



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



Komparativní výhody českých exportních firem

Diplomová práce

Studijní program: N6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: 6208T085 – Podniková ekonomika

Autor práce: **Bc. Zuzana Dostálová**

Vedoucí práce: PhDr. Ing. Pavla Bednářová, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Zuzana Dostálová**
Osobní číslo: **E14000334**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Název tématu: **Komparativní výhody českých exportních firem**
Zadávací katedra: **Katedra ekonomie**

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

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných předpokladů
2. Teorie zahraničního obchodu
3. Zahraniční obchod České republiky
4. Komoditní struktura vývozu České republiky
5. Komparativní výhody exportních firem
6. Formulace závěrů a ověření výzkumných předpokladů

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **65 normostran**

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

Seznam odborné literatury:

SMITH, Adam. Pojednání o podstatě a původu bohatství národů.

Praha: Liberální institut, 2001. ISBN 80-863-8915-4.

RICARDO, David. Zásady politické ekonomie a zdanění. Praha: Státní nakladatelství politické literatury, 1956. ISBN 000272816.

SVATOŠ, Miroslav. Zahraniční obchod: teorie a praxe. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.

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

KRUKOWSKI, Nick. Global ambitions: Czech republic. Canadian Transportation Logistics. 2006, 109(3): 26-28. ISSN 2292-2490.

Databáze článků ProQuest (<http://knihovna.tul.cz/>).

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Ing. Pavla Bednářová, Ph.D.

Katedra ekonomie

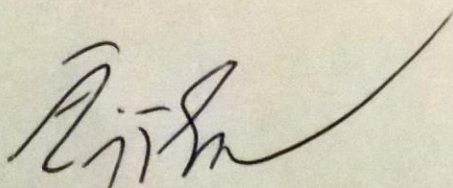
Konzultant diplomové práce:

Mgr. Petr Čejchan

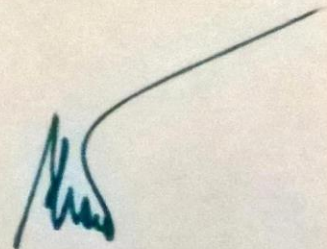
Integraf, s.r.o., ředitel

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

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



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan



prof. Ing. Jiří Kraft, CSc.
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:

Anotace

Diplomová práce se zaměřuje na analýzu komparativních výhod exportních podniků v České republice. Myšlenka komparativní výhody je první z ekonomických teorií, které bylo možno použít v reálné, praktické rovině. Teoretická část diplomové práce se věnuje právě ekonomickým teoriím souvisejících s teorií komparativních výhod, z nichž stěžejní pro dané téma je dílo ekonoma Davida Ricarda. Druhá, praktická a analytická část se věnuje zahraničnímu obchodu České republiky, jeho historickému vývoji a současnému stavu. Analyzuje exportní pozici České republiky a zjišťuje její komparativní výhody, činící české vývozní komodity konkurenceschopné na mezinárodních trzích. Konkrétní komparativní výhody byly zjišťovány u vývozní společnosti Jablotron, s. r. o. a byla provedena SWOT analýza daného podniku, kde byly předloženy příležitosti, ze kterých by firma mohla čerpat další komparativní výhody vůči mezinárodní konkurenci.

Klíčová slova

Absolutní výhoda, Komparativní výhoda, Vývoz, Zahraniční obchod

Annotation

Comparative Advantages of Export Companies in the Czech Republic

The diploma thesis is focused on the analysis of the comparative advantages of export companies in the Czech Republic. The idea of comparative advantage is the first of economic theories that could be used in real, practical terms. The theoretical part of the thesis is dedicated to the economic theories related to the theory of comparative advantages, of which the work of the economist David Ricardo is the essential for given topic. The second part, practical and analytical, deals with the international trade of the Czech Republic, its historical development and its current state. It analyses the export position of the Czech Republic and identifies its comparative advantages that make Czech export commodities competitive on international markets. The specific comparative advantages were detected for an export company Jablotron, s. r. o. and the SWOT analysis of the company was made to present opportunities, that might be the source of an another comparative advantage of the company among the international competition.

Key words

Absolute advantage, Comparative advantage, Export, International trade

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí diplomové práce paní PhDr. Ing. Pavle Bednářové, Ph.D. za odborné rady, cenné připomínky a pomoc při zpracování této diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat panu Janu Gregorovi, manažerovi marketingové komunikace společnosti Jablotron, za jeho čas a velmi přínosné informace z prostředí zahraničního obchodu dané společnosti. V neposlední řadě děkuji za podporu své rodině a přátelům.

Obsah

Seznam zkratk.....	10
Seznam tabulek.....	12
Seznam obrázků.....	13
Úvod.....	14
1. Zahraníční obchod.....	16
2. Vývoj teorií zahraničního obchodu.....	18
2.1 Teorie merkantilismu.....	18
2.2 Teorie klasické školy	19
2.2.1 Teorie absolutní výhody	20
2.2.2 Teorie komparativní výhody	22
2.2.3 Porovnání teorií AV a KV	26
2.2.4 Mezinárodní směnný poměr	28
2.3 Teorie neoklasické školy	28
2.3.1 Hecksher a Ohlin	29
2.3.2 Stolper a Samuelson	29
2.3.3 Rybczynsky	30
2.3.4 Leontief	30
2.4 Alternativní teorie	31
3. Analýza zahraničního obchodu České republiky	33
3.1 Vývoj zahraničního obchodu České republiky.....	33
3.1.1 První republika 1918 - 1948.....	33
3.1.2 Poválečné období, socialismus 1948 - 1989.....	34
3.1.3 Transformace, polistopadové období 1989 - současnost.....	38
3.2 Současná situace zahraničního obchodu ČR	49
3.3 Exportní strategie České republiky	52
4. Konkurenceschopnost a komparativní výhody ČR.....	56
4.1 Exportní pozice České republiky	58
4.2 Komparativní výhody	62
4.3 Významné sektory českého průmyslu	66
5. Analýza vybrané společnosti	70
5.1 Představení společnosti.....	70
5.2 Hodnoty společnosti	72

5.3 Řízení kvality	73
5.4 Ekonomické údaje	74
5.5 Zahraniční obchod společnosti.....	75
5.5.1 Obchodní partneři.....	76
5.5.2 Komparativní výhody.....	77
5.6 SWOT Analýza společnosti	80
Závěr	85
Seznam použité literatury	88

Seznam zkratk

AIDS	<i>Acquired Immune Deficiency Syndrome</i> , Syndrom získaného selhání imunity
a. s.	Akciová společnost
B2C	<i>Business-to-Consumer</i> , obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi a koncovými zákazníky
BRICS	Brazílie, Rusko, Indie, Čína, Jižní Amerika; akronym
CEFTA	<i>Central European Free Trade Agreement</i> , Středoevropská zóna volného obchodu
CEO	<i>Chief Executive Officer</i> , výkonný ředitel
COO	<i>Chief Operations Officer</i> , provozní ředitel
CPI	<i>Consumer Price Index</i> , Index spotřebitelských cen
ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
ČSR	Československá republika
ČSFR	Československá federativní republika
ČSSR	Československá socialistická republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DDOS	<i>Distributed denial of service</i> , typ útoku na internetové služby nebo stránky
EBOPS	<i>Extended Balance of Payments Services</i> , Mezinárodní rozšířená klasifikace služeb platební bilance
ESVO	Evropské sdružení volného obchodu (angl. EFTA – <i>European Free Trade Agreement</i>)
EU	Evropská Unie (EU28 – všechny členské státy, EU15 – prvních 15 států)
EUR	Euro
FMZO	Federální ministerstvo zahraničního obchodu
G20	<i>Group of Twenty Finance Ministers and Central Bank Governors</i> , Skupina největších ekonomik světa, tj. 19 států a Jednotný vnitřní trh Evropské unie
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i> , Všeobecná dohoda o clech a obchodu
GCR	<i>Global Competitiveness Report</i> , Zpráva o globální konkurenceschopnosti

GSM	Globální Systém pro Mobilní komunikaci (fr. <i>Groupe Spécial Mobile</i>)
HDP	Hrubý domácí produkt (angl. GDP – <i>Gross Domestic Product</i>)
IBRD	<i>International Bank for Reconstruction and Development</i> , Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj
ICC	<i>International Chamber of Commerce</i> , Mezinárodní obchodní komora
IT, ICT	Informační technologie, Informační a komunikační technologie
ITC	Institut pro testování a certifikaci
KČ	Koruna česká
MMF	Mezinárodní měnový fond (angl. IMF – <i>International Monetary Fund</i>)
MO	Mezinárodní obchod
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
NATO	<i>North Atlantic Treaty Organization</i> , Severoatlantická aliance
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> , Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OSN	Organizace spojených národů (angl. UN – <i>United Nations</i>)
OZO	Organizace zahraničního obchodu
PP	Podpora prodeje
R&D	<i>Research and Development</i> , Výzkum a Vývoj
RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci
SITC	<i>Standard International Trade Classification</i> , Standardní mezinárodní obchodní klasifikace
SSSR	Svaz sovětských socialistických republik
s. r. o.	Společnost s ručením omezeným
SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Analysis</i> , Strategická analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb
TP	Technická podpora
UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i> , Konference OSN o obchodu a rozvoji
USA	<i>United States of America</i> , Spojené státy americké
WB	<i>World Bank</i> , Světová banka
WTO	<i>World Trade Organization</i> , Světová obchodní organizace
ZO	Zahraniční obchod

Seznam tabulek

Tabulka 1: Příklad komparativních výhod	24
Tabulka 2: Zahraniční obchod České republiky, příhraniční pojetí	41
Tabulka 3: Teritoriální struktura mezinárodního obchodu podle makroregionů	43
Tabulka 4: Komoditní struktura MO	45
Tabulka 5: Vývoz zboží podle SITC v přeshraničním pojetí	47
Tabulka 6: SWOT Analýza společnosti Jablotron, s. r. o.....	82

Seznam obrázků

Obrázek 2: Graf znázorňující teorii relativní výhod.....	27
Obrázek 1: Graf znázorňující teorii absolutních výhod.....	27
Obrázek 3: Zahraniční obchod ČR 1989 – 2015	42
Obrázek 4: Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky se zbožím v roce 2012	44
Obrázek 5: Vývoj komoditní struktury exportu zboží ČR v letech 1993-2006 (v %).....	47
Obrázek 6: Makroekonomická situace v ČR.....	50
Obrázek 7: Makroekonomická situace odhadovaná na příští dva roky.....	50
Obrázek 8: Rozdělení českých exportních podniků	59
Obrázek 9: Maticová struktura mikrotýmů Jablotronu.....	79
Obrázek 10: SWOT analýza	81

Úvod

Tato diplomová práce se zaměřuje na komparativní výhody exportních firem v České republice. Dané téma bylo zvoleno kvůli setrvávajícímu významu komparativních výhod a jejich vazeb na ekonomiku České republiky jako takovou i v současnosti, přestože toto téma má za sebou již dvě století trvající historii. Komparativní výhody jednotlivých zemí se neustále vyvíjejí a mění v závislosti na mnoha faktorech konkrétních ekonomik. Jejich důležitost a využití v zahraničním obchodě je však přetrvávající a je jedním ze stěžejních předpokladů úspěšné realizace zahraničního obchodního styku mnoha států.

Autorem myšlenky o komparativních výhodách je David Ricardo a první definice komparativních výhod je součástí spisu „Zásady politické ekonomie a zdanění“. Ricardova teorie je jednou z nejdůležitějších ekonomických teorií vůbec. V určitých bodech vyvrací a v jiných naopak rozšiřuje myšlenky a názory klasického ekonoma Adama Smithe, který významně obohatil teoretické znalosti v oblasti zahraničního obchodu, zejména svým dílem „Pojednání o podstatě a původu bohatství národů“. Zde definoval teorii absolutní výhody, která je postavena na specializaci zemí na tu výrobu, u které stát dosahuje nejnižších možných nákladů a nejvyšší produktivity v komparaci s ostatními zeměmi. David Ricardo pracuje se situací, kdy země absolutní výhodu nemá, a přesto se účastní zahraničního obchodu, díky specializaci na výrobu, u které má relativně největší výhodu a dosahuje nejnižších oportunitních nákladů. Tato jeho teorie je dále podkladem pro mnoho ekonomů následující doby, kteří ji rozvíjeli, upravovali či upřesňovali tak, aby byla reálně použitelná v praxi. Jsou to zejména John Stuart Mill s teorií reciproční poptávky, dále P. Samuelson, E. Hecksher a B. Ohlin. Dílem a přínosem zmiňovaných ekonomů se kromě jiného zabývá teoretická část této diplomové práce.

Praktická část práce je rozdělena do tří kapitol. První kapitola podává obraz o vývoji zahraničního obchodu České republiky a jeho současném stavu. Popisuje charakteristiky zahraničního obchodu od vzniku samostatné Československé republiky až po současnost, kde podává obraz v konkrétních číslech a zhodnocuje vývoj. Vývoj zahraničního obchodu zaznamenal mnoho pozitivních i negativních období a situací. V práci je představen i program exportní strategie České republiky pro představu o vývoji v blízké budoucnosti.

Druhá kapitola se věnuje komparativním výhodám České republiky obecně a potažmo tak českým exportním podnikům. Zhodnocuje exportní pozici České republiky, analyzuje komparativní výhody a udává, jaká jsou nejdůležitější průmyslová odvětví v ČR. Analýza komparativních výhod je velmi důležitá pro Českou republiku, jelikož v situaci, kdy země nedisponuje absolutní výhodou, zjišťování a rozvíjení komparativních výhod je základem pro celosvětovou konkurenceschopnost českých exportních podniků.

Třetí kapitola se zaměřuje konkrétně na společnost Jablotron, s. r. o., na její historii, současnou podobu, osvojené hodnoty, údaje o kvalitě a ekonomickém stavu. Analyzuje společnost z pohledu komparativních výhod i z pohledu silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb ve SWOT analýze.

Cílem práce je definovat a vyhodnotit existenci komparativních výhod České republiky, konkrétně na příkladu společnosti Jablotron, s. r. o. Analýza se opírá o teoretické podklady související s tématem komparativních výhod a vychází také z historického vývoje i současného stavu zahraničního obchodu ČR. Práce si za svůj předmět zkoumání klade otázku, zda společnost Jablotron disponuje nějakou absolutní či komparativní výhodou, a zda je dokáže efektivně využít ve svůj prospěch při podnikání. Dalším z cílů je na základě SWOT analýzy předložit návrhy, kterých příležitostí by mohla společnost Jablotron, s. r. o. využít ve snaze o vyšší konkurenceschopnost svého produktu na zahraničních trzích.

Teoretická část práce byla zpracovávána metodou literární rešerše, na ekonomické teorie bylo dále pohlíženo srovnáváním několika pohledů na tematiku. Následuje analýza zahraničního obchodu s využitím statistických údajů a faktografické rešerše. Závěrečná praktická část je vypracována na základě rozhovoru a konzultace s relevantní osobou zkoumané společnosti, doplněna o vlastní nápady a zhodnocení, za použití SWOT analýzy.

1. Zahraniční obchod

Obchod jako takový vznikl již před tisíci lety, v okamžiku, kdy člověk potřeboval něco, čeho se mu nedostávalo, a nabízel na oplátku něco ze svého majetku. Je to proces získávání statků, které se v určitý okamžik na určitém místě nenachází, prostřednictvím směny, tedy nákupu a prodeje. Obchod existuje v několika úrovních, podle rozsahu v jakém se statky směňují. Základní úrovní je vnitřní obchod, při kterém jsou statky prodány v místě, kde byly vyrobeny. Přesáhne-li směna hranice státu, jedná se o zahraniční obchod. Ten jako takový je datován spolu se vznikem státu. Již od dob neolitu a zejména pak od 3. tisíciletí př. n. l. jsou zaznamenány rozvinuté sítě obchodních cest. Kvůli náročnosti dálkových cest se zahraniční obchod zaměřoval zejména na luxusní statky, koření a zvířata. Kolem tras obchodních cest, ať už pozemních či vodních, vznikaly zastávky rozšiřující se v kupecké základny či města (Varadzin, 2013). „*Podstatou zahraničního obchodu je realizace dovozu a vývozu zboží a služeb mezi domácí ekonomikou a zahraničím* (Fojtíková, 2009, str. 1).“ O souhrnu všech jednotlivých zahraničních obchodů je hovořeno jako o mezinárodním obchodu.

Ten jako takový nabývá na stále větším významu, současně s rostoucí propojeností ekonomik jednotlivých zemí a globalizací i v ostatních sférách. V souvislosti s problémem omezenosti zdrojů je mezinárodní obchod stěžejním faktorem pro ekonomiku zejména malých zemí. Stále se zvyšující podíl a význam zastávají také kapitálové toky. Mezinárodní obchod a jeho současný obrovský vliv na ekonomiku, zejména na kurzy měn, úrokové sazby, platební bilance států, cenové hladiny či fiskální a monetární politiku jednotlivých zemí, dal a dává vzniknout teoriím mezinárodní ekonomiky, z nichž některými se dále zabývá část této práce o jejich vývoji (Soukup, 2012).

Bez ohledu na různost teorií o mezinárodním obchodě se jejich představitelé shodují na tom, co vedlo ke vzniku mezinárodní směny. Příčinou vzniku zahraničního obchodu je prvotně nedostupnost a omezené množství zdrojů (výrobních faktorů) jednotlivých států, které nemohou uspokojit všechny své potřeby pouze svými statky. Země jsou limitovány například svým surovinovým bohatstvím, prostorem, klimatem, množstvím pracovní síly, vyspělostí technologií a možnostmi investic do vědy a výzkumu (Fojtíková, 2009). Dále se jedná o snahu států dosáhnout co nejnižších nákladů ekonomického procesu, efektivnosti

a úspor z rozsahu (Soukup, 2012). Další příčinou jsou rozdíly v preferencích, motivech a úrovni spotřeby uvnitř států.

Existence zahraničního obchodu s sebou přináší určitá pozitiva i negativa. Mezi přínosy patří zisk výrobních faktorů, dochází ke změně struktury produkce a utváření rovnováhy (transformační funkce), zisk nových technologií, znalostí, vzorů chování a informací (transmisní funkce zahraničního obchodu), podpora konkurenčního tlaku a tím zapříčiněná snaha výrobců o nižší náklady či vyšší kvalitu apod. (růstová funkce). Kromě ekonomických přínosů s sebou zahraniční obchod přináší také podporu a rozvoj mezinárodních vztahů a spolupráce v oblasti politiky a kultury. Mezi negativní efekty zahraničního obchodu patří ztráta samostatnosti a soběstačnosti v případě nečekaných změn v politickém systému či v období války. Tato závislost na zahraničním obchodu se týká převážně malých zemí bez vlastních zdrojů. (Velikost země však není jediným faktorem, který určuje podíl zahraničního obchodu na ekonomice, svou roli zde hraje i celková ekonomická rozvinutost země a její otevřenost vůči zahraničí.) Mezinárodní obchod také potlačuje snahu o rozvoj ekonomiky uvnitř státu nebo může způsobit likvidaci domácí výroby kvůli nárůstu konkurence. Při směně produktů přes rámec hranic státu je také obtížnější vymahatelnost práv na inkaso či reklamaci (Fojtíková, 2009).

2. Vývoj teorií zahraničního obchodu

Oblast zahraničního, resp. mezinárodního obchodu, je předmětem různých zahraničně-ekonomických teorií, které vznikaly postupně již od 18. století a staly se teoretickým podkladem pro praktické koncepce zahraničního obchodu zemí. Lišily se ve svých postojích k obchodní politice států, některé podporovaly liberální přístup, tedy otevřenost ekonomiky zahraničnímu obchodu, jiné naopak zastávaly protekcionistický přístup a stavěly se proti mezinárodní směně a rostoucí globalizaci (Fojtíková, 2009). Určitou formou protekcionistického přístupu je hnutí zvané merkantilismus.

2.1 Teorie merkantilismu

Teorie merkantilismu vznikala již od 15. století a její myšlenky se šířily až do 18. století. Tato teorie spočívala v názoru, že stěžejním cílem zahraničních obchodních vztahů je nahromadění co největší zásoby peněz v zemi díky mezinárodní směně. Peníze v té době měly podobu mincí ražených z drahých kovů a jejich množství v zemi proto bylo pro merkantilisty hlavním ukazatelem bohatství. Drahé kovy získávaly státy především těžbou, pokud měly jejich zásoby ve svých zemích nebo koloniích. Druhým prostředkem byla aktivní obchodní bilance, čili když vývoz země přesahoval dovoz a země tak zvyšovala svou zásobu peněz. Pro merkantilisty byl zahraniční obchod „hra s nulovým součtem“, tedy pokud jedna země získá, musí druhá zákonitětratit. Svého extrému dosáhla tato teorie u skupiny tzv. *Bullionistů*, kteří zcela zakazovali vývoz drahých kovů (Kalínská, 2010).

Příznivcem teorie merkantilismu byl francouzský ministr financí na dvoře Ludvíka XIV. Jean Baptiste Colbert (1619 - 1683), který významně podporoval rozvoj řemeslné výroby se zaměřením na luxusní statky a zboží určené pro vývoz. Tato politika, nazývaná tzv. *colbertismus*, fungovala na předpokladu konkurenceschopnosti vyváženého zboží díky nízkým cenám. Těch bylo dosaženo zaměstnáváním levné pracovní síly. Aby byli řemeslníci ochotni pracovat za nízkou mzdu, bylo třeba zajistit nízké ceny potravin, byly tak zavedeny vysoké daně a clo na domácí zemědělskou produkci a zemědělské produkty se dovážely levněji ze zahraničí. To mělo za následek úpadek francouzského zemědělství a venkova na úkor rozmachu řemeslné výroby (Fojtíková, 2009).

Významným představitelem merkantilismu je například obchodník a jeden z ředitelů Britské Východoindické společnosti (Varadzin, 2013) Thomas Mun (1571 - 1641), autor knihy „Bohatství Anglie ze zahraničního obchodu“. Mun zastával již zmíněnou myšlenku, že největších zisků je dosahováno při převisu vývozu nad dovozem, čili čím je větší domácí výroba a menší spotřeba. Na druhou stranu poukázal na fakt, že hromadění peněz v zemi má negativní vliv na růst cen, což způsobuje oslabení konkurenceschopnosti domácích produktů. Co se týče obchodní bilance, není pro ni podle Muna stěžejní být aktivní se všemi zeměmi, ale zejména v celkovém úhrnu. Zdůraznil také význam reexportu, kdy země sice vyváží peníze při nákupu surovin, ale s cílem následného vývozu zboží s vyšší hodnotou a dovozu většího množství peněz (Soukup, 2012).

2.2 Teorie klasické školy

V průběhu 18. a 19. století vznikaly klasické teorie ekonomie a mezinárodního obchodu, které nalézají uplatnění a jsou interpretovány i v současnosti a byly základem pro mnoho dalších teorií. Klasické teorie jsou první větší reakcí na merkantilismus a jsou založeny na liberálním přístupu k zahraničnímu obchodu. Jejich představitelé podporují volný obchod a snížení cel.

Jedním z prvních významných odpůrců merkantilismu byl předchůdce klasiků, filozof David Hume (1711 - 1776), autor knihy „O penězích“, který zformuloval stále platnou a uznávanou tzv. kvantitativní teorii peněz, která říká, že aktivní obchodní bilance funguje jako vyrovnávací cenový mechanismus a v delším časovém horizontu vede ke snížení jejího salda, nelze tedy dlouhodoběji vyjadřovat ani přebytek, ani schodek obchodní bilance. V zemi, která má vyšší přebytek obchodní bilance a zvyšuje vývoz a množství peněz v zemi, dochází ke zvyšování cenové hladiny oproti druhé zemi, kde probíhá opačný proces. Díky tomu dochází ke změně v tocích zboží a peněz mezi těmito dvěma zeměmi a dochází k vyrovnávání obou ekonomik. Toto poznání, spolu s rozdílnými předpoklady jednotlivých států pro výrobu statků, představuje zahraniční obchod jako nástroj vedoucí k rovnováze výrobní struktury, právě na principu autoregulačního mechanismu (Varadzin, 2013).

Další vývoj v ekonomických teoriích již pracoval s předpokladem, že zahraniční obchod sám o sobě dokáže usměrňovat nerovnováhy a překážky obchodu. Stěžejními osobami klasické školy byli myslitelé a ekonomové Adam Smith a David Ricardo, o nichž pojednávají následující podkapitoly. Pozdějším představitelem byl John Stuart Mill.

2.2.1 Teorie absolutní výhody

Jedním z nejvýznamnějších představitelů klasické školy a ekonomů vůbec a zakladatelem liberálního směru v ekonomické teorii byl profesor Adam Smith (1723 - 1790), který své zásadní myšlenky shrnul v díle „Pojednání o podstatě a původu bohatství národů“ (v originále *An Inquiry into the Nature and Causes of Wealth of Nations*) vydaném v roce 1776. Ve svém díle vyjadřoval podporu obchodu, který je podle něj prospěšný pro všechny zúčastněné, jelikož mezinárodní dělba práce zvyšuje celosvětové bohatství, v souvislosti s růstem produktivity práce. Stěžejními myšlenkami Adama Smithe jsou teorie neviditelné ruky trhu, pracovní teorie hodnoty, podle níž je hodnota výrobku dána množstvím práce na něj vynaložené, a teorie absolutních výhod (Kalínská, 2010).

Smithova nejslavnější teorie o neviditelné ruce trhu byla zmíněna v jeho díle *Bohatství národů* (Smith, 1828, str. 184): *„Když se jedinec ze všech sil snaží použít svůj kapitál na podporu domácího průmyslu tak, aby výroba měla co největší hodnotu, pak nutně usiluje o to, aby roční příjmy společnosti byly co nejvyšší. Ovšemže většinou není jeho úmyslem podporovat veřejný zájem a ani neví, nakolik jej podporuje... myslí jen na svůj zisk a v tom, jako v mnohém jiném, jej vede neviditelná ruka, aby podporoval cíl, který neměl vůbec v úmyslu.“*

Teorie absolutních výhod se opírá o předpoklady klasického ekonomického modelu zahraničního obchodu, ke kterým Smith přidává několik dalších, na jejichž základě může teorie fungovat. Jsou to následující předpoklady (Štěrbová, 2013):

- Mezinárodní faktorová imobilita – To znamená, že výrobní faktory se nemohou přesouvat mezi jednotlivými zeměmi. Tento předpoklad tak zajišťuje neměnicí se hranice výrobních možností jednotlivých národních ekonomik. Nemožnost přesunu práce taktéž zaručuje neměnnost mzdové úrovně jednotlivých zemí, ač se tato úroveň mezi státy liší.
- Volný pohyb zboží a služeb – Jedná se o předpoklad neexistujících překážek obchodu, cel, kvót a jiných netarifních bariér a také dopravních nákladů. Východiskem předpokladu je skutečnost, že po umožnění obchodu mezi zeměmi musí být cena konkrétního zboží stejná ve všech zemích.
- Vyrovnaná obchodní bilance – V době vzniku teorie tvoří pohyb zboží a služeb významnou část platební bilance a dovoz určitého zboží byl financován vývozem jiného zboží, předpokládala se rovnost exportů a importů. Tento předpoklad je v současnosti překonán díky liberalizaci pohybu kapitálu, kdy je deficit obchodní bilance hrazen přílivem kapitálu.
- Pracovní teorie hodnoty – Tento předpoklad udává, že práce je jediný produktivní a nákladový výrobní faktor. Výsledkem je fakt, že množství práce spotřebované na výrobu zboží spolu s cenou práce udává cenu zboží. Pozdější ekonomie tento předpoklad částečně odmítá s tím, že cena je subjektivní hodnota determinovaná střetem poptávky a nabídky na trhu a že na cenu mají vliv i ostatní výrobní faktory podílející se na výrobě, jako je kapitál či půda.
- Konstantní výnosy z rozsahu – Tento předpoklad uvažuje konstantní výnosy z rozsahu ve výrobě při porovnání vstupu (práce) a výstupu. Tedy, že konkrétní proporcionální změna množství vstupů znamená stejně proporcionální změnu v množství výstupu. Například zdvojnásobení množství pracovníků vede k dvojnásobnému zvýšení produkce.

Podstata teorie absolutních výhod spočívá, tak jak ji Smith formuloval, v tom, že země by se svou výrobou měla zaměřit na ty výrobky, které dokáže vyrobit s nižšími náklady oproti jiným zemím, tedy s absolutně nejnižšími náklady na práci, a tuto produkci následně vyvézt do země, kde je jejich výroba dražší a která se zaměřuje na jiné, pro ni nejvýhodnější výrobky. Příčina vzniku absolutní výhody může být kromě nižších produkčních nákladů také v existenci takových potřebných surovin či komponentů, kterých se v jiných zemích nedostává, stejně tak v případě kvalifikovanější pracovní síly, dostupných informací a technologií (Varadzin, 2013). Vzájemnou směnou na bázi absolutní výhody by měly obě zúčastněné země získat, ač nerovnoměrně. Poptávkou obou zemí po produktu druhé země je definován mezinárodní směnný poměr výrobků, který zúčastněné země chtějí co možná nejvíce přiblížit národnímu poměru druhé země, dokud se mezinárodní směnný poměr neustálí v intervalu daném národními směnnými poměry. Předpokladem pro existenci teorie absolutní hodnoty je již zmíněná pracovní teorie hodnoty, která je zároveň i nevýhodou této teorie, jelikož zohledňuje jediný výrobní faktor, a to práci, naopak vůbec nezohledňuje výrobní faktory půdu a kapitál, popřípadě ještě v současnosti významný lidský kapitál. Překonané je i vyjádření hodnoty podle této teorie, jelikož moderní ekonomické myšlení pracuje s hodnotou jako se subjektivní veličinou (Kalínská, 2010).

2.2.2 Teorie komparativní výhody

Na Smithe navázal a v podstatě jeho teorie rozšířil podnikatel a politik David Ricardo (1772 – 1823), který v roce 1817 vydal své nejvýznamnější dílo „Zásady politické ekonomie a zdanění“ (v originále *On the Principles of Political Economy and Taxation*) a zveřejnil tak teorii, která potenciálem, který je v ní připisován mezinárodnímu obchodu, přesahuje Smithovy teorie a stává se vrcholem mezinárodních teorií klasické školy. Tato teorie komparativních výhod rozšiřuje teorii absolutních výhod o fakt, že vzájemná směna mezi zeměmi je oboustranně výhodná v každém případě, i tehdy, kdy země nedisponuje v žádné ze svých produkcí absolutní výhodou. I přes absenci absolutní výhody není země nucena všechny statky dovážet. Příkladem prospěšného využití teorie komparativních výhod je obchod vyspělých zemí s rozvojovými státy. Dále se Ricardo zabýval popisem inverzního vztahu mezi produktivitou práce a pracovní náročností (Varadzin, 2013).

„Rozšíření zahraničního obchodu nepovede k okamžitému navýšení hodnoty v dané zemi, avšak velmi mocně přispěje ke zvýšení objemu komodit, a tím i k sumě užítku (Ricardo, 1817, str. 135).“ Těmito slovy uvedl David Ricardo své myšlenky týkající se zahraničního obchodu ve své knize. Svá slova dále rozvedl a uvedl teorii komparativních výhod.

Teorie komparativních výhod je založena na tom, že i země, jež nemá absolutní výhodu při výrobě žádného výrobku, se zapojí do mezinárodního obchodu a bude vyvážet ty produkty, u kterých realizuje relativně nejmenší absolutní nevýhodu. Naproti tomu země, která má absolutní výhodu u více svých produktů, se zaměří na výrobu výrobku s relativně největší absolutní výhodou (Fojtíková, 2009). Relativně nejvyšší výhodu určuje hodnota produktu daná národními směnnými poměry. Předpokládá se, že existují země A a B s různou úrovní produktivity práce při výrobě produktů X a Y, tedy i s různými směnnými poměry mezi nimi. Jestliže je vnitřní směnná proporce země A mezi výrobky X a Y větší než stejná proporce země B, pak je efektivní vyrábět produkt X a vyvážet ho do země B, bez ohledu na celkovou produktivitu. Stejný princip se použije v případě země B. Volným pohybem zboží v rámci zahraničního obchodu tak dochází k realokaci výrobních zdrojů a země se přirozeně zaměřují svou prací na ta odvětví, která jsou pro ně nejpřínosnější (Varadzin, 2013).

Ricardo ve svém díle vysvětluje svou teorii komparativních výhod na příkladu obchodu mezi Anglií a Portugalskem (Ricardo, 1817, str. 156):

"V jedné a téže zemi jsou zisky všeobecně řečeno vždy stejné výše nebo se liší, jen pokud pro určité použití kapitálu může být zapotřebí práce 120 dělníků po tutéž dobu. Proto by Anglie shledala, že pro ni je výhodnější dovážet víno a kupovat je za vyvážené sukno.

Výroba vína v Portugalsku může vyžadovat práci pouze 80 osob po dobu jednoho roku a výroba sukna v této zemi by si vyžádala práci 90 lidí po tutéž dobu. Proto bude pro ně výhodnější vyvážet víno a směňovat je za sukno. K této směně by mohlo dojít i tehdy, kdyby zboží, které Portugalsko dováží, se tam mohlo vyrobit menším množstvím práce než v Anglii. Ačkoli by Portugalsko mohlo sukno vyrobit prací 90 lidí, bude je dovážet ze země, kde jeho výroba vyžaduje práci 100 lidí. Bude pro ně výhodnější používat kapitálu k výrobě

vína, za které dostane z Anglie více sukna, než by samo vyrobilo, kdyby část svého kapitálu převedlo z pěstování vína do výroby sukna.

Anglie by takto dávala produkt práce 100 lidí za produkt práce 80 lidí. K takové směně by nemohlo dojít mezi jednotlivci v téže zemi.“

I u této teorie však platí, že i když si obě země polepší, tak opět ne rovnoměrně. Přesto jsou specializace a volný obchod, tak jak ho popisuje teorie komparativních výhod, pro obě země prospěšné, přispívají k relativně větší efektivnosti výroby a zúčastněným zemím přináší vyšší příjmy. Zdroji, díky nimž může země vykazovat relativní výhody, může být například přírodní bohatství, vybavenost výrobními faktory, výnosy z rozsahu, úroveň technologií či stádium výrobního cyklu. Negativním dopadem této teorie je znevýhodnění těch výrobců, jejichž produkt se bude dovážet na úkor efektivnější výroby jiných produktů, následná ztráta pracovních míst pro jednotlivce a ovlivnění jejich příjmů (Kalínská, 2010).

Fungování a užitečnost využívání komparativních výhod konkrétních zemí je možno ukázat na následujícím konkrétním příkladu, zpracovaném podle (Štrach, 2009), kde dokazuje výhody specializace při obchodu mezi Českou republikou a Itálií v produkci automobilů a piva:

Tabulka 1: Příklad komparativních výhod

Náklady (počet hodin)	Automobily (1 ks)	Pivo (1 hl)
Česká republika	100	20
Itálie	125	50

Úvodní situace		
Česká republika	5 ks	25 hl
Itálie	4 ks	10 hl
CELKEM	9 ks automobilů	35 hl piva

Obchodní situace (specializace)		
Česká republika	0 ks	50 hl
Itálie	8 ks	0 hl

CELKEM	8 ks automobilů	50 hl piva
--------	-----------------	------------

Obchodní situace (specializace při zachování původního množství)		
Česká republika	1 ks	45 hl
Itálie	8 ks	0 hl
CELKEM	9 ks automobilů	45 hl piva

Zdroj: Vlastní zpracování dle Štracha

V příkladu, znázorněném tabulkou výše (Tab. 1), se věnujeme mezinárodnímu směnnému poměru dvou zemí, z nichž každá vyhraduje přesně polovinu svých zdrojů na výrobu jednoho konkrétního statku. Kvůli zjednodušení příkladu předpokládáme, že dané statky potřebují ke své výrobě zapojení jediného výrobního faktoru, a sice práce, a obě dvě země mají vyrovnané množství tohoto výrobního faktoru, tedy 1000 hodin práce. Můžeme vidět, že Česká republika vyrábí oba statky (automobily i pivo) levněji a s nižšími náklady, tedy efektivněji než Itálie. Na výrobu jednoho automobilu je potřeba 100 hodin práce v České republice a 125 hodin práce v Itálii, na výrobu 1 hektolitrů piva je potřeba 20 hodin práce v České republice a 50 hodin v Itálii. Itálie tak nevykazuje absolutní výhodu v produkci ani jednoho ze zkoumaných statků, oba produkuje komparativně nákladněji než Česká republika. Pokud bychom nebrali v potaz obchod na základě komparativních výhod, dané země by spolu neobchodovaly.

Při počáteční situaci obě země věnují právě polovinu svých zdrojů, tedy 500 hodin práce, na každý ze statků. Celkem takto vyprodukují 9 kusů automobilů a 35 hektolitrů piva. Česká republika, která má absolutní výhodu ve výrobě obou komodit, se zaměří na výrobu té z nich, kterou dokáže vyrobit komparativně levněji, tedy s větším relativním rozdílem v nákladech na jejich produkci mezi oběma zeměmi. V daném příkladě je rozdíl v nákladech na konkrétní statek 20 : 50 v případě piva a 100 : 125 v případě automobilů, Při uskutečnění obchodu na základě teorie komparativních výhod se tedy Česká republika specializuje na výrobu piva a Itálie na výrobu automobilů.

V takové situaci, kdy Česká republika vyhraduje veškeré zdroje na výrobu piva a Itálie na výrobu automobilů, dosahuje celková produkce 8 ks automobilů a 50 hektolitrů piva. Preferujeme situaci, kdy je při obchodování na základě komparativních výhod

vyprodukováno alespoň stejné množství daného statku, v tomto případě 9 ks automobilů. Itálie se tedy zaměřuje se všemi svými zdroji na výrobu 8 automobilů, Česká republika ale uvolní 100 hodin práce z výroby piva na výrobu jednoho automobilu, aby celková produkce automobilů opět dosáhla 9 ks. Produkce piva se tak sníží na 45 hektolitrů, nicméně je to o 10 hektolitrů více než v počáteční situaci, díky realizaci mezinárodního obchodu. Dokazujeme tudíž, že mezinárodní obchod je prospěšný i v takové situaci, kdy jedna ze zemí nedisponuje žádnou absolutní výhodou.

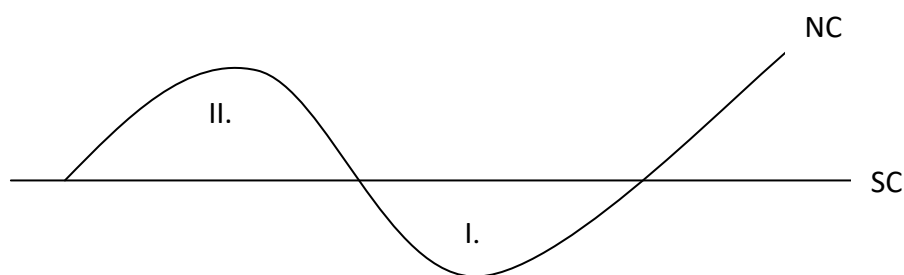
Je možné tak také interpretovat, že zdrojem komparativní výhody nejsou přirozené a získané faktory, ale rozdílnost nákladů (tedy ve spotřebě dostupných zdrojů) při výrobě. V současnosti lze vysvětlit komparativní náklady výroby úrovní produkčních procesů, cenou výrobních faktorů a především využití technologie (Štrach, 2009).

Země však mohou disponovat komparativní výhodou i díky jiným faktorům, jako jsou například znalosti a tradice, organizační struktury firem, velikost domácího trhu a provázanost s jinými produkčními odvětvími, lokální a národní kultura, duševní vlastnictví, či legislativa a právní systém.

Komparativní výhody tak nezávisí pouze na tom, čím daná země disponuje, ale lze je záměrně a účelově vytvářet. Její potenciální zdroje je však třeba obsáhnout veřejnou politikou, která ne vždy dostačuje pro rozpoznání takových zdrojů, které v převážné míře vychází z rozdílností mezi ekonomikami, nicméně snaha o konkurenceschopnost je vládami orientovaná spíše na napodobování ostatních ekonomik (Urban, 2014).

2.2.3 Porovnání teorií AV a KV

Na následujících grafech (Svatoš, 2009) je znázorněn rozdíl mezi teorií absolutní výhody Adama Smithe a teorií komparativní výhody Davida Ricarda. Na prvním grafu lze pozorovat střet domácího výrobku se světovým trhem. V oblasti I. jsou výrobky, jejichž národní cena je nižší než světová cena a jejich vývozcí tedy dosahují absolutní výhody (zásluhou vyšší ekonomické vyspělosti a konkurenceschopnosti). V oblasti II. se nachází výrobky, pro které je konfrontace se světovým trhem nepříznivá a znamenají absolutní ztrátu. Dle Smithe se tedy země specializuje na výrobky pouze z pásma I.



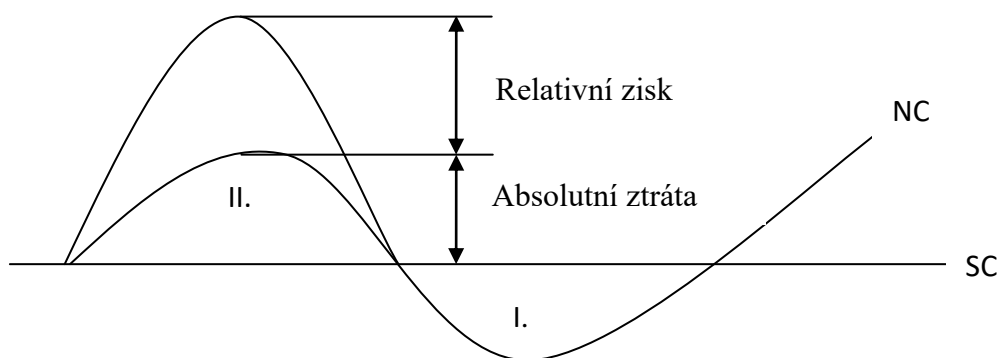
Obrázek 1: Graf znázorňující teorii absolutních výhod

Zdroj: Vlastní zpracování dle Svatoše

SC – světová cena (tvořena hlavními dovozci a vývozci)

NC – národní cena (průměrná cena tvořena domácími výrobci)

Na druhém grafu je znázorněna situace podle Ricarda, kdy i v oblasti s absolutní ztrátou existují relativní výhody obchodu. V situaci, kdy země nedisponuje dostatkem výrobků v pásnu I., či nejsou schopné exportu, země bude vyvážet výrobky z pásma II. i když se ztrátou (ve velikosti pásma absolutní ztráty v druhém grafu). Pro stát to má stále ty výhody (ve velikosti relativního zisku), že vývoz výrobků druhého pásma dokáže pokrýt dovozní potřeby státu a za svou cenu umožňují dovoz jiného výrobku, který je v zemi potřebný a jeho cena při domácí výrobě by byla mnohonásobně větší, než je relativní ztráta při vývozu výrobků z pásma II. a jeho dovozu.



Obrázek 2: Graf znázorňující teorii relativní výhod

Zdroj: Vlastní zpracování dle Svatoše

2.2.4 Mezinárodní směnný poměr

O mezinárodním směnném poměru, zmiňovaném v teoriích absolutních i komparativních výhod, pojednává dále také John Stuart Mill (1806 – 1873) v rámci své teorie reciproční poptávky, kterou formuloval ve svém spisu *Zásady politické ekonomie* a některá její užití v sociální filosofii. Jak již vyplývá z výše vysvětlovaných teorií, charakter výhod získaných konkrétními státy při participaci v mezinárodním obchodě je dán právě hodnotou mezinárodního směnného poměru zemí. Dalším poznatkem bylo, že se tento poměr bude vždy nacházet v intervalu ohraničeném národními směnnými poměry. Mill se zabývá tím, kde přesně se daný poměr bude nacházet v rámci tohoto intervalu. Podle teorie reciproční poptávky je hodnota mezinárodního směnného poměru nejvíce dána národní poptávkou po dovozu. Například pokud poptávka země X po produktu země Y bude větší než poptávka země Y po produktu země X, bude se mezinárodní směnný poměr nacházet blíže národnímu směnnému poměru země X. Konkrétní velikost reciproční poptávky je odvozena od velikosti a vyspělosti země. Platí také, že čím je mezinárodní směnný poměr vzdálenější národnímu, získává země více výhod ze zapojení do mezinárodního obchodu (Kalínská, 2010).

2.3 Teorie neoklasické školy

Neoklasická škola se odlišuje od klasické tím, že byl do jejích teorií již zařazen kapitál jako další výrobní faktor a nepracuje tedy již pouze s náklady na jediný výrobní faktor, a to na práci. Oproti klasické škole se posouvá v pohledu na příčiny mezinárodního obchodu a podstatu mezinárodní směny vidí v tzv. alternativních nákladech, kdy jsou náklady na produkt ekvivalentem množství jiného produktu a díky tomu lze určit hranici produkčních možností konkrétní ekonomiky (Soukup, 2012).

2.3.1 Hecksher a Ohlin

Model švédských ekonomů E. Heckshera a B. Ohlina o faktorovém vybavení ekonomiky navazuje na Ricardovu teorii komparativních výhod a rozšiřuje ji o použití kapitálu jako výrobního faktoru. Předpoklady pro existenci tohoto modelu jsou:

- Rozdělení výrobků na kapitálově náročné a pracovně náročné, podle toho, který výrobní faktor hraje stěžejní roli při jejich výrobě.
- Země jsou rozdílně vybaveny výrobními faktory.
- Technologie využívané pro výrobu jsou stejné pro všechny země, není umožněno nahrazovat jeden výrobní faktor druhým.
- Není umožněn volný pohyb výrobních faktorů mezi státy.

Východiskem tohoto modelu je fakt, že podle relativní vybavenosti zemí danými výrobními faktory se budou země zaměřovat buď na výrobu pracovně náročných, nebo kapitálově náročných produktů. Kterého faktoru se v zemi dostává více, ten bude levnější.

Předpoklady této teorie jsou ve skutečnosti nereálné, stejně tak jako cena výrobního faktoru není dána pouze jeho nabídkou, proto je tento model již překonaným. Na H-O model navazuje teorém o vyrovnávání cen výrobních faktorů, který udává, že mezinárodní dělba práce vede ke změně struktury rozdělení domácího důchodu a tento fakt může být důvodem k zastávání protekcionistické obchodní politiky (Kalínská, 2010).

2.3.2 Stolper a Samuelson

Teorém Stolpera a Samuelsona o změně světových cen, který také navazuje na Hecksherův a Ohlinův model, zohledňuje skutečnost, kdy dojde ke změně mezinárodní tržní ceny jednoho z výrobních faktorů nebo výrobku na tento výrobní faktor náročného. Pokud například vzroste cena kapitálově náročné komodity, země se zaměří na její výrobu na úkor pracovně náročných produktů. Roste tak poptávka po kapitálu (následně roste jeho cena jakožto výrobního faktoru), naopak poptávka po práci klesá, stejně tak reálný důchod vlastníků práce a reálné mzdy, oproti nárůstu reálného důchodu vlastníků kapitálu, bez ohledu na zaměření dané země. V zemi, která se ještě před změnou zabývala výrobou

kapitálově náročných výrobků, dojde pouze k rozšíření výroby, zvýšení objemu vývozu a tak zlepšení směnných relací, tedy poměru cenové hladiny vývozu k cenové hladině dovozu. Oproti tomu v zemi orientované na pracovně náročné výrobky dochází k poklesu dovozu i vývozu a zhoršení celkové situace mezinárodního obchodu (Kalínská, 2010).

2.3.3 Rybczynsky

Další z navazujících teorií je Rybczynského efekt a změna relativní vybavenosti. Tento model se zaměřuje na situaci, kde se v určité zemi náhle změní její vybavenost výrobním faktorem. Takováto změna může mít příčinu například v nečekaném nárůstu či poklesu pracovních sil, v přílivu zahraničního kapitálu apod. Zapříčinění takové situace může spočívat i v přírodní katastrofě, ve válce. Změní se tak poměr práce a kapitálu v zemi a dojde ke změnám jejich cen (Kalínská, 2010).

2.3.4 Leontief

Americký ekonom Leontief navázal na předchozí teorie svým paradoxem, kdy v roce 1947 podrobil Hecksherův a Ohlinův model empirickému testu na příkladu Spojených států amerických. Ty byly podle jejich vybavenosti předpokládány vyrábět a vyvážet kapitálově náročné výrobky, nicméně byly více vyváženy pracovně náročné. Důvodem mohou být například hodnota lidského (pracovního) kapitálu, související s produktivitou práce danou lepší kvalifikací, vzděláním, zkušenostmi, nebo určité překážky a restrikce v mezinárodním obchodě, stejně tak možná substituce výrobních faktorů nebo nespolehlivost dat (Kalínská, 2010).

2.4 Alternativní teorie

Závěr kapitoly o vývoji teorií mezinárodního obchodu se zabývá moderními teoriemi formulovanými během 20. století, které vesměs zohledňují technologický pokrok ve světě. Jedná se o změny ve spotřebním zboží, ve výrobních a logistických metodách, v organizaci, dále o otevírání nových trhů, zvyšující se kvalifikaci pracovní síly, objevování nových energetických a surovinových zdrojů. Také se zabývají možnostmi, kdy reálně dochází k nesplnění většiny silných předpokladů, na kterých bylo do té doby stavěno (Varadzin, 2013).

Jednou z těchto moderních či alternativních teorií je například teorie *Fridricha Lista* o **ekonomice s dětskými odvětvími**. Podle této teorie by se měla země zapojovat do mezinárodního obchodu a tedy se vystavit zahraniční konkurenci pouze tehdy, dojde-li k úplnému „dozrání“ domácího průmyslu, či pouze konkrétního odvětví. Teprve až domácí odvětví dospějí, budou schopny odolávat konkurenci. Je však komplikované rozhodnout, která odvětví je potřeba nejvíce chránit a na jak dlouho. Každá taková ochrana by měla být pouze dočasná. Země s vyspělým průmyslem by měla být plně otevřena zahraničnímu obchodu (Kalínská, 2010).

Další teorií je **teorie zbídačujícího růstu** *Jagdishe Bhagwatiho*, která popisuje fakt, že firmy z rozvojových zemí reagují na snížení světové ceny jejich vyráběné produkce tím, že příjmy plynoucí z této produkce kompenzují rozšířením výroby a tím i vývozu, čímž však opět podněcuje další pokles ceny této produkce (Kalínská, 2010).

Na rozvojové země se zaměřil i *Raul Prebisch* se svou **teorií periferní ekonomiky**. V ní označil rozvojové země jako periferie vyspělých ekonomik, ve kterých dochází k vývozu výrobků s nízkou přidanou hodnotou, zejména se jedná o suroviny a potraviny, a důchodová pružnost poptávky po této produkci je relativně nízká (Kalínská, 2010).

Jednou z důležitých moderních teorií je formulování existence **rostoucích výnosů z rozsahu**. Rostoucí výnosy z rozsahu vyjadřují, že při zvýšení množství vstupů dochází k nadproporcionální změně výstupů a snížení jednotkových nákladů. Rostoucí výnosy z rozsahu značně přispívají ke zvyšování konkurenceschopnosti velkých firem.

Významnou teorií je také **teorie technologické mezery** uvedenou v roce 1961 *M. V. Posnerem*, která navazuje na teorii komparativních výhod. Za podmínek, kdy v zemích nejsou realizovány transakční náklady, transportní náklady ani cla, zákazníci mají stejné preference, směnné kurzy a výrobní faktory jsou na stejné úrovni a existuje plná zaměstnanost, pak se země odlišují v produkčních možnostech rozdílnými znalostmi a technologiemi. Země, která dočasně překlene technologickou mezeru oproti ostatním zemím, zaujímá díky nižším nákladům na výrobu monopolní postavení. Při použití nové technologie nejprve dochází ke zvykání si spotřebitelů a následuje imitování inovativní výroby konkurencí, v závislosti na délce patentu, obtížnosti nové technologie apod. Pokud si chce země udržet své výsadní postavení, musí být připravena na neustále pokračující změny a inovace, jelikož technologie je v danou chvíli její hlavní komparativní výhodou, kterou však má pouze na krátký čas (Varadzin, 2013).

3. Analýza zahraničního obchodu České republiky

Analýza zahraničního obchodu České republiky zahrnuje jeho vývoj od vzniku státu, zejména pak vývoj po druhé světové válce, spolu s vývojem zahraničně obchodní politiky. Dále jsou uvedeny statistiky podkládající současnou situaci zahraničního obchodu v České republice a jeho historická i současná struktura z pohledu teritoriálního a komoditního.

3.1 Vývoj zahraničního obchodu České republiky

Protože zahraniční obchod a jeho vývoj byl historicky vždy úzce spjat s politickou situací v zemi, můžeme etapy jeho vývoje rozdělit do tří hlavních časových úseků - období od vzniku samostatného Československa po nástup socialismu v českých zemích, další období za komunismu až po Sametovou revoluci a polistopadové období až po současnost.

3.1.1 První republika 1918 - 1948

Lze říci, že zahraniční obchod Československa začínal za velmi příznivých podmínek. Poté co se rozpadla monarchie Rakouska-Uherska a vznikl samostatný československý stát (dne 28. října 1918 coby Československá republika), převážná část průmyslové výroby zůstala na českém území. Díky nově nabyté nezávislosti a kontaktům se západem se zahraniční obchod orientuje na Francii, Anglii, ale také USA. Deset let po svém vzniku zaujímá Československo desáté místo na světě v průmyslové výrobě s 1,4% podílem celosvětového průmyslu (Martínek, 2010).

Nicméně Československá republika byla stejně jako ostatní země podílející se na zahraničním obchodě ovlivňována světovými událostmi, jako byla celosvětová hospodářská krize podzimu roku 1929, jejímž důsledkem se propadla průmyslová výroba o 40 % a v roce 1934, kdy se země potýkaly s nejhlubším stavem krize, se zahraniční obchod téměř zastavil a česká koruna devalvovala (Martínek, 2010).

Za období 2. světové války a Protektorátu také nelze vykazovat zahraniční obchod jako takový, většina české výroby byla směřována do Německa, které si český průmysl

podmanilo. Po jejím skončení se zahraniční aktivity Československa zaměřovaly hlavně na vztahy se Sovětským svazem a zeměmi tzv. východního bloku, a tyto vztahy udávaly směr a celkový politický i ekonomický vývoj země až do konce 80. let 20. Století (Fojtíková, 2009).

Zahranční obchod České republiky a jeho právní úprava byly zpočátku formovány pomocí prezidentských dekretů, později pomocí právních norem a předpisů. Na základě „Dekretu prezidenta republiky o úpravě, řízení a kontrole zahraničního obchodu“ z roku 1945 vzniklo Ministerstvo zahraničního obchodu, jehož prvotní úlohou byla správa podniků zahraničního obchodu a mezinárodního zasilatelství a neslo se ryze v protekcionistické rovině československé obchodní politiky. Paradoxně však zavádělo restriktivní opatření ovlivňující i vývozce z Československa. Ve stejném roce byla také dekrety sjednocena celní úprava na území ČSR a obnovena původní měna Kčs (Fojtíková, 2009).

3.1.2 Poválečné období, socialismus 1948 - 1989

Ve světě docházelo k rychlému nárůstu objemu zahraničního obchodu po 2. světové válce. V padesátých a šedesátých letech minulého století dosahovaly hodnoty růstu zahraničního obchodu vyšších čísel než celkový růst světového HDP. Souvisí to zejména s mezinárodní dělbou práce, která nabývala na stále větším významu, stejně jako specializace, technologický pokrok a vývoj nových výrobků. Tempo růstu zahraničního obchodu zpomalovaly v 80. letech zejména centrálně řízené ekonomiky tzv. socialistických zemí, na rozdíl od rozvojových zemí, které se do mezinárodní dělby práce zapojovaly mnohem dynamičtěji. Po zlepšení situace v 90. letech tvořily tzv. nově industrializované státy hlavní podíl na světovém vývozu (Varadzin, 2013).

V rámci republiky bylo hlavním rysem poválečného období znárodnování průmyslových podniků, pozemková reforma a likvidace soukromého sektoru. Po zkušenostech s hospodářskou krizí 30. let se socialismus jevil jako nejvhodnější politický a hospodářský systém. Jeho budování započalo rokem 1948 a tento systém přetrval po více než 40 let až do jeho rozpadu v roce 1990, kdy se centrálně řízená ekonomika začala postupně měnit na tržně orientovanou (Fojtíková, 2009).

Během této doby se klíčovou charakteristikou centrálně řízené ekonomiky státu stal národohospodářský plán podle vzoru SSSR, se systémem tzv. pětiletok. Stěžejním odvětvím výroby byl strojírenský průmysl. Centrální plánování mělo již po první pětiletce za následek státní bankrot a měnovou reformu, po níž byl stanoven nereálný kurz, a koruna se stala nesměnitelnou. V 70. letech byla ekonomika ovlivněna světovou ropnou krizí a deficit obchodní bilance se zhoršoval. Situace se nadále vyvíjela podle hospodářské recese ve vyspělejších západních zemích v 80. letech. Rostla zadluženost země a zhoršoval se podíl ČSSR na světovém obchodě (Fojtíková 2009).

Za doby existence ČSSR se její státní monopol týkal i ekonomických vztahů se zahraničím, které existovaly zejména na politickém základě a byly upraveny v právních normách. Aspekty vnějších vztahů té doby byly dvojího charakteru. První byla ochrana státní ekonomiky před negativními vlivy západních států. Druhým aspektem byl rozvoj a zvyšování technické úrovně a produktivity práce díky zapojení do mezinárodní dělby práce skrze socialistickou ekonomickou integraci. Již v roce 1948 přijalo Národní shromáždění zákon, ustavující tzv. specializované výsadní společnosti jakožto výhradní nositele práva na realizaci zahraničního obchodu. Ty byly později v 50. letech přeměněny na Podniky zahraničního obchodu a z této sféry byl zcela vytlačen soukromý sektor. Příkladem takových podniků je například Strojexport, Strojimport, Motokov, ŠKODAEXPORT, Ferromet, Chemapol, TUZEX apod. (Štěrbová, 2013).

Bylo vybudováno na 27 podniků zabývajících se zahraničním obchodem. Se vznikem ČSSR a ustanovením Zákona o československé federaci dne 28. října 1968 se ministerstvo zahraničního obchodu změnilo na Federální ministerstvo zahraničního obchodu. Prosazení státního monopolu do veškerých vnějších vztahů bylo završeno v roce 1980 zákonem č. 42 o hospodářských stycích se zahraničím, podle něhož Organizace zahraničního obchodu (OZO) fungovaly jako subjekty, jimž FMZO delegovala možnost vykonávat zahraničně-obchodní činnost. V rámci zahraničních ekonomických vztahů také figurovaly instituce jako Československá obchodní banka, a. s., Česká státní pojišťovna nebo Ústřední celní správa (Fojtíková, 2009).

V období ČSSR plnil zahraniční obchod čtyři hlavní funkce (Nykryn, 1988):

- Ekonomicko-racionalizační
- Transformační
- Transmisní
- Sortimentní

Ekonomicko-racionalizační funkce souvisí s využíváním výhod plynoucích z mezinárodní dělby práce a specializace. Zahraniční obchod však nemohl být využíván zcela efektivně, jelikož byl, stejně jako domácí ekonomika, řízen státem a plánován, a to v omezené působnosti v rámci RVHP (Rada vzájemné hospodářské pomoci, *8. 1. 1949, Moskva).

Transformační funkce souvisela s doplňováním domácí výroby v určitém čase o dovozy zahraniční výroby, čili získání jiných užitečných hodnot než těch vyrobených v národním hospodářství, které bylo hrazeno užitečnými hodnotami národní výroby. Jako člen RVHP měl každý členský stát svou specializační úlohu. V Československu to byl těžký průmysl, ačkoli zde pro něj nebyly ty nejvhodnější podmínky a výroba byla náročná z mnoha pohledů.

Transmisní funkce je spojena s osvojováním si nových vědecko-technických poznatků a byla v tomto období značně omezena o získávání technologií používaných ve vyspělých západních zemích.

Sortimentní funkce znamená realizaci vyrobeného produktového sortimentu ve spotřebitelský sortiment. Ten však byl značně nedostačující (Fojtíková, 2009).

At' už z politického či ekonomického hlediska, veškeré aktivity byly podřízeny Svazu sovětských socialistických republik (SSSR). Jak již bylo zmíněno výše, v roce 1949 došlo v Moskvě k založení Rady vzájemné hospodářské pomoci (RVHP) a její členské země byly povinovány účastí v Programu socialistické ekonomické integrace, v jehož rámci byly například poskytovány bezúročné úvěry Sovětskému svazu, přenechávána technická dokumentace, což značně zpomalovalo vědeckotechnický vývoj země a snižovalo její konkurenceschopnost vůči západním zemím, takže se zahraniční obchod v období socialismu soustředil hlavně na země v rámci RVHP. 69,8 % dovozu do ČSSR byl ze

socialistických zemí, 24,6 % z kapitalistických a 5,6 % z rozvojových zemí. Dovážela se především paliva, dovoz ropy se zvyšoval spolu s její zvyšující se spotřebou. Co se týče komoditní struktury exportu, byly z ČSSR vyváženy především stroje a zařízení, průmyslové spotřební zboží, zbraně a později pro zvýšení odbytu i suroviny (Martínek, 2010).

Ještě před nástupem komunismu se Československo stalo v říjnu roku 1945 členem Hospodářské a sociální rady OSN a velice aktivně se podílelo na její činnosti, taktéž coby člen Přípravného výboru zasedajícího za účelem realizace Mezinárodní konference o obchodu a zaměstnanosti. Českoslovenští zástupci tak stáli u příprav textu Charty mezinárodní obchodní organizace a Všeobecné dohody o clech a obchodu (anglicky *General Agreement on Tariffs and Trade*, zkratka GATT) a dále se účastnili všech mnohostranných jednání v rámci GATT, což bylo pro socialistickou zemi ojedinělé, nicméně nezbytné pro využívání práv a výhod daných mnohostrannými smlouvami a pro udržení pozice mezi silnějšími zeměmi, se kterými Československo nemělo smluvně garantovaná pravidla vzájemného obchodu. Politická orientace Československa však znamenala jistá omezení, jelikož západní státy plně neakceptovali liberální obchod s Československem tak jako s ostatními smluvními partnery a průmyslově vyspělými zeměmi. Pokud tyto státy měly zájem o obchodní jednání s Československem, využívaly především dvoustranné úmluvy (Fojtíková, 2009).

Pro Československo znamenalo zapojení do mnohostranného obchodního systému GATT několik přínosů a to zejména z důvodu zajištění vstupu na konkrétní trh, získání celních koncesí umožňujících prodej zboží za nižší ceny, garance proti zvyšování cel při importu do účastnických zemí nebo jejich zavádění, větší transparentnosti obchodu a zrušení určitých netarifních bariér obchodu. Tyto výhody poskytovalo i Československo ostatním zúčastněným zemím a přijímalo závazky v rámci GATTu (Fojtíková, 2010).

Výjimkou a negativní zkušeností byl však obchod s USA. Co se týče obchodních styků se Spojenými státy americkými, byly obě země zavázány pouze prostřednictvím mnohostranných podmínek Všeobecné dohody o clech a obchodu, žádná dvoustranná obchodní úmluva mezi Československem a USA tou dobou neexistovala. Jednotlivé státy mohou od Dohody odstoupit, nicméně nelze ji zrušit jednostranně a vypovědět závazky

vůči jednotlivým jiným smluvním stranám. V rámci ochranné politiky tak Kongres USA v roce 1951 rozhodl o podmínkách obchodu se státy ovládanými komunistickým režimem – zrušil takovému státům celní slevy a neumožňoval jim využívat nejvyšší výhody. Smluvní strany GATT schválili a přijali Deklaraci o suspenzi závazků, navrženou delegací USA na základě klauzule *rebus sic stantibus*, podloženou teorií, že „*nepředvídaná zásadní změna ve skutkových okolnostech nebo předpokladech, na jejichž základě byla smlouva uzavřena, může přivodit její neplatnost* (Beneš, 1988).“

3.1.3 Transformace, listopadové období 1989 - současnost

Listopadové události roku 1989 přinesly významné politické i hospodářské změny, ekonomika se oprostila od centrálního řízení a začala se transformovat na tržně řízenou, to znamená opětovné umožnění volné hospodářské soutěže a navrácení majetku do soukromého vlastnictví. To v konkrétních bodech znamená zrušení monopolního postavení státních podniků zahraničního obchodu a zahájení privatizace napříč podniky, malými i velkými, výrobními i se službami. Co se týče zahraničního obchodu, vznikaly nově specializované importní a exportní společnosti nebo se zřizovala vlastní exportní oddělení v rámci podniku. Československé federativní republiky bylo v roce 1990 obnoveno členství v Mezinárodním měnovém fondu (MMF, *1944) a v Mezinárodní bance pro obnovu a rozvoj (IBRD, součástí Světové banky WB, *1944); (Martínek, 2010).

Nově transformující se ekonomiky se zpočátku potýkaly se značnou krizí, co se zahraničního obchodu týče, změny se týkaly jeho teritoriální a komoditní struktury, rozpad RVHP znamenal pro země ztrátu trhů a nutnost nalezení nových na západě, s tím souvisí razantní pokles průmyslové produkce, nastala inflace a nárůst zahraniční zadluženosti. ČSFR se snažila navázat obchodní styky se zeměmi s vyspělou tržní ekonomikou, především se snažila odklonit svůj export a import od zemí bývalé RVHP na země Evropské unie (EU, *1993), nicméně to ze začátku způsobilo vysoký převis importu nad exportem, snížil se vývoz strojové techniky a přetrval export surovin. Později se export do vyspělých zemí zvýšil o 21%. Dovoz rapidně převyšoval vývoz zejména kvůli obrovské poptávce po komoditách, jichž se v Československu v posledních 40 letech nedostávalo, jednalo se zejména o spotřební zboží, dopravní prostředky, stroje apod.

Důležitost posilování exportu pro hospodářství země bylo zmíněno i v Programovém prohlášení vlády Václava Klause z 13. 7. 1992 o nové koncepci zahraniční obchodní politiky českého státu. Důraz byl kladen na prosazování liberalizace zahraničního obchodu a otevřenosti ekonomiky zahraniční konkurenci, prostřednictvím odstraňování netarifních překážek obchodu a snižování celního zatížení a dovozní přírážky. Zmíněn byl také postupný růst ekonomiky, z velké části podmíněný právě posilujícím exportem, těžícím z dlouhodobých komparativních výhod České republiky. Podle vládní politiky by se Česká republika měla zaměřit převážně na náročnější trhy západní Evropy a na podporu exportu jako takovou. (Programové prohlášení vlády ČR, 1992)

Další komplikace přicházely po rozpadu Československé federativní republiky a vzniku samostatné České republiky a Slovenské republiky 1. ledna 1993 z důvodu sporů a neujasněných obchodů obou republik, nelze tak objektivně posuzovat čísla o zahraničním obchodě. Obrat zahraničního obchodu postupně rostl, nicméně Česká republika dále vykazovala pasivní obchodní bilanci, převis dovozu nad vývozem a jen mírný nárůst hrubého domácího produktu (HDP, v roce 1994 o 2,6 %) a celková dynamika zahraničního obchodu byla v porovnání s oživeným světovým obchodem značně pomalá. Avšak docházelo k pozitivnímu vývoji v prohlubování vztahů s vyspělými státy – obrat ZO s vyspělými státy zaznamenal v roce 1994 meziroční nárůst o 62%, zato se Slovenskou republikou klesl o 25 % (Martínek, 2010)

Rozpad ČSFR znamenal také institucionální změny v zahraničním obchodě. Zodpovědným orgánem a ústřední institucí mající na starost zahraniční obchod se stalo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. (Zákon č. 474/1992 Sb.) To spravovalo zahraniční obchod pomocí nového právního rámce, skrze nové legislativy a ministerských vyhlášek. Hlavní rysy zahraniční obchodní politiky České republiky po roce 1993 jsou následující (Fojtíková, 2009):

- Respektování smluvních závazků se Slovenskou republikou, vyplývajících především z ustanovení celní unie mezi oběma státy.
- Dodržování smluvních závazků s ostatními zeměmi, vyplývajících z dohod o vytvoření zón volného obchodu (například v rámci Evropské Unie, CEFTA, ESVO).
- Následné uzavírání preferenčních smluv se státy, s nimiž takové dohody již uzavřela Evropská Unie (např. se jedná o Turecko, Izrael).
- Podepisování preferenčních dohod také se státy, které měly stejný vztah k EU jako Česká republika, tedy byly podobně přidruženy na základě asociačních dohod (např. Litva, Lotyšsko, Estonsko atd.).
- Plnění závazků vyplývajících z členství ve WTO (Světová obchodní organizace), tedy spolupráce s ostatními členskými státy, na základě GATT, v oblasti redukce celních a ostatních překážek obchodu.

Hlavní charakteristiky zahraničního obchodu České republiky v 21. století jsou (Štěrbová, 2013):

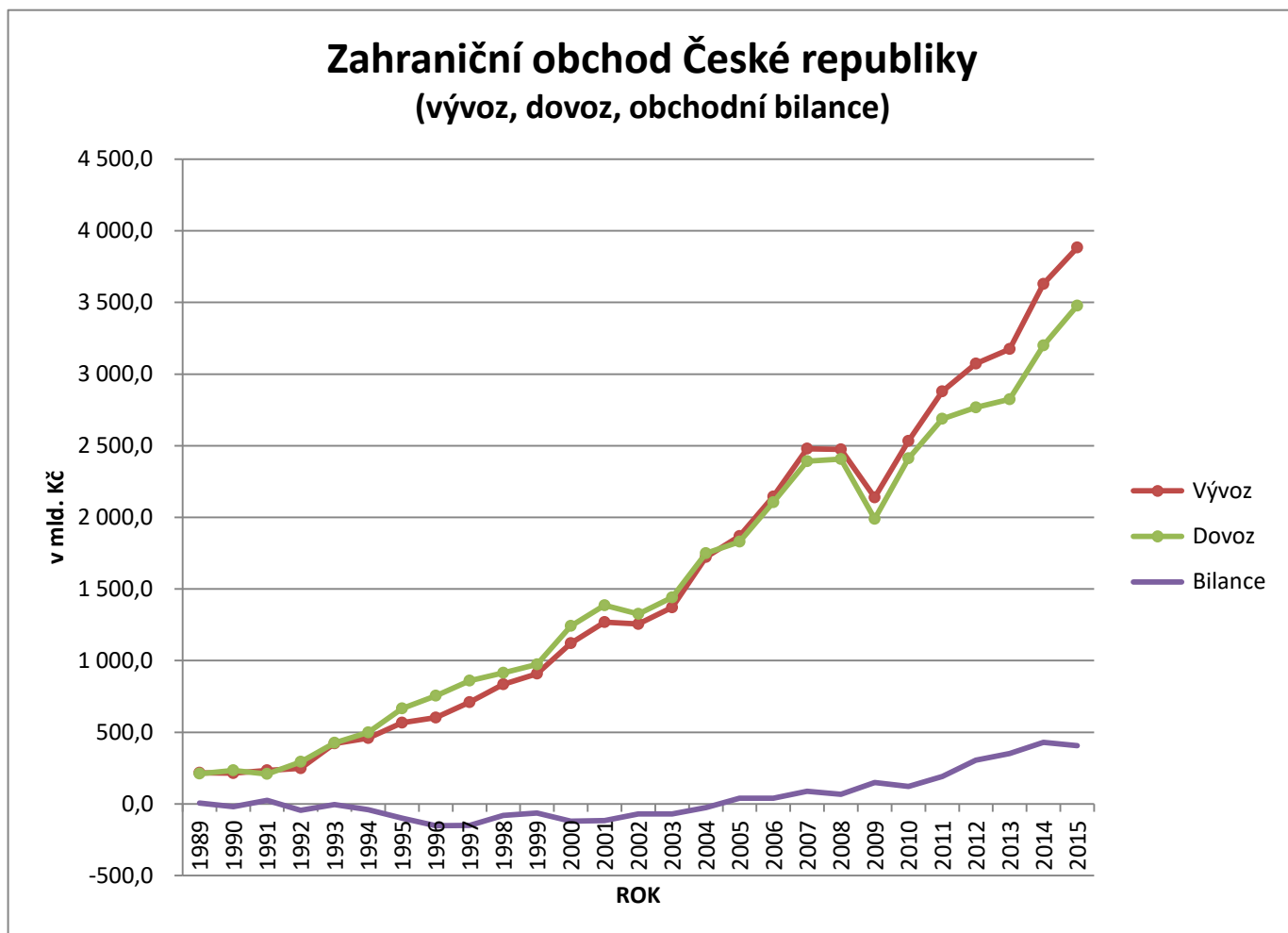
- Vysoké tempo růstu
- Zlepšování obchodní bilance
- Dlouhodobá orientace na ekonomiky členských států EU
- Specializace na průmyslové výrobky
- Rostoucí využití netradičních forem zahraničního obchodu

Konkrétní čísla každého roku od Sametové revoluce až do roku 2015 zobrazuje tabulka č. 2 podle Českého statistického úřadu ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu, uvádějící obrat každého roku, objem vývozu a dovozu v miliardách Kč a procentuelní změny vůči předešlému roku. Stejně údaje o objemu vývozu a dovozu České republiky také zobrazuje graf vypracovaný na základě údajů Českého statistického úřadu, uvedených v tabulce, kde je možné přehledně pozorovat změnu obchodní bilance na aktivní, tedy převisu vývozu nad dovozem, mezi lety 2005 a 2006 (ČSÚ, 2016)

Tabulka 2: Zahraníční obchod České republiky, příhraniční pojetí

	Obrat	Vývoz	Dovoz	Bilance	Změna proti předchozímu roku v %		Krytí dovozu vývozem v %
	v mld. Kč				vývoz	dovoz	
1989	427,5	216,5	211,0	5,5	.	.	102,6
1990	448,0	214,1	233,9	-19,8	-1,1	10,9	91,5
1991	442,4	233,6	208,8	24,8	9,1	-10,8	111,9
1992	541,5	248,1	293,4	-45,3	6,2	40,5	84,6
1993	847,7	421,6	426,1	-4,5	69,9	45,2	98,9
1994	957,2	458,8	498,4	-39,5	8,8	17,0	92,1
1995	1 231,9	566,2	665,7	-99,6	23,4	33,6	85,0
1996	1 356,4	601,7	754,7	-153,0	6,3	13,4	79,7
1997	1 569,0	709,3	859,7	-150,5	17,9	13,9	82,5
1998	1 748,7	834,2	914,5	-80,2	17,6	6,4	91,2
1999	1 881,9	908,8	973,2	-64,4	8,9	6,4	93,4
2000	2 363,0	1 121,1	1 241,9	-120,8	23,4	27,6	90,3
2001	2 653,7	1 268,1	1 385,6	-117,4	13,1	11,6	91,5
2002	2 580,5	1 254,9	1 325,7	-70,8	-1,0	-4,3	94,7
2003	2 811,7	1 370,9	1 440,7	-69,8	9,2	8,7	95,2
2004	3 471,8	1 722,7	1 749,1	-26,4	25,7	21,4	98,5
2005	3 698,5	1 868,6	1 830,0	38,6	8,5	4,6	102,1
2006	4 249,4	2 144,6	2 104,8	39,8	14,8	15,0	101,9
2007	4 870,6	2 479,2	2 391,3	87,9	15,6	13,6	103,7
2008	4 880,2	2 473,7	2 406,5	67,2	-0,2	0,6	102,8
2009	4 127,7	2 138,6	1 989,0	149,6	-13,5	-17,3	107,5
2010	4 944,4	2 532,8	2 411,6	121,2	18,4	21,2	105,0
2011	5 566,3	2 878,7	2 687,6	191,1	13,7	11,4	107,1
2012	5 839,5	3 072,6	2 766,9	305,7	6,7	3,0	111,0
2013	5 998,2	3 174,7	2 823,5	351,2	3,3	2,0	112,4
2014	6 828,5	3 628,8	3 199,6	429,2	14,3	13,3	113,4
2015	7 360,2	3 883,2	3 477,0	406,2	107,0	108,7	111,7

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ, MPO



Obrázek 3: Zahraníční obchod ČR 1989 – 2015
Zdroj: Vlastní zpracování dle Tab. 2 (na základě údajů ČSÚ)

Následující část je věnována údajům o mezinárodním obchodě z pohledu jeho teritoriální a komoditní struktury, jak pro světové měřítko, tak pro Českou republiku, v době od roku 2000.

Teritoriální struktura

Z hlediska členění dle teritoriální struktury mezinárodního obchodu rozlišujeme několik částí světa, tzv. makroregiony, tak jak uvádí tabulka (Tab. č. 3) Z údajů uvedených v tabulce můžeme vyvodit závěr, že současnými centry mezinárodního obchodu je stále severní polokoule světa, tedy Asie, Evropa a Severní Amerika, přičemž regiony Střední a Latinské Ameriky a Afriky zaznamenávají dlouhodobý postupný nárůst podílu na celkovém mezinárodním obchodě.

Tabulka 3: Teritoriální struktura mezinárodního obchodu podle makroregionů, podíly z celku, %

	2000		2005		2010		2012	
	X	M	X	M	X	M	X	M
Evropa (EUR)	40,70	39,91	41,93	41,00	37,69	37,02	35,45	33,76
Asie (ASI)	30,16	27,30	31,99	28,90	36,08	34,08	37,61	36,18
Severní Amerika (NAM)	19,97	24,32	15,04	20,52	13,79	17,01	13,84	16,93
Střední a Latinská Amerika (CLA)	5,07	5,22	4,85	4,39	5,12	5,20	5,39	5,64
Společenství nezávislých států (CIS)	2,08	1,37	2,96	2,13	3,55	2,80	4,11	3,38
Blízký východ (zde GCC)	2,35	1,51	3,29	1,88	3,65	2,60	4,75	2,84
Afrika (AFR)	2,31	2,09	2,95	2,58	3,16	3,23	3,07	3,33
Oceánie (zde Austrálie a Nový Zéland, ANZ)	1,28	1,32	1,30	1,44	1,58	1,54	1,60	1,72
Svět	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Poznámka: X a M – export a import.

Zdroj: Bolotov I., na základě UNCTAD (Štěrbová, 2013)

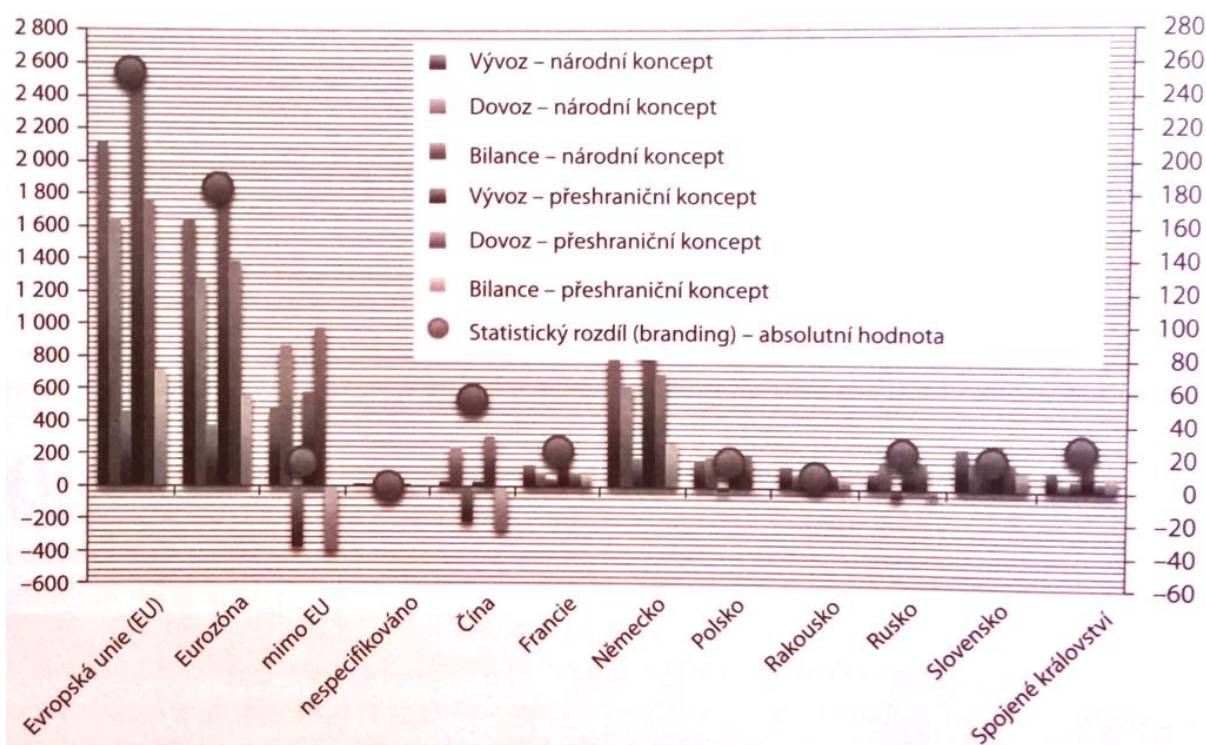
Co se týče toků zboží, více než polovina se jich odehrává v rámci makroregionů, celkově 51,55% (údaj z roku 2012 na základě UNCTAD) uvnitř Evropy, Asie a Severní Ameriky. Obchodní toky mezi makroregiony probíhají nejvíce mezi Evropou a Asií (s obratem 10,71 %), Asií a Severní Amerikou (s obratem 8,18 %). Dále mezi Asií a Blízkým Východem (obrat 5,57 %), Severní, Střední a Jižní Amerikou (obrat 4,82 %) a Evropou a Severní Amerikou (obrat 4,67 %); (Štěrbová, 2013).

Z dlouhodobého hlediska lze pozorovat z pohledu teritoriálního rozložení zahraničního obchodu oslabování v minulosti nejsilnějších ekonomik, tedy EU, USA a Japonska, kdy jejich podíl na mezinárodním obchodě klesá ve prospěch rostoucích ekonomik vyspělých zemí ze skupiny G20 a dále se zvyšuje podíl rozvojových a rozvíjejících se ekonomik, zejména v rámci skupiny BRICS (Brazílie, Rusko, Indie, Čína, Jižní Amerika), z nichž Čína a Indie spolu s několika africkými státy vykazovaly nejdynamičtější ekonomický rozvoj, dle údajů WTO z roku 2013 (Štěrbová, 2013).

Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky je postavena na mnohých obchodních smlouvách a dohodách, které republika od svého vzniku roku 1993 uzavřela a které kromě právního základu pro nově vytvářenou strukturu zahraničního obchodu daly

vzniknout novým obchodním vztahům, otevřely České republice nové trhy. Pro ČR bylo po rozpadu RVHP nezbytné přeorientování se na západní trhy, zpravidla náročnější na kvalitu a technické parametry produktů, ale také požadující vyšší úroveň platební morálky a politickou korektnost (Fojtíková, 2009)

Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky zobrazuje převážný podíl rozvinutých zemí (zhruba 80%), hlavně států Evropské Unie, z nichž největším obchodním partnerem ČR jsou sousední státy (Německo, Slovensko, Polsko), zvyšuje se podíl obchodu s Ruskem a Čínou (Štěrbová, 2013). Teritoriální strukturu zahraničního obchodu ČR z roku 2012 zobrazuje obrázek č. 4:



Obrázek 4: Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky se zbožím v roce 2012 v mld. Kč

Zdroj: Bolotov, I. na základě údajů ČSÚ a Eurostat (Štěrbová, 2013)

Komoditní struktura

V tabulce č. 4 jsou udány procentní podíly jednotlivých komoditních skupin na celkovém mezinárodním obchodě v letech 2000 až 2012. Je možno vidět růstový trend primárních

komodit, které zahrnují potraviny, kovy a rudy, paliva. Naopak dochází ke klesání podílu průmyslových výrobků, tj. komodit zpracovatelského průmyslu jako jsou textilie, stroje a dopravní prostředky, elektronika apod. Skupina Stroje a dopravní prostředky je však i nadále skupinou s největším podílem na mezinárodním obchodě, na druhém místě jsou Ostatní průmyslové výrobky a na třetím místě pak Chemikálie. Co se týče služeb, nadpoloviční podíl mají ostatní služby, které zahrnují posilující skupiny jako Počítačové a informační služby a Ostatní služby pro podniky (klasifikováno dle EBOPS). Světová krize znamenala pozastavení růstu ve skupinách jako Stavebnictví či Finanční služby (Štěrbová, 2013).

Tabulka 4: Komoditní struktura MO, podíly z celku, %

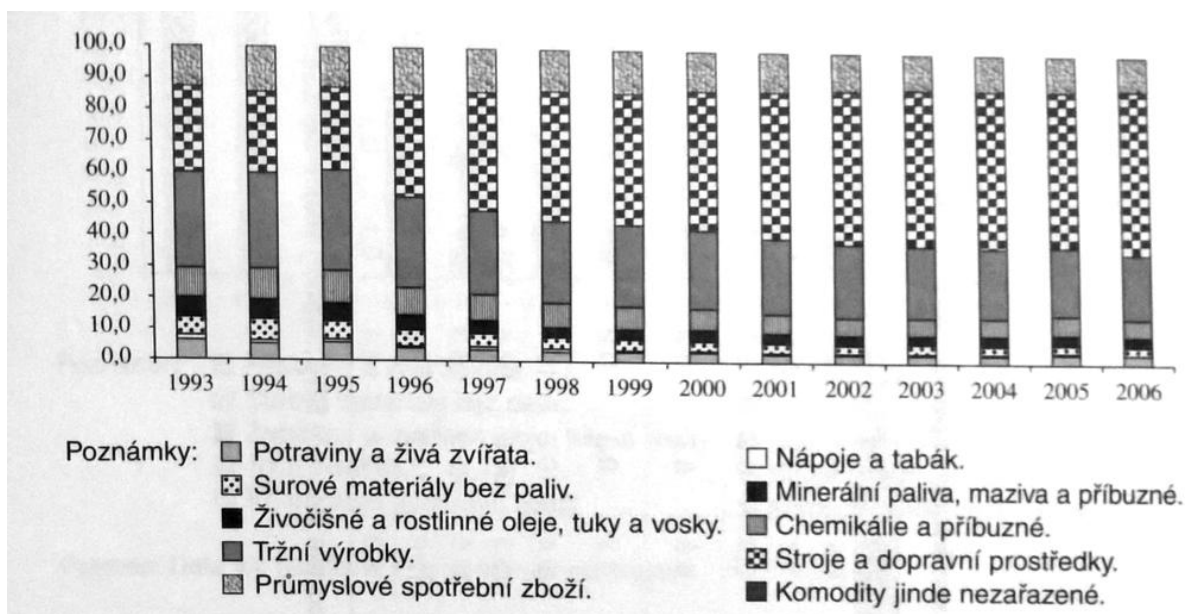
	2000	2005	2010	2012
CELKEM ZBOŽÍ	100,00	100,00	100,00	100,00
Primární komodity (SITC 0 + 1 + 2 + 3 + 4 + 68)	21,87	25,43	29,00	32,07
▪ Potraviny (SITC 0 + 1 + 22 + 4)	6,69	6,53	7,39	7,76
▪ Zemědělské suroviny (SITC 2 za výjimkou 22, 27 a 28)	1,87	1,58	1,54	1,55
▪ Kovy a rudy (SITC 27 + 28 + 68)	2,86	3,36	4,44	4,17
▪ Paliva (SITC 3)	10,45	13,97	15,63	18,59
Výrobky zpracovatelského průmyslu (SITC 5 až po 8 za výjimkou 667 a 68)	73,36	70,48	65,47	63,18
▪ Chemikálie (SITC 5)	9,00	10,60	11,13	10,80
▪ Textilie (SITC 26 + 65 + 84)	6,25	5,15	4,44	4,55
▪ Stroje a dopravní prostředky (SITC 7)	41,03	37,55	33,74	31,87
• Elektronika (SITC 751 + 752 + 761 + 762 + 763 + 775)	5,09	4,73	4,17	3,71
• Součástky elektrických a elektronických výrobků (SITC 759 + 764 + 772 + 776)	12,42	10,25	9,16	8,17
Ostatní průmyslové zboží (SITC 6 + 8 za výjimkou 667 a 68)	23,33	22,33	20,60	20,51
▪ Železo a ocel (SITC 67)	2,23	3,05	2,80	2,70
CELKEM SLUŽBY	100,0	100,0	100,0	100,0
Doprava	22,77	22,15	20,52	20,06
Cestovní ruch	31,30	27,26	24,29	25,01
Ostatní služby	45,92	50,57	54,88	54,83
▪ Komunikační služby	2,16	2,31	2,43	2,31
▪ Stavebnictví	1,99	2,20	2,54	2,48

▪ Pojištění	1,79	1,90	2,47	2,24
▪ Finanční služby	6,32	6,95	7,22	6,82
▪ Počítačové a informační služby	3,04	4,16	5,58	6,00
▪ Licenční poplatky	6,12	6,25	6,59	6,49
▪ Ostatní služby pro podniky	21,52	23,67	25,52	25,93
▪ Osobní, kulturní a rekreační služby	0,98	0,91	0,81	0,83
▪ Vládní služby	2,00	2,21	1,73	1,73

Zdroj: Bolotov, I. Na základě UNCTAD (Štěrbová, 2013)

Co se týče České republiky, se změnami v teritoriální struktuře zahraničního obchodu přicházely ruku v ruce i změny v komoditní struktuře. Přeorientování se na vyspělé trhy vyžadovalo restrukturalizaci průmyslové produkce, investice do nového vybavení a zařízení, nákup a vývoj nových technologií a také investice do lidských zdrojů, do kvalifikované pracovní síly. Před obdobím transformace vyvážela Česká republika hlavně suroviny a materiál (zejména v oblasti hutnického a ocelářského průmyslu), v druhé polovině 90. let již začínají převažovat produkty s vyšší přidanou hodnotou (strojové zařízení a dopravní prostředky, SITC 7); (Fojtíková, 2009).

Vývoj komoditní struktury českého vývozu zboží mezi lety 1993 – 2006 zachycuje obrázek číslo 5, zobrazující podíly jednotlivých skupin produktů na celkovém vývozu. Jednotlivé komoditní skupiny jsou rozděleny dle klasifikace SITC neboli Standardní mezinárodní klasifikace zboží obsahující 10 hlavních skupin. Na obrázku můžeme pozorovat snižující se podíl tržních výrobků a rostoucí podíl dopravních prostředků.



Obrázek 5: Vývoj komoditní struktury exportu zboží ČR v letech 1993-2006 (v %)

Zdroj: Fojtíková, str. 195

V následující tabulce (Tab. č. 5) je zobrazen zahraniční obchod České republiky z hlediska komoditního členění podle klasifikace SITC za poslední rok (2016) spolu s předběžnými údaji za leden a únor letošního roku (2017).

Tabulka 5: Vývoz zboží podle SITC v přeshraničním pojetí, v mil. Kč FOB/CIF (běžné ceny)

Rok Year	Měsíc Month	Celkem Total	0 Potraviny a živá zvířata Food and live animals	1 Nápoje a tabák Beverages and tobacco	2 Suroviny Crude materials	3 Minerální paliva, maziva Mineral fuels, lubricants	4 Živočišné a rostlinné oleje Animal and vegetable oils
2016	leden / January	317 898	11 219	2 718	5 929	8 047	1 107
	únor / February	332 856	11 845	3 025	6 364	6 962	1 168
	březen / March	350 806	12 090	3 123	6 789	7 118	1 221
	duben / April	340 878	11 313	3 308	6 780	6 413	1 104
	květen / May	328 914	11 629	3 457	7 100	6 263	1 296
	červen / June	349 549	11 858	3 714	7 121	5 509	1 282
	červenec / July	278 915	10 146	3 159	6 158	5 247	931
	srpen / August	311 375	11 840	3 057	6 616	5 374	1 212
	září / September	350 596	12 244	2 587	7 141	5 711	966
	říjen / October	344 187	12 531	2 398	7 210	6 360	1 069
	listopad / November	363 456	13 409	2 821	7 850	6 882	1 224
	prosinec / December	306 357	11 657	2 636	6 657	7 196	1 105
2017	leden / January	343 836	11 500	2 109	7 345	7 758	871
	únor / February	330 537	11 397	2 443	7 633	6 946	988
	březen / March						

	duben / <i>April</i> květen / <i>May</i> červen / <i>June</i> červenec / <i>July</i> srpen / <i>August</i> září / <i>September</i> říjen / <i>October</i> listopad / <i>November</i> prosinec / <i>December</i>						
Rok <i>Year</i>	Měsíc <i>Month</i>	Celkem <i>Total</i>	5 Chemikálie a příbuzné výrobky <i>Chemicals and related products</i>	6 Polotovary a materiály Manufactur ed goods by material	7 Stroje a dopravní prostředky Machinery and transport equipment	8 Průmyslové spotřební zboží <i>Manufactur ed articles</i>	9 Komodity nezatříděné Commoditie s not classified
2016	leden / <i>January</i>	317 898	17 462	50 280	182 305	38 274	557
	únor / <i>February</i>	332 856	18 521	54 139	187 571	42 551	711
	březen / <i>March</i>	350 806	20 592	54 889	198 736	45 515	734
	duben / <i>April</i>	340 878	20 263	53 327	194 103	43 561	705
	květen / <i>May</i>	328 914	20 878	52 281	184 692	40 631	686
	červen / <i>June</i>	349 549	21 514	54 531	200 875	42 367	776
	červenec / <i>July</i>	278 915	19 239	46 641	148 645	38 038	710
	srpen / <i>August</i>	311 375	19 675	48 264	173 219	41 372	746
	září / <i>September</i>	350 596	20 490	53 580	197 373	49 714	791
	říjen / <i>October</i>	344 187	20 188	51 675	193 169	48 789	797
	listopad / <i>November</i>	363 456	21 945	54 827	202 808	50 902	789
	prosinec / <i>December</i>	306 357	18 666	41 100	175 461	40 974	906
2017	leden / <i>January</i>	343 836	21 032	51 547	199 236	41 697	741
	únor / <i>February</i>	330 537	20 842	51 227	188 460	39 843	758
	březen / <i>March</i>						
	duben / <i>April</i>						
	květen / <i>May</i>						
	červen / <i>June</i>						
	červenec / <i>July</i>						
	srpen / <i>August</i>						
	září / <i>September</i>						
	říjen / <i>October</i>						
	listopad / <i>November</i>						
	prosinec / <i>December</i>						

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ

3.2 Současná situace zahraničního obchodu ČR

Česká republika je malá rozvinutá tržní ekonomika v regionu střední Evropy. Od roku 2004 je členem Evropské Unie a všech významných mezinárodních organizací, jako jsou například WTO, Mezinárodní měnový fond, skupina Světové banky, OECD, NATO apod. Tato členství umožňují České republice čerpat mnoha výhod týkajících se zahraničního obchodu plynoucích ze smluvních vazeb, které upravují vztahy mezi stranami z hlediska obchodní, měnové či bezpečnostní politiky. Mají také pozitivní vliv na rating země, přispívají k důvěryhodnosti obchodování a celkové stabilizaci ekonomiky. Příkladem prostředku, jenž napomáhá ke stabilizaci ekonomiky členských zemí, především ve fázích měnové nestability či přílišné zadluženosti státu, je možnost čerpání finančních prostředků, plynoucích z členství v mezinárodní organizaci. Zejména se jedná o finanční půjčky a prostředky Evropské unie v rámci strategie odstraňování regionálních a strukturálních problémů, dále také využívání prostředků na podporu podnikání (Štěrbová, 2013).

Česká republika je také jednou ze čtyř zemí takzvané Visegrádské čtyřky, založené v roce 1991 na základě summitu Polska, Maďarska a tehdejšího Československa za účelem kooperace zemí centrální Evropy. Toto uskupení je skupinou nejrychleji se ekonomicky rozvíjejících postkomunistických států (Krukowski, 2006).

Současnou ekonomickou situaci vyjádřenou v číslech lze vidět na obrázku č. 2, kde je na základě údajů Českého statistického úřadu uveden například meziroční nárůst hrubého domácího produktu, činící za poslední kvartál minulého roku 1,9 %. Míra inflace je podle nejaktuálnějšího údaje 1,2 %, obecná míra nezaměstnanosti dosahuje 3,5 %, což je nejméně od vzniku samostatné České republiky a je to zároveň nejnižší hodnota v Evropské Unii (ČTK, 2017).

Makroekonomická situace v ČR

Základní ukazatele - poslední údaje					
HDP (y/y, %)	4. Q 2016	1,9	Stavební produkce (y/y, %)	únor 2017	-7,0
Míra inflace (y/y, %)	březen 2017	1,2	Vývoz zboží ** (y/y, %, z b.c.)	únor 2017	-0,7
Obecná míra nezaměstnanosti* (v %)	únor 2017	3,5	Dovoz zboží ** (y/y, %, z b.c.)	únor 2017	0,5
Průmyslová produkce (y/y, %)	únor 2017	2,7			

* podíl počtu nezaměstnaných na celkové pracovní síle ve věku 15-64 let

Zdroj: ČSÚ, duben 2017

** přeshraniční pojetí

Obrázek 6: Makroekonomická situace v ČR

Zdroj: Týdeník ekonomických aktualit, MPO, 2016

Na obrázku č. 3 lze spatřit výsledky průzkumu Ministerstva financí pro letošní rok 2017 a příští rok 2018, založeném na odborném kolokviu, shromažďujícím názory a predikce několika respondentů z řad českých odborných ekonomických institucí. Na základě tohoto průzkumu se očekává mírné zrychlení české ekonomiky. Ministerstvo financí predikuje mírné zvýšení tempa reálného růstu hrubého domácího produktu, poměrně velké snížení inflace, další snižování míry nezaměstnanosti a také například posilování koruny české.

Výsledky vybraných ukazatelů z průzkumu MF:

	2017			2018		
	min.	prům.	max.	min.	prům.	max.
HDP (reálný růst v %)	2,0	2,6	2,8	2,0	2,7	3,6
Průměrná inflace (v %)	2,2	2,4	2,7	1,3	2,0	2,3
Míra nezaměstnanosti (VŠPS, v %)	3,3	3,7	3,9	3,1	3,6	3,9
Objem mezd a platů (nom. růst v %)	4,8	5,5	6,3	4,0	4,9	5,5
Kurz Kč/EUR	26,0	26,6	27,0	25,1	25,8	27,0

Zdroj: MF

Obrázek 7: Makroekonomická situace odhadovaná na příští dva roky

Zdroj: Týdeník ekonomických aktualit, MPO, 2016

Vyjádřeno čísly, počítá se v letošním roce s růstem HDP v průměru o 2,6 %, v roce příštím o 2,7 %. Naopak je předpokládáno zpomalení růstu HDP pro rok 2020, kdy by mělo dojít na snížení růstu pouze o 2,4 %. Přebytek běžného účtu platební bilance je očekáván obdobný jako v roce 2016, tedy o 1 % hrubého domácího produktu. Růst ekonomiky letošního a příštího roku je podmíněn především soukromými i vládními výdaji na konečnou spotřebu, růstem investičních aktivit v České republice a také díky využívání prostředků programového období 2014 – 2020. Ekonomický růst s sebou přináší také další zlepšování

situace na pracovním trhu. V letošním roce je očekáván nárůst v objemu mezd a platů o 5,5 %, k čemuž přispívá také zvýšení minimální mzdy v letošním roce. V roce 2018 se očekává opět mírné zpomalení růstu objemu mezd a platů, a to pouze o 4,9 %. Na míře nezaměstnanosti se však růst ekonomiky výrazně neprojeví, jelikož její aktuální míra je již tak nízká, že je jen velmi omezený prostor pro její další snižování. Očekává se tedy za letošek 3,7 % a pro příští rok 3,6 %. V současnosti taktéž zaznamenáváme posilování kurzu koruny, jež se odrazí v cenách a tedy v klesající průměrné míře inflace, vyčíslenou letos na 2,4 % a odhadovanou pro příští rok na 2 % (MPO, 2016)

Zahraníční obchod

Podle předběžných údajů Českého statistického úřadu, zveřejněných 6. dubna 2017, dosahuje vývoz České republiky v únoru 2017 meziročního poklesu o 0,7 % a dovoz meziročního nárůstu o 0,5 %. Jedná se o dovoz a vývoz zboží v přeshraničním pojetí. Celkový vývoz zboží dosáhl objemu 330,5 mld. Kč a dovoz zboží činí 291,6 mld. Kč. V národním pojetí je zaznamenán trend vývoje jako shodný růst dovozu i vývozu o 0,6 %. Meziroční nárůst vývozu je o 0,4 % a dovozu o 1,2 %.

Meziroční přebytek bilance zahraničního obchodu se zbožím je o 2 miliardy korun českých nižší než v předešlém roce, konkrétními čísly činí 17,9 mld. Kč v běžných cenách, je-li pohlíženo na celkovou bilanci celosvětově. Negativní vliv na celkovou bilanci mělo prohloubení deficitu obchodu s ropou a zemním plynem, základními kovy a elektronickými a optickými přístroji. Snížil se taktéž přebytek bilance obchodu s motorovými vozidly, ostatními dopravními prostředky a elektrickými zařízeními. Na druhou stranu byla celková bilance příznivě ovlivněna snížením deficitu bilance obchodu s chemickými látkami a přípravky a zvýšením přebytku v bilanci obchodu se stroji a zařízeními. Při pohlížení na celkovou bilanci z hlediska konkrétních makroregionů, lze spatřit značnou nerovnováhu zahraničního obchodu. Se státy EU28 totiž Česká republika podle aktuálních údajů vykazuje přebytek bilance zahraničního obchodu o 55,6 mld. Kč, což je o 1,6 mld. Kč více než v předešlém roce, naproti tomu se prohloubil schodek bilance zahraničního obchodu se státy mimo Evropskou Unii o 3,8 mld. Kč, činí tedy 35,9 mld. Kč. Podíl České republiky na zahraničním obchodu Evropské unie činil v lednu 2017, podle dat Eurostatu, 3,1% na vývozu a 2,7 % na dovozu (ČSÚ, 2017).

3.3 Exportní strategie České republiky

Nová Exportní strategie České republiky připravená Ministerstvem průmyslu a obchodu pro období let 2012-2020, schválená vládou ČR 14. března 2012, aktualizovaná 1. 12. 2016, nastiňuje představu o proexportních aktivitách státu, jejich cílech a dílčích opatřeních vedoucích k jejich dosažení a celkovou proexportní politiku státu v daném období. Tři hlavní pilíře této koncepce jsou Zpravodajství pro export, Rozvoj exportu a Podpora obchodních příležitostí (Jelínková, 2016). Jejich detailní struktura odráží přehledné a globálně úspěšně využívané členění Mezinárodního centra pro obchod (ITC, sdílená platforma Světové obchodní organizace WTO, Organizace spojených národů (UN) a její Konference pro obchod a rozvoj UNCTAD)¹. Jednotlivé oblasti Strategie doplňující každý z pilířů je možné řadit následovně (MPO, 2012):

- Zpravodajství pro export
- Zjednodušení přístupu k informacím pro export
- Obchodní kontakty a statistiky
- Zpravodajství o trzích a analýzy trhů
- Infrastruktura a lidské zdroje pro export
- Rozvoj exportu
- Přípravenost na export a exportní vzdělávání
- Poradenství pro export
- Exportní financování
- Exportní ekosystém
- Podpora obchodních příležitostí
- Rozšiřování poptávky po českém exportu
- Investice pro export
- Marketing, *branding* a *lobbying*
- Obchodní politika
- Řešení problémů

¹ Upraveno – použity tři pilíře místo čtyř, přidány oblasti nad rámec ITC

Dokument Exportní strategie ČR je plně v souladu se Strategií mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012–2020, jejíž hlavní vize a stanovený cíl je, aby se Česká Republika do roku 2020 zařadila mezi 20 nejvíce konkurenceschopných zemí světa. Exportní strategie ČR je dílčí součástí naplnění tohoto cíle. Snaží se o co nejúspěšnější projekty v rámci procesu internacionalizace a v oblasti podpory a rozvoje exportu České republiky a o co nejefektivnější využití pozitiv plynoucích z aktivit realizovaných veřejnými institucemi. Exportní strategie také respektuje Národní inovační strategii, Koncepti zahraniční politiky, Bezpečnostní strategii ČR, Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR (MPO, 2012).

Podkladem pro formulaci Strategie byly dokumenty vydané v roce 2011 Ministerstvem průmyslu a obchodu vypracované ve spolupráci s organizacemi podílejícími se na podpoře českého exportu, ať už ve veřejné nebo soukromé sféře. Na základě těchto dokumentů, Analýzy a Konceptce podpory exportu v České republice, bylo identifikováno několik klíčových faktorů charakterizujících exportní situaci a prostředí v České republice.

Byly rozpoznány potenciální hrozby pro české hospodářství a navrženo řešení dané situace, stejně tak byla identifikována řada příležitostí. Příkladem těchto faktorů je například (MPO, 2012):

Silná orientace exportních odvětví v České republice na trhy Evropské Unie

- Protože Evropská Unie v době formulace Strategie čelila hospodářské krizi a kvůli snaze o snížení závislosti na trzích EU je jedním z cílů zaměřit aktivity nástroje podpory exportu tak, aby čeští exportéři našli odbytiště i na trhy mimo Evropskou Unii. Vhodné zaměření se díky přednostem České republiky a využití zvyšujícího se obratu jeví směrem vůči státům jižní polokoule.

- Konkrétně bylo ve Strategii určeno 12 zemí s nejvyšší prioritou, Jsou to Brazílie, Čínská lidová republika, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Ruská federace, Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA, Vietnam.

Rostoucí úroveň specializace v odvětvích

Nízká úroveň exportu služeb s vysokou přidanou hodnotou

- Snahou Strategie je zvýšit podíl vývozu s vyšší přidanou hodnotou.

Stále se zvyšující míra globalizace a propojenosti v mezinárodním obchodě

- Pro exportní podniky je čím dál důležitější pravidelně sledovat změny ve vývoji mezinárodního obchodu v globálním měřítku, být vůči nim flexibilní a zohledňovat ve svých rozhodnutích aktuálnost a proměnlivost trendů na světových trzích, které pro podniky mohou znamenat mnoho nových příležitostí.

Nedostatečné využívání možností nabízených mezinárodními institucemi

- Česká republika by měla být více aktivní v čerpání možností plynoucích z projektů evropských a mezinárodních institucí, na jejichž fungování coby člen přispívá, a využít tak pro své proexportní projekty kapitálové zdroje mimo ČR.

Vhodné nastavení cílů Strategie a jejich naplňování

- Pro co největší efekt Strategie, je nutné v ní nastavit cíle měřitelné, vhodné pro pravidelnou evaluaci jejich naplňování. Pro hodnocení je důležité využití *benchmarkingu*, mezinárodních dat a mezinárodního srovnání s ostatními státy, jejich proexportní politikou, ale také aktivity obchodních partnerů i konkurentů.
- Jako hlavní cíl Exportní strategie 2012-2020 bylo stanoveno dosažení 25% nárůstu exportu (pro kontrolu stanoveno dosažení zvýšení o 12 % v roce 2016 – splněno), 15% nárůstu počtu exportérů a 50% nárůst počtu exportérů z oblasti malého a středního podnikání.
- Další specifické cíle Strategie jsou diverzifikace exportu do zemí mimo Evropskou Unii, zaměření exportérů na segmenty s vyšší přidanou hodnotou a co nejvyšší využívání synergií působících z efektivních proexportních činností a spolupráce všech subjektů.

Přesné zaměření proexportních činností

- Instituce na podporu vývozu by se měly zaměřit jen na takové aktivity, které jsou v danou dobu nezbytné pro rozvoj exportu. Neměly by přebírat funkci trhu a soustředit se na činnosti, které může realizovat soukromý sektor, stejně jako by tyto instituce neměly fungovat pouze jako dostupný zdroj prostředků pro financování projektů českých exportérů.

4. Konkurenceschopnost a komparativní výhody ČR

V porovnávání konkurenceschopnosti České republiky se následující část opírá o ročenky konkurenceschopnosti a udává několik základních charakteristik, dále je uvedena hlavní příčina atraktivnosti českých trhů ve spojitosti se zahraničními investicemi. Následuje současná exportní pozice České republiky a konkrétní komparativní výhody vykazované v současnosti.

Dle ročenky GCR (Zpráva o globální konkurenceschopnosti, *Global Competitiveness Report*, 2013) zaujímá Česká republika v rámci zemí střední a východní Evropy druhé místo, těsně následována Polskem. Na prvním místě stojí Rakousko. Vývojový trend je víceméně stabilní, různí se podle jednotlivých ročenek, které se liší v hodnocení určitých parametrů a využívané metodologii, například existuje rozdíl v hodnocení založeném na subjektivních poznatcích a založeném na statistických údajích. Podle ročenky GCR za období 2012-2013, kde se ČR umístila celkově na 39. pozici mezi posuzovanými zeměmi, je hlavním problémem ČR značná úroveň korupce, přílišná byrokracie, daňový systém a náročnost na splnění povinností z něj vyplývajících, nedostatečná dostupnost financí, pracovní právo a nestabilní vládní politika. Pozitivní hodnocení má dle GCR například zdravotní stav obyvatel země, míra inflace, stabilita vůči dopadům terorismu na podnikání, liberální obchodní politika, technologická vyspělost a inovační potenciál. Podle stejné ročenky pro následující rok, tedy GCR 2013-2014 se pozice ČR propadla o sedm pozic na 46. Pořadí (Štěrbová, 2013).

Podle ročenky *Doing Business 2013* jsou nejzávažnější problémy konkurenceschopnosti České republiky přístup k elektrické síti, složitost zakládání nového podnikání, daňové prostředí (konkrétně existence 8 typů daňových odvodů, časově náročné plnění daňových povinností a zpracovávání potřebných dokumentů – zmírněno díky existenci elektronického podávání daňových přiznání) a ochrana investorů. Na druhou stranu je velmi kladně hodnocena registrace vlastnictví nemovitostí, kvalita insolventního řízení a přístup k úvěrům (Štěrbová, 2013).

Podle další ročenky konkurenceschopnosti CPI je jeden z největších a stále se prohlubujících problémů vysoká korupce a klesající důvěra v politiky. Na druhou stranu

podle *Democracy Index* z roku 2012 měla Česká republika jako jediná ze členských států Evropské Unie z oblasti střední a východní Evropy tzv. plnou demokracii. Ostatní státy východního rozšíření EU, ale i například Francie, Itálie, Řecko či Portugalsko, měly tzv. nedokonalou demokracii (Štěrbová, 2013)

Historicky jednou z nejdůležitějších výhod České republiky byla atraktivnost pro přímé zahraniční investice. Kromě roku 1992 se Česká republika ve všech letech nacházela v investičním stupni, dle ratingových agentur *Moody's*, *Standard & Poor's* a *Fitch*. Ratingová známka české republiky jako taková zaznamenávala vzestupný trend po celou dobu let následujících po roce 1992 (Štěrbová, 2013). V současné době však velký objem takových investic může znamenat zároveň nevýhodu, až riziko, pro obchod, jak je zmíněno níže. V minulé dekádě však v této oblasti vykazovala Česká republika velmi silnou pozici. Podle *Offshore Location Attractiveness Index* (Index atraktivnosti offshorového umístění) společnosti A. T. Kearney z roku 2004 byla Česká republika 4. nejatraktivnější zemí pro zámořské investice, na první pozici v rámci Evropy, stejně tak jako ve stejném roce zaujímala první místo mezi zeměmi s vysokým příjmem v regionu Evropa coby země, která dosáhla nejvyššího inovačního výkonu (Kearney, 2004).

Podstatným zdrojem pro konkurenceschopnost českých podniků je vyšší produktivita, coby důsledek probíhající třetí průmyslové revoluce, kvalitnější produkce, rychlejší inovace a nižší náklady (Sedlák, 2013). Hlavní přínosem pro obchod České republiky, zejména pro příliv zahraničních investic je konkurenceschopnost nákladů, o jejichž snížení se v současnosti snaží firmy všech velikostí, současně se zlepšováním nabízených služeb. Česká republika se v poslední dekádě stává velmi populárním územím pro outsourcing nebo *joint venture*, díky již zmíněným konkurenceschopným nákladům a mnoha dalším faktorům uvedeným níže (Czech.cz, 2010).

Samotná snaha podniků o konkurenceschopnou pozici na trhu je hybnou silou ekonomiky. Pro podniky znamená vyšší konkurenceschopnost obvykle vyšší zisk, větší tržní podíl, hodnotnější dividendy, popřípadě i mzdy. Podpora konkurenceschopnosti přichází zpravidla i ze strany státu. Je třeba si všimnout rozdílu mezi konkurenčními a komparativními výhodami. Jednotlivé podniky těží z konkurenceschopnosti, země jako celky v globalizovaném světě těží z komparativních výhod. Jejich základem není rozdíl

v nákladech či produktivitě v mezinárodním srovnání, ale především v rozdílech v produktivitě a konkurenceschopnosti právě v rámci odvětví a podniků uvnitř ekonomiky (Sedlák, 2013).

4.1 Exportní pozice České republiky

Konkurenceschopnost nákladů, výhodná lokace a kvalifikovaná síla, to jsou hlavní faktory předurčující úspěch České republiky nejen v oblasti zahraničních investic na našem území, ale i co se týče exportu. Ten je pro Českou republiku klíčový, jakožto pro malou otevřenou ekonomiku v srdci Evropy. Export je hlavní zdroj dlouhodobě udržitelného hospodářského růstu a zvyšování produktivnosti, konkurenceschopnosti a celkové prosperity české ekonomiky, přispívá k růstu HDP a zaměstnanosti (Businessinfo.cz, 2012).

Rozdělení exportu ČR do čtyř typů podniků a charakteristika jejich zahraničního obchodu jsou zobrazeny na obrázku č. 8. I zde je možno spatřovat provázanost s přímými zahraničními investicemi, zmiňovanými jako jeden z nejdůležitějších přínosů pro zahraniční obchod ČR. Dále v textu je naopak vysvětleno, jaké hrozby s sebou přinášejí. Z obrázku je patrné, že až 70% celkového vývozu České republiky obstarají dceřiné firmy zahraničních společností, stejně tak výroba těchto dceřiných firem spotřebuje značnou část dovozů.

České dcery zahraničních matek	Tradiční exportéři etablovaní	Experimentální exportéři	Born globals
Tvoří 70 % podílu na vývozu ČR, vysoký podíl importů na výrobě	Tvoří odhadem dalších min. 20 - 25 % podílu na vývozu ČR, vyšší podíl importů	Vysoký počet podniků, ale malé objemy exportů	Velmi málo podniků, rychle vytváří vysoký zahraniční obrát (3 - 6 % dle OECD)
Vysoký stupeň internacionalizace - prostřednictvím skupiny	Postupná internacionalizace z domácího trhu	Nízký stupeň internacionalizace, pronikání na zahraniční trhy často ad hoc	Vysoký stupeň internacionalizace od počátku podnikání
Výběr trhů se řídí potřebami skupiny	Vesmés dodávají na „psychicky blízké“ trhy	Dodávky ad hoc, nicméně spíše na blízké trhy	Dodávají simultánně na vyšší počet trhů (včetně mimo EU)
Obvykle ve skupině patří do části produkčního řetězce s nižší přidanou hodnotou	Rozhodují o umístování výrobků na trh, designu, VVal apod.	Často nejde o exporty s vysokou přidanou hodnotou, rozhoduje spíše domácí trh	Často jde o odvětví s vysokou přidanou hodnotou, rozhodující je zahraniční poptávka
Úspěšné příklady: TPC, Hyundai (velké firmy a subdodavatelé) Specificky Škoda auto	Úspěšné příklady: Vítkovice, Ždas, Tonak (zejména české firmy, ale i MSP)	Úspěšné příklady: Bernard, zejména MSP	Úspěšné příklady: Linet, Avast, AVG, J4, start-ups

Zdroj: ICC ČR na základě zahraničních analýz

Obrázek 8: Rozdělení českých exportních podniků

Zdroj: MPO, Exportní strategie 2012-2020, 2012

Můžeme však pozorovat slábnoucí vliv výše zmíněných výhod, zejména je znatelný pokles komparativní výhody a konkurenceschopnosti České republiky na evropských trzích v souvislosti se zvyšujícími se reálnými jednotkovými náklady na pracovní sílu.²

Přestože Česká republika disponuje řadou komparativních výhod, které jsou jednotlivé uvedeny níže, nedosahuje stále úrovně srovnatelné s vyspělými ekonomikami. Hlavním problémem je především udržitelnost daných výhod. Je nutné, aby Česká republika kromě jejich využívání také dbala na jejich prohlubování a zlepšování, aby obstála i v době čím dál větší internacionalizace a tvrdší mezinárodní konkurenci. Zaměřit se musí především na péči o infrastrukturu, inovace, vzdělání a také veřejný sektor, jak upozornily ročenky konkurenceschopnosti se svým negativním hodnocením, tedy vypořádat se s neefektivností a nedostatečnou vstřícností institucí a s korupcí. Česká republika má výhody v těchto oblastech, nicméně pozvolna zaostávají a České republice hrozí, že se ocitne na seznamu

² Zvyšující se náklady na zaměstnance, relativně pomalý růst produktivity, zhodnocování kurzu české koruny.

států pro další obchody nezajímavých a neperspektivních, dle Indexu globální konkurenceschopnosti GCI (MPO, 2012).

Další z problémů souvisejících s komparativními výhodami lze spatřovat ve výše zmíněných přímých zahraničních investicích. Jde o situaci, kdy se místo nástroje, který České republice pomohl v době transformace ekonomiky z centrálně plánované a byl velmi významný v devadesátých letech minulého století, mohou naopak stát pro Českou republiku hrozbou. Export se totiž významně koncentruje na malý okruh odvětví, které závisí na zahraniční produkci na území České republiky, což může ohrozit stabilitu ekonomiky, stejně tak významně jako teritoriální orientace většiny vývozu, tedy do států Evropské Unie. Těmito odvětvími jsou především automobilový průmysl a elektronika. Úzce zaměřený zahraniční obchod České republiky je tedy více náchylný na změny na mezinárodních trzích. Neméně důležitým faktorem, který hraje roli ve stabilitě české ekonomiky, je současný stav Evropské Unie, jež se sám potýká se značnou destabilizací (MPO, 2012).

A není to pouze situace evropské, ale i globální ekonomiky, které mají dopad na Českou republiku. Příkladem může být světová finanční a ekonomická krize v letech 2008-2009, která citelně postihla vyspělé státy a tedy i odbytiště české produkce. V zemích Eurozóny se krize vyvinula v dlouhodobou a intenzivní dluhovou krizi, jež postihla jak banky, tak podnikatele a způsobila otřes důvěry ve stabilitu těchto zemí (MPO, 2012).

Následuje Pest analýza České republiky z roku 2011, jež byla podkladem pro východiska Exportní strategii 2012-2020 (MPO, 2012):

Politické faktory

- Zkrácený politický cyklus, nestabilita vlády a veřejných institucí
- Nejednotná image České republiky
- Resortismus, nejednotnost nástrojů podpory podnikání
- Nereformované veřejné služby a finance
- Politicky nestabilní Evropská unie, evropská byrokracie

Ekonomické faktory

- Globální finanční a ekonomická krize, recese Evropské Unie
- Zadluženost EU, USA, kapitál koncentrován do několika málo ekonomik, jimž hrozí přehřátí (Asie)
- Nestabilita bankovního sektoru
- Rozpočtové úspory
- Nezvyšující se produktivita v odvětvích nezapojených do zahraničního obchodu (veřejný sektor, služby, stavebnictví)
- Ekonomický růst a globální poptávka koncentrována v zemích BRICS

Společenské faktory

- Korupce
- Přemísťování firem do zahraničí, úbytek výnosů
- Nespokojenost se vzdělávacím systémem
- Stárnutí managementu

Technologické faktory

- Omezené zapojení do IS VaVal (Informační systém výzkumu, experimentálního vývoje a inovací)
- Zvyšující se náklady na kvalifikovanou pracovní sílu
- Zvyšující se význam technického vzdělání, IT, ICT, a zpravodajství

4.2 Komparativní výhody

Mezi nejpodstatnější konkurenční výhody, silné stránky České republiky a příležitosti českého trhu, ač některé již zmiňované v předcházejících kapitolách, jsou zařazeny následující body:

Nízké náklady

Ať už náklady výrobní nebo servisní, Česká republika dosahuje významné komparativní výhody v tomto ohledu po mnoho let. Klíčové oblasti průmyslu nejenže mají potřebné technické know-how, jsou také schopny produkce za relativně nízké náklady. Ve spojení s kvalitou výroby lze definovat jednu z nejdůležitějších komparativních výhod, a sice výroba vysoce kvalitního zboží za méně peněz, ve srovnání s ostatními zeměmi. Slovy Stanislava Beneše, obchodního poradce české ambasády v Ottawě, lze charakterizovat českou produkci jako: „*Německá kvalita za českou cenu.*“ (Krukowski, 2006)

Relativní výhoda nízkých nákladů je dána také dlouhodobě velmi levnou pracovní silou, nicméně zvyšující se konkurenceschopnost států s náklady nižšími může Českou republiku v tomto směru ohrozit.

Lokace

Polohová renta České republiky, tedy její velmi příznivá pozice v centrální Evropě spolu s kvalitní infrastrukturou, ať už fyzickou či informační, je jedním z klíčových faktorů a výhod České republiky, umožňující českým podnikům co nejefektivnější využití obchodních a logistických modelů (MPO, 2012).

Zeměpisné umístění České republiky je výhodné pro umístování strategických služeb v samém středu Evropy. Takovými službami se rozumí například centra informačních a komunikačních technologií, vývojová centra ICT a softwarů, call centra, high-tech servisní centra apod. Poloha České republiky je také významná pro přímé investice, výstavby výrobních center „na zelené louce“. Slouží také jako strategický bod dodavatelských řetězců, je ideálním místem pro kontrolní střediska stávajících výrobců, tak i těch situovaných v ostatních zemích centrální a dále východní Evropy.

Díky historickým změnám a vývoji má Česká republika vazby na kulturu a trhy jak východní, tak v posledních 25 letech stále více západní Evropy, se spoustou kulturních a společenských podobností. Z členských zemí evropské Unie je poloha ČR rozhodně nejvýhodnější, zejména ve vztahu k Německu (MPO, 2010).

Jednou z výhod souvisejících s územím České republiky je také velmi efektivní infrastruktura a husté dopravní sítě, ať už se jedná o cesty pro motorová vozidla včetně 19 dálnic, železnice spojující hlavní městské oblasti nebo o výhodnou pozici pro leteckou dopravu spolu s vhodně umístěným skladištním zařízením na mezinárodním letišti Václava Havla. Avšak kvalita povrchu těchto komunikací je již věc druhá a celkově se nevyrovná západním zemím. Taktéž chybí vysokorychlostní železniční trasy (MPO, 2010). Stejně tak kvalitní je i moderní telekomunikační a informační infrastruktura. S tím souvisí kvalitní zázemí, jako jsou špičkové prostory pro office služby, rozvinutý sektor IT, *Computer programming* (Krukowski, 2006).

Historie a tradice

Na území České republiky v minulosti operovaly významné celosvětové firmy a ČR také stála v popředí různých odvětví, především ve strojírenství – *automotive*, zpracování kovů, sklářský průmysl. Země současné České republiky již za Rakouska-Uherska tvořily epicentrum průmyslové výroby a na jejich území bylo koncentrováno téměř 70% průmyslové výroby monarchie. Rozvoj průmyslu po jejím rozpadu byl tak natolik významný, že české země patřily mezi země s nerozvinutějším průmyslem na světě (Jenerálová, 2016)

Historicky nejproslulejší byl český sklářský průmysl, české sklo má stále i v dnešní době velmi dobrou pověst ve světě. Jeho kořeny sahají až do 13. Století. Kromě výroby skla má významné postavení broušené sklo, zpracování křišťálu, výroba porcelánu.

Dlouho tradici má také oblast šperkařství, stejně jako sklo je ve světě známá i česká bižuterie a šperky z českého granátu (Czech.cz, 2010)

Mezi další exportní produkty s dlouholetou exportní tradicí patří klavíry Petroff či Obuv Baťa.

Inovační potenciál

Ve světle stále se zkracujícího produkčního cyklu a stále zvyšující se důležitosti inovací, zaujímá Česká republika v tomto směru unikátní postavení, příznivé pro zahraniční obchod. Roste počet zahraničních korporací, které umisťují své výzkumné a inovační aktivity na území České republiky. Snaha o pokrok a inovaci je v České republice hluboce zakořeněná.

Podle *Global Innovation Index* (Světový inovační index) z roku 2015 stojí Česká republika na 24. místě na světě. Na jedenácté pozici se umisťuje podle měření efektivnosti inovací, *Innovation Efficiency Ratio* (0,9) Česká republika byla jednou ze zemí, které v letech ekonomické regrese (2008,2009) omezily výdaje na Výzkum a vývoj ať už v podílu k HDP nebo podle ukazatele těchto výdajů v soukromém sektoru, avšak od roku 2010 tyto výdaje vzrostly o 50% vůči roku 2008, co se týče veřejných výdajů, a o 38% v soukromém sektoru. Celkový obraz v ekonomice je opačný, v současnosti převyšují soukromé výdaje na R&D ty z veřejných fondů (Kearney, 2015)

Lidský/Intelektuální kapitál

Pracovní síla v České republice je značně kvalifikovaná a relativně levná, což z ní činí jednu z důležitých výhod. Ve skupině obyvatel od 25 do 64 let věku je v České republice má 92% populace vzdělání na úrovni střední školy či jejího ekvivalentu. Je to o 17 % více, než je průměr mezi členskými zeměmi OECD. V této skupině je o 5% více úspěšných absolventů mezi muži než mezi ženami. Co se týče terciárního vzdělávání (v ČR vyšší odborné a vysoké školy), dosáhlo ho 40% populace ve věku 25-34 let (OECD, 2015).

Česká republika také dosahuje příznivých výsledků v průzkumech měřících kvalitu života. S kvalitou života souvisí taktéž zdraví obyvatelstva, které může také znamenat jednu z výhod České republiky, jak již bylo zmíněno výše. Se zdravím obyvatelstva souvisí délka života, potažmo tak délka ekonomické aktivity občanů. Ani České republice se však nevyhýbá současný problém vyspělých zemí, tedy klesající počet obyvatel a stárnutí populace.

Mezi komparativní výhody můžeme uvést stále se zvyšující vzdělanost a odbornost české populace, neustále roste počet absolventů univerzitního vzdělání. Česká republika má velmi dobré jazykové dovednosti. Náklady na pracovní sílu jsou však v porovnání s ostatními zeměmi EU nízké.

Co se týče pracovní síly, nepochybně mezi významné faktory předurčující kvalitu výroby patří velká dovednost a zručnost českých pracovníků, s dlouhou historií špičkových inženýrských prací.

Investiční klima

Již výše zmiňovaná atraktivnost České republiky pro zahraniční investice je jednou z výhod pro české exportní podniky. Tato atraktivita souvisí s geografickou polohou, relativní politickou a ekonomickou stabilitou, díky členství v mezinárodních organizacích a příznivému hodnocení se stabilním výhledem dle ratingových agentur Fitch, Moody's, Standard & Poor's. V současnosti je atraktivní zejména sektor informačních technologií, do Česka přicházejí firmy najímající si vysokoškolsky vzdělané občany ČR, orientující se na služby a na výrobu s vyšší přidanou hodnotou (MPO, 2010).

Technické možnosti, *high-tech* odvětví

Česká republika se stále více prosazuje na poli *high-tech engineering*, úspěchů dosahuje také coby významný low a medium tech subdodavatel, převážně do států EU15, tedy do zemí, kam směřuje přes 64% českého vývozu (MPO, 2012).³ Rostoucí trend ve vývozu *high-tech* výrobků dokazuje i další silné stránky, jako je prosazení se na zahraničních trzích s produkty s vysokou přidanou hodnotou, s vysokou náročností na vědu a výzkum, náročným na vývoj spolu s dostatečně kvalifikovanou pracovní silou. Se zaměřením na vývoz *high-tech* zboží přichází také specializace na úkor jiných odvětví (Štěrbová, 2013).

Kvalita, certifikace ISO 9001

³ Lafayův index

Minimální regulační překážky pro zahraniční firmy

Stabilní politické a ekonomické zázemí

Silnou stránkou české republiky je její dlouhodobě relativně stabilní politická a ekonomická situace. Kromě přechodných období nestability a problémů s korupcí nevykazuje česká politická scéna výrazné extrémní (Global Innovation Index, 2015). Ze států transformujících se po roce 1989 je v České republice vyšší úroveň stability a bezpečnosti. Avšak i tyto problémy, jako korupce a netransparentnost oslabují důvěryhodnost země. Politické aféry negativně zasahují efektivnost práce na výkonnější ekonomice a snížení státního dluhu. Co se týče stability ekonomické a cenové, nepotýká se Česká republika ani s vysokou mírou inflace ani s extrémní v měnové či úrokové politice. Celkově vykazuje bankovní sektor stabilitu, kredibilitu a transparentnost. Pro obchody v rámci EU je nevýhodou pro vývozce absence jednotné měny Eura, tedy nejistotu při dlouhodobém plánování s ohledem na kurzové riziko (MPO, 2010).

Ekologie

Pozitivem je ekologická udržitelnost České republiky, nízký index vlivu na životní prostředí a důkladná certifikace související s životním prostředím. Kladně hodnocena je i relativně nízká energetická závislost ČR. Soběstačnost v oblasti energetiky přispívá ke stabilitě země (Štěrbová, 2013).

Kreativita

Česká republika má poměrně vysoký podíl kreativního výstupu na vývozu. Export kreativních produktů tvoří 10% celkového obchodu podle profilu země z roku 2015 (Global Innovation Index, 2015)

4.3 Významné sektory českého průmyslu

Průmysl jako takový stále tvoří značnou část české ekonomiky. Představuje 35 % celkového hospodářství země (služby 62,3 %, zemědělství 2,8 %). V průmyslu je zaměstnáno více než 40 % ekonomicky aktivních obyvatel ČR. Česká republika je známá

především pro své významné postavení v oblasti výroby komponentů pro automobilovou výrobu, do popředí se však během let dostala další významná odvětví (Jenerálová, 2011).

STROJÍRENSKÝ PRŮMYSL / AUTOMOTIVE

Strojírenský průmysl je jedním z nejtradičnějších odvětví českého průmyslu. Na vývozu se podílí 54,2% (2010, ČSÚ).

Sektor *automotive* je v současné době klíčovým odvětvím a hnacím motorem české ekonomiky. Označení České republiky jako „Nový Detroit“ souvisí hlavně s úspěšným získáváním investic zahraničních dodavatelů pro automobilový průmysl. Je také stěžejním prvkem českého exportu. Pověst českých výrobků pro automobilový průmysl je dána také skutečností, že na jejím území sídlí jeden ze tří nejstarších automobilových výrobců na světě (nejvýznamnější automobilová společnost na českém území Škoda, založená v roce 1895 Laurinem a Klementem), a dlouholetou tradicí, více než 100 lety vývoje sbírání zkušeností s danou výrobou, ze kterých nyní těží více než 70% dodavatelů automobilových modulů a komponent střední a východní Evropy.

Vhodné prostředí pro automobilový průmysl v ČR vděčí hlavně vysoké kompetenci a inovativnosti českých technických pracovníků a postupů, dále také již zmiňovanými konkurenceschopnými náklady a účinném dopravním systému.

Fakt, že automobilový průmysl je stěžejním odvětvím českého průmyslu, ovlivnil přímo i podpůrné investiční programy, které byly modifikovány tak, aby co nejvíce vyhovovaly potřebám automobilových společností, které se nejvíce zasazují o investice v oblasti inovací materiálu, technologií a designu (Jenerálová, 2011).

Významné podniky v této oblasti jsou: Škoda Auto Mladá Boleslav, TPCA Kolín, Hyundai Nošovice, Tatra Kopřivnice, Daewoo Avia Praha, Iveco-Karosa Vysoké Mýto, ŠKODA Plzeň, Zetor Brno, Jawa Týnec nad Sázavou, Aero Vodochody, České loděnice Děčín.

V České republice je také situována výroba vojenské techniky.

HUTNICKÝ PRŮMYSL

Hutnický průmysl je spojen s průmyslem strojírenským a soustřeďuje se do oblastí těžby surovin, zejména v oblasti Ostravy. Významnou složkou hutnictví je výroba oceli, například v Třinci či Vítkovicích.

CHEMICKÝ PRŮMYSL

Chemický průmysl je náročný na kvalifikovanou pracovní sílu, nerostné suroviny, spotřebu vody a energie. Odráží se na něm tedy celková ekonomická vyspělost země, na druhou stranu však negativně ovlivňuje životní prostředí (Jenerálová, 2011)

PLASTY

I v České republice je znát rostoucí význam výroby plastových produktů, jakožto odvětví, které jako jedno z mála odvětví zpracovatelského průmyslu nebylo znatelně ovlivněno ekonomickými změnami posledních let. Je tomu tak zejména díky rozšiřujícímu se spektru využití plastových výrobků, zasahující již do všech segmentů průmyslu. Hlavní spojení existuje s automobilovým průmyslem a strojírenstvím jako takovým, dále se zemědělstvím, či potravinářstvím (Jenerálová, 2011).

FARMACIE

Odvětví chemie, farmaceutiky, ale i biologie získává na stále větším významu. Získává také stále větší podporu od vlády a čerpá více z veřejných fondů na podporu výzkumu a rozvoje. Související biotechnologický výzkum zaměřený na botaniku a molekulární genetiku pozitivně ovlivňuje jak medicínu, tak agrikulturu. Co se týče výzkumu v tomto oboru, Česká republika dále stojí v popředí boje proti hepatitidě typu B a AIDS.

Významné firmy chemického průmyslu v České republice jsou: Chemopetrol Litvínov, Benzina Praha, Fatra Napajedla, Technoplast Chropyně, Spolana Neratovice, Zentiva Praha, Dermacol Praha (Jenerálová, 2011).

POTRAVINÁŘSKÝ PRŮMYSL

Potravinářský průmysl funguje na celém území České republiky a je spjat se zemědělskou výrobou. Hlavní roli v potravinářském průmyslu v mezinárodním srovnání má výroba piva. Exportuje se ho přes 2 miliony hektolitrů za rok. Významnými firmami v pivovarnictví jsou Prazdroj Plzeň, Staropramen Praha, Budvar České Budějovice. Česká republika má také vhodné podmínky a přírodní zdroje na minerální vodu (Czech.cz, 2010)

ELEKTRONIKA

Významné komparativní výhody skýtá Česká republika v odvětví elektronického průmyslu a mikroelektroniky, který se současně drží na druhém místě, co se týče velikosti odvětví v českém průmyslu. Disponuje velmi kvalitním zázemím pro výrobní prostory i designová centra. Takové zázemí je výhodné jak pro realizaci *joint venture* či přímo pro obstarání finálních výrobků z České republiky. Jedná se především o elektronické komponenty, technologie vysokého napětí, spotřební zboží apod.

HIGH-TECH ENGINEERING

Dalším průmyslovým odvětvím úspěšně se prosazujícím se v České republice je precizní produkce strojírenských součástek a nástrojařství, v popředí je výroba kovozpracujícího vybavení, sloužící zejména ke kovoobrábění. Odvětví navazuje na dlouhou tradici a reputaci značek, opírá se o špičkovou technickou kvalitu strojů a ještě významnější řemeslnickou zručnost pracovníků. Kapacita tohoto odvětví přesahuje produkčně domácí spotřebu a je především zaměřeno na export a prodej výrobků v zahraničí. V tomto ohledu je více než úspěšné a prokázalo vysokou konkurenceschopnost i na nejnáročnějších zahraničních trzích (Czech.cz, 2010)

5. Analýza vybrané společnosti

V této části práce je představena vybraná společnost, její působení v rámci zahraničního obchodu a s tím související komparativní výhody, jichž využívá. Následně je zde zpracována SWOT analýza zaměřující se na silné a slabé stránky společnosti, stejně jako na příležitosti a hrozby, a to především v souvislosti se zahraničním obchodem.

Pro konkrétní pohled na teorii komparativních výhod v praxi byla vybrána společnost JABLOTRON, s.r.o., především na základě jejích bohatých zkušeností se zahraničním obchodem, úspěšného pronikání na zahraniční trhy a na základě faktu, že i přesto, že co se týče exportu, operuje v rámci celého světa a neustále se její působení rozrůstá, zůstává zcela českou společností.

Podané informace jsou částečně čerpány z webových stránek společnosti a především jsou zpracovány na základě konzultace s panem Janem Gregorem, marketingovým specialistou společnosti JABLOTRON ALARMS, a. s. Díky jeho podnětům a názorům mohl být v závěru práce vypracován a nastíněn další možný vývoj společnosti, především na zahraničních trzích, a také využití některých z představených příležitostí.

5.1 Představení společnosti

Společnost JABLOTRON, s.r.o. je firma působící celosvětově na trzích zabývajících se zabezpečovacími systémy a chytrým ovládáním domácností. Konkrétně její exportní činnost pokrývá 73 zemí z celého světa. (Jablotron, 2017).

Firma byla založena na konci roku 1990, přesně 27. 12., v Jablonci nad Nisou a sestávala tehdy ze čtyř zaměstnanců. Dnes již společnost počítá na více než šest set zaměstnanců, a to v rámci JABLOTRON GROUP, skupiny nezávislých, avšak kooperujících firem, která si klade za cíl zaujmout vedoucí pozice ve vybraných oborech jednotlivých firem, a to díky značnému důrazu na kvalitu a srozumitelnost produktů, služeb i působení nad rámcem podnikání. Řečeno slovy společnosti (Jablotrongroup, 2017): „*Snažíme se pozitivně měnit svět a dění kolem nás.*“

Obory, v nichž se skupina JABLOTRON GROUP pohybuje, jsou: Alarmy (*Alarm systems*), Bezpečnostní centrum (*Security center*), Technologie budov (*Building technologies*), Chytré stolní telefony (*Desktop smartphone*) a dále také Neziskové projekty (*Community activities and education*).

Na počátku historie společnosti JABLOTRON stálo hledání vhodného oboru pro podnikání, jimž se stalo odvětví zabezpečování, a firma představila svůj první alarm a zároveň zajišťovala školení, především pro její partnery, kteří se zabývali montáží alarmu, ale také týkající se poradenství pro začínající podnikatele. Již v druhém roce podnikání se společnost snažila prosadit v zahraničí, nicméně neúspěšně, důsledkem nedůvěřivého postoje Evropy k Československu a jeho firmám v té době. Nicméně následující rok 1993 znamenal pro firmu proniknutí do světa, když otevřela pobočku na Tajvanu.

Firma se svou snahou co nejlépe využívat moderní technologie brzy rozšířila své portfolio (kromě domácích alarmů vyvinula také autoalarmy, monitoring dechu kojenců, apod.), stala se první firmou, která vyvinula domácí bezdrátový alarm certifikovaný podle standardů evropské unie a dále vyvíjela produkty s pravidelnou certifikací kvality podle ISO normy (ČSN EN ISO 9001), zaváděla nové způsoby komunikace (GSM). V roce 2001 je již kapacita firmy nedostačující pro výrobu a společnost se rozhoduje pro outsourcing. Roku 2005 zakládá firma dvě dceřiné společnosti (JABLOCOM – vývoj a prodej „maximobilu“, JabloPCB – výrobní firma). Následujícího roku zavádí společnost díky modelu výchovy vlastních montérů systematické budování zahraniční distribuce.

Rok poté již společnost přebírá podobu holdingové struktury a společnost JABLOTRON S.R.O. se stává mateřskou firmou působící v pozadí skupiny a vývoj a prodej alarmů přechází na nově vzniklou akciovou společnost JABLOTRON ALARMS a.s. V roce 2010 vzniká další dceřiná společnost, JabloNET s.r.o. zabývající se softwarem pro monitorovací centra, dále také JABLOTRON SECURITY poskytující bezpečnostní služby, na což navazuje v roce 2012 vznik Zásahové služby s.r.o. a Projekt KRUH, který nabízí již komplexní řešení bezpečnostního systému, od alarmu a jeho odborné instalace přes dohled a monitoring po případný zásah.

Rok 2015 znamená pro firmu mnoho akvizic, založení dalších dceřiných společností a také vznik JABLOTRON GROUP a.s. nahrazující původní mateřskou firmu Jablotron s.r.o. a usnadňující koordinaci již velmi rozvětveného Jablotronu. Ve stejném duchu se nese i následující rok, společnost již také naplno operuje v oblastech péče o seniory, talent managementu, nadační činnosti (Jablotrongroup, 2017)

5.2 Hodnoty společnosti

Společnost JABLOTRON klade značný důraz na společenské hodnoty a zásady, které vztyčil již na počátku podnikání zakladatel, COO společnosti a CEO Nadace Jablotron Ing. Dalibor Dědek. Podle něj je podstatou spokojenosti člověka radost. Jak sám říká (Jablotrongroup, 2017): *„Je bezvadné pracovat pro radost. Radost zákazníků, spolupracovníků a díky tomu i radost vlastní.“* Dalším nezbytným stimulem pro úspěšné podnikání jsou sny, jejich naplnění, přeměna v nápady a realizace produktů a služeb na jejich základě, zejména na myšlenky vzájemné užitečnosti, prospěšnosti, jednoduchosti.

Jako hlavní hodnoty charakteristické pro podnikání firem skupiny JABLOTRON lze vyjmenovat následující (Jablotron, 2017):

1. *Společenská odpovědnost a její jednoznačné prokázání dobrými skutky* – Jablotron stál za založením Nadace Jablotron, domova pro seniory, vybavením nemocnice v Jablonci nad Nisou, dále se angažuje v ochraně přírody, podporuje vzdělanost, regionální rozvoj, poskytuje pomoc lidem v nouzi.
2. *Úspěšný produkt nesoucí si duši jeho tvůrčů a jejich důvěru ve svou práci* – Firma bezplatně zajišťuje servis svých produktů a to až do konce jejich životnosti.
3. *Základem spokojenosti je férové jednání* – Jablotron podporuje Nadační fond proti korupci.
4. Nejlepší způsob motivace, ať už zaměstnanců či partnerů, spatřuje Jablotron v úspěšné seberealizaci.
5. Důležitým osobním rysem majitele nebo manažera bohaté firmy je zůstat skromným.
6. Jednoduchost, hlavní podstata produktů Jablotron. *„Chytré věci jsou navenek jednoduché.“*

5.3 Řízení kvality

Kromě výše zmíněných hodnot je pro společnost nejdůležitější kvalita a její přísné řízení. Produkty Jablotron splňují řadu striktních certifikací, díky čemuž má firma přístup na trhy po celém světě. Stejně jako její produkty, tak i zásady politiky kvality jsou stručné a jednoduché a nekompromisně dodržované, ať už v rámci rozvíjení produktů a služeb nebo zohledňování požadavků zákazníků, a udržování kvalitní sítě obchodních partnerů.

Jak říká Miroslav Jarolím, ředitel Jablotron Alarms a.s., ve stanově o politice kvality: *„Naším cílem je poznávat současné a budoucí potřeby zákazníků v oboru aplikované elektroniky a zdravotnických prostředků - kvalitně a rychle ...“*

Stanovuje zde několik zásad představující politiku kvality společnosti (Jarolím, 2015):

Rozvoj produktů a služeb

Důležité je především skloubit spokojenost a prosperitu firmy se spokojeností zákazníka, na základě uspokojování jeho momentálních přání a predikce přání budoucích. Výrobky firmy Jablotron lze charakterizovat jako: *„inovační, atraktivní, spolehlivé, bezpečné, s vysokou užitnou a estetickou hodnotou a vyhovující mezinárodním standardům.“*

Orientace na zákazníka

Kromě samotného produktu či služby získává zákazník firmy Jablotron kompletní informace, doplňující služby a zázemí, je mu poskytován veškerý servis a technická podpora.

Úspěšný prodej

Dostupnost produktů v rámci kvalitní a široké sítě obchodních partnerů, důkladně vybíraných a kvalifikovaných, a to za zajímavé ceny.

Bezvadná funkce firmy

Jablotron se snaží o to, aby veškerá aktivita v rámci podniku vedla k neustálému zlepšování vnitřních procesů a zvyšování kvalifikace, aby přispívala k dobrému jménu společnosti a odrážela se v ní kvalita a profesionální přístup.

Bezpečný přístup

Tak jako firma svými produkty přispívá k bezpečnosti zákazníků, stejně zodpovědně pečuje i o zabezpečení informací, se kterými pracuje, a vytváří soustavu bezpečnostních opatření v rámci podniku.

Jablotron je držitelem certifikátu systému managementu jakosti dle [ISO 9001:2009](#) pro vývoj, výrobu a prodej elektronických poplachových systémů a certifikátu managementu jakosti dle [ISO 13485:2012](#) pro vývoj výrobu a prodej aktivních neimplantabilních zdravotnických prostředků. Dále je Jablotron držitelem certifikátu potvrzujícího zavedený systém managementu bezpečnosti informací dle [ISO 27001:2014](#) pro cloudové služby (Jablotron, 2017)

5.4 Ekonomické údaje

V současnosti zaznamenává firma Jablotron neustálý růst. Ať už je řeč o počtu zákazníků nebo trhů, na kterých firma operuje, tak i co se týče ročního obrátu, který v roce 2015 dosáhl výše 2,6 miliardy Kč (Jablotron, 2017)

Jak již bylo zmíněno výše, dochází také k neustálému rozšiřování portfolia a sítě spolupracujících společností, skupina JABLOTRON GROUP současně pokrývá 21 samostatných firem, s celkovým počtem zaměstnanců v roce 2015 dosahujícím šest set.

Co se týče postavení společnosti v daném oboru na tuzemském trhu, pokrývá Jablotron více než polovinu trhu České republiky. Lze říci, že společnost dosahuje téměř monopolního postavení, nemá v České republice výraznějšího konkurenta. Česká republika však není pro Jablotron trhem číslo jedna. Svým obratem se obchod na domácím trhu řadí až na druhé místo za Německo, kde sice společnost pokrývá jen několika procentní část trhu, ale obrat je větší než v rámci České republiky. O ostatních trzích a zahraničním obchodu společnosti jako takovém pojednává následující kapitola, zahrnující taktéž seznam nejdůležitějších cílových zemí pro vývozní činnost Jablotronu a také jeho nejdůležitější komparativní výhody.

5.5 Zahraníční obchod společnosti

Operace společnosti Jablotron na zahraničních trzích se týkají na 73 zemí z celého světa. Obrat na zahraničních trzích je markantně větší než na trhu domácím, společnost Jablotron tak lze označit za exportní společnost, snaží se o neustálý růst a pokrytí nových, pro obchod zajímavých, trhů. Nejúspěšněji vstupuje společnost na evropské trhy, nicméně se snaží po pokrytí i mimoevropských trhů.

S tím se ale pojí řada komplikací, které se obchodu v rámci Evropy povětšinou vyhýbají. S proniknutím na vzdálenější trhy souvisí řada problémů politicko-kulturní roviny. Týká se to především trhů těch států, které mají výraznou kulturní specifikaci, jako jsou například země Blízkého Východu nebo i Jižní Ameriky. Příkladem může být vstup na trh Brazílie, který by se mohl zdát snadným, coby pro firmu s bezpečnostními zařízeními a službami vstupující na trh země s vysokou kriminalitou. Nicméně se firmě na tento trh zatím nepodařilo výrazněji proniknout, jedním z důvodů může být právě politické pozadí a přetrvávající embargo levicových a komunistických vlád na zahraniční obchod se specifickými produkty. Svá kulturní specifika mají i latinské země jako takové, týká se to i trhu Španělska či Portugalska a souvisí to především s nároky na produkt.

Snazší a úspěšnější vstupy na trh probíhají v rámci Evropy. Produkty společnosti Jablotron vyhovují zákazníkům evropských zemí a splňují jejich očekávání od produktů daného typu, pochází z podobného kulturního a politického prostředí. Společnost charakterizují vlastnosti zejména jako kvalita, jednoduchost, komplexnost, preciznost. Tyto vlastnosti se v Evropě a v evropském obchodě setkávají s vysokou odezvou, zákazníci se jich dožadují stále více. Dnešní zákazníci očekávají produkt co nejkompexnější, ale současně co nejjednodušší.

Podstatným faktem pro úspěšný zahraniční obchod v Evropě je také aspekt kvality z legislativního hlediska. Díky instituci Evropské Unie odpadají problémy s nejednotnou legislativou v této oblasti a unifikované systémy certifikace a norem kvality výrazně zjednodušují akvizici evropských trhů. Určité sjednocení v tomto směru celosvětově obstarávají normy Mezinárodní organizace pro standardizaci (ISO), nicméně se lze na

mimoevropských trzích setkat s rozdílnými nároky a požadavky v rámci lokálních legislativ.

Jednodušší je obchodování na evropských trzích také z logistických důvodů, jelikož dodání produktu Jablotron neznámá již pouze zaslání zásilky, ale jedná se o doručení určitého balíku produktů, na které se váží určité služby, především odborná certifikovaná montáž, a následná péče a servis. Dovoz do zemí Evropy je tedy výrazně kratší a je pokryt hustou distribuční sítí, na rozdíl od vzdálenějších trhů.

Přesto i v rámci Evropy může být zahraniční obchod společnosti narušen, v současnosti především kvůli politickým aspektům. Významným příkladem je upadající zájem o ruský trh. Důvodem je přetrvávající politická destabilizace, účast ve vojenských konfliktech a s tím vším související oslabování rublu, čímž se trh Ruska stává opět méně zajímavým.

Specifickým příkladem obtížného vstupu na trh v celosvětovém měřítku je trh Spojených států amerických. Jablotron není na tamním trhu vůbec přítomný a s velkou pravděpodobností se o vstup na trh USA nebude ani v budoucnosti zajímat. Důvodem je kromě jiných konkurentů téměř monopolní postavení firmy ADT na americkém trhu a její obchodní model, který je naprosto opačný než model společnosti Jablotron, která cílí především na své distributory a na rozšiřování své vlastní distribuční sítě. Na rozdíl od toho americká společnost ADT se zaměřuje na koncové uživatele na druhé straně zmiňovaného distribučního řetězce, kterým za měsíční poplatek nabízí svůj produkt a svůj prodej doprovází masivní reklamou.

5.5.1 Obchodní partneři

Deset nejvýznamnějších obchodních partnerů společnosti Jablotron, s. r. o. za poslední dva roky patří do následujících zemí (seřazeno sestupně podle velikosti obrátu):

- Německo (DE)
- Česká republika (CZ)
- Dánsko (DK)
- Nizozemsko (NL)

- Rakousko (AT)
- Itálie (IT)
- Slovensko (SK)
- Belgie (BE)
- Rusko (RU)
- Švýcarsko (CH)

(Nejaktuálnější pořadí v tomto roce je mírně odlišné, obrat je zatím větší pro Českou republiku než pro Německo, Dánsko je v pořadí páté po Rakousku, Belgii vystřídala v žebříčku Ukrajina.)

Lze říci, že podle očekávání je nejvýznamnější partnerskou zemí Německo. Na druhém místě je domácí obchod v rámci České republiky. Následují další země, převážně z oblasti centrální a západní Evropy nebo Rusko. Země mimo Evropu v „top 10“ zahraničních partnerů chybí. První jednadvacet míst žebříčku podle obratu exportu zaujímají evropské země.

První mimoevropskou zemí na seznamu 50 cílových zemí je na dvaadvacáté pozici Hong Kong. V první třicítce se také nachází Libanon, Panama, Chile, Guadeloupe, Martinik. Až na jednatřicáté pozici se nachází Čína. Ta sice společnost Jablotron přímo nekonkuruje, ale má na svém trhu alternativy s nízkou cenou, nízkými náklady, nízkou kvalitou. Na seznamu zemí, do kterých Jablotron vyváží je i Indie, Nový Zéland, Jihoafrická republika, země Blízkého východu a Střední Ameriky.

5.5.2 Komparativní výhody

Společnost Jablotron má velkou řadu silných stránek, tak jak jsou uvedeny v následující kapitole ve SWOT analýze, které všechny přispívají k velmi příznivé konkurenceschopné pozici na zahraničních trzích a mohou být pro společnost komparativní výhodou v případě obchodu se zahraničím. Nicméně ze všech dílčích silných stránek lze zdůraznit tři nejdůležitější charakteristiky, které dodávají Jablotronu komparativní výhodu na zahraničních trzích. Nejpodstatnější výhody společnosti spočívají v její použité obchodní metodě, unikátní technologii a v komplexnosti služeb doprovázejících produkt. Jednotlivé

oblasti jsou podrobněji popsány níže, ale je potřeba zmínit, že pozice společnosti Jablotron je vybudována na základě souhry všech najednou.

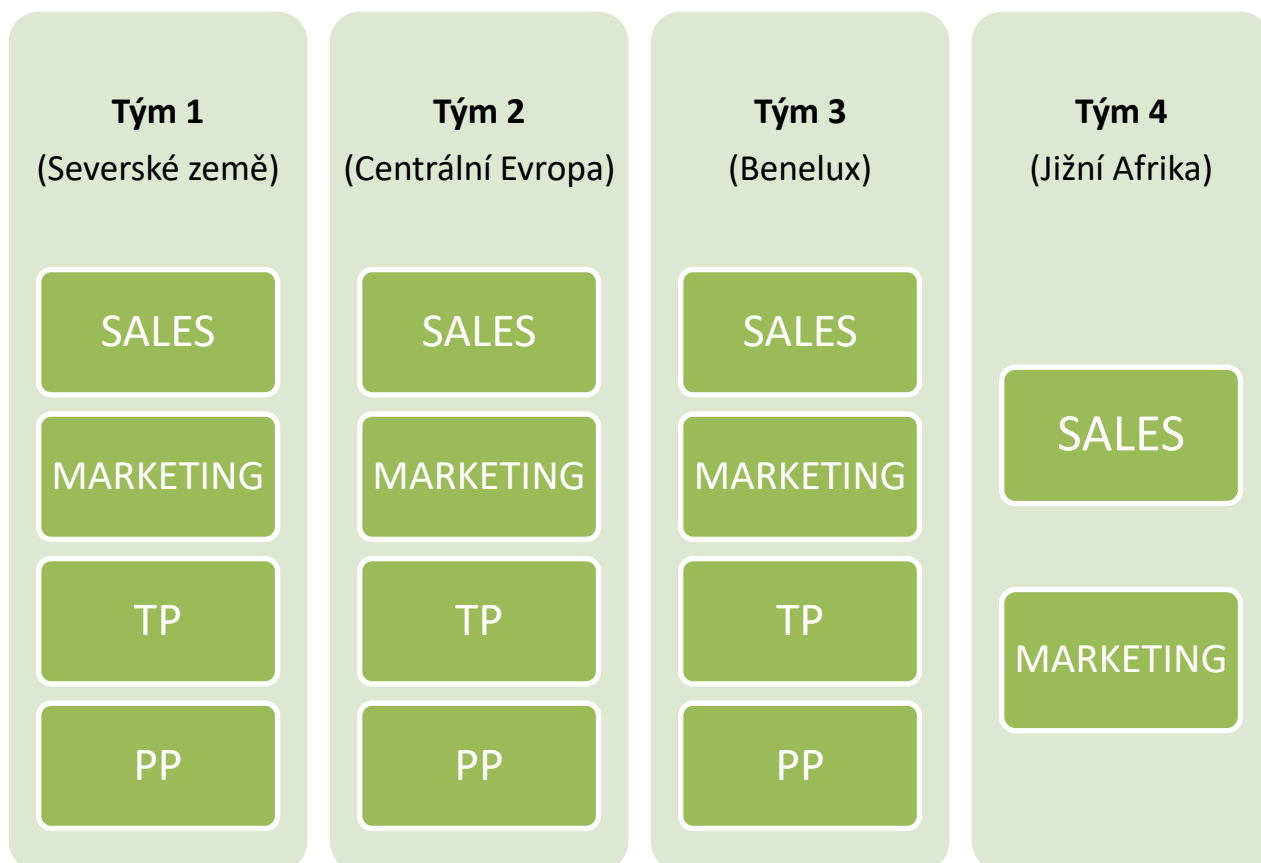
- **Obchodní metoda**

Úspěšnost společnosti Jablotron je kromě jiného založena na netradiční obchodní metodě. Jablotron se nezaměřuje přímo na koncového uživatele produktu, nicméně předmětem jeho zájmu je vytváření vlastní distribuční sítě. V reálu to znamená, že Jablotron má na každém svém cílovém trhu 1-5 distributorů, podle jeho důležitosti. Síť 5 distributorů je například v Německu. Tito distributoři jsou autonomními jednotkami, na které Jablotron zaměřuje individuální marketing a cenovou politiku. Pro Jablotron se stávají tzv. *resellery* produktu, fungují také jako školitelé. Dalším článkem distribuční sítě je totiž síť montážních pracovníků, kterou si zajišťuje každý distributor. Montáž, instalaci a obsluhu produktu Jablotron provádí pouze vyškolení a certifikovaní montážní pracovníci, zajišťující kvalitu služeb pro koncové uživatele a „*decision makery*“. Jablotron poskytuje veškerou možnou péči této své síti, nejen co se týče servisu, ale i technické podpory a materiálu. Stará se o motivaci distributorů díky svému marketingovému, proviznímu a benefičnímu systému, díky němuž mohou články na různých úrovních postupovat na pomyslném žebříčku a dosahovat určitých výhod, využívat příznivějších podmínek cenové politiky apod. V rámci této sítě tedy neexistují jednotné ceny, ale odvíjí se právě od pozice článku v marketingovém systému a výši jejich dosažených provizí a marží.

Za zmínku stojí také způsob řízení distribuční sítě v poslední době, přispívající k jejímu efektivnímu fungování. Zhruba první dvě desítky zemí s největším obratem obchodu s produkty Jablotronu jsou rozděleny na regiony s vlastním *supportním* programem a „mikrotýmem“. Na základě maticové organizační struktury tak vzniká tým složený ze čtyř osob, zodpovědných za následující oblasti:

- SALES – obchod, prodej, péče o distributory, smlouvy, ...
- MARKETING – specializace reklamy, propagačních materiálů, *promotion* systém, vyhledávání výstav a veletrhů pro propagaci, analýza chování spotřebitele v dané oblasti, ...
- TECHNICKÁ PODPORA – dodávky, servis, materiál, ...
- PODPORA PRODEJE – pomoc partnerům, správa cel a poplatků, ...

V ostatních cílových zemích operuje tým složený pouze z členů Obchodního a Marketingového oddělení. Zobrazení této organizační struktury lze vidět na obrázku číslo 9. Názvy týmů jsou pouze příkladové.



Obrázek 9: Maticová struktura mikrotýmů Jablotronu
Zdroj: Vlastní zpracování

- **Technologie**

Vedle péče o distribuční síť je to samotný produkt společnosti Jablotron, jež ji dělá unikátní. Výsledkem více než dvacetiletého vlastního vývoje, nadšení, inovátorství a používání špičkové technologie vznikl celosvětově unikátní produkt, tedy systém zabezpečovacích a ovládacích služeb řízených jedinou společností skrze 1. zabezpečovací cloudovou aplikaci na světě – MyJablotron. Díky této aplikaci je celý proces řízen jednou firmou a neexistuje pouze pro koncové uživatele, ale zejména pro distributory. Tato aplikace umožňuje na dálku kompletně spravovat nainstalovaný zabezpečovací systém a ovládání chytré domácnosti. Uživatelé se k ní dostanou pohodlně buďto v desktopové

verzi nebo skrze mobilní aplikaci pro telefony i tablety. Jablotronu slouží například tehdy, když chce navázat přímý kontakt a komunikaci s koncovým uživatelem, nejen skrze distributora. Takovéto přiblížení se B2C komunikaci je důležité zejména na těch nejsilnějších trzích. Distributoři a montážní pracovníci mohou skrze aplikaci MyCompany komunikovat oboustranně, jak s uživatelem a za účelem správy 24/7 a kontroly jeho systému, tak i s vedením, účastnit se školení a vzdělávacích kurzů rozšiřujících kvalifikaci, sledovat a vytvářet nabídky, začlenit do aplikace své zaměstnance, sledovat databázi materiálů a svůj marketingový a benefiční program. Díky této aplikaci dochází k obrovskému zjednodušení celého procesu, šetří se náklady na výjezdy techniků a produkt tak naplňuje nejdůležitější hodnoty společnosti, tedy co nejvyšší kvalitu produktu s co nejjednodušším a nejkompaktnějším užíváním. Jablotron v této oblasti může pocíťovat konkurenci v oblasti inteligentního ovládní domácnosti, nicméně je jedinou společností přicházející s komplexním řešením. Běžní konkurenti přicházejí s alternativami na dílčí části procesu, špičkoví konkurenti přicházejí s dovedností kombinovat dílčí procesy.

5.6 SWOT Analýza společnosti

Analýza silných a slabých stránek společnosti, případných příležitostí či hrozeb, takzvaná SWOT analýza (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), slouží k rychlému přehledu o situaci společnosti a vnitřních i vnějších vlivech na její fungování a úspěšnost podnikání. Prvotní účel je její použití coby nástroj hodnocení. Tato technika je ale přínosná i jako situační analýza například při strategickém rozhodování, při zavádění nového produktu či jako nástroj marketingu.

Struktura klasické SWOT analýzy a jejích podkladů je zobrazena na obrázku č. 5.



Obrázek 10: SWOT analýza
Zdroj: Managementmania, 2017

Standardní SWOT analýza jako taková je ve společnosti Jablotron obtížně zpracovatelná. Jedná se o velmi zjednodušenou interpretaci výsledků široké škály jiných interních evaluačních a analytických systémů a procesů, které Jablotron využívá, spolu s mnoha jinými analýzami, ze kterých je nereálné vytvořit běžnou SWOT analýzu jak ji známe. Následující SWOT analýza pro společnost Jablotron se zakládá na informacích získaných při zpracování této diplomové práce, na údajích poskytnutých během konzultace s panem Gregorem a na vlastních úsudcích. Obsahuje ty nejdůležitější body, související s pohledem na Jablotron jako na celek, obecně a zjednodušeně, a jako na exportní společnost. Silné stránky společnosti rozvíjejí kapitolu o komparativních výhodách, kde byly zmíněny ty nejdůležitější.

Vedle slabých stránek společnosti a případných hrozeb je ve SWOT analýza nastíněna celá řada příležitostí, které by pro společnost mohly znamenat akvizici nových trhů, rozšíření stávajících, získání většího tržního podílu apod. Řada těchto příležitostí má potenciál rozvíjet konkurenceschopnost společnosti a být základem pro identifikaci dalších komparativních výhod.

Tabulka 6: SWOT Analýza společnosti Jablotron, s. r. o.

SWOT Analýza společnosti Jablotron, s. r. o.	
<i>Silné stránky:</i>	<i>Slabé stránky:</i>
<ul style="list-style-type: none"> - unikátní produkt (1. cloudová zabezpečovací aplikace na světě) - moderní technologie - neustálý proces inovace - mobilní aplikace - dálková správa systému – šetření nákladů na výjezdy techniků - vlastní dlouhodobý vývoj produktů, prototyp vyráběn v České republice, dlouhodobá tradice výroby - výborná image firmy, dobré jméno - dominantní pozice na českém trhu - silná pozice na ostatních trzích - efektivní řízení exportních oblastí (maticová organizační struktura exportního týmu, tzv. mikrotýmy) - ekonomicky silná firma - stabilní organizační struktura - majetková struktura, holding - efektivní řízení - péče o zaměstnance - loajalita zaměstnanců - vysoce kvalifikovaní zaměstnanci - široká distribuční síť - výchova vlastních montérů - výborná péče o partnery - outsourcing pouze pro výrobu - kvalitní řízená výroba, dosažení 	<ul style="list-style-type: none"> - poddimenzované lidské zdroje v klíčových odděleních firmy - nejasná produktová strategie (častá změna priorit při vývoji nových produktů) - nižší rychlost reakce na požadavky trhu - obchodní model závislý na distribuční a montážní síti - holding, nová, ještě nedokonalá metoda řízení - rozdrobení zájmu mezi mnoho sektorů a s tím spojená náročná koordinace a osvojování nových procesů - náročné vybírání partnerů pro zajištění kompletního balíčku zabezpečení domácnosti

<p>konkurenceschopných cen</p> <ul style="list-style-type: none"> - efektivní marketing, věrnostní program a systém benefitů - snaha o neustálé zjednodušování jak zavádění tak využívání produktu - péče o komfort uživatele - komplexnost řešení ovládání a zabezpečení domácnosti v rámci jednoho systému - existující konkurence pouze na určitý prvek produktu, ne na celý systém 	
<p><i>Příležitosti:</i></p>	<p><i>Hrozby:</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> - nové segmenty (Rekuperace) – diferenciacie - CLOUDové služby na vysoké úrovni - expanze na nové trhy - věrnost a lojalita zákazníků - využití montážní sítě pro distribuci nových produktů - posílení pozice díky absenci konkurence k celkovému produktu společnosti - příznivá partnerství s mobilními operátory - partnerství se stavebními společnostmi - zesílení orientace na koncového zákazníka, rozvoj B2C komunikace nejen na nejsilnějších trzích - pozitivní ekonomický vývoj - příznivý vývoj kurzů, zatraktivnění opomíjených trhů - zacílení na rychle se rozvíjející oblasti, ale s vyšší kriminalitou - vyšší orientace na koncového zákazníka - oslovení skupiny zákazníků vyššího věku, 	<ul style="list-style-type: none"> - zvýšení tlaku konkurence díky její rychlejší adaptaci na potřeby zákazníka - levné produkty z Číny - kopírování technologie - úspěšnější využití jiné technologie konkurencí - neúspěšné vstupy na nové trhy, bariéry vstupu na trh - nedůvěra vůči nové značce - nevhodně zvolená forma komunikace či marketingových aktivit s ohledem na cílovou zemi - nespolehlivost distribučních partnerů - vysoká konkurence v oblasti „Inteligentního domu“ - špičkoví konkurenti umí zkombinovat dílčí produkty s různými technologiemi, od různých výrobců – využití výhodné pro uživatele, který má již určitý počet dílčích produktů - zvýšení kvality samovolně se instalujících

<p>rodin s dětmi</p> <ul style="list-style-type: none"> - zvýšení zájmu mezi majiteli residenčních budov, soukromými osobami - oslovení živnostníků, osob zainteresovaných do inovací, vývoje - marketing v místech spojených s novostavbami – kolaudační úřad apod. - využití legislativy zemí – například povinné detektory kouře / zabezpečení proti požáru v domácnostech - právně-exekutivní systém EU, unifikace - orientace na nově budované komerční budovy, díky legislativním nařízením o zabezpečení - zvýšené povědomí o technologii chytrých domácností - kupní síla generace velmi technologicky zdatné - vývoj nových produktů umožňujících zapojení do sítě ovládaní domácnosti - vládní a mezinárodní nástroje podpory exportu - zlepšení politické a ekonomické situace určitých trhů – snížení rizika při exportu - zjednodušení přístupu na vzdálenější trhy pomocí konsignačních skladů - širší síť kontaktních míst a distributorů – například v Asii - zacílení na oblasti s rostoucí atraktivitou pro cestovní ruch – výstavba hotelových resortů, obchodních center 	<p>alternativ – výrobce takových produktů získá certifikaci</p> <ul style="list-style-type: none"> - plná zaměstnanost v klíčových oborech (vývojáři, konstruktéři) - fluktuace zaměstnanců díky neodpovídajícímu finančnímu ohodnocení v porovnání s konkurencí - nedostatečné zabezpečení klíčových prvků infrastruktury vůči útokům (DDoS,...) - změna měnové politiky ČNB - politická a ekonomická destabilizace Evropy - v dlouhodobém horizontu nasycení trhu - zpřísnění legislativy cílových zemí - zvýšení nároků certifikace a s tím spojená diskvalifikace produktů na určitých trzích (platí zejména pro nejdůležitější trh - Německo, kde jsou vysoké nároky a vlastní systém certifikace) - průměrnost napříč špičkovými společnostmi v oboru – smývají se rozdíly v použitých technologiích, není prostor pro diferenciaci (platí pro B2C, podobnost s automobilovým průmyslem či produkcí elektroniky a mobilních telefonů)
--	--

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů Jablotron, s. r. o.

Závěr

Jedním z cílů této práce bylo zjištění a hodnocení komparativních výhod České republiky. Definování takovýchto výhod předchází vývoj zahraničního obchodu dané země, který lze hodnotit vcelku pozitivně a s dalším potenciálem. Důležitým poznatkem této práce je skutečnost, že v oblasti zahraničního obchodu podléhá vše velké proměnlivosti a ve chvíli, kdy je psáno o určitém aspektu jako o komparativní výhodě, již mohou probíhat události a může docházet k takovému vývoji na rychlém, globalizovaném světovém trhu, které snižují sílu konkrétní komparativní výhody. Je tak třeba neustálé práce na udržení kvality stávajících výhod a také investic za účelem jejich prohlubování a nalézání nových.

Při studii komparativních výhod je nezbytné mít stále na paměti neustálé změny na světových trzích, čím dál vyšší flexibilitu a globalizaci. S tím souvisí změny konkurenčního prostředí, kdy dříve rozvojové země již také konkurují na světovém i domácím trhu, dále vyšší nároky na produktivitu práce. Ta je pro zemi průmyslově stejně orientovanou, jako je Česká republika, velice důležitá a je potřeba ji posilovat a spolu s ní tak výkonnost českého hospodářství.

Se situací zahraničního obchodu České Republiky a jejích komparativních výhod a souvisí téma investičních příležitostí, jež byly v práci posuzovány z obou hledisek, jako přínos, ale i jako negativum. Tyto dva pohledy lze shrnout tak, že ačkoli velká míra zahraničních investic může oslabovat ekonomiku, byly pro ČR v době transformace ekonomiky důležitým faktorem, který, spolu s levnou a kvalifikovanou pracovní silou, znamenal příliv potřebného zahraničního kapitálu a rozvoj technologií a moderních přístupů, zvyšujících produktivitu práce, tedy se zasloužily o příznivější prostředí pro nalezení dalších komparativních výhod. Toto je potřeba při hodnocení komparativních výhod zohledňovat a vytvářet prostředí umožňující optimální velikost zahraničních investic, spolu s prevencí destabilizace, například podporovat diferenciaci v odvětvích, nezaměřit se pouze na úzkou skupinu exportovaných komodit.

Oslabená výkonnost hospodářství a snížení atraktivnosti země pro investice potřebují ke svému zlepšení také nápravu ve veřejné správě. Zkvalitnění fungování veřejných institucí, zmírnění korupce, transparentní a efektivní využívání zdrojů a zvýšení důvěryhodnosti

státu a jeho politiky, to je potřeba ke zlepšení ve sféře politické, které se odrazí i na hospodářství. Stár by měl přijmout potřebné reformy ve veřejné správě, které by nebyly zasaženy politickými změnami a nestabilitou.

Pro zlepšení a udržení komparativní výhody plynoucí z polohy České republiky, je potřeba pracovat na kvalitě dopravních sítí, rozšířit území pokryté vysokorychlostním datovým připojením. Tranzitní polohy země by se dalo také využít k většímu zapojení do příhraničního obchodu v oblasti energetiky. V širším pojetí infrastruktury je potřeba investovat do oblastí zajišťující dlouhodobý růst ekonomiky, tedy kromě datové infrastruktury také do vzdělání, zejména do vyšší mobility vzdělání, diferenciaci a celoživotního vzdělávání, dále do vědy, inovací a zdravotnictví, zejména do jeho efektivity, do přípravy na péči o stárnoucí populaci, léčbu chronických onemocnění, ale také například do rozšiřování všeobecného povědomí o zdravém způsobu života a environmentálních problémech současnosti.

Jedna z výhod se zdá jako neudržitelná, a sice existence levné pracovní síly. Udržování nízkých nákladů na práci, čili nízkých mezd je sice atraktivní pro zahraniční investory a příznivé pro výslednou cenu produktů a služeb, nicméně zvyšování kvalifikace zaměstnanců a produktivity práce, při pozitivním ekonomickém růstu, se musí odrazit ve vyšší ohodnocení.

Konkrétní komparativní výhody byly zjišťovány u společnosti Jablotron. Při zkoumání zahraničního obchodu společnosti byly identifikovány dvě výhody, které lze svou unikátností vyhodnotit jako absolutní, nicméně při jejich posuzování je nutné zohlednit rozdíly každého cílového trhu. Jsou to unikátní obchodní model a unikátní technologie.

Obě tyto výhody se vzájemně doplňují a je možné říci, že na trhu, kde jedna z výhod není absolutní, může být právě ta druhá rozhodující v rámci komparativních výhod. Například při exportu na trhy, kde existuje konkurence s podobným obchodním modelem, můžou být právě technologie produktu a unikátnost služeb zdrojem komparativní výhody. A naopak, na trhu se silnou konkurencí co se týče produktu a služeb může být rozhodující zvolený obchodní model.

Na otázku, zda dokáže společnost tyto výhody pozitivně využít, lze odpovědět jednoznačně, že ano. Dokazuje to už předcházející odstavec popisující jejich doplňování se. Jablotron nejenže výhod efektivně využívá, společnost je přímo vytváří a to dlouhodobě, s neustálým vývojem technologie a inovacemi, se zdokonalováním procesů a systémů řízení. To, že Jablotron ví, jak tyto výhody využít, dokazuje i existence důkladných průzkumů trhu a exportních příležitostí, na jejichž základě se Jablotron rozhoduje o akvizici nových trhů, právě na základě toho, jak si na daném trhu komparativně stojí.

V rámci vypracované SWOT analýzy byla vyjmenovaná velká řada potencionálních příležitostí pro získání nových komparativních výhod a zvýšení konkurenceschopnosti na mezinárodních trzích. Jedna z nejzajímavějších myšlenek je využití již existující cloudové zabezpečovací aplikace pro obsáhnutí i B2C komunikace nebo možnosti spolupráce se společnostmi napříč odvětvími, například v oblasti telekomunikace, stavebnictví či v cestovním ruchu. Nové příležitosti skýtají také nové zajímavé trhy, umožňující rozšíření distribuční síle, zřízení kontaktních center a skladů, a tím snížení nákladů na realizaci obchodu na vzdálenějších trzích.

Ať už se společnost Jablotron rozhodne některé z příležitostí využít, či bude pokračovat jako doposud s tím, že hlavní předmět zájmu bude nadále vývoj vlastní technologie s cílem vytvořit co nejjednodušší, nejkompexnější produkt s vysokou kvalitou, má již nyní za sebou velmi úspěšnou historii a rozmach. Lze konstatovat, že úspěch společnosti je dán zejména schopností držet tempo s vývojem technologií ve světě, s novými trendy globalizovaného světa a s nároky náročných zákazníků. Jablotron má výbornou a stabilní pozici na mnoha zahraničních trzích i na domácím trhu a velký prostor pro další růst, ať už se to týká trhu s produktem a službami, nebo zkvalitnění interní struktury a vytvoření silného holdingu s širokou nabídkou služeb.

Seznam použité literatury

A. T. KEARNEY. *Offshore Location Attractiveness Index 2004* [online]. 2004 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: https://www.atkearney.com/documents/10192/509907/Making_offshore_s.pdf/a3dc6fae-0ef9-44fc-8a29-29e2911f7786.

BENEŠ O., Všeobecná dohoda o clech a obchodu, Praha: Československá obchodní a průmyslová komora, 1988.

BUSINESSINFO. Exportní strategie ČR 2012-2020 [online]. 2012 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/exportni_strategie-cr-2012-az-2020-7148.html#!&chapter=2.

CORNELL UNIVERSITY, INSEAD, WIPO. *The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development*, Fontainebleau, Ithaca, Geneva: World Intellectual Property Organization, 2015. ISSN 2263-3693. ISBN 978-2-9522210-8-5.

CZECH.CZ. *Opportunities according to sectors* [online]. 2010 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <http://www.czech.cz/en/66864-opportunities-according-to-sectors>.

CZECH.CZ. *Tradiční české produkty a značky* [online]. 2010 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Ekonomicka-fakta/Tradicni-ceske-produkty-a-znacky>.

ČSÚ. *Zahraniční obchod České republiky* [online]. 2016 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/32955062/32018116_0601.pdf/c7916f81-805e-4a65-bdd9-c4f62d3908f7?version=1.2.

ČSÚ. *Zahraniční obchod – únor 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/czi/zahranicni-obchod-unor-2017>.

ČTK. Nezaměstnanost v EU klesla na nejmenší úroveň za osm let. Nejnižší je v Česku.

Hospodářské noviny [online]. 2017 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-65644350-nezamestnanost-v-eu-klesla-nejnize-za-osm-let-nejnizsi-je-v-cesku>.

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

JABLOTRON. *O Jablotronu* [online]. 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.jablotron.com/cz/o-jablotronu/>.

JABLOTRONGROUP. *Jablotron Group* [online]. 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.jablotrongroup.com/index>.

JENERÁLOVÁ. Exportní strategie České republiky v období 2012-2020. *Businessinfo.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Investice-a-obchod-s-CR/Exportni-strategie-Ceske-republiky-pro-obdobi-2012>.

JENERÁLOVÁ. Hlavní pilíře českého průmyslu. *Czech.cz* [online]. 2011 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Ekonomicka-fakta/Hlavni-pilire-ceskeho-prumyslu>.

KALÍNSKÁ, Emilie a kol. *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024733968.

KRUKOWSKI, Nick. Global ambitions: CZECH REPUBLIC. *Canadian Transportation Logistics* [online]. 2006, **109**(3): 26-28 [cit. 2017-04-30]. ISSN 2292-2490. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/203022180/fulltext/8B6C9B1E9FB84660PQ/1?accountid=17116>.

MANAGEMENTMANIA. *SWOT analýza* [online]. 2017 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>.

MARTÍNEK, Aleš. *Historie zahraničního obchodu* [online]. 2010 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Ekonomicka-fakta/Historie-zahranicniho-obchodu>.

MIROSLAV, Jarolím. *Politika kvality* [online]. Jablotron, 2015 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: https://www.jablotron.com/underwood/download/files/politika_kvality_2015.pdf.

MPO. Analýza konkurenceschopnosti ČR. *Businessinfo.cz* [online]. 2011 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/files/archiv/dokumenty/m_po_analyzakonkurenceschopnosti_cr.pdf

MPO. *Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020* [online]. 2012 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/45705/51548/587267/priloha001.pdf>.

MPO. *Týdeník ekonomických aktualit* [online]. 2016 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/app/content/files/statistiky-mpo/1612-tyden-statisticky-tydenik-mpo.pdf>.

NYKRYN, Jaroslav. *Zahraniční obchod ČSSR*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1988.

OECD. Česká republika 2015. *OECD360* [online]. 2015 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <http://www.oecd360.org/>.

Programové prohlášení vlády ČR [online]. 1992 [cit. 2017-04-30].

Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/clenove-vlady/historie-minulych-vlad/prehled-vlad-cr/1990-1992-csfr/jan-strasky/ppv-1992-strasky.pdf>.

RICARDO, David. *Zásady politické ekonomie a zdanění*. Překlad Vladislav Pavlát. Praha: Státní nakladatelství politické literatury, 1956. ISBN 27.20.

RICARDO, David. *On the Principles of Political Economy and Taxation*. J. Murray, 1817.

SEDLÁK, Jaromír. Komparativní výhody a konkurenceschopnost. *Haló noviny* [online].

2013 [cit.2017-04-30]. Dostupné z: <http://www.halonoviny.cz/articles/view/11018244>.

SMITH, Adam. *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*. Praha: Státní nakladatelství politické literatury, 1958. ISBN 80-86389-16-2.

SMITH, Adam. *An Inquiry Into the Nature and Cause of the Wealth of Nations*, sv. 2. Idion Verlag, 1828.

SOUKUP, Alexandr. *Mezinárodní ekonomie*. 2., upr. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 9788073803926.

SVATOŠ, Miroslav. *Zahraniční obchod: teorie a praxe*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.

ŠTĚRBOVÁ, Ludmila a kol.. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada, 2013. ISBN 9788024746944.

ŠTRACH, Pavel. *Mezinárodní management*. Praha: Grada, 2009. ISBN 8024729873.

URBAN, Jan. *Ekonomie bez mýtů a iluzí: co říká pravice a levice a jak je to doopravdy*. Praha: Grada, 2014. ISBN 9788024741321.

VARADZIN, František. *Mezinárodní ekonomie: teorie světového hospodářství*. Praha: Professional Publishing, 2013. ISBN 9788074311161.

Zákon č. 474/1992 Sb., o opatřeních v soustavě ústředních orgánů státní správy České republiky [online]. 1992 [cit. 2017-04-30]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/vyhledavani-aspi/?Id=40241&Section=1&IdPara=1&ParaC=2>.