřebné zázemí, včetně poradenství a finančních prostředků. Inkubátory v ČR lze nalézt přidružené k vysokým školám. Vstup do inkubátoru je ve většině případů podmíněn určitými požadavky či soutěží.⁷⁶

Startupy se rozšiřují po celém světě, a proto se i ČR rozhodla vytvořit fond, který by sloužil jako podpora pro začínající podnikatele. Dne 12.10.2015 vláda schválila návrh na založení Národního inovačního fondu, který by měl začít fungovat od roku 2017. Jeho hlavním cílem bude podpora vybraných projektů pomocí kapitálového vstupu, nikdy však

⁷³ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 104. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁷⁴ *Co je to Startup?* [online]. Letsgood.com, 1.6.2014 [vid. 2015-11-12]. Dostupné z: <http://letsgood.com/src/data/startups.pdf>.

⁷⁵ Tamtéž.

⁷⁶ Tamtéž.

tento fond nebude jediným investorem pro začínající projekty. Část financování bude muset nést i soukromý investor.⁷⁷

2.1.2 Tradiční metody a nástroje financování

I přes fakt, že subjekty mají možnost využít financování svých vývozních aktivit pomocí různých institucí nabízejících příznivější podmínky, nesou ve většině případů značnou tíhu úvěrové náročnosti samy. Nemohou však tak činit na úkor vlastních finančních zdrojů, protože by tím ohrozily svou vlastní likviditu. Jejich konkurenceschopnost je často spojená s faktem, zda a za jakých podmínek jsou schopny získat finanční zdroje pro financování svých přeshraničních aktivit. Z hlediska časového můžeme rozdělit metody financování do dvou základních kategorií, a to do krátkodobého a dlouhodobého horizontu.⁷⁸

2.1.2.1 Metody krátkodobého financování

Ve své podstatě se metody krátkodobého financování mezinárodních obchodních činností příliš neliší od metod využívaných pro potřeby financování obchodů tuzemských. Rozdíly se projevují v konkrétních případech v závislosti na platných právních předpisech, institucionálních zvláštностech, popřípadě na zvyklostech konkrétní země. Specifika použitých metod se projevují zejména ve vztazích mezi kupujícím a prodávajícím, a to nepřímou v dohodnutých podmínkách obchodu, v platebních podmínkách, ve sjednaných dokumentech, požadovaných zárukách apod.⁷⁹

Kontokorentní úvěr

Jedná se o typ úvěru, který poskytuje banka svým klientům majícím založený kontokorentní účet. Představuje pro klienty možnost čerpat ze svého účtu až do debetních částek, které jsou zpravidla omezeny určitým limitem. Účet tedy může vykazovat jak kreditní, tak debetní zůstatek, úrok se následně vypočítává dle skutečného stavu účtu.

⁷⁷ *Vláda dala zelenou návrhu MPO na vznik fondu na podporu startupů* [online]. Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 12.10.2015 [vid. 2015-11-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/vlada-dala-zelenou-navrhu-mpo-na-vznik-fondu-na-podporu-startupu-69802.html>.

⁷⁸ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 105. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁷⁹ Tamtéž, s. 106.

Výhodou je vysoká flexibilita a operativnost pro využití úvěru. Daný typ úvěru mohou vývozci využívat k překlenutí krátkých platebních termínů.⁸⁰

Eskont směnek

Eskont směnek se řadí mezi tradiční nástroje financování exportu. Jedná se o odkup směnek bankou před datem jejich splatnosti. Aby mohla banka takovouto směnku odkoupit, musí být směnka vystavena s jinou dobou splatnosti než na viděnou a musí představovat úvěrový nástroj. Směnky akceptované odběratelem mohou být předloženy bance k eskontu, ta pak po zvážení bonity odběratele může doposud nesplatnou směnku eskontovat a po stržení diskontu poskytnout příslušnou částku svému klientovi.⁸¹

Dokumentární akreditiv

Dokumentární akreditiv má funkci platební a zajišťovací. Jedná se o písemný závazek banky vystavený na základě žádosti klienta, že poskytne určité plnění v případě, že příjemce akreditivu splní do konkrétního termínu požadavky stanovené příkazcem.⁸²

Exportérovi, jemuž banka poskytuje plnění z akreditivu, skýtá tento platební prostředek určité možnosti – spolehlivý vývozce může totiž na jeho základě získat úvěr sloužící na předfinancování obchodu, a to již v okamžiku, kdy je akreditiv otevřen. Avšak tento nástroj má i svou nevýhodu - vyšší náklady oproti běžným nástrojům.⁸³

Zálohování exportních pohledávek

Zálohu na exportní pohledávky mohou udělit banky vývozcům na nesplacené pohledávky. Jedná se však většinou pouze o určitou procentuální část pohledávky. Dodavatel/exportér zůstává nadále dlužníkem banky a nese veškerá rizika spojená se zahraničním úvěrovým

⁸⁰ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 106. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁸¹ Tamtéž, s. 106.

⁸² *Dokumentární platby* [online]. Česká exportní banka, 20.5.2015 [vid. 2015-10-16]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/produkty-trade-finance/dokumentarni-platby/>.

⁸³ MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing: [strategické trendy a příklady z praxe]* [online]. 4. vyd. Praha: Grada, 2015, s. 194 [vid. 2015-12-06]. ISBN 978-80-247-5366-9. Dostupné také z: <https://books.google.cz/books?id=OaP0BQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Mezin%C3%A1rodn%C3%AD+marketing:+strategick%C3%A9+trendy+a+p%C5%99%C3%ADklady+z+praxe&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKewj-h8jZjcjJAhXJWSwKHecQCIMQ6AEIGzAA#v=onepage&q&f=false>.

vztahem – např. riziko nezaplacení odběratelem, rizika politická aj. Určité riziko podstupuje i banka, proto posuzuje bonitu dodavatele i odběratele a často vyžaduje vhodné zajištění zahraniční pohledávky. Nákladem na tento druh financování je úrok, odměna bance za provedení transakce. Celková částka může být pak ještě navýšena o výdaje na zajištění pohledávky.⁸⁴

Půjčky na finančním trhu

Krátkodobé půjčky na finančním trhu, které mají splatnost do dvanácti měsíců, je většinou možné získat s pevnými úrokovými sazbami. Daný zdroj financování je dostupný především velkým podnikům, korporacím, jež si mohou dovolit značný hodnotový rozsah potřebný pro aktivitu na finančních trzích. Znamé a velké společnosti mají možnost se na trh obracet přímo. Menší společnosti musí pro tyto transakce využívat služeb své banky, která jim zároveň zprostředkovává garanci. Úroková sazba se při těchto obchodech pohybuje pod úrovní, které může dosáhnout při úvěru bankovním. Pro exportní podniky je výhodnější získat úvěr v měně, ve které očekává výnos z exportu, jelikož se tímto krokem zajišťuje i vůči kurzovému riziku.⁸⁵

Pro sledovanou společnost Fipobex představuje běžnou praxi využívání kontokorentního úvěru. Ostatní alternativy prozatím využila jen zřídka, v případě dokumentárního akreditivu nebo půjček na finančním trhu ještě nikdy.

2.1.3 Metody střednědobého a dlouhodobého financování

Střednědobé a dlouhodobé metody obstarávání finančních zdrojů jsou ve většině případů vázány na konkrétní obchodní operace. Rámcové financování si pak mohou dovolit pouze velké podniky se snadným přístupem na finanční trhy, a i tak je tak činěno pouze ojediněle.⁸⁶

S financováním v delším časovém rámci je spojena i vysoká rizikovitost. Právě z tohoto důvodu se všichni partneři podílející se na financování snaží o získání určitých jistot

⁸⁴ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 107. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁸⁵ Tamtéž, s. 107.

⁸⁶ Tamtéž, s. 108.

úhrady dluhu, např. pomocí pojištění, krytím pohledávek bonitními cennými papíry, ručením apod.⁸⁷

V polovině minulého století se u tržních ekonomik začal rozvíjet trend využívání národních systémů pro financování a pojišťování exportních úvěrů. Ačkoliv se v posledních letech vyvíjí tendence k přímému financování na finančních trzích, zastává tento zdroj stále významnou roli. Značný podíl na jeho čteném využití tvoří i fakt, že se rozvíjí skrze státní podporu, a díky ní zastává funkci jednoho z hlavních nástrojů podpory exportu.⁸⁸

Národní systémy financování exportních úvěrů se státní podporou

Jedná se o součást hospodářské politiky státu. Určitá podoba státní podpory exportu se vyskytuje téměř v každé tržní ekonomice, ovšem její forma se liší země od země. Kupříkladu jedna z jejích obměn může mít podobu přímého přidělování prostředků na financování a refinancování exportních úvěrů specializovaným finančním institucím, tzv. agenturám pro vývozní úvěry. V jiné podobě se může jednat o zajišťování preferenčních podmínek pro financování úvěrů oproti podmínkám na finančním trhu. Právě rozdíly v těchto obměnách výrazně ovlivňují konkurenceschopnost účastníků mezinárodního obchodu. Zpravidla dané systémy financování zahrnují jak úvěry dodavatelské, tak i bankovní, popřípadě i některé jiné bankovní instrumenty.⁸⁹

V ČR se na financování exportních úvěrů sice podílí komerční banky, ale největší podíl představuje Česká exportní banka (ČEB). Vzhledem k tomu, že se k financování exportní úvěrů většinou váže i pojištění, jež omezuje rizika daného úvěrového vztahu, angažuje se v ČR na pojistných službách v dané oblasti Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. (EGAP).⁹⁰

⁸⁷ MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 108. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁸⁸ Tamtéž, s. 108.

⁸⁹ Tamtéž, s. 108.

⁹⁰ Tamtéž, s. 108.

Střednědobé a dlouhodobé půjčky na finančním trhu

Tato metoda představuje poměrně moderní nástroj pro financování a jeho možnosti vzrůstají společně s rozvojem finančních trhů. Vhodným nástrojem jsou pro financování větších projektů např. pro vývoz investičních celků, stavebních prací apod. Tento postup mají možnost využívat především velké společnosti s dobrým postavením na trhu a s dobrým jménem, dále pak banky, vlády či vládní instituce.⁹¹

Úroková sazba se pravidelně, nejčastěji v půlročním intervalu, upravuje podle situace na trhu, a to na základě některé z referenčních úrokových sazeb. Nad danou úrokovou sazbou se ještě dále stanovuje marže, jejíž výši ovlivňuje bonita dlužníka.⁹²

2.2 Podpora exportu

Snad každá tržní ekonomika má zájem, aby zboží produkované na jejím území bylo v zahraničí žádané a konkurenceschopné. Právě z tohoto důvodu jsou zřizovány různé organizace, jež se zabývají podporou vývozu. Exportní společnosti pak mohou využívat jejich služeb a získat tak lepší konkurenční postavení na světových trzích s různými komoditami. Může se jednat o podporu exportu ze strany EU, či ze strany ČR.⁹³

2.2.1 Podpora exportu ze strany EU

Přestože proexportní politika není zakomponována ve společné obchodní politice, snaží se EU nějakým způsobem motivovat a podporovat své výrobce k exportní aktivitě. Jedním ze způsobů, jak může export ovlivňovat, je právě samotné provádění společné obchodní politiky. Tím, že EU zastupuje 28 států, získává silnou vyjednávací pozici, kterou může zhodnotit při sjednávání obchodních podmínek se třetími zeměmi. Dále pak může exportérům přispět svou existencí i sama Unie, protože slouží jako základní zdroj informací o obchodu. Na stránkách Evropské komise si mohou vývozci z členských a

⁹¹MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 108. ISBN 978-80-247-3237-4.

⁹² Tamtéž, s. 108.

⁹³ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 167. ISBN 978-80-7400-128-4.

kandidátských zemí skrze tzv. Databázi tržního přístupu dohledat informace o obchodních podmínkách třetích zemí.⁹⁴

Za další možnost podpory exportu lze považovat přímé nebo vývozní podpory poskytované zemědělským výrobcům v EU, které jsou financovány v rámci realizace společné zemědělské politiky. Skrze tuto podporu hradí zcela nebo částečně prezentaci či šíření informací o zemědělských produktech v nečlenských zemích, kupříkladu prostřednictvím konání výstav či veletrhů.⁹⁵

Další formou podpory ze strany EU je i čerpání prostředků ze strukturálních fondů EU prostřednictvím vyhlášených operačních programů. Tento druh programů je spojen s podporou malého a středního podnikání a může být využit i na reklamní činnosti a prezentaci firem v zahraničí.⁹⁶

2.2.2 Podpora exportu ze strany ČR

Jak již bylo nastíněno, proexportní politika je ponechána v pravomoci organizací na národní úrovni, a proto jsou za tímto účelem v ČR založeny organizace, které se zabývají podporou exportu. Mohou se vytvářet jak na úrovni státní, tak i mimostátní – soukromé.⁹⁷

2.2.2.1 Státní podpora exportu

Podpora exportu na státní úrovni je v ČR zabezpečována skrze ústřední orgány, tedy Ministerstvem průmyslu a obchodu, Ministerstvem zahraničních věcí a Ministerstvem financí. Vyjma ministerstev se na pomoci v oblasti exportu podílí i specializované státní a polostátní instituce. Jedná se o společnosti EGAP, ČEB, CzechTrade, CzechInvest a Česká centra.⁹⁸

⁹⁴ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 167. ISBN 978-80-7400-128-4.

⁹⁵ Tamtéž, s. 168.

⁹⁶ Tamtéž, s. 168.

⁹⁷ Tamtéž, s. 169.

⁹⁸ Tamtéž, s. 169-170.

Jedním z možných důvodů existence státních organizací působících v oblasti podpory vývozu je zabezpečení rovné příležitosti k přístupu k jejich službám. Tímto způsobem se stát snaží podporovat export všech druhů podniků, ne pouze ty velké, které mají dostatek finančních prostředků na obstarání daných služeb i na úrovni mimostátní. Ačkoliv i u státních organizací jsou některé služby zpoplatněny, tak účtované částky mají charakter spíše symbolický, protože celkové náklady na dané služby nepokryjí.⁹⁹

Státem podporované vývozy se řídí souborem pravidel OECD a EU z důvodu, aby byla zajištěna rovnost v rozsahu státní podpory pro vývozce v jednotlivých zemích. Díky nim nemůže vývozce z jedné země získat konkurenční výhodu před vývozcem z jiné země jen skrze rozsah státní podpory. Rozhodujícím faktorem pro odbyt jeho výrobků zůstává pouze kvalita a cena jeho zboží a služeb.¹⁰⁰

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. (EGAP)

EGAP je akciovou společností ve vlastnictví českého státu, jejíž hlavní úlohou je pojištění proti tržně nezajistitelným teritoriálním a komerčním rizikům. Základní kapitál činí 1,3 mil. Kč a svou činnost zahájila společnost roku 1992.¹⁰¹

Státní podpora zprostředkovaná skrze EGAP spočívá v ručení státu za závazky, které plynou z uzavřených pojistných smluv. Představují standardní proexportní nástroj, jenž je využíván ke stimulaci zahraničního obchodu ve všech vyspělých státech. V praxi se podpora projevuje tak, že EGAP svými službami v oblasti pojišťovnictví zaplňuje mezeru na trhu, na níž nemají soukromé pojišťovací organizace postačující kapacitu.¹⁰²

Česká exportní banka, a. s. (ČEB)

Jedná se také o státem vlastněnou akciovou společnost, jejíž náplň představuje zvýhodněné financování českého vývozu, ovšem v mezích stanoveným mezinárodně schválenými

⁹⁹ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 171. ISBN 978-80-7400-128-4.

¹⁰⁰ *Státní podpora exportu* [online]. EGAP - Pojišťujeme český export, 2015 [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/informace/statni-podpora-exportu/index.php>.

¹⁰¹ MACBEAN, Alasdair. *Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies*. London: Frank Cass Publishers, 2000. ISBN 978-0-714-65034-0.

¹⁰² *Státní podpora exportu* [online]. EGAP: Pojišťujeme český export, 2015 [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/informace/statni-podpora-exportu/index.php>.

normami.¹⁰³ Poskytuje vývozní úvěry a finanční služby související s vývozem za příznivějších podmínek, než jaké jsou dostupné na trhu. Zvýhodnění se projevuje především v době splatnosti závazků a výši úrokových sazeb.¹⁰⁴ Podmínkou pro získání exportního úvěru u ČEB je pojištění rizik u EGAP.¹⁰⁵

Zdroje pro zvýhodněné financování získává ČEB zejména z operací na finančních trzích a její případné ztráty jsou kompenzovány prostřednictvím dotací ze státního rozpočtu.¹⁰⁶ Do hlavních produktů spadají vývozní úvěry – dodavatelský, odběratelský, refinanční, přímý, nepřímý – ať už se jedná o krátkodobý horizont (do dvou let), anebo o středně- či dlouhodobý horizont (splatnost vyšší než dva roky). Mezi její další produkty patří předexportní financování, neplatební záruky za závazky vývozce, úvěry na financování investic českých právnických osob v zahraničí a jiné nástroje státní podpory, kupříkladu dotování části nákladů na úrok či úvěry sloužící pro financování průzkumu trhu.¹⁰⁷

Česká agentura na podporu exportu CzechTrade

CzechTrade je příspěvkovou organizací Ministerstva průmyslu a obchodu¹⁰⁸ a představuje instituci, která slouží jako informační centrum pro české exportéry. Její zdroje jsou částečně tvořeny příjmy plynoucími od Ministerstva průmyslu a obchodu a částečně tržbami z prodeje svých služeb a publikací. Náplní činnosti organizace je vytváření analytických zpráv a statistických analýz zahraničního obchodu, dále pak široká makroekonomická studie trendů a vývoje ve světové ekonomice a ekonomik obchodních

¹⁰³ MACBEAN, Alasdair. *Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies*. London: Frank Cass Publishers, 2000. ISBN 978-0-714-65034-0.

¹⁰⁴ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 170. ISBN 978-80-7400-128-4.

¹⁰⁵ MACBEAN, Alasdair. *Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies*. London: Frank Cass Publishers, 2000. ISBN 978-0-714-65034-0.

¹⁰⁶ Tamtéž.

¹⁰⁷ ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. Století*. Praha: Grada, 2013, s. 240. ISBN 978-80-247-4694-4.

¹⁰⁸ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 170. ISBN 978-80-7400-128-4.

partnerů.¹⁰⁹ Pro vykonávání své činnosti disponuje 45 zahraničními pobočkami ve 48 zemích světa.¹¹⁰

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest

CzechInvest je příspěvkovou organizací podřízenou Ministerstvu průmyslu a obchodu. Její činností je posílení konkurenceschopnosti ČR skrze podporu malých a středních podniků, podnikatelskou infrastrukturu, inovace a opatrování investic z výrobní sféry, strategických služeb a technologických center. CzechInvest zabezpečuje celou oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu, a to jak z prostředků čerpaných ze státního rozpočtu, tak i z fondů EU. Dále pak tato agentura představuje ČR v zahraničí jako území vhodné pro příliv zahraničních investic a podporuje české společnosti k zapojování do dodavatelského řetězce mezinárodních firem.¹¹¹

Česká centra

Česká centra jsou nezávislou příspěvkovou organizací Ministerstva zahraničních věcí. Příčinou zřízení těchto center je prezentace ČR v zahraničí, a to zejména v oblasti obchodu, kultury a cestovního ruchu.¹¹² V současné době je možné po celém světě najít 23 jejich poboček.¹¹³

2.2.2.2 Nestátní podpora exportu

Nestátní podpora exportu je zajišťována především prostřednictvím činností Hospodářské komory ČR, KUPEG úvěrové pojišťovny, a. s., Asociací exportérů, České podnikatelské

¹⁰⁹ MACBEAN, Alasdair. *Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies*. London: Frank Cass Publishers, 2000. ISBN 978-0-714-65034-0.

¹¹⁰ *Zahraníční kanceláře agentury CzechTrade* [online]. CzechTrade, 9.5.2015 [vid. 2015-12-06]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/>.

¹¹¹ *O CzechInvestu* [online]. CzechInvest, 2015 [vid. 2015-10-22]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>.

¹¹² FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraníčně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 171. ISBN 978-80-7400-128-4.

¹¹³ *Sít' českých center* [online]. Česká centra, 2010 [vid. 2015-10-23]. Dostupné z: <http://www.czechcentres.cz/o-nas/sit-cc/>.

reprezentace při EU, Svazu průmyslu a dopravy apod.¹¹⁴ Pro sledovaný podnik může být velice zajímavá Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR.

Rozdílem od její státní alternativy je fakt, že vlastnictví spočívá v rukou soukromých subjektů a její služby, jako je například sjednávání obchodních kontraktů, propagace českých výrobků, zjišťování informací o partnerských zemích, jsou zpoplatněny. Společnosti se mohou na podporu exportu orientovat zcela, nebo pouze částečně.¹¹⁵

Hospodářská komora ČR (HK ČR)

HK ČR zastupuje podnikatelskou veřejnost a hájí zájmy různorodých podniků v ČR, které jsou sdruženy v regionální síti komor a v živnostenských společnostech.¹¹⁶ Předmětem její činnosti je podpora všech podnikatelských oblastí vyjma zemědělství, potravinářství a lesnictví. Posláním HK ČR je formovat nové příležitosti pro podnikání, napomáhat a zasazovat se o opatření, jež přispívají k rozvoji podnikání v ČR.¹¹⁷

KUPEG úvěrová pojišťovna, a. s.

KUPEG úvěrová pojišťovna, a. s. byla založena v roce 2005 jako dceřiná společnost společnosti EGAP pod jménem Exportní úvěrová pojišťovna EGAP, a. s. Důvodem jejího vzniku bylo zpřísnění předpisů ze strany EU. Postupně se do vlastnictví zapojovali další spoluvlastníci, v roce 2009 získala společnost Delcredere SA NV majoritní podíl společnosti a došlo k přejmenování společnosti na současný název.¹¹⁸ Na rozdíl od její původní mateřské společnosti nespadá do úrovně státní podpory a její činnost je založena na čistě tržním principu.¹¹⁹

¹¹⁴ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 172. ISBN 978-80-7400-128-4.

¹¹⁵ Tamtéž, s. 172.

¹¹⁶ Tamtéž, s. 172.

¹¹⁷ *Hospodářská komora České republiky* [online]. Hospodářská komora České republiky, 2013 [vid. 2015-10-24]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/>.

¹¹⁸ *Historie* [online]. Kupeg, 15.2.2015 [vid. 2015-10-22]. Dostupné z: <http://www.kupeg.cz/o-spolecnosti/historie>.

¹¹⁹ FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 170. ISBN 978-80-7400-128-4.

Posláním společnosti je „*Účinná podpora obchodu kdekoliv na světě prostřednictvím schopnosti získávat a zpracovávat ty nejlepší informace.*“¹²⁰ Svým působením přebírají rizika z obchodních transakcí a přispívají k uvolňování kapitálu svých zákazníků pro růst jejich vlastního kapitálu.¹²¹

Asociace exportérů

Asociace exportérů je občanským sdružením, které seskupuje české vývozce za účelem boje za lepší podmínky pro export.¹²²

Česká podnikatelská reprezentace při EU (CEBRE)

CEBRE vznikla díky HK ČR, Svazu průmyslu a dopravy ČR a Konfederaci zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Účelem jejího založení je reprezentace a obhajoba zájmů českých podnikatelů před institucemi EU. V současnosti působí v Bruselu jako součást obchodně ekonomického úseku Velvyslanectví ČR v Belgii.¹²³

Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR

Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR byla založena roku 1990 jako zájmové sdružení výrobců skleněných a keramických výrobků, obchodních organizací, výrobců strojů, strojně technologických zařízení, servisních organizací a odborných škol. Zároveň je členem Svazu průmyslu a dopravy ČR a Glass Alliance Europe. Počet členů asociace ke konci roku 2014 byl 45.¹²⁴

Mezi hlavní činnosti asociace patří podpora a prosazování zájmů a požadavků jejích členů před orgány státní správy, organizace spolupráce mezi členy při řešení společných problémů, efektivní využívání tuzemských zdrojů surovin, vytváření databáze informací

¹²⁰ *Naše poslání* [online]. Kupeg, 2011 [vid. 2015-10-24]. Dostupné z: <http://www.kupeg.cz/o-spolecnosti/nase-poslani>.

¹²¹ Tamtéž.

¹²² FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahraničně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 172. ISBN 978-80-7400-128-4.

¹²³ *Úvodní informace* [online]. CEBRE - Česká podnikatelská reprezentace při EU v Bruselu, 2015 [vid. 2015-10-24]. Dostupné z: <http://www.cebrecz/>.

¹²⁴ *Výroční zpráva 2014* [online]. Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR, 2015 [vid. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.askpcr.cz/vyrocnizpravy/vyrocnizprava-2014/>.

sloužících pro strategické rozhodování členů, podpora při vyhledávání zahraničních partnerů, koordinace výzkumu a vývoje sklářského a keramického průmyslu prostřednictvím spolupráce s odbornými školami a pracovišti a jiné.¹²⁵

Hlavním cílem asociace je podpora konkurenceschopnosti českých výrobků sklářského a keramického průmyslu jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Snahou, jak stanoveného cíle dosáhnout, je využívání označení „Český výrobek“ garantovaný Asociací sklářského a keramického průmyslu ČR. Označení má sloužit tuzemským i zahraničním zákazníkům pro rozpoznání kvalitního českého výrobku od napodobenin a výrobků z jiných zemí.¹²⁶

Druhá kapitola se zabývá problematikou financování mezinárodního obchodu a podporou exportu. Informace obsažené v této kapitole by mohly společnosti sloužit jako doporučení při jejích dalších krocích při zintenzivnění vývozní aktivity. Fipobex v současné době čerpá jen zlomek možností, které by využívat mohla. Z možností financování využívá pouze kontokorentního úvěru a v oblasti podpory exportu není činná vůbec, ačkoliv by jí mohla být velice prospěšná.

Z forem úvěrů v mezinárodním obchodě sledovaná společnost nejčastěji využívá krátkodobé formy dodavatelského úvěru. Pouze při velkých zakázkách požaduje po odběrateli částečnou platbu předem. S bankovním ani zprostředkovatelským úvěrem se společnost doposud při realizaci vývozu nesešla. Vládní úvěry a úvěry mezinárodních organizací slouží spíše pro financování hospodářské pomoci, tedy podnikům, jako takovým, určeny nejsou. Startup představuje financování nově se rozvíjejícího podnikatelského plánu. Společnost Fipobex je již společností s tradicí, tedy pro ni by financování s využitím startupu nebylo vhodné. Z metod krátkodobého financování společnost prozatím využívá pouze kontokorentního úvěru, jiných typů nevyužívá.

Z hlediska státní podpory by společnost mohla využít služeb agentury CzechTrade, která nabízí exportní poradenství, informační servis či analýzy jednotlivých zemí. Při navazování nových obchodních kontaktů by mohla být společnosti nápomocná Česká

¹²⁵ *Výroční zpráva 2014* [online]. Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR, 2015 [vid. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.askpcer.cz/vyrocní-zpravy/vyrocní-zprava-2014/>.

¹²⁶ *Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR* [online], 2015 [vid. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.askpcer.cz/>.

centra. Při realizaci vývozu do rizikových teritorií by bylo vhodné pojištění zakázky u EGAP. Z oblasti nestátní podpory by mohla společnost využít služeb HK ČR, tedy ovšem pouze za předpokladu ukončení spolupráce s exportní společností Jakob, s. r. o. A dále pak pro zvýšení konkurenceschopnosti svých výrobků na zahraničních trzích by společnost mohla využít členství v Asociaci sklářského a keramického průmyslu. Hluběji se touto problematikou zabývá pátá kapitola.

3 Analýza odvětví a charakteristika vybraného podniku

Tato kapitola se v první části zaměřuje na charakteristiku sklářského odvětví a na vývoj jeho zahraničního obchodu. V další části se zabývá charakteristikou vybrané společnosti, podílem zahraničního obchodu na celkové produkci podniku a nejbližší konkurencí společnosti. Cílem této kapitoly je porovnání sledovaného podniku s nejbližší konkurencí a stanovení možných vyhlídek budoucnosti sklářského odvětví.

3.1 Sklářské odvětví

Sklářský průmysl je v ČR jedním z tradičních odvětví zpracovatelského průmyslu a skleněné výrobky jsou jedním z jejích hlavních vývozních artiklů. Velká část firem působících v daném odvětví se soustředí na severu Čech. Sklářství lze rozdělit do několika skupin:¹²⁷

- výroba plochého skla (zušlechtěného i nezušlechtěného),
- výroba obalového skla (lahve a skleněné obaly),
- výroba skleněných vláken,
- výroba užitkového skla,
- výroba ostatního a osvětlovacího skla (laboratorní, optické sklo a bižuterie).

Výroba a vývoz bižuterie je historicky svázán s Libereckým krajem a obzvláště pak s okolím Jablonce nad Nisou. Vývoj vývozu bižuterních polotovarů a jeho podíl na celkovém finančním objemu vyvezených skleněných výrobků lze vidět na následujícím grafu, viz Obrázek 2.

¹²⁷ *Sklářský a keramický průmysl* [online]. Rok průmyslu a technického vzdělávání, 2015 [vid. 2015-11-12]. Dostupný z: <http://www.rokprumyslu.eu/prumysl/odvetvi/sklarsky-a-keramicky-prumysl/>.



Obrázek 2: Vývoj vývozu bižuterie a jeho podíl na celkovém objemu vývozu skleněných výrobků v letech 2003-2014

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Při pohledu na vývoj vývozu skleněného zboží přes hranice ČR lze spatřit fakt, že se odvětví po vstupu ČR do EU od roku 2004 velice dařilo. Nejednalo se ovšem o jeho největší rozkvět, který zažívalo v období 90. let 20. století, kdy ČR zaujímal celosvětově první místa ve sklářské výrobě.¹²⁸ Sklářské společnosti se po privatizaci v ČR rychle postavily zahraniční konkurenci a díky vysoké poptávce po levném, ale kvalitním, českém zboží se jim i dařilo.¹²⁹

Zároveň s růstem celkové produkce ve sklářství po roce 2003 rostl i finanční objem připadající na vývoz bižuterie. Avšak vstup Číny do Světové obchodní organizace v roce 2001 způsobil narůstající levnější konkurenci v zahraničních teritoriích, která od roku 2007 začala zastiňovat českou skleněnou produkci. Velký vliv na vývoj exportu skleněných výrobků mělo i posilování české koruny vůči euru a dolaru, tedy nejvyužívanějším měnám

¹²⁸ Sektorová dohoda pro sklářský průmysl na Liberecku [online]. SKLO A KERAMIKA CZ: Průmysl skla, keramiky a porcelánu, 17.6.2015 [vid. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://www.skloakeramika.cz/aktuality-z-oboru/226-sektorova-dohoda.html>.

¹²⁹ NOVÝ, Petr. Vzlety a pády sklářského a bižuterního průmyslu v období socialismu [online]. Pražská galerie.cz: Společenství přátel Pražské galerie českého skla, 24.4.2010 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z: <http://www.prazskagalerie.cz/zpravy/z-redakce/vzlety-a-pady-sklarskeho-a-bizuterniho-prumyslu-v-obdobi-socialismu-2>.

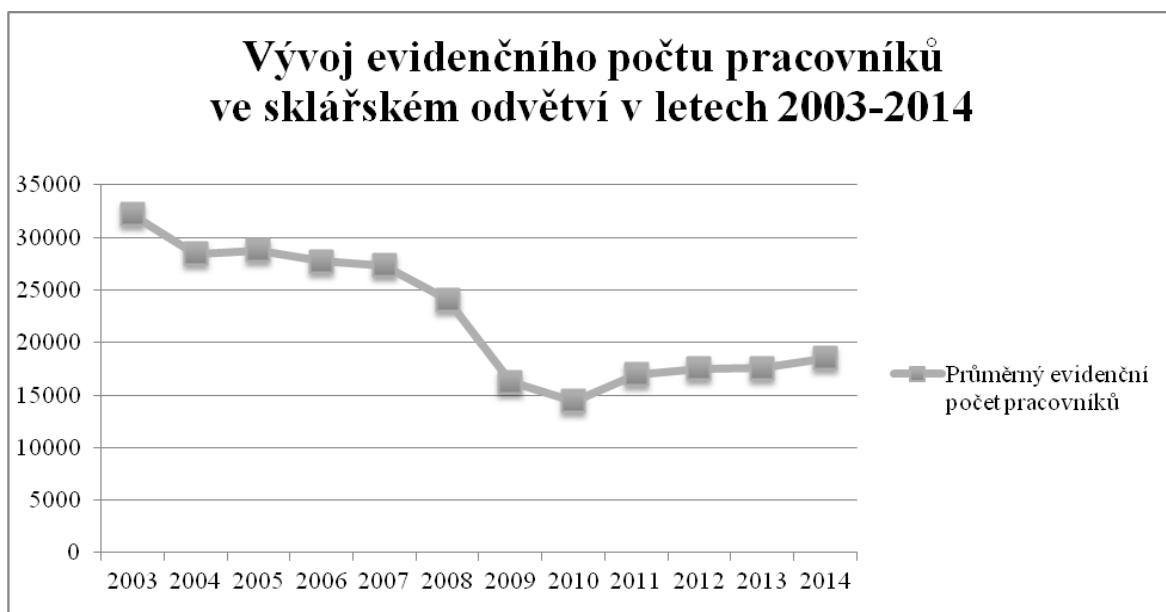
v mezinárodním obchodě. V zápětí přišla ještě světová finanční krize v roce 2008. Sklářské odvětví začalo pomalu upadat a došlo i k uzavření několika významných sklářských podniků.¹³⁰

Při srovnání vývoje vývozu sklářské produkce (viz Obrázek 2) s vývojem celkového vývozu ČR (viz Obrázek 1, str. 17) lze spatřit skutečnost, že trend vývozu dané komodity jde proti vývoji celkového vývozu, který od roku 2005, až na výkyvy v letech 2008 a 2009, stále stoupá. O zdůvodnění tohoto faktu nebyly v literatuře nalezeny žádné zmínky a zasloužilo by hlubší analýzu.

Oblast bižuterie především po roce 2008 však nesleduje stejný trend, který je možné spatřovat při vývoji celého sklářského odvětví. Její podíl na celkových částkách vývozu skla stále pomalu klesá. Příčinu tohoto faktu můžeme spatřovat ve skutečnosti, že došlo k uzavření tradičních podniků zaměřených na bižuterii. Ačkoliv se přeživší firmy po krizi začínají vzpamatovávat, jejich produkce stále nepokrývá původní nabídku pro zahraniční odběratele.

V následujícím grafu – Obrázek 3, lze sledovat vývoj počtu pracovníků působících ve sklářském odvětví v letech 2003 až 2014.

¹³⁰ *Sektorová dohoda pro sklářský průmysl na Liberecku* [online]. SKLO A KERAMIKA CZ: Průmysl skla, keramiky a porcelánu, 17.6.2015 [vid. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://www.skloakeramika.cz/aktuality-z-oboru/226-sektorova-dohoda.html>.



Obrázek 3: Vývoj průměrného evidenčního počtu pracovníků ve sklářském odvětví v letech 2003-2014

Zdroj: Výroční zprávy Asociace sklářského a keramického průmyslu 2003-2014, zpracování vlastní

V grafu – Obrázek 3 je viditelný pokles pracovníků celého sklářského odvětví od roku 2003 do roku 2010. Příčinou snižování počtu pracovníků byla opatření vyvolaná nepříznivými vnějšími podmínkami prodeje sklářských výrobků a doléhající důsledky světové finanční krize. V roce 2010 došlo poprvé po nepříznivém období pro vývoz sklářské produkce ke zvýšení vývozu sklářských výrobků, které podnítilo zvýšení počtu pracovníků v roce 2011. Tento trend lze sledovat i v dalších obdobích až do roku 2014, kdy postupně se zvyšováním produkce dochází i k nárůstu počtu zaměstnaných pracovníků ve sklářském odvětví. Ale kvůli nedostatku kvalifikovaných pracovníků je růst zaměstnanosti v daném oboru jen velmi pozvolný.

V posledních několika letech se snaží lokální firmy sklářskou tradici obnovit a zaujímat opět přední místo v tomto oboru na světových trzích. Dokonce 8. června 2015 podepsal hejtman Libereckého kraje, Martin Půta, společně s představiteli největších zaměstnavatelů, vzdělávacích institucí a Úřadu práce, sektorovou dohodu pro Liberecký kraj pro sklářský průmysl, která má podpořit znovuobnovení sklářské tradice v kraji. Tato dohoda má napomoci odstranit největší problém, který zpomaluje proces regenerace odvětví, a to nedostatek kvalifikované pracovní síly. Svého cíle chce dosáhnout

prostřednictvím užší spolupráce zaměstnavatelů, vzdělávacích institucí, představitelů Libereckého kraje a Úřadu práce. Jedná se především o podporu vzdělávání ve sklářských oborech a jejich propagace.¹³¹

Vzhledem k uzavření výše zmíněné sektorové dohody a postupné obnově sklářského odvětví je možné předpokládat pozitivnější vývoj daného odvětví v několika příštích letech v místní lokalitě i pro sledovanou společnost. České sklářské výrobky začínají být pozvolna na zahraničních trzích opět žádané díky své kvalitě i tradici. Díky této skutečnosti lze předpokládat i zvýšení příjmů plynoucích z prodeje sklářských výrobků v zahraničí.

3.2 Společnost FIPOBEX, s. r. o.

Firma FIPOBEX, s. r. o. je menší sklářský podnik nacházející v malé obci Pěňčín v okolí v Jablonce nad Nisou. Její specializace spočívá v produkci bižuterie, a to především ve výrobě skleněných perlí. Do jejích hlavních výrobních artiklů spadá výroba tyčového skla, skleněných broušených ohňových perlí, skleněných mačkaných perlí, povrchové úpravy perlí, výroba růženců a bižuterie.¹³²

Prvopočátek firmy spadá do roku 1991, kdy vystupovala ještě pod původním názvem ALPU jako rodinná firma s jedním zaměstnancem. Postupem času se zájem o její produkty rozrůstal a s ním i potřebný počet zaměstnanců, který by zvládl pokrýt poptávku. Proto se majitelé v roce 1998 rozhodli koupit současný areál a založit společnost s ručením omezením pod současným názvem FIPOBEX, který měl vyzvednout jejich zaměření – FIred POLished BEads neboli broušené ohňové perle. V současné době společnost zaujímá druhé místo dle kapacity výroby tohoto druhu výrobků v ČR a zaměstnává 20 stálých pracovníků.¹³³

¹³¹ *Sektorová dohoda pro sklářský průmysl na Liberecku* [online]. SKLO A KERAMIKA CZ: Průmysl skla, keramiky a porcelánu, 17.6.2015 [vid. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://www.skloakeramika.cz/aktuality-z-oboru/226-sektorova-dohoda.html>.

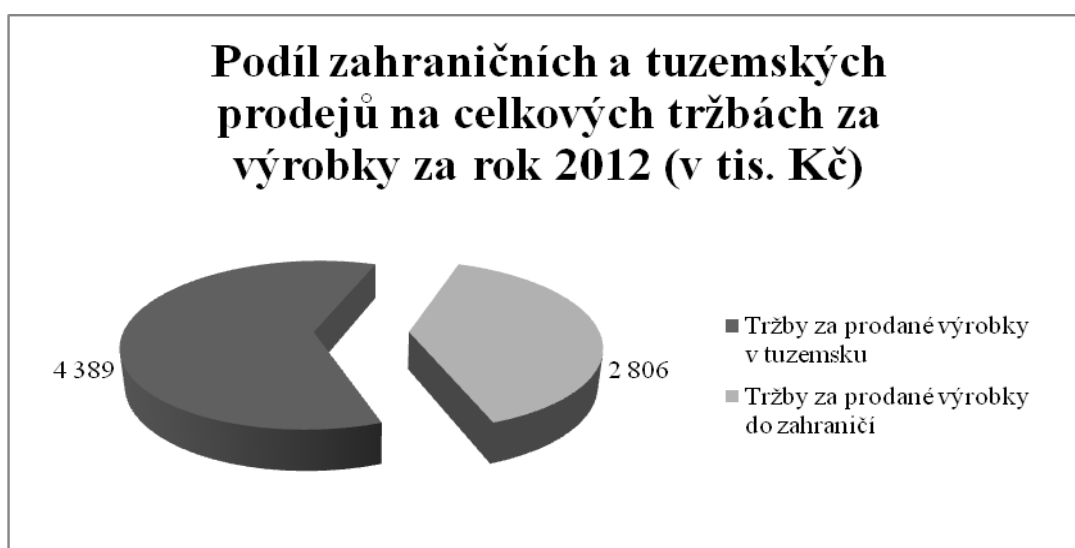
¹³² *O firmě* [online]. *Fipobex*, 2010 [vid. 2015-10-29]. Dostupné z: <http://www.fipobex.cz/cz/index.php?page=about-fipobex>.

¹³³ Tamtéž.

Pro využití kapacit areálu, ke kterému náleží i rozsáhlé travnaté pozemky, se společnost rozhodla v rámci diverzifikace podnikatelského rizika rozšířit svou činnost i o zemědělskou produkci ve formě chovu skotu. Po rekonstrukci areálu dokončené v roce 2002 se činnost společnosti rozšířila ještě o další aspekt, a to o činnosti spojené s cestovním ruchem. Fipobex nabízí prohlídky celého areálu včetně farmy a možnost projížďky motorovým vlakem po místních památkách.¹³⁴ Právě toto přidružení různorodých aktivit je možné považovat za jeden z důvodů, proč se společnost i přes krizi ve sklářském odvětví udržela na trhu a neukončila svou činnost jako mnoho jiných sklářských podniků.

3.2.1 Podíl přeshraničního prodeje na celkových tržbách

Zahraniční aktivity podniku v podobě prodeje zboží přes hranice ČR představují pro podnik významný podíl na celkových tržbách za výrobky. Dlouhodobě se tento podíl pohybuje okolo 40 %¹³⁵, přesná data pro rok 2012 a 2013 jsou zahrnuta v následujících dvou grafech, viz Obrázek 4 a 5.



Obrázek 4: Podíl zahraničních a tuzemských prodejů na celkových tržbách za výrobky za rok 2012

Zdroj: Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o., zpracování vlastní

¹³⁴ *O nás* [online]. Výletní areál Pěnčín, 2.6.2010 [vid. 2015-10-29]. Dostupné z: <http://www.vapen.cz/>

¹³⁵ Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o.

V grafu – Obrázek 4 jsou zachyceny příjmy společnosti z prodeje v tuzemsku a v zahraničí za rok 2012. Je patrné, že tuzemský odbyt tvořil větší část celkových příjmů, konkrétně 61 %. Přeshraniční obchod se podílel na celkových tržbách přibližně 39 %.



Obrázek 5: Podíl zahraničních a tuzemských prodejů na celkových tržbách za výrobky za rok 2013

Zdroj: Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o., zpracování vlastní

Graf – Obrázek 5 znázorňuje podíl tuzemských a zahraničních příjmů v roce 2013. Tuzemský prodej i v tomto roce opět tvořil větší část celkových tržeb společnosti, ačkoliv se jeho poměr oproti minulému období mírně snížil, konkrétně o necelá 2 %.

Poobdobí světové finanční krize bylo pro firmu velice znatelné, ale v posledních několika letech začíná její odbyt opět pomalu stoupat jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Na srovnání dvou po sobě jdoucích období lze spatřit skutečnost, že se zvýšily nejen celkové tržby za prodané výrobky, ale lehce i procentuální část připadající na prodej výrobků do zahraničí. V roce 2012 činily celkové příjmy 7,2 mil. Kč a z toho přeshraniční obchod tvořil přibližně 39% podíl s částkou 2,8 mil. Kč. Oproti tomu v roce 2013 činily celkové příjmy již 9,9 mil. Kč a přeshraniční prodej výrobků odpovídal přibližně 41 % celkové částky, tedy 4 mil. Kč. Obdobný trend se dle interních zdrojů předpokládá i do dalších let, ale přesná čísla dle přání společnosti nebudou v práci uváděna.

3.2.2 Konkurence společnosti Fipobex

Podhůří Jizerských hor je proslulé sklářskou tradicí, takže si i do dnešních dob zachovalo toto řemeslo značnou oblíbenost. Velká část společností zabývajících se výrobou bižuterie se soustředí do této oblasti. Z důvodu zaměření práce na Liberecký kraj spatřuje sledovaná společnost Fipobex svou největší konkurenci ve společnostech nacházejících se v teritoriálně nejbližším okolí. Nejbližší konkurencí je společnost Beadworld – Skleněná bižuterie, a. s., která sídlí jen asi necelý jeden kilometr od sídla společnosti Fipobex. Dále se pak v blízkém okolí nachází několik menších firem jako Drda Glass, s. r. o. nebo JM KORAL, s. r. o. Výčet není zdaleka kompletní, největším producentem skleněné bižuterie je společnost Preciosa Ornela, a. s., která má své sídlo v nedalekém městysi Zásadě.

Beadworld, Skleněná bižuterie, a. s.

Beadworld, Skleněná bižuterie, a. s. je společností zaměřenou na výrobu skleněných perlí a tradiční bižuterie jabloneckého typu, jež sleduje aktuální módní trendy. V její nabídce se objevují základní skleněné mačkané perle, kuličky a jiné tvary, ohňovky, ale mimo jiné i již zhotovené náhrdelníky, náramky, náušnice, brože a jiné doplňky. Prezentuje se jako největší výrobce, podle šíře sortimentu, skleněných perlí v Čechách.¹³⁶

Tato společnost vznikla v Alšovicích po roce 1948 se jménem Skleněná bižuterie, a. s. V době svého založení vystupovala jako jedna ze součástí podniku, který zastřešoval sklárny a sklářské dílny nacházejících se v okolí Jablonce nad Nisou. Od roku 2007 přestavuje své výrobky pod novou obchodní značkou Beadworld, Skleněná bižuterie, a. s.¹³⁷

V současné době se Beadworld řadí mezi podniky s dlouholetou tradicí výroby bižuterie, kterou zajišťuje přibližně 70 zaměstnanců včetně vlastních návrhářů.¹³⁸ Oproti nedalekému

¹³⁶ *O nás* [online]. Beadworld: Skleněná bižuterie, 2015 [vid. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.beadworld.cz/content/4-o-nas>.

¹³⁷ Tamtéž.

¹³⁸ Tamtéž.

Fipobexu se angažuje aktivněji v tuzemském a především mezinárodním obchodě a její obrat převyšuje výši sledované firmy přibližně 3,5 krát.¹³⁹

Drda Glass, s. r. o.

Drda Glass, spol. s r. o. je dalším z původně čistě rodinných podniků v oblasti bižuterie. Do společností nabízených artiklů spadají perle v různých úpravách, růžence a zhotovená bižuterie.¹⁴⁰ Jedinečnost spatřuje společnost ve své schopnosti udržet českou tradici na území ČR, především prezentuje skutečnost, že nepodlehla módnímu trendu vývozu technologie do zahraničí, aby dosáhla vyšších zisků, ale naopak dbá o udržení sklářského know-how v tuzemsku.¹⁴¹

Historie společnosti sahá až do roku 1924, kdy její první majitel začínal s malým rodinným podnikem. Přes veškeré nesnáze spojené s historickým vývojem ČR se tato firma opět obnovila hned po listopadových událostech v roce 1989 jako soukromá společnost s ručením omezeným a od té doby produkuje skleněné perle v rádech tun, jejichž objem je obstaráván převážně pro zahraniční klientelu. Současné sídlo společnosti se sice přesunulo z Hutí do Příšovic, ale jak výrobu, tak prodejnu si firma v obci Huť ponechala.¹⁴²

Podobně jako sledovaná společnost Fipobex se řadí do kategorie menších podniků, ačkoliv zaměstnává o něco více zaměstnanců – konkrétně 50. Ale i tak jsou tržby za prodané výrobky 1,5 krát vyšší, než jak tomu je u společnosti Fipobex.¹⁴³ Svá největší zahraniční odbytiště společnost spatřuje v zemích východní Evropy a ve Spojených arabských emirátech.¹⁴⁴

¹³⁹ *Sbírka listin: Skleněná bižuterie, a. s.* [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2015 [vid. 2015-11-03]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=217115>.

¹⁴⁰ *Drda Glass, s. r. o.* [online]. Firmy.cz, 2015 [vid. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.firmy.cz/detail/1969812-drda-glass-pencin-hut.html>.

¹⁴¹ *Drda Glass - kvalita a tradice* [online]. Drda Glass: Beads Around the world, 1.8. 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.drda-glass.cz/>.

¹⁴² Tamtéž.

¹⁴³ *Sbírka listin: Drda Glass, s. r. o.* [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=17314316&subjektId=34568&spis=562260>.

¹⁴⁴ Interní zdroje společnosti Drda Glass, s. r. o.

JM KORÁL, s. r. o.

Společnost se formovala od roku 1993 původně jako rodinný podnik, kdy majitel podnikal sám jako fyzická osoba s jedním zaměstnancem. Prvotním zaměřením byla pouze výroba mačkaných perlí a ohňovek pro jiné společnosti. Po nákupu vyspělejší technologie v roce 1999 se vlastník rozhodl pro rozšíření podniku, vznikla tak společnost s ručením omezením JM KORÁL, která se již specializovala na svou vlastní kolekci broušených perlí. I přes problémy spojené s nižším odbytem po roce 2008 společnost stále produkuje své výrobky a snaží se dále pokračovat ve sklářské tradici místního kraje.¹⁴⁵

Co do velikosti představuje JM KORÁL menší společnost než jakou je sledovaný podnik a zaměstnává okolo deseti zaměstnanců. Podle údajů dostupných na serveru Justice.cz jsou i tržby z prodaných výrobků přibližně o polovinu nižší, než jaké vykazuje sledovaná společnost.¹⁴⁶

Preciosa Ornela, a. s.

Akciová společnost Preciosa Ornela je jednou ze součástí Preciosa Group, tedy dílčím článkem společnosti, která se řadí mezi přední dodavatele strojně broušených prvků z českého křišťálu na světě.¹⁴⁷ Sídlí v městysi Zásada, kde se nachází výrobní i prodejní budova. Další firemní prodejnu lze nalézt v nedaleké obci Desná.

Mezi její produkty se řadí broušené, ohňové, voskové, lampové a dřevěné perle, které se pod značkou Traditional Glass Beads vyváží do více než 80 zemí a pěti kontinentů světa.¹⁴⁸ Svou produkcí přesahující řád miliardy a počtem zaměstnanců větším než 170 se řadí Preciosa Ornela daleko před sledovanou společností.¹⁴⁹

¹⁴⁵ *O naší firmě* [online]. JM Koral, s. r. o., 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.jmkoral.cz/2015/about.htm>.

¹⁴⁶ *Sbírka listin: JM Koral, s. r. o.* [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2014 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16754867&subjektId=17757&spis=557007>.

¹⁴⁷ *PRECIOSA GROUP* [online]. PRECIOSA, 2015 [vid. 2015-12-07]. Dostupné z: <http://www.preciosa.com/cs/firma/preciosa-group/>.

¹⁴⁸ *Produkty* [online]. PRECIOSA: Traditional Czech Beads, 2014 [vid. 2015-12-07]. Dostupné z: <http://preciosa-ornela.com/cz/produkty>.

¹⁴⁹ *Sbírka listin: PRECIOSA ORNELA, a. s.* [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=633095>.

V následující Tabulce 1 jsou shrnuty základní informace o všech zmíněných společnostech. Z důvodu nedostatku souhrnných veřejných informací zde nejsou zahrnuty údaje o tržbách jednotlivých společností.

Tabulka 1: Souhrnné informace o společnostech

Společnost	Právní forma	Sídlo	Počet zaměstnanců	Náplň výroby
Beadworld, Skleněná bižuterie	a. s.	Alšovice 156	70	perle mačkané, broušené, ohňové, ploškované
Drda Glass	s. r. o.	Příšovice 124	50	perle broušené, tvarové
JM Korál	s. r. o.	Bratříkov 69	10	perle mačkané, broušené
Preciosa Ornela	a. s.	Zásada 317	170	perle rokajlové, mačkané, broušené, ohňové, voskové, lampové, dřevěné
Fipobex	s. r. o.	Pěččín 60	20	perle mačkané, broušené, ohňové, voskové

Zdroj: Justice.cz a internetové stránky jednotlivých společností, zpracování vlastní

Za největšího konkurenta sledované společnosti dle produkce lze považovat společnost Preciosa Ornela a další v pořadí pak společnost Beadworld. Příjmy z prodeje produkce zmíněných společností mnohonásobně převyšují příjmy společnosti Fipobex. Za nejvíce podobný podnik sledované společnosti lze pokládat Drda Glass, ačkoliv v rámci zahraničního obchodu si dle zaměření na jiná teritoria až tolik nekonkurují. Společnost JM Korál považuje Fipobex za nejméně významného konkurenta.

4 Analýza vybraných odběratelských zahraničních trhů

Čtvrtá kapitola se zabývá analýzou největších zahraničních odbytišť sledované společnosti. Cílem kapitoly je poskytnout přehled o současných trendech, možných rizicích a dalších informacích o dané zemi, se kterými by měl být exportér seznámen při rozhodnutí o vývozu na dané území.

Jak již bylo zmíněno, česká bižuterie zaujímá ve světovém obchodě své čestné místo a obecný vývoj vývozu v letech 2003 až 2014 lze vidět v následující Tabulce 2.

Tabulka 2: Vývoj vývozu bižuterie do vybraných zemí v letech 2003-2014

Vývoj vývozu bižuterie do vybraných zemí v tis. Kč									
Rok	Spojené arabské emiráty	Rakousko	Německo	Francie	Hongkong	Itálie	Japonsko	Spojené státy	Nový Zéland
2003	4 925 261	88 974	131 977	157 194	959 191	301 803	279 391	806 007	3 951
2004	5 852 594	88 750	162 748	191 301	1 117 503	334 824	155 883	709 399	2 018
2005	7 193 902	100 051	199 406	238 364	1 194 262	373 670	96 499	790 443	1 861
2006	6 439 064	97 919	149 624	115 088	879 840	350 017	59 138	850 796	1 054
2007	4 904 036	113 092	127 832	87 112	868 729	277 440	57 834	523 769	1 079
2008	2 968 839	124 605	82 844	50 454	592 574	161 960	41 405	344 753	222
2009	3 020 402	319 996	67 879	56 488	475 732	141 331	46 353	258 223	526
2010	2 644 087	95 181	67 423	34 061	511 623	131 481	44 907	487 826	586
2011	2 300 678	405 737	56 690	37 461	544 267	136 427	27 668	247 282	369
2012	2 249 071	291 850	51 867	34 725	429 489	144 221	26 793	241 179	249
2013	1 892 776	325 124	54 362	35 760	374 768	187 127	35 199	271 132	287
2014	1 719 983	138 244	57 387	32 555	347 146	220 475	42 105	288 890	513
Celkem	46 110 693	2 189 523	1 210 039	1 070 563	8 295 124	2 760 776	913 175	5 819 699	12 715

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Z Tabulky 2 je zřejmé, že největšími odbytišti české bižuterie jsou Spojené arabské emiráty, Hongkong a Spojené státy americké. Svých největších částek dosahoval export v roce 2005, od toho roku se exportní produkce stále snižovala. Výjimkou je poslední sledovaný rok 2014, kdy byl zaznamenán alespoň malý nárůst v částkách exportní produkce do Německa, Itálie, Japonska, Spojených států amerických a Nového Zélandu.

Sledovaná společnost Fipobex se zaměřuje převážně na trhy EU a její zahraniční poptávka čítá každoročně přibližně 40 % vyrobené produkce. Podíly na vývozu do zahraničních

zemí jsou každý rok poměrně analogické, proto je v práci analyzován pouze rok 2013. Největším zahraničním odbytištěm pro tuto firmu je Spolková republika Německo (SRN), kam směřuje přibližně 40 % exportní produkce. Dalším významným zahraničním partnerem je Francie, která se na exportu podílí přibližně 20 % objemem. Neméně významným zahraničním trhem je pro společnost i Rakousko, kam dodává přibližně 15 % produkce připadající na export. A nejen v Evropě je česká bižuterie žádaná. Část exportní produkce je směřována i na Nový Zéland, ačkoliv příjmy plynoucí z této lokality nedosahují takových hodnot jako příjmy z trhů EU. Za rok 2013 představovala produkce dodávaná na Nový Zéland přibližně 4 % exportní produkce. Na příjmech z ostatních zemí se podílí například Polsko, Slovensko, Nizozemí, Slovinsko a Litva. Konkrétní částky, které společnosti plynuly ze zahraničních trhů v roce 2013 lze nalézt v následujícím grafu, viz Obrázek 6.



Obrázek 6: Příjmy společnosti plynoucí z exportu v roce 2013

Zdroj: Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o., zpracování vlastní

4.1 Německo

Německo je jednou z vedoucích ekonomických mocností a zaujímá přední příčky mezi světovými vývozci. Zároveň je hlavním obchodním partnerem ČR.¹⁵⁰ Na exportu ČR

¹⁵⁰ ZAMYKALOVÁ, Miroslava. *Mezinárodní obchodní jednání*. Praha: Professional Publishing, 2003, s. 67-69. ISBN 80-864-1928-2.

se Německo podílí v posledních dvaceti letech více jak 30 %, a tvoří tak nejdůležitější exportní trh pro odbyt české produkce.¹⁵¹

Vstup českých exportérů na německý trh je ulehčen nejen teritoriální blízkostí a nižšími náklady na logistiku, ale i skutečností, že oba státy jsou členy EU. Český vývozce pohybuje na trhu s jednotnými standardy, které jsou, až na národní výjimky, obdobné jako na trhu tuzemském.¹⁵² Při obchodu s Německem se díky členství obou zemí v EU jedná o vnitroujní obchod, což podmiňuje fakt, že vzájemné dodávky nepodléhají celní kontrole a ani výběru cla. Při kalkulaci exportní ceny výrobků a následném posuzování jejich konkurenceschopnosti je nutno však brát v potaz DPH nejčastěji vybíraná v místě prodeje.¹⁵³

Německý trh představuje pro ČR poměrně stabilní odbytiště produkce, ale jedná se o velice náročný trh, kde vládne silný konkurenční boj. Získat si zde konkurenční výhodu je více než vhodné. Němečtí partneři oceňují včasnost a přesnost jednání a kvalitní výrobky. Právě kvalita je klíčový faktor, který hraje významnou roli při rozhodování o uzavírání obchodních kontraktů. Kvalitu očekávají němečtí odběratelé nejen u výrobku, ale i v úrovni poskytovaných doprovodných služeb. Další faktorem pro rozhodování je cena dodávaných výrobků, která by neměla být příliš nadsazena, protože německé firmy mají dobrý přehled o cenách konkurenčních podniků a předpokládají, že výrobky českých exportérů by měly dosahovat nižší cenové úrovně, než jakou nabízejí výrobci v Německu. Zároveň však očekávají, že cena bude o něco vyšší než ta, kterou inzerují kupříkladu čínští exportéři. Vyšší cenu pak ale chtějí vykompenzovat vyšší kvalitou.¹⁵⁴

¹⁵¹ *Manuál pro exportéry – Německo* [online]. Velvyslanectví České republiky v Berlíně, 11.8.2014 [vid. 2015-11-17]. Dostupné z:

http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/informace_pro_exportery_a_investory/manual_pro_exportery_nemecko.html.

¹⁵² Tamtéž.

¹⁵³ *Německo: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-24]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nemecko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19046.html>.

¹⁵⁴ *Manuál pro exportéry – Německo* [online]. Velvyslanectví České republiky v Berlíně, 11.8.2014 [vid. 2015-11-17]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/informace_pro_exportery_a_investory/manual_pro_exportery_nemecko.html.

Rizika místního trhu

Dlouhodobé problémy, se kterými se může český exportér setkat při vstupu na německý trh, jsou především byrokratického rázu. Tyto problémy však lze rychle a bezplatně vyřešit pomocí systému Solvit, který v ČR podléhá Ministerstvu průmyslu a obchodu.¹⁵⁵ Solvit představuje síť center, jež spolupracují při řešení problémů zapříčiněných nesprávnou aplikací unijního práva ze strany správních orgánů.¹⁵⁶

Další překážkou je poměrně komplikované německé zákonodárství, především se jedná o právní normy, které upravují dovoz: požadavky na balení, hygienické předpisy, plnění norem, certifikátu aj. Často je možné setkat se s mnohem delšími lhůtami potřebnými na vyřízení administrativních záležitostí, než na jaké je český prodávající zvyklý.¹⁵⁷

Zhoršená platební morálka způsobená velkou vlnou insolventních firem, která postihla Německo v posledních několika letech, může být pro české exportéry velkou komplikací. Z tohoto důvodu by měli čeští dodavatelé dbát zvýšené opatrnosti při zajištění platby ze SRN nejen v případě nových obchodních partnerů, ale i v případě těch stávajících. Vhodným prostředkem je zjištění co nejvíce aktuálních informací o partnerově hospodářské a finanční situaci před dodávkou zboží. Takovéto informace lze získat prostřednictvím specializovaných firem jako např. Buerger, Creditreform nebo Dun&Bradstreet. Dále může být nápomocná i agentura CzechTrade¹⁵⁸, popřípadě se lze dotázat i Česko-německé obchodní a průmyslové komory.¹⁵⁹

Sledovaná společnost se však doposud nesečkala s žádným z výše uvedených rizik trhu. V Německu má stále odběratele především v Berlíně a Augsburgu, kteří si logistiku

¹⁵⁵ *Německo: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-24]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nemecko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19046.html>.

¹⁵⁶ *Co je SOLVIT?* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 24.4.2008 [vid. 2015-11-23]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument43862.html>.

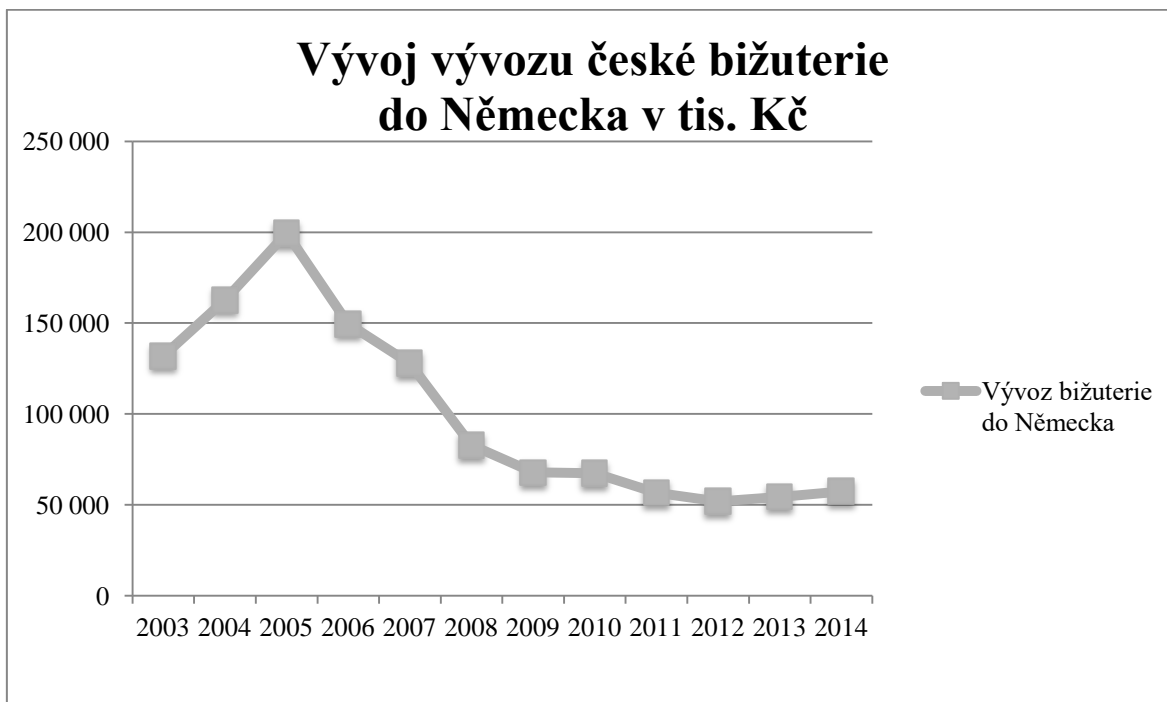
¹⁵⁷ *Německo: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-24]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nemecko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19046.html>.

¹⁵⁸ Tamtéž.

¹⁵⁹ *Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer: Česko-německá obchodní a průmyslová komora* [online], 2015. Dostupné z: <http://tschechien.ahk.de/cz/>.

i veškeré formality spojené s dovozem produktů zajišťují buď sami, nebo je pro společnost zajišťuje společnost Jakob, a tím předchází rizikům spojenými s administrativou.

Česká bižuterie je v Německu vysoce ceněná a vývoj zahraničních prodejů lze zachytit v následujícím grafu – Obrázek 7.



Obrázek 7: Vývoj vývozu české bižuterie do Německa

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

V grafu – Obrázek 7 je viditelné že, stejně jako celé sklářské odvětví, dosahoval vývoz bižuterie do Německa největších částek v roce 2005 po vstupu ČR do EU. Po tomto roce však došlo k utlumení výroby sklářských polotovarů, které s sebou přineslo i menší exportní produkci. Příčinu je možné spatřit v sílící konkurenci z asijských trhů a dalším důvodem pro pokles exportu vůči předchozím obdobím bylo i posílení české koruny vůči euru. Tento trend sledoval vývoz dané komodity do Německa až do roku 2012. V dalších letech (2013 a 2014) byl zaznamenán alespoň malý přírůstek exportních částek, který by podle předběžných údajů ČSÚ měl přetrvat i pro rok 2015.

Ačkoliv produkce směřující do dané země nedosahuje takových částek, jaké je možné spatřovat u Spojených arabských emirátů (viz Tabulka 2, str. 63), přesto představuje Německo celkově pro český trh jedno z nejvýznamnějších zahraničních odbytišť a není

tomu jinak ani v případě sledované společnosti. Do Německa směřuje největší část jeho exportní produkce, přibližně 40 %. V korunových položkách představovala produkce v roce 2013 zakoupená německými odběrateli přibližně 1,7 mil. Kč.¹⁶⁰

4.2 Francie

Francie je dle rozlohy největší západoevropskou zemí¹⁶¹ a patří k tradičním obchodním partnerům ČR. Jedná se pro ni o čtvrtý nejvýznamnější exportní trh, respektive o nejvíce významný trh, se kterým nemá ČR geografickou hranici.¹⁶² Po Německu představuje Francie druhou největší evropskou ekonomiku.¹⁶³

Francouzský trh je trhem nasyceným skoro ve všech oblastech a prosadit se mezi silnou konkurencí není jednoduché. Možností, jak získat jistou konkurenční výhodu, je zaměřit se i na jiné přednosti produktu, např. na design, servis, pružnost dodávek, než soustředit se pouze na jeho cenu.¹⁶⁴

Jak již bylo zmíněno, na francouzském trhu vládne silná konkurence. Působí zde dlouhodobě mnoho místních, zahraničních i nadnárodních společností, které o své výsadní postavení na daném velkém a vyspělém trhu nechtějí přijít. Pro dosažení úspěchu na trhu je třeba trpělivosti v osobních jednáních, v překonávání náročné administrativy i prvků ochránářství.¹⁶⁵

Francouzští partneři jsou hrdí na svou zemi a jazyk, který považují za světový. Brání se vlivu angličtiny v obchodní sféře a při jednáních upřednostňují francouzštinu. Nutno však zmínit, že mladší a vedoucí pracovníci velkých firem angličtinu využívají. Znalost

¹⁶⁰ Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o.

¹⁶¹ ZAMYKALOVÁ, Miroslava. *Mezinárodní obchodní jednání*. Praha: Professional Publishing, 2003, s. 70-71. ISBN 80-864-1928-2.

¹⁶² *Francie: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/francie-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr-19015.html>.

¹⁶³ *Francie* [online]. CzechTrade: Partner pro váš export, 2014 [vid. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/evropa/francie/>.

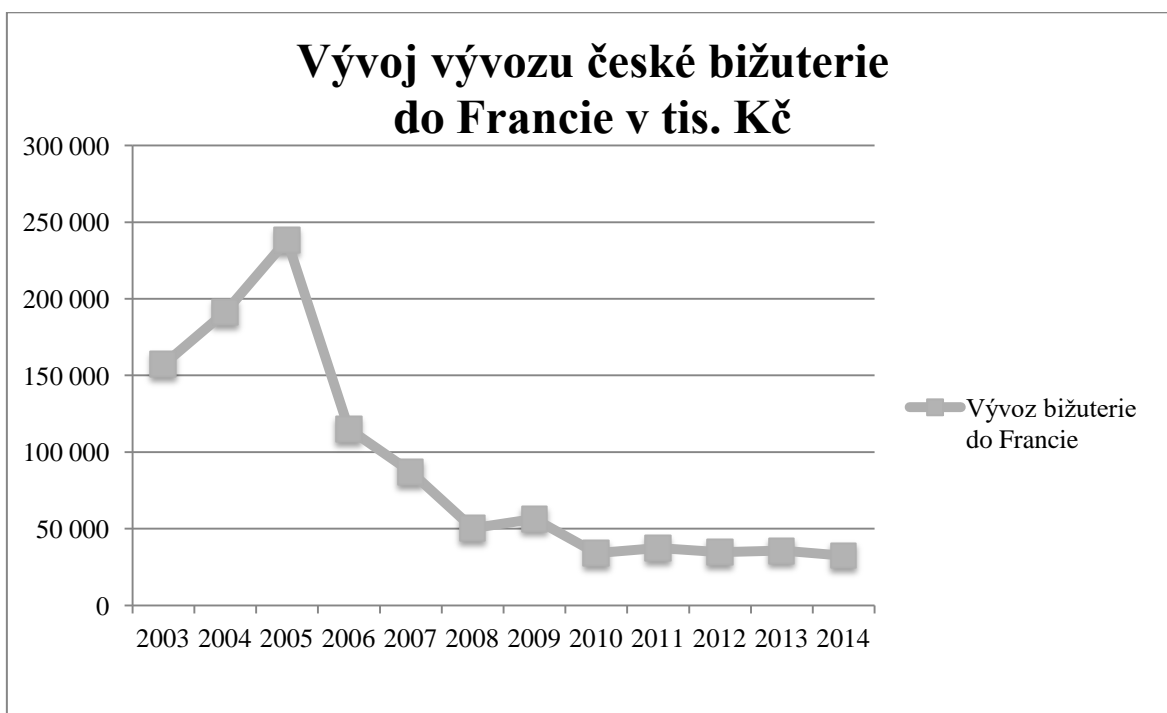
¹⁶⁴ Tamtéž.

¹⁶⁵ *Francie je pro exportéry výzvou* [online]. CzechTrade: Partner pro váš export, 23.10.2008 [vid. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/reference/czechtrade-media/francie-je-pro-exportery-vyzvou/>.

francouzštiny však může představovat pro exportéry velkou konkurenční výhodu. Pro úspěšný vstup na trh je často nutné využít služeb obchodních zástupců, kteří mají dostatečné informace o zvyklostech na místním trhu.¹⁶⁶

Díky členství v EU platí ve Francii jednotná pravidla jako v ostatních členských zemích, nicméně na daném trhu existují i národní specifika. Platební podmínky uzavírané francouzskými partnery bývají zpravidla s delší dobou splatnosti, než na které je zvyklý český dodavatel. U fyzických osob čítá doba splatnosti v průměru 30 dní a u osob právnických 49 dní. Francie je charakteristická využíváním šeků a bankovních karet v běžném platebním styku.¹⁶⁷

Česká bižuterie má stále ve Francii svou oblibu, přesto vývoz této komodity v posledních letech klesá, jak lze vidět v následujícím grafu, viz Obrázek 8.



Obrázek 8: Vývoj vývozu české bižuterie do Francie

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

¹⁶⁶ ZAMYKALOVÁ, Miroslava. *Mezinárodní obchodní jednání*. Praha: Professional Publishing, 2003, s. 71-72. ISBN 80-864-1928-2.

¹⁶⁷ *Francie: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/francie-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19017.html#sec9>.

Postupný růst vývozu této komodity lze vidět do roku 2005. V roce 2006 došlo k velkému propadu. Tento trend byl zachován i do dalších let. Velký význam na poklesu exportu z ČR má sílící levná konkurence z Dálného východu a posilování české koruny vůči měnám, které se nejvíce v obchodu s Francií využívají.

Přestože společnost Fipobex zaznamenala propad v částkách inkasovaných místním odběratelům, zůstává pro ni Francie jedním z nejvýznamnějších zahraničních trhů. V roce 2013 tvořil export do Francie přibližně 20 % produkce připadající na vývoz, konkrétně 908 776 Kč, ale před rokem 2006 byly procentuální částky o něco vyšší, zhruba okolo 30 %. Při vývozu do daného teritoria se společnost doposud neseťkala s žádnými známými komplikacemi.¹⁶⁸

4.3 Rakousko

Rakousko patří mezi nejbohatší ekonomiky světa díky vysokému podílu HDP na obyvatele a je jedním z předních obchodních partnerů ČR obzvláště díky geografické vzdálenosti, historickým, politickým, ekonomickým a obchodním vazbám. Vzájemná obchodní spolupráce byla posílena vstupem ČR do EU, kdy zaregistroval především český vývoz velký nárůst oproti předchozím obdobím.¹⁶⁹

Vzhledem k členství v EU respektuje Rakousko pravidla jednotného vnitřního trhu a pravidla volného pohybu zboží při obchodu s ČR.¹⁷⁰

Český exportér by si měl dát pozor na množící se případy platební insolvence rakouských firem. Pro zajištění proti platební neschopnosti potenciálního partnera je vhodné zjistit si o něm co nejvíce informací. Základní informace může získat zdarma prostřednictvím rakouské instituce Kreditschutzverband 1870, ale pro detailnější data je třeba zaplatit přístup. Dále pak na stránkách Spolkového ministerstva spravedlnosti lze vyhledat údaje,

¹⁶⁸ Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o.

¹⁶⁹ *Rakousko* [online]. CzechTrade: Partner pro váš export, 2014 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/evropa/rakousko/>.

¹⁷⁰ *Rakousko: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/rakousko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19142.html>.

kteřé dokládají, zda je konkrétní firma v konkurzu, resp. v jakém stádiu konkurzního řízení se nachází.¹⁷¹

Po zavedení eura se v Rakousku většina platebních transakcí provádí v této měně. Platební morálka rakouských partnerů je vcelku dobrá. Pro jednací jazyk je vhodné zvolit němčinu, ačkoliv většina ve firmách výše postavených zaměstnanců ovládá angličtinu. Zvládnutá němčina však může českému exportérovi poskytnout určitou výhodu oproti konkurenci.¹⁷²

Rakouská ekonomika od jara 2014 stagnuje a ani rok 2015 by neměl přinést výrazné oživení. Příznivější vývoj by měl být zaregistrován až v roce 2016 v případě, že dojde ke zlepšení situace v Eurozóně, v mezinárodním obchodě a při úspěšné realizaci daňových reforem. Stagnace ekonomiky se projevuje v poklesu dovozu i vývozu a nízké domácí poptávce.¹⁷³ Vývoj zahraničních prodejů skleněných polotovarů do dané země lze vidět na následujícím grafu, viz Obrázek 9.

¹⁷¹ *Rakousko: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/rakousko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19142.html>.

¹⁷² Tamtéž.

¹⁷³ *Rakousko: Základní charakteristika teritoria* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/rakousko-zakladni-charakteristika-teritoria-19137.html>.



Obrázek 9: Vývoj vývozu české bižuterie do Rakouska

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

Do roku 2008 byl vývoj vývozu dané komodity pozvolný. Navzdory světové finanční krizi, která zasáhla většinu zemí a odvětví, došlo v roce 2009 k velkému nárůstu exportu komodity do dané země. Největší nárůst exportovaného objemu je možné vidět v roce 2011, kdy se vývoz oproti přecházejícímu období téměř ztrojnásobil. Z grafu – Obrázek 9 je patrná stagnace ekonomiky v roce 2014, kdy došlo k výraznému snížení vývozu bižuterie oproti roku 2013. Pro porovnání globálních dat s vývojem exportu sledované společnosti nebyly bohužel poskytnuty údaje.

Pro společnost Fipobex je Rakousko v pořadí třetím nejvýznamnějším zahraničním odbytištěm, stálého odběratele má ve městě Kirchberg. Každoročně čítá export do této lokality přibližně 15 % z exportní produkce. V roce 2013 byla částka inkasovaná od rakouských společností přibližně 650 000 Kč.¹⁷⁴ Dle údajů, které lze vyčíst z Tabulky 2 (str. 63) a očekávaného vývoje rakouské ekonomiky pro rok 2016, je možné

¹⁷⁴ Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o.

Rakousko považovat za vhodnějšího obchodního partnera, než jakým je Německo či Francie, které mají pro sledovanou společnost vyšší prioritu.

4.4 Nový Zéland

Nový Zéland představuje malou otevřenou ekonomiku, ve které se ovšem skrývá vhodný potenciální obchodní partner. Pro Nový Zéland je EU třetím největším obchodním partnerem, přičemž pro EU je Nový Zéland až na 51. místě.¹⁷⁵ Tato situace by se však mohla výhledově změnit, protože EU vyjednává s Novým Zélandem o dohodě o volném obchodu, která by měla podpořit udržitelný růst a investice a otevřít nové příležitosti v obchodní i podnikatelské sféře pro obě území.¹⁷⁶ Hlavní snahou obou stran je především snížení netarifních překážek obchodu, kupříkladu pomocí sjednocení regulací, státních zakázek či zefektivnění služeb a obchodu. Tarifní opatření jsou již v současné době na nízké úrovni.¹⁷⁷

Při vývozu na Nový Zéland je vhodné využít služeb distributora, který s napojením na místní odběratele volí vlastní prodejní techniku s přihlédnutím na místní zvyklosti pro danou komoditu.¹⁷⁸

Dovoz do dané země je podmíněn vyhotovením určitých dokumentů – obchodní faktura, námořní nebo letecký konosament, balící listy. Pro účely celní není vyžadována žádná konkrétní forma obchodní faktury ani jiné zvláštní dokumenty. Celní dohled je v kompetenci *New Zealand Customs Department*. Díky elektronickému systému zpracování celních deklarací, kterým disponuje celní správa Nového Zélandu, je většina deklarací vyřízena automaticky a za krátký časový úsek. Úhrada cla a daně je prováděna

¹⁷⁵ *Nový Zéland je součástí nové obchodní strategie EU* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 6.11.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/novy-zeland-je-soucasti-nove-obchodni-strategie-eu-70502.html>.

¹⁷⁶ *EU zahájila vyjednávání s Novým Zélandem o dohodě o volném obchodu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 30.10.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/vnejsi-vztahy-eu-zahajila-vyjednavani-s-novym-70393.html>.

¹⁷⁷ *Nový Zéland je součástí nové obchodní strategie EU* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 6.11.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/novy-zeland-je-soucasti-nove-obchodni-strategie-eu-70502.html>.

¹⁷⁸ *Nový Zéland: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/novy-zeland-zakladni-podminky-pro-uplatneni-19132.html>.

automaticky, ale je možné požádat až o dvacetidenní odklad platby. Celní sazby jsou v mnoha případech nulové, ale u některých komodit je možné se setkat s 5% nebo 10% sazbou.¹⁷⁹

Všeobecně je platební morálka novozélandských podniků velice dobrá. Novozélandští partneři jsou známí svou solidností a v obchodních krizích je zvykem plnit bezpodmínečně všechny smluvní podmínky včetně plateb. Neplnění příslibu, nepružnost či opožděné reakce ze strany zahraničního partnera mohou vést ke ztrátě důvěry i zakázky. Při jednání s místními společnostmi je samozřejmostí využití anglického jazyka a výhodou pro exportéra může být znalost místních reálií včetně problematiky maorského obyvatelstva.¹⁸⁰

Průběh vývozu skleněných perlí v rozmezí let 2003-2014 lze hodnotit na následujícím grafu, viz Obrázek 10.



Obrázek 10: Vývoj vývozu české bižuterie na Nový Zéland

Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní

¹⁷⁹ *Nový Zéland: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/novy-zeland-zakladni-podminky-pro-uplatneni-19132.html>.

¹⁸⁰ Tamtéž.

Z grafu – Obrázek 10 je patrné, že poptávka po skleněné bižuterii v dané zemi dosahovala vyšších hodnot ještě před vstupem ČR do EU. Po tomto roce došlo k prudkému poklesu vývozu komodity, který, až na mírné výkyvy, pokračoval do roku 2013. Důvod k poklesu je možné najít v posílení české koruny vůči dolaru. V roce 2014 je možné zaznamenat mírný nárůst, který by mohl být ještě vyšší v budoucích letech díky zmíněné dohodě o volném obchodu mezi EU a Novým Zélandem.

Odběratelé sledované společnosti z Nového Zélandu jsou především soukromé osoby, proto příjmy plynoucí z této země nejsou nijak vysoké. Jedná se o rozmezí 3-5 % exportní produkce. V roce 2013 čítal export na Nový Zéland přibližně 146 tis. Kč.¹⁸¹ Novozélandští odběratelé sídlící ve městě Hamilton si sledovanou společnost vyhledali sami, bez jejího přičinění.

Čtvrtá kapitola poskytuje souhrn informací o vývozu země i sledované společnosti na vybrané zahraniční trhy. Dle získaných informací by společnost Fipobex mohla přehodnotit svá dosavadní rozhodnutí ohledně rozložení zahraničních aktivit na konkrétních trzích. Kupříkladu by se mohla více zaměřit na trh rakouský, kde je vývoj ekonomiky poněkud příznivější než v jiných zemích a poptávka po sklářské výrobě má zde tendenci k růstu. Německo zůstává hlavním odběratelem produkce společnosti a dle vývoje jeho ekonomiky by mohlo opět dojít k nárůstu poptávané produkce.

¹⁸¹ Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o.

5 Návrhy pro sledovaný podnik pro zvýšení odbytu v zahraničí

Sledovaná společnost má v postoji vůči mezinárodnímu obchodu spíše pasivní charakter. Mezinárodní styk uplatňuje až v případě, kdy si ji sám zahraniční partner dohledá a spojí se s ní ohledně objednávky. Pro své vlastní uplatnění na zahraničních trzích se sama nijak neangažuje. Z tohoto důvodu se pátá kapitola zabývá návrhy pro sledovanou společnost, díky kterým by se mohla osobně zapojit do obchodu na zahraničních trzích. Cílem kapitoly je navrhnout pro sledovanou společnost dosud nevyužívané možnosti, které by jí mohly dopomoci ke zvýšení zahraničních prodejů.

5.1 Zaměstnání osoby pro specializaci na mezinárodní obchod ve firmě

Vzhledem k pasivnímu přístupu k zahraničnímu obchodu neodráží ani současná organizační struktura společnosti potřeby mezinárodního styku. Prozatím se firma spoléhá na důsledek tradice bižuterního odvětví a sama zahraniční partnery nevyhledává. V případě, že podnik kontaktuje odběratel z jiného než tuzemského trhu, zastává funkci organizátora obchodu jeden z jednatelů společnosti.

V ekonomickém oddělení zaměstnává podnik tři osoby. Díky zaměření společnosti na více předmětů podnikání byla každé z nich přidělena jiná oblast působnosti. Jedna ze zaměstnankyň se zabývá administrativou spojenou se zemědělskou činností. Druhá zaměstnankyně se zaměřuje na činnosti cestovního ruchu. A poslední pracovnice, nadřazená předchozích, se zabývá činnostmi spojenými s chodem brusírny. Tato zaměstnankyně však při náročnosti činností spojených s nejvýznamnějším předmětem podnikání zvládne obsáhnout pouze aktivity spojené s prodejem vyráběné komodity na trhu tuzemském.

Pozitivnímu vývoji společnosti v oblasti mezinárodního obchodu by mohl pomoci další specializovaný pracovník ekonomického oddělení, jehož náplň činnosti by spočívala v zaměření se na mezinárodní styk. Jeho fungování by mohlo společnosti přinést další

příležitosti k uplatnění na jiném, než tuzemském trhu a dopomoci mu tak ke zvýšení odbytu a rozvoji společnosti.

5.2 Kooperace podobně zaměřených podniků ve formě najmutí specialisty na mezinárodní obchod

Jak již bylo zmíněno, v okolí společnosti se nachází hned několik podobně zaměřených podniků – Beadworld, Preciosa Ornela, JM Korál a Drda Glass. Sledovaná společnost by mohla s některou z těchto společností navázat spolupráci ve formě najmutí externího pracovníka specializujícího se na mezinárodní obchod. Tento pracovník by pak pro kooperující společnosti mohl vyvíjet aktivity spojené s podporou exportu, s výhodami členství v různých asociacích, s propagací společnosti v zahraničí apod. Výhodou této alternativy jsou nižší náklady, než které by musela sledovaná společnost vynaložit v případě, že by si takového pracovníka najala sama. Potřebné náklady by se totiž v takovém případě rozdělily po dohodě odpovídajícím dílem mezi spolupracující společnosti.

Beadworld, Skleněná bižuterie, a. s.

Představuje silnější společnost, než jakou je společnost Fipobex. Na mezinárodních trzích je činná již dlouhodobě a vyvíjí aktivity k dosažení vysokého podílu příjmů z prodané produkce plynoucí ze zahraničních trhů. Kvůli dosažení úspěchu v mezinárodní sféře je pro ni samozřejmostí zabývat se problematikou zahraničního obchodu. Ve svém ekonomickém oddělení zaměstnává dokonce více osob, které koordinují zahraniční poptávku a vyvíjí činnost spojenou s propagací společnosti na jiných než tuzemských trzích. Zároveň využívá i dostupných prostředků plynoucích ze státní i nestátní podpory exportu.¹⁸²

Vzhledem ke skutečnosti, že tato společnost již sama vyvíjí činnosti ke zvýšení odbytu v zahraničí, nebyla by vhodným partnerem ke spolupráci firem ve formě najmutí externího poradce specializujícího se na mezinárodní obchod.

¹⁸² Interní zdroje společnosti Beadworld, a. s.

Preciosa Ornela, a. s.

Preciosa Ornela je největším producentem skleněné bižuterie v místní lokalitě a představuje jednoho z předních vývozců dané komodity na nadnárodní úrovni. Po začlenění společnosti do Preciosa Group se stala součástí jedné z největších exportních společností sklářského odvětví v ČR. Zaměstnává přes 170 pracovníků a v této společnosti existuje v rámci organizační struktury i obchodní úsek, v jehož kompetencích se nachází mimo jiné i aktivity spojené s mezinárodním stykem. Zároveň prostřednictvím marketingového oddělení prezentuje v zahraničí a své výrobky, pro odlišení od zahraniční konkurence, dodává pod obchodní značkou Traditional Glass Beads.¹⁸³

Všechny činnosti spojené s mezinárodním obchodem si tedy zajišťuje společnost sama v rámci svých kompetencí a zaměstnanců. S přihlédnutím k těmto skutečnostem není vhodným kandidátem pro spolupráci se sledovanou společností.

JM Korál, s. r. o.

JM Korál je, jak již bylo zmíněno, menší společností než sledovaný podnik. Společnost je čistě rodinného charakteru a ve své organizační struktuře nemá zahrnuto ani vlastní účetní oddělení. Pro účetní aktivity si najímá externí účetní společnost ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář.¹⁸⁴ Vzhledem k nízkému počtu zaměstnanců a výši celkových tržeb zhruba o polovinu nižší, než jakých dosahuje sledovaná společnost, by nebyla vhodným kandidátem ke spolupráci.

Drda Glass, s. r. o.

Společnost Drda Glass představuje do velikosti i počtu zaměstnanců, podobnou společnost jakou je Fipobex. Daná firma se však více specializuje na zahraniční trhy, kam odchází větší část její produkce. Jejimi nejvýznamnějšími odbytišti jsou především trhy východní Evropy – tedy Rusko, Ukrajina, Polsko a dále Spojené arabské emiráty.¹⁸⁵ Vzhledem

¹⁸³ JANEČKOVÁ, Andrea. *Marketingový výzkum zaměřený na reklamní kampaň značky Jablonex* [online]. Praha, 2010. 90 s. příl. [vid. 2015-12-05]. Bakalářská práce. Bankovní institut vysoká škola Praha, katedra managementu firem a institucí. Dostupné z: <https://is.bivs.cz/th/15793/>.

¹⁸⁴ *Sbírka listin: JM Korál, s. r. o.* [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2014 [vid. 2015-12-07]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16754867&subjektId=17757&spis=557007>.

¹⁸⁵ Interní zdroje společnosti Drda Glass, s. r. o.

ke skutečnosti, že se jedná o tradiční rodinnou společnost, tak jsou i ve vedení dosazeni právě rodinní příslušníci původního majitele. Veškeré aktivity spojené s činnostmi v mezinárodním obchodě si obstarávají sami vedoucí pracovníci společnosti, což je dosti časově náročné. Externí pracovník by jim mohl usnadnit získávání informací o zahraničních odběratelích a trzích a pomoci jim s propagací společnosti.

Dle zjištěných informací je možné považovat právě tuto společnost za vhodného kandidáta ke spolupráci se společností Fipobex. Z možného partnerství by mohly těžit obě společnosti, protože vzhledem k významným odbytištím prozatím nejsou v zahraničním obchodě konkurenty. Společnost Fipobex se specializuje na trhy EU a společnost Drda Glass spíše na trhy východní Evropy a Spojené arabské emiráty.

Tato alternativa by mohla přinést sledované společnosti profit ve formě zvýšení jejich zahraničních prodejů. Ovšem tato možnost s sebou přináší i nevýhodu ve formě sdílení určitých informací potřebných pro zajištění vzájemné spolupráce. Vzhledem ke skutečnosti, že firmy působící ve sklářském odvětví jsou velice citlivé na zveřejňování jakýchkoli informací o jejich působení všeobecně, je možné, že by na spolupráci v dané formě žádná z konkurenčních společností nepřistoupila.

5.3 Využívání podpory exportu

V případě, že by sledovaná společnost nechtěla zvýšit své náklady najmutím dalšího pracovníka, mohla by delegovat na některého ze stávajících zaměstnanců činnosti spojené s podporou exportu na státní i nestátní úrovni. Vzhledem k velikosti sledované společnosti neaspiruje na podporu ze strany EU. Vhodným nástrojem pro zvýšení odbytu v zahraničí se zdá být členství v Asociaci sklářského a keramického průmyslu, skrze nějž by společnost mohla pro své výrobky získat označení „Český výrobek“, které by mohlo zvýšit její zahraniční konkurenceschopnost.

Další neinvazivní možností je využití služeb agentury CzechTrade, která je českým exportérům velmi nápomocná. V prvním pololetí roku 2015 agentura zprostředkovala

pro 680 českých exportérů zakázky v úhrnu ve vyšší hodnotě než půl miliardy Kč.¹⁸⁶ Avšak i tato možnost by s sebou přinesla dodatečné náklady, protože detailnější služby, jako je exportní poradenství poskytované agenturou, jsou zpoplatněny.

Dalším způsobem pro společnost, jak by mohla dosáhnout většího uplatnění na zahraničních trzích, je využít služeb Českých center. Jejich prostřednictvím by mohla společnost navázat nové obchodní kontakty. Česká centra napomáhají českým vývozcům skrze zabezpečení prostor vhodných ke konferencím a obchodním setkáním se zahraničními subjekty. Dále pak Česká centra nabízejí i asistenční služby, jako je tlumočení či propagace akce.¹⁸⁷

Při vývozu produkce na jiné než unijní trhy by společnosti mohla být nápomocná HK ČR. S využitím jejích služeb by kupříkladu mohla zajistit vývozní formality jako prokázání země původu pro přiznání jakéhokoliv celního zvýhodnění, ověření obchodní a dopravní faktury či inspekční certifikáty.¹⁸⁸ Sledovaná společnost však již využívá služeb exportní společnosti Jakob, s. r. o., která pro ni tyto činnosti již obstarává.

5.4 Zaměření společnosti na jiné než stávající zahraniční trhy

Další možnost, jak zvýšit příjmy plynoucí ze zahraničních prodejů, lze spatřovat ve změně firemní struktury zahraničních odbytí. V případě, kdy by se společnost stala v mezinárodním obchodě aktivnější, mohla by se zaměřit i na jiné trhy než stávající, popřípadě změnit priority mezi trhy dosavadními.

V současné době je největší odběratelskou zemí společnosti Německo, kde se pomalu začíná obnovovat poptávka po české bižuterii. Nutno však zmínit, že se celorepublikově nejedná o největšího zahraničního odběratele dané komodity. Nejvýznamnější příjmy spojené s prodejem skleněných komponent plynou ze Spojených arabských emirátů.

¹⁸⁶ *Souhrn Ekonomických Zpráv CTK 8. Září 12:00* [online]. CTK Czech-Language News Service, 8.9.2015 [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1709977470?accountid=17116>. Komerčně dostupné z databáze ProQuest.

¹⁸⁷ *Česká centra a jejich služby* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.1.2014 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-centra-3821.html>.

¹⁸⁸ *Certifikáty o původu zboží* [online]. Hospodářská komora České republiky, 2013 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/pro-podnikani/exportni-dokumenty/certifikaty/>.

Ačkoliv se jedná o dosti specifický trh, na který není vstup jednoduchý, je zde poptávka po skleněných perlích stále nejvyšší ze všech zemí. Zaměření se na tento trh by mohlo přinést společnosti Fipobex vyšší příjmy.

Mezi nové potenciální partnery by mohla společnost zahrnout i trhy východní Evropy, jako je Rusko či Ukrajina, kde navzdory světové finanční krizi poptávka po skleněné bižuterii do roku 2014 rostla.¹⁸⁹ Tyto země jsou však v posledních letech dosti politicky nestabilní, proto by bylo vhodné případné kontrakty zajistit proti rizikům prostřednictvím pojištění EGAP, která tento druh pojištění poskytuje.

Další možností pro sledovanou společnost by mohlo být i zaměření na trhy Dálného východu – především na Čínu a Hongkong. Tyto země vyhledávají kvalitní výrobky a oceňují tradici výroby. Avšak vstup na dané trhy není lehký. Předchází mu dlouhodobé vyjednávání, účasti na veletrzích a styky na osobní úrovni.¹⁹⁰ Vzhledem k rozhodnutí společnosti o neinvazivním způsobu vedoucímu ke zvýšení jejích zahraničních příjmů nejsou tyto země v současné době vhodnými potenciálními partnery.

Z dosavadních partnerů by se měla společnost více zaměřit na Rakousko, získat zde nové partnery a ustálit vazby se stávajícími. Rakouská poptávka po dané komoditě, stejně jako celková poptávka, by se měla výhledově pro rok 2016 opět zvýšit. Z hlediska teritoriálního je Rakousko ČR blíže než ostatní navrhované země a určité vazby s partnery zde již existují. Informace získané z dosavadních obchodů mohou společnosti sloužit jako podklad pro získání nových obchodních kontaktů. Z tohoto důvodu by navazování nových obchodních vazeb nemuselo být pro Fipobex tak náročné jako při orientaci na trhy zcela nové.

Pátá kapitola představuje přehled dostupných alternativ, které by sledovaná společnost mohla využít při rozhodnutí pro aktivnější přístup k mezinárodnímu obchodu. Jedná se o možnosti, které lze aplikovat bez nutnosti invazivnějšího vstupu na zahraniční trhy, jež by byl pro daný podnik, vzhledem k jeho velikosti, obtížně realizovatelný.

¹⁸⁹ *Databáze zahraničního obchodu* [online]. Český statistický úřad, 2012 [vid. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>.

¹⁹⁰ *Hongkong (Čína): Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu* [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/hongkong-cina-zakladni-podminky-pro-uplatneni-18762.html>.

Závěr

Celorepublikově se sklářské odvětví českého průmyslu potýkalo s poklesem produkce a bylo poznamenáno mnoha faktory, které vedly k odklonu zájmu o daný obor. Především se jedná o silnou konkurenci z asijských trhů a stále doléhající důsledky světové finanční krize. Liberecký kraj se snaží pomoci opětovnému rozvoji odvětví. Tento rok byla podepsána sektorová dohoda pro Liberecký kraj pro sklářský průmysl, skrze niž by v příštích letech mohlo dojít k obnovení sklářské tradice v okolí Liberce.

Hlavním cílem práce bylo sestavit pro sledovanou společnost možné návrhy řešení pro zvýšení odbytu vyráběné komodity v zahraničí. Vzhledem k velikosti sledovaného podniku se práce zaměřila spíše na možnosti neinvazivního charakteru, které nejsou spojeny se vstupem na zahraniční trh prostřednictvím zřizování poboček, kanceláří, zakládáním společných podniků, fúzí ani přesunu výroby do třetích zemí. Navrhované možnosti se týkají spíše vyšší aktivity podniku proveditelné ze sídla společnosti.

V první kapitole se práce zaměřila na institucionální podmínky, které musí exportér ve stanovených mezích dodržovat. Práce popisuje rozdíly při přeshraničním prodeji zboží v rámci intrakomunitárního a extrakomunitárního obchodu, které s sebou přinesl vstup ČR do EU v květnu roku 2004.

Druhá kapitola sestavila přehled finančních možností, s nimiž se exportér může v mezinárodním styku setkat. Dále pak představila služby spojené s podporou exportu, které by sledovaná společnost mohla aplikovat při svých zahraničních aktivitách a dosud jich nevyužila. Kupříkladu ze sféry nestátní podpory exportu by mohla využít členství v Asociaci sklářského a keramického průmyslu a dále pak v oblasti státní podpory by mohla využít služeb agentury CzechTrade či Českých center.

Ve třetí kapitole došlo k seznámení se sklářským odvětvím a s jeho dosavadním vývojem. V další části byla představena sledovaná společnost Fipobex, s. r. o. Zhodnocen byl dosavadní podíl zahraničních prodejů na celkových tržbách společnosti v posledních letech. Kapitola se zabývala i hodnocením nejbližší konkurence společnosti. Toto hodnocení pak sloužilo jako podklad pro výběr nejvhodnějšího kandidáta pro spolupráci se sledovanou společností v páté kapitole.

Čtvrtá kapitola se zaměřila na zahraniční odbytiště, na místní zvyklosti a doporučení, které by měl potenciální exportér vzít v úvahu v případě, že se na daný trh rozhodne proniknout. Zároveň zde došlo i ke zhodnocení vývoje vývozu bižuterie do konkrétních zemí. Stabilitu spatřuje společnost u německých odběratelů, avšak doposud nezhodnotila potenciál, který nabízí trh rakouský.

V poslední kapitole byly společnosti navrženy alternativy, které by mohly společnosti přinést profit ve formě zvýšení příjmů plynoucích ze zahraničí. Společnosti Fipobex bylo navrženo zaměřit se i na jiné než stávající odběratelské trhy, popřípadě změnit jejich strukturu, najmout specialistu zaměřujícího se na mezinárodní obchod, a to buď přímo vlastní společností, nebo prostřednictvím spolupráce s podobně zaměřeným podnikem v okolí společnosti.

Závěrem lze dodat, že ČR se své sklářské tradice nechce vzdát a začíná realizovat opatření, jež by do budoucna mohla vést k jejímu znovuoobnovení, díky kterému by mohla opět zaujímat přední místa v produkci dané komodity na světových trzích.

Seznam použité literatury

Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR [online], 2015 [vid. 2015-11-10].

Dostupné z: <http://www.askpccr.cz/>.

Celní hodnota [online]. Celní správa České republiky, 26. 6. 2014 [vid. 2015-01-17].

Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/celni-hodnota/Stranky/default.aspx>.

Celní řízení [online]. Celní správa České republiky, 04.07.2014 [vid. 2015-01-10].

Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/o-nas/nase-ukoly/Stranky/celni-rizeni.aspx>.

Celní řízení [online]. Celní řízení, 19.12.2014 [vid. 2015-01-10]. Dostupné

z: <http://www.celnirizeni.cz/>.

Celní zákon [online]. Zákony online, 13.2.2014 [vid. 2015-01-19]. Dostupné

z: <http://zakony-online.cz/?s111&q111=256>.

Certifikáty o původu zboží [online]. Hospodářská komora České republiky, 2013

[vid. 2015-12-14]. Dostupné z: [http://www.komora.cz/pro-podnikani/exportni-](http://www.komora.cz/pro-podnikani/exportni-dokumenty/certifikaty/)

[dokumenty/certifikaty/](http://www.komora.cz/pro-podnikani/exportni-dokumenty/certifikaty/).

Clo [online]. Celní správa České republiky, 3.7.2014 [vid. 2015-01-01]. Dostupné

z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/Stranky/default.aspx>.

Co je SOLVIT? [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 24. 4. 2008 [vid. 2015-11-23].

Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument43862.html>.

Co je to Startup? [online]. Letsgood.com, 1.6.2014 [vid. 2015-11-12]. Dostupné z:

<http://letsgood.com/src/data/startups.pdf>.

Česká centra a jejich služby [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a

export, 1.1.2014 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-centra-3821.html>.

ČESKO. Vyhláška č. 201/2005 Sb., o statistice vyváženého a dováženého zboží a způsobu sdělování údajů o obchodu mezi Českou republikou a ostatními členskými státy

Evropských společenství. In: *Sbírka zákonů ČR* [online]. Praha: Vydavatelství a

nakladatelství MV ČR, ročník 2005 [vid. 2015-01-23]. ISSN 1211-1244. Dostupné z:

<http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2005-201>

Databáze zahraničního obchodu [online]. Český statistický úřad, 2012 [vid. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>.

Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer: Česko-německá obchodní a průmyslová komora [online], 2015. Dostupné z: <http://tschechien.ahk.de/cz/>.

Dokumentární platby [online]. Česká exportní banka, 20.5.2015 [vid. 2015-10-16]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/produkty-trade-finance/dokumentarni-platby/>.

Drda Glass - kvalita a tradice [online]. Drda Glass: Beads Around the world, 1.8.2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.drda-glass.cz/>.

Drda Glass, s. r. o. [online]. Firmy.cz, 2015 [vid. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.firmy.cz/detail/1969812-drda-glass-pencin-hut.html>.

EVROPSKÝ PARLAMENT, RADA EU. *Nariženi č. 638/2004, o statistice Společenství obchodu se zbožím mezi členskými státy a o zrušení nariženi Rady (EHS) č. 3330/91* [online]. Brusel: Rada Evropské unie, 2004 [vid. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32004R0638>.

FOJTÍKOVÁ, Lenka. *Zahranichně obchodní politika ČR historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C. H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-128-4.

Francie [online]. CzechTrade: Partner pro váš export, 2014 [vid. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/evropa/francie/>.

Francie je pro exportéry výzvou [online]. CzechTrade: Partner pro váš export, 23.10.2008 [vid. 2015-11-28]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/reference/czechtrade-media/francie-je-pro-exportery-vyzvou/>.

Francie: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/francie-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr-19015.html>.

Francie: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/francie-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19017.html#sec9>.

Historie [online]. Kupeg, 15.2.2015 [vid. 2015-10-22]. Dostupné z: <http://www.kupeg.cz/o-spolocnosti/historie>.

Hongkong (Čína): Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu [online]. BussinesInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/hongkong-cina-zakladni-podminky-pro-uplatneni-18762.html>.

Hospodářská komora České republiky [online]. Hospodářská komora České republiky, 2013 [vid. 2015-10-24]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/>.

Informace pro plátce DPH k vybraným ustanovením zákona [online]. Finanční správa, 9.12.2005 [vid. 2014-12-29]. Dostupné z: <http://www.financnisprava.cz/cs/mezinarodni-spoluprace/mezinarodni-spoluprace-a-dph/info-pro-platce-dph-k-vybranim-u-z#zvlastni>.

Interní zdroje společnosti Beadworld, a. s.

Interní zdroje společnosti Drda Glass, s. r. o.

Interní zdroje společnosti Fipobex, s. r. o.

Intrastat [online]. Český statistický úřad, 4.8.2014 [vid. 2014-12-31].

Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/intrastat_new.

JANEČKOVÁ, Andrea. *Marketingový výzkum zaměřený na reklamní kampaň značky Jablonex* [online]. Praha, 2010. 90 s. příl. [vid. 2015-12-05]. Bakalářská práce. Bankovní institut vysoká škola Praha, katedra managementu firem a institucí. Dostupné z: <https://is.bivs.cz/th/15793/>.

KALÍNSKÁ, Emílie a Ludmila ŠTĚRBOVÁ. *Mezinárodní obchod*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1299-0.

Kombinovaná nomenklatura, společný celní sazebník a integrovaný sazebník Evropských společenství (Taric) [online]. Europa: Přehledy právních předpisů EU, 9.8.2010 [vid. 2015-01-14]. Dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/customs/111003_cs.htm.

KUTÍLEK, Ondřej. *Příjmy rozpočtu EU* [online]. Euroskop.cz, 22.5.2012 [vid. 2015-01-23]. Dostupné z: <https://www.eu-roskop.cz/8878/sekce/prijmy-rozpocetu-eu/>.

MACBEAN, Alasdair. *Trade and Transition: Trade Promotion in Transitional Economies*. London: Frank Cass Publishers, 2000. ISBN 978-0-714-65034-0.

MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 5. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3237-4.

MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing: [strategické trendy a příklady z praxe]* [online]. 4. vyd. Praha: Grada, 2015. [vid. 2015-12-06]. ISBN 978-80-247-5366-9. Dostupné také z:

<https://books.google.cz/books?id=OaP0BQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Mezin%C3%A1rodn%C3%AD+marketing:+strategick%C3%A9+trendy+a+p%C5%99%C3%ADkldy+z+praxe&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwj-h8jZjcJJAhXJWSwKHecQCIMQ6AEIGzAA#v=onepage&q&f=false>.

Manuál pro exportéry – Německo [online]. Velvyslanectví České republiky v Berlíně, 11.8.2014 [vid. 2015-11-17]. Dostupné z:

http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/informace_pro_exportery_a_investory/manual_pro_exportery_nemecko.html.

MARKOVÁ, Hana. *Daňové zákony 2015: Úplná znění platná k 1.1.2015*. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5507-6.

Mezinárodní spolupráce v oblasti DPH [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 10.5.2008 [vid. 2014-12-27]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mezinarodni-spoluprace-v-oblasti-dph-3522.html>.

Naše poslání [online]. Kupeg, 2011 [vid. 2015-10-24]. Dostupné z:

<http://www.kupeg.cz/o-spolecnosti/nase-poslani>.

Německo: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu [online].

Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-24].

Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nemecko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19046.html>.

Nový Zéland je součástí nové obchodní strategie EU [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 6.11.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/novy-zeland-je-soucasti-nove-obchodni-strategie-eu-70502.html>.

Nový Zéland: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/novy-zeland-zakladni-podminky-pro-uplatneni-19132.html>.

NOVÝ, Petr. *Vzlety a pády sklářského a bižuterního průmyslu v období socialismu* [online]. Pražská galerie.cz: Společenství přátel Pražské galerie českého skla, 24.4.2010 [vid. 2015-12-14]. Dostupné z: <http://www.prazskagalerie.cz/zpravy/z-redakce/vzlety-a-pady-sklarskeho-a-bizuterniho-prumyslu-v-obdobi-socialismu-2>.

O CzechInvestu [online]. CzechInvest, 2015 [vid. 2015-10-22]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>.

O firmě [online]. Fipobex, 2010 [vid. 2015-10-29]. Dostupné z: <http://www.fipobex.cz/cz/index.php?page=about-fipobex>.

O nás [online]. Beadworld: Skleněná bižuterie, 2015 [vid. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.beadworld.cz/content/4-o-nas>.

O nás [online]. *Výletní areál Pěňčín*, 2.6.2010 [vid. 2015-10-29]. Dostupné z: <http://www.vapen.cz/>

O naší firmě [online]. JM Koral, s. r. o., 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.jmkoral.cz/2015/about.htm>.

PRECIOSA GROUP [online]. PRECIOSA, 2015 [vid. 2015-12-07]. Dostupné z: <http://www.preciosa.com/cs/firma/preciosa-group/>.

Produkty [online]. PRECIOSA: Traditional Czech Beads, 2014 [vid. 2015-12-07]. Dostupné z: <http://preciosa-ornela.com/cz/produkty>.

RADA EU. *Nařízení č. 2913/92, celní kodex Společenství* [online]. Brusel: Rada Evropské unie, 1992 [vid. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1992R2913:20070101:cs:PDF>.

Rakousko [online]. CzechTrade: Partner pro váš export, 2014 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/evropa/rakousko/>.

Rakousko: Základní charakteristika teritoria [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/rakousko-zakladni-charakteristika-teritoria-19137.html>.

Rakousko: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu [online]. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 1.6.2015 [vid. 2015-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/rakousko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-19142.html>.

Sbírka listin: Drda Glass, s. r. o. [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=17314316&subjektId=34568&spis=562260>.

Sbírka listin: JM Koral, s. r. o. [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2014 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16754867&subjektId=17757&spis=557007>.

Sbírka listin: PRECIOSA ORNELA, a. s. [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2015 [vid. 2015-11-05]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=633095>.

Sbírka listin: Skleněná bižuterie, a. s. [online]. Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2015 [vid. 2015-11-03]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=217115>.

Sektorová dohoda pro sklářský průmysl na Liberecku [online]. SKLO A KERAMIKA CZ: Průmysl skla, keramiky a porcelánu, 17.6.2015 [vid. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://www.skloakeramika.cz/aktuality-z-oboru/226-sektorova-dohoda.html>.

Sít' českých center [online]. Česká centra, 2010 [vid. 2015-10-23]. Dostupné z: <http://www.czechcentres.cz/o-nas/sit-cc/>.

Sklářský a keramický průmysl [online]. Rok průmyslu a technického vzdělávání, 2015 [vid. 2015-11-12]. Dostupné z: <http://www.rokprumyslu.eu/prumysl/odvetvi/sklarsky-a-keramicky-prumysl/>.

Souhrn Ekonomických Zpráv CTK 8. Září 12:00 [online]. CTK Czech-Language News Service, 8.9.2015 [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/1709977470?accountid=17116>. Komerčně dostupné z databáze ProQuest.

Státní podpora exportu [online]. EGAP - Pojišťujeme český export, 2015 [vid. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/informace/statni-podpora-exportu/index.php>.

ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. Století*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4694-4.

Taric CZ [online]. Celní správa České republiky, 16.12.2014 [vid. 2015-01-18]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/taric-cz.aspx>.

Úvodní informace [online]. CEBRE - Česká podnikatelská reprezentace při EU v Bruselu, 2015 [vid. 2015-10-24]. Dostupné z: <http://www.cebre.cz/>.

Vláda dala zelenou návrhu MPO na vznik fondu na podporu startupů [online]. Businessinfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export, 12.10.2015 [vid. 2015-11-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/vlada-dala-zelenou-navrhu-mpo-na-vznik-fondu-na-podporu-startupu-69802.html>.

Výroční zpráva 2014 [online]. Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR, 2015 [vid. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.askpcr.cz/vyrocní-zpravy/vyrocní-zprava-2014/>.

Vývoz [online]. Celní správa České republiky, 4.7.2014 [vid. 2015-01-19]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/clo/celni-rizeni/vyvoz/Stranky/default.aspx>.

WINTER, Jan. *Kdo vám půjčí v mezinárodním obchodě* [online]. *Měsíc.cz*, 06.09.2006 [vid. 2015-10-26]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/clanky/kdo-vam-pujci-v-mezinarodnim-obchodu/>.

Zahraniční kanceláře agentury CzechTrade [online]. CzechTrade, 9.5.2015 [vid. 2015-12-06]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/>.

Zahraniční obchod se zbožím – národní pojetí – časové řady [online]. Český statistický úřad, 2015 [vid. 2015-09-21]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vzonu_cr.

ZAMYKALOVÁ, Miroslava. *Mezinárodní obchodní jednání*. Praha: Professional Publishing, 2003. ISBN 80-864-1928-2.