

# **Dopad zvýšení ceny tabákových výrobků na výrobce**

**Bakalářská práce**

**Vedoucí bakalářské práce:**

**Ing. Marek Litzman**

**Vypracovala:**

**Veronika Langová**

**Brno 2015**

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Dopad zvýšení ceny tabákových výrobků na výrobce**

vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 19.5.2015

---

Na tomto místě bych chtěla poděkovat Ing. Markovi Litzmanovi za ochotu, pomoc a cenné rady při zpracování mé bakalářské práce.

## **Abstrakt**

Langová, V. Dopad zvýšení ceny tabákových výrobků na výrobce. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015.

Bakalářská práce se zabývá analýzou dopadu zvyšování spotřebních daní z cigaret a jejich ceny na výrobce v České republice v letech 2004 – 2015. První část práce obsahuje teoretické poznatky z dosud dostupné literatury, týkající se dané problematiky daní. V teoretické části je nejvíce pozornosti věnováno spotřební dani z tabákových výrobků, harmonizaci daní v rámci Evropské unie a daňové incidenci. Druhá část práce je věnována identifikaci hlavních faktorů, působících na trh s cigaretami a na samotné výrobce. Na základě těchto faktorů je zjištěno, jak na výrobce dopadá neustálé zvyšování spotřební daně z tabákových výrobků a s tím spojené zvyšování cen cigaret.

## **Klíčová slova**

Spotřební daň, sazba daně, cigarety, daňová incidence, výrobce

## **Abstract**

Langová, V. The impact of increased prices of tobacco products to manufacturers. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2015.

The bachelor thesis deals with analysis of impact of increasing cigarette excise taxes and their prices on the producers in Czech Republic during the years 2004 – 2015. The first part of this work includes theoretical findings from available literature which is dealing with taxes issues. Major topics of this part are excise tax on tobacco products, harmonization within European Union and tax incidence.

The second part concentrates on identification of primal factors which affect cigarette market and producers themselves. Based on these factors the impacts of increasing tobacco excise on producers of cigarettes were found, as well as impacts of increasing prices of cigarettes which are closely related.

## **Keywords**

Excise tax, tax rate, cigarettes, tax incidence, the manufacturer

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>Cíle bakalářské práce</b>	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>Data a metodika zpracování</b>	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>Teoretická část</b>	<b>14</b>
4.1	Daňové reformy ČR.....	14
4.2	Definice daní.....	14
4.3	Funkce daní .....	15
4.4	Typologie zkoumané daně.....	16
4.5	Daňová incidence .....	16
4.6	Spotřební daně .....	19
4.6.1	Značení tabákových výrobků.....	20
4.7	Harmonizace daní .....	21
4.7.1	Harmonizace v oblasti akcízů.....	22
4.8	Cenová elasticita.....	23
4.8.1	Cenová elasticita poptávky.....	24
4.8.2	Vliv zvyšování daně na cenu a spotřebu .....	25
4.9	Předmět daně z tabákových výrobků .....	25
4.9.1	Cigarety .....	25
4.9.2	Doutníky a cigarillos .....	26
4.9.3	Tabák ke kouření.....	26
<b>5</b>	<b>Praktická část a výsledky práce</b>	<b>27</b>
5.1	Faktory působící na trh.....	27
5.1.1	Spotřební daň z tabákových výrobků.....	27
5.1.2	Daň z přidané hodnoty.....	28
5.1.3	Spotřeba cigaret.....	29

---

5.1.4	Inflace .....	31
5.1.5	Vývoj cen vybraných značek cigaret.....	31
5.2	Daňový dopad.....	32
5.3	Daňové břemeno .....	35
5.4	Philip Morris ČR a.s. ....	38
<b>6</b>	<b>Závěr</b>	<b>41</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použité literatury</b>	<b>43</b>
7.1	Internetové zdroje .....	45
	<b>Přílohy</b>	<b>47</b>

## Seznam obrázků

<b>Obr. 1</b>	<b>Klasické cigarety vs. Elektronické cigarety</b>	<b>30</b>
<b>Obr. 2</b>	<b>Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Marlboro</b>	<b>36</b>
<b>Obr. 3</b>	<b>Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Viceroy</b>	<b>36</b>
<b>Obr. 4</b>	<b>Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret L&amp;M</b>	<b>37</b>
<b>Obr. 5</b>	<b>Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Camel</b>	<b>37</b>
<b>Obr. 6</b>	<b>Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Chesterfield</b>	<b>38</b>

## Seznam tabulek

<b>Tab. 1</b>	<b>Vývoj sazeb spotřební daně z cigaret</b>	<b>28</b>
<b>Tab. 2</b>	<b>Vývoj sazeb daně z přidané hodnoty</b>	<b>29</b>
<b>Tab. 3</b>	<b>Spotřeba cigaret na 1 obyvatele v České republice</b>	<b>30</b>
<b>Tab. 4</b>	<b>Míra inflace v letech 2003-2014</b>	<b>31</b>
<b>Tab. 5</b>	<b>Dopad změny sazby daně z přidané hodnoty k 1.5.2004 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>33</b>
<b>Tab. 6</b>	<b>Dopad změny sazby spotřební daně k 1.7.2005 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>33</b>
<b>Tab. 7</b>	<b>Tržby a odbyt společnosti Philip Morris ČR a.s.</b>	<b>40</b>
<b>Tab. 8</b>	<b>Příloha 1: Vývoj cen cigaret Viceroy</b>	<b>48</b>
<b>Tab. 9</b>	<b>Příloha 2: Vývoj cen cigaret L&amp;M</b>	<b>49</b>
<b>Tab. 10</b>	<b>Příloha 3: Vývoj cen cigaret Camel</b>	<b>50</b>
<b>Tab. 11</b>	<b>Příloha 4: Vývoj cen cigaret Marlboro</b>	<b>51</b>
<b>Tab. 12</b>	<b>Příloha 5: Vývoj cen cigaret Chesterfield</b>	<b>52</b>
<b>Tab. 13</b>	<b>Příloha 6: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.4.2006 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>53</b>
<b>Tab. 14</b>	<b>Příloha 7: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.3.2007 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>53</b>
<b>Tab. 15</b>	<b>Příloha 8: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.1.2008 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>54</b>
<b>Tab. 16</b>	<b>Příloha 9: Dopad změny sazby spotřební daně a daně z přidané hodnoty k 1.2.2010 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>54</b>



---

<b>Tab. 17</b>	<b>Příloha 10: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.1.2012 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>55</b>
<b>Tab. 18</b>	<b>Příloha 11: Dopad změny sazby spotřební daně a daně z přidané hodnoty k 1.1.2013 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>55</b>
<b>Tab. 19</b>	<b>Příloha 12: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.1.2014 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>56</b>
<b>Tab. 20</b>	<b>Příloha 13: Dopad změny sazby spotřební daně k 31.12.2014 v Kč/krabičku cigaret</b>	<b>56</b>

# 1 Úvod

Spotřební daně jsou historicky jedny z nejstarších daní. Od roku 1993, kdy se staly součástí daňové soustavy České republiky, prošly nespočtem změn, konkrétně spotřební daň z tabákových výrobků se neustále zvyšovala.

Účelem spotřebních daní je snižovat spotřebu zdraví a životnímu prostředí škodlivých výrobků. Jsou také velice významným příjmem do státního rozpočtu, z toho pohledu je vhodné stanovit sazbu daně co nejvyšší. Na druhou stranu, čím vyšší je daň, tím větší způsobuje pokles spotřeby. Splňuje se tím tedy účel redukce spotřeby, ovšem příjmy do státního rozpočtu nejsou již tak vysoké. Proto je velmi obtížné stanovit optimální úroveň těchto daní. Protože je Česká republika členem Evropské unie, je vláda nucena přizpůsobovat se určité minimální sazbě v rámci daňové harmonizace členských států Evropské unie.

Poptávka po cigaretách je velmi neelastická, tedy se zvyšováním ceny poptávané množství cigaret neklesá, nebo klesá jen velmi málo, což je způsobeno hlavně tvorbou závislosti na nikotinu. Vláda tedy může stanovit sazbu daně poměrně vysokou a posílit tím příjmy do státního rozpočtu. Cigarety jsou zdaňovány speciální sazbou daně, tzv. složeným akcízem, kde je daň složená z pevné části (specifické) a procentní části sazby daně (*ad valorem*). Ze základu, složeného z výrobní ceny a spotřební daně, se vypočítá navíc ještě daň z přidané hodnoty.

Pro posouzení dopadu zvyšování cen cigaret na výrobce je potřeba zohlednit také řadu dalších faktorů. Na spotřebu cigaret nemá vliv jen cena, ale také současný problém s nelegálním trhem s cigaretami. Od roku 2011 se staly velkou konkurencí také elektronické cigarety, o které byl časem stále větší zájem.

Výše zdanění se významně promítá do konečné ceny cigaret pro konečného spotřebitele, čímž výrobci přichází o své zisky. Jejich úkolem je rozhodnout, jakou měrou ponесou daňové břemeno oni sami, nebo v jaké míře břemeno přesunou na konečného spotřebitele. Touto problematikou, týkající se dopadu spotřebních daní z tabákových výrobků na výrobce a s tím souvisejícími skutečnostmi, se bude zabývat tato bakalářská práce.

## 2 Cíle bakalářské práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit dopad zdražování cigaret na jejich výrobce. Toto zdražování je důsledek především častého zvyšování sazeb spotřební daně z tabákových výrobků, popřípadě daně z přidané hodnoty. Z toho důvodu je práce zaměřena na analýzu vývoje těchto daní a dopadu na výrobce cigaret a jejich zisky.

V teoretické části je obsažen úvod do problematiky daňové teorie, definice daně, její funkce a základní dělení daní. Důležitou součástí teoretické části je daňová incidence, tedy jakou měrou dopadá uvalená daň na výrobce a jakou na spotřebitele. Dalším tématem teoretické části je harmonizace daní v rámci Evropské unie a s tím spojená harmonizace akcízů, která má umožnit zdravou konkurenci na jednotném trhu zemí Evropské unie. Tato harmonizace je hlavní příčina, která nutí vládu České republiky sazby akcízů z cigaret stále zvyšovat. Nedílnou součástí této problematiky je také cenová elasticita, která vysvětluje, jak se v důsledku změny ceny výrobku mění jeho nabídka či poptávka po něm. V tomto případě je podstatná hlavně cenová elasticita poptávky. V závěru teoretické části je definován předmět spotřební daně z tabákových výrobků, co všechno do něj patří a co je jeho součástí.

V praktické části jsou zkoumány faktory působící na trh s cigaretami, především vývoj sazeb spotřebních daní z tabákových výrobků a daně z přidané hodnoty, které mají největší vliv na cenu cigaret.

V závislosti na změnách sazeb těchto daní je identifikováno, jak se ve sledovaném období měnily ceny cigaret. Pro tento účel bylo vybráno pět značek cigaret, které patří mezi nejprodávanější. Významný faktor ovlivňující zisky výrobců je také spotřeba cigaret. Na základě těchto ukazatelů je kvantifikován dopad daňového břemene na kupující a na výrobce po každé změně sazby daně a zobrazen podíl velikosti ceny bez daně a daně na konečné prodejní ceně cigaret. V závěru jsou uvedeny hospodářské výsledky společnosti Philip Morris ČR a.s., největšího českého výrobce cigaret, na základě kterých je možné nasbíraná data analyzovat.

### 3 Data a metodika zpracování

V této kapitole jsou formulována jednak data a metodika zpracování pro teoretickou část a dále pro praktickou část bakalářské práce.

Pro zpracování teoretické části byly využity převážně knižní zdroje, zabývající se obecně daňovou problematikou a mikroekonomií. Z těchto knih byly zpracovány potřebné informace týkající se problematiky daňové soustavy České republiky, obsahující základní členění daní, jejich funkce, vysvětlení pojmů harmonizace daní, daňová incidence a cenová elasticita, které jsou zásadní pro tuto práci.

Konkrétní poznatky v rámci spotřebních daní z tabákových výrobků a trhu s cigaretami byly čerpány z odborných článků, zaměřených na toto téma, dostupných na internetu. Díky všem těmto zdrojům byly shrnuty důležité informace, potřebné k prohlédnutí do tématu a dosažení zvoleného cíle.

V praktické části jsou pro analýzu využity údaje o vývoji sazeb spotřebních daní z tabákových výrobků a daně z přidané hodnoty, čerpané z internetových stránek a zákona o spotřebních daních. Dále byly zjišťovány ceny vybraných značek cigaret z Cenových věstníků zveřejňovaných Ministerstvem financí ČR, zpracovány pololetně v letech 2004 – 2015.

S pomocí těchto dat byl vypočten daňový dopad na kupující a na výrobce, vždy v období změny sazby spotřební daně nebo daně z přidané hodnoty. Daňový dopad se rovná součtu pevné a procentní části spotřební daně a DPH vypočteného z konečné ceny cigaret.

Při výpočtech je  $P_1$  označována cena před změnou sazby daně, z které je vypočtena výše spotřební daně a daně z přidané hodnoty, označené  $SPD_1$  a  $DPH_1$ . Pevná část daně se počítá vynásobením pevné sazby počtem kusů cigaret v daném balení, procentní část je násobek konečné ceny cigaret a procentní sazby vydělené stem. Cena cigaret po změně sazby daně je označena  $P_2$  a obdobným způsobem jsou vypočteny  $SPD_2$  a  $DPH_2$ . Z těchto hodnot je potom vypočítán rozdíl daňového dopadu před a po změně sazeb daní, označený  $D_2 - D_1$  a identifikována míra dopadu na kupující a na výrobce. Na základě těchto výpočtů jsou také sestaveny grafy, které zobrazují podíl velikosti prodejní ceny a daně na konečné ceně cigaret u vybraných značek.

Ceny byly očištěny o inflaci tak, že běžné ceny v období 2005-2015 byly převedeny na cenovou úroveň roku 2004, pomocí skutečných inflací spotřebitelských

cen. Pro každý rok byl vypočten koeficient podle aktuální míry inflace a tímto koeficientem byly vyděleny jednotlivé ceny vztahující se k danému období.

Na závěr je uveden přehled hospodářských výsledků společnosti Philip Morris ČR a.s., největšího českého výrobce cigaret, od roku 2004 do roku 2015. Díky přehledu o výnosech a odbytu výrobce bylo lépe možné identifikovat významné vlivy změn sazeb spotřebních daní a ostatních faktorů.

## 4 Teoretická část

Tato část obsahuje základní informace o daňové problematice. Zabývá se podstatnými součástmi zkoumaného tématu, což je hlavně daňová incidence a harmonizace daní a akcízů v rámci Evropské unie. Dále je pozornost věnována cenové elasticitě, která má na trhu s cigaretami významný vliv na spotřebu.

### 4.1 Daňové reformy ČR

V České republice proběhly od roku 1945 už tři velké daňové reformy. První se uskutečnila v letech 1947 – 1950, kdy byl odstraněn kapitalistický daňový systém. Druhá reforma proběhla v roce 1953, která měla socializovat národní hospodářství.

Během přechodu od centrálně plánované ekonomiky na tržní hospodářství během let 1990-1992 byly prováděny významné zásahy do daňové soustavy. To byla velká příprava na třetí daňovou reformu v roce 1993, která umožnila přechod k tržně orientované ekonomice. Cílem této reformy bylo zajistit daňovou spravedlnost, podporovat podnikatelské aktivity, integrace české ekonomiky do evropské a těsný vztah daňové soustavy se státním rozpočtem. (Šulcová-Seidlová, Kukulová, Moravec, 2014)

### 4.2 Definice daní

Kubátová (2006) definuje daň jako příjem do státního rozpočtu. Je to platba nenávratná, povinná, určená zákonem, neekvivalentní (poplatník nemá nárok na protihodnotu odpovídající výši jeho platby) a neúčelová (stává se součástí veřejných rozpočtů pro účel různých plateb). Daň se platí buď v pravidelných časových intervalech, nebo nepravidelně a platí se za určitých okolností.

Veřejným rozpočtem podle Kubátové (2009) není myšleno pouze státní rozpočet, ale také rozpočty na všech úrovních státní správy (rozpočty měst, obcí, krajů, celostátní rozpočet) a také společný rozpočet Evropské unie. Další rozpočty, které sem také patří, jsou veřejné a parafiskální fondy, jako třeba fondy zdravotních pojišťoven.

### 4.3 Funkce daní

Veřejný sektor využívá nástroje, které jsou potřeba v případě, kdy trh selhává a zabezpečuje funkce, které trh tak dobře zabezpečit nedokáže. Jsou to například zdravotnické a sociální služby, školství, veřejná doprava a spousta dalších věcí, bez kterých si dnes již nedokážeme život představit. (Kubátová, 2009)

Daně mají podle (Kubátové, 2006) tři základní funkce:

1. Alokační – v případě neefektivní alokace zdrojů na trhu
2. Redistribuční – kvůli spravedlivému rozdělování příjmů, přesun důchodů a bohatství od bohatších k chudým
3. Stabilizační – zmírňování cyklických výkyvů v ekonomice a zajištění dostatečné zaměstnanosti a cenové stability

Dále Kubátová (2006) zdůrazňuje, že hlavní, nejdůležitější a historicky nejstarší funkce daní je fiskální funkce, která je obsažena ve všech třech uvedených funkcích. Zajišťuje získávání příjmů do veřejných rozpočtů, pro financování veřejných výdajů.

David (2007a) v rámci stabilizační funkce u selektivních daní upřesňuje, že mají stabilizační funkci pouze v rámci příjmů do státního rozpočtu, jakožto stabilní příjem, netlumí ale výkyvy v ekonomice. V tomto je jejich funkce mírně odlišná od ostatních daní.

Mises (2006) uvádí příklad spotřební daně z alkoholu, která je zdrojem příjmů státního rozpočtu. Platí, že čím větší je míra zdanění, tím je příjem vyšší. Vysoké zdanění ovšem snižuje spotřebu, a pokud by bylo zdanění příliš vysoké, tím pádem příliš vysoká cena, mohla by se spotřeba alkoholu časem omezit na nulu. Byl by tedy splněn nefiskální cíl, zabránit lidem v požívání škodlivých alkoholických látek, ale vládní příjmy by byly nulové.

Podobné dopady budou mít podle (Mise, 2006) všechny daně, které přesáhnou určitou přiměřenou úroveň.

Kromě těchto hlavních funkcí mají spotřební daně ještě funkci regulační a edukativní. V rámci regulační funkce stát zasahuje do vztahu nabídky a poptávky uvalením spotřební daně na vybrané produkty, aby regulovala jejich zdraví škodlivou spotřebu. S tím je spojená edukativní funkce, která má obyvatelstvo státu ovlivňovat směrem k omezování spotřeby alkoholu, cigaret či jiných produktů, škodlivých životnímu prostředí. (David, 2010)

## 4.4 Typologie zkoumané daně

Dělení daní podle (Kubátové, 2009; Šulcové-Seidlové, Kukulové, Moravce, 2014)

Podle způsobu uložení:

1. Daně přímé=Daň přímo platí poplatník, daňovou povinnost nelze přenést na jiný subjekt. Jsou to daně důchodové, majetkové daně, silniční daň, odvody na sociální a zdravotní pojištění. Z předmětu daně poplatníka se vypočítá daň a poplatník je také povinen sám daň odvést.
2. Daně nepřímé=Daňová povinnost je přenášena na jiný subjekt prostřednictvím zvýšení ceny. Daň neplatí osoba, která ji převádí. Poplatník nese daňové břemeno, plátce odvádí daň. Sem patří zkoumaná daň ze spotřeby, daň z přidané hodnoty nebo například cla.

Podle vztahu k poplatníkovi:

Spotřební daně jsou daně typu in rem, které neberou ohled na platební schopnost poplatníka, patří sem dále také daň z přidané hodnoty, majetkové daně, výnosové a důchodové daně placené společnostmi

Podle dopadu (progrese):

Spotřební daně jsou regresivní, což znamená, že s růstem důchodu klesá míra zdanění.

## 4.5 Daňová incidence

Podle (Kubátové, 2006) dopadá daň na subjekty dvěma způsoby:

1. Zákonný dopad daně (ze zákona).
2. Skutečný neboli efektivní dopad daně.

Daňová incidence identifikuje, na koho dopadá daňové břemeno uložené daně, tedy kdo daň skutečně zaplatí. David (2007a) vysvětluje dvojí dopad daně na subjekty stejně, zákonný dopad plyne z povinnosti zákona daň zaplatit a tzv. skutečný, neboli efektivní dopad, tedy již zmiňovaná daňová incidence.

Měření dopadu daně je nejvhodnější v době změn sazeb spotřebních daní, kdy stát předpokládá, že se jejich změny promítnou ve spotřebitelských cenách. Identifikací jejich změn spolu s množstvím spotřebovaného množství zboží a jejich



vývojem v čase můžeme tento dopad měřit. Jejich prostřednictvím může také stát zasahovat do regulace spotřeby zdraví a životnímu prostředí škodlivých výrobků či surovin a hradit náklady na následky jejich spotřeby. (David, 2007a)

Placená daň může být prostřednictvím trhů výrobků, faktorů či kapitálu přesunuta na jiný subjekt. Mohou být přesunuty buď dopředu – na kupujícího, nebo dozadu – na prodávajícího. Daň placená společnostmi se vždy v konečném důsledku přesouvá na jednotlivce. Přesun daně může být částečný, stoprocentní, někdy i více než stoprocentní. (Kubátová, 2006)

Faktory, které mají vliv na přesun a dopad daně jsou především elasticita nabídky a poptávky, charakter trhu (konkurenční, monopolní, oligopolní), mezi další faktory patří například významnost zdaněného trhu, časový faktor nebo otevřenost ekonomiky. (David, 2007a)

Na velikost přesunu daňového břemene má vliv elasticita poptávky, na tom se shodují Kubátová (2006) a David (2007a). Čím menší elasticita je, tím více může výrobce převést celé daňové břemeno na spotřebitele (to je především u základních potravin, tabáku nebo alkoholu). Při nulové elasticitě poptávky dochází ke stoprocentnímu přesunu daně na spotřebitele. Naopak u vysoce elastické poptávky nesou daňové břemeno prodávající nebo výrobci.

Podle výzkumu Davida a Paláta (2009) se průměrná nevážená cena cigaret, očištěná o spotřební daň a daň z přidané hodnoty v průběhu let 2001-2009 snižovala v důsledku změn sazeb akcíků a daně z přidané hodnoty, které v tomto období proběhly. Konkrétně toto zvyšování daňového zatížení, zároveň s narůstajícími náklady pro výrobce za energie snižovalo jejich celkovou marži.

David a Palát (2009) ve svém výzkumu dále zkoumali již zmiňované náklady na energie. V důsledku zvyšování cen elektrické energie v roce 2005 značně stouply náklady pro výrobce cigaret, což se projevilo poklesem jejich ceny a v roce 2006 kvůli dvěma daňovým změnám v tom samém roce ceny cigaret očištěné o daň opět klesly. Od roku 2006 očištěné ceny cigaret narůstaly vždy do okamžiku dalšího zvýšení daňové sazby, kdy tyto ceny cigaret opět klesly.

Také růst cen pohonných hmot v roce 2005 se projevil v nákladech firem, což mělo vliv na zvýšení průměrné nevážené ceny cigaret. Tyto všechny faktory včetně změn nominálních mezd a inflace svým dílem ovlivňují ceny cigaret očištěné od daně. V období od roku 2001 do roku 2009 tedy výrobcům cigaret příjmy klesly přibližně o 40%. „Postupem času však byli nuceni producenti a dovozci cigaret stále více promítat růst sazeb akcíků uvaleného na cigarety do prodejních cen.“ (David, Palát, 2009)

Z toho vyplývá, že do určité doby nesli daňové břemeno z cigaret převážně výrobci. V roce 2004 se výrazně odrazilo v průměrné nevážené ceně cigaret změny spotřební daně a daně z přidané hodnoty, výrobci však kvůli vysoké konkurenci nepřenесли na kupující veškeré daňové břemeno, aby si tak udrželi svůj podíl na trhu. Po roce 2006 začínají výrobci využívat jiné strategie a kvůli stále vzrůstajícím nákladům, začínají přenášet pomalu a postupně veškeré daňové břemeno na konečné spotřebitele prostřednictvím prodejních cen (David, Střelec, Kolman, 2010).

David (2007b) konstatuje, že u levnějších značek cigaret je přesun daňového břemene nižší, elasticita poptávky je menší než u drahých značek, protože kupující nemají možnost přejít po zvednutí cen k levnějším značkám. Levné značky bývají také často nahrazovány jinými tabákovými výrobky, zatímco u spotřebitelů kupujících dražší značky se předpokládá, že zůstanou u této značky i po jejím zdražení vzhledem k vyšším příjmům.

Chaloupka *et al.* (2010) poukazuje na více než 100 studií z průmyslových zemí, které z předložených důkazů ukazují, že vyšší cena plynoucí z vysoké daně vede k výraznému snížení spotřeby cigaret. Také je podle těchto studií odhadován rozsah elasticity poptávky takový, že 10% nárůst cen cigaret způsobí pokles spotřeby o 2,5- 5%. Také David (2010) zmiňuje několik výzkumů, podle kterých se spotřeba cigaret snižuje v důsledku zvyšování cen cigaret v rámci rostoucí sazby daně.

Hanewinkel *et al.* (2008) analyzují ve svém průzkumu cenovou citlivost poptávky po cigaretách a volném tabáku v Německu v letech 1991-2006. Ze zkoumaných dat byl zjištěný pozitivní vztah mezi cenou průmyslově vyráběných cigaret a spotřebou levnějšího volného tabáku. Ve sledovaném období byla cena volného tabáku ve výši zhruba jedné třetiny z ceny průmyslově vyráběných cigaret za kus, proto je volný tabák častým substitutem průmyslově vyráběných cigaret. Dále také poukazují na vývoj spotřeby cigaret, kdy při zvýšení ceny cigaret o jedno euro klesla spotřeba o 28 kusů cigaret během čtvrt roku, zato spotřeba ručně vyráběných cigaret z volného tabáku se zvýšila o 17 cigaret čtvrtletně.

I přes tyto výzkumy podle Davida (2007b) neexistuje na trhu s cigaretami konkurence mezi prodejci, z důvodu velmi neelastické poptávky, proto existuje konkurence pouze mezi jejich výrobci.

## 4.6 Spotřební daně

Daně ze spotřeby patří mezi daně nepřímé, patří sem daň z přidané hodnoty a vlastní spotřební daň (akcízy).

Spotřební daně jsou od roku 1993 součástí daňové soustavy České republiky. Jsou to daně selektivního charakteru, uvaleny jen na vybraný druh zboží. Plní dvě základní funkce, za prvé mají eliminovat spotřebu škodlivých látek, za druhé zajišťují příliv peněz do státního rozpočtu. Spotřební daně tvoří ve většině případů více než 50% ceny zdaněného zboží v České republice. Výrobci jsou provozovatelé tzv. daňových skladů a plátcí daně. Kupující jsou poplatníci, protože daň je obsažena v ceně výrobku. (David, Palát, 2009; Šulcová-Seidlová, Kukulová, Moravec, 2014)

Soustavu spotřebních daní tvoří v roce 2014 daň z minerálních olejů, z lihu, piva, vína a meziproductů, z tabákových výrobků. Správu vykonávají orgány celní správy České republiky. (Zákon o spotřebních daních, 2014)

Jak uvádí Kubátová (2006), základ daně je v kusech nebo jiných měrných jednotkách, jde tedy o specifickou (jednotkovou) daň. V některých případech, jako třeba v této práci řešených cigaret, může být daň stanovena i *ad valorem*. Spotřební daně se ukládají jednorázově při výrobě nebo dovozu zboží. Způsob zdanění cigaret vysvětlují David a Palát (2009), kde je na cigarety uvalena speciální forma spotřební daně, tzv. akcíz. Skládá se ze specifické daně, která je určena množstvím cigaret v kusech a z daně *ad valorem* – podle hodnoty.

Podle průzkumů Chaloupky *et al.* (2010), kde jsou dostupná data ze 167 zemí světa, se 60 zemí spoléhá pouze na specifickou sazbu daně, 60 zemí na daň *ad valorem*, 48 zemí používá kombinaci specifické daně a daně *ad valorem* a 19 zemí spotřební daň z cigaret neukládá. Volba mezi jednotlivými sazbami daně závisí na prioritách vlády. Výzkumy také ukazují, že země jižní Evropy upřednostňují valorické zdanění a země severní Evropy dávají přednost specifické dani.

Cílem daně uložené *ad valorem* je kromě jiného zvýhodnění levnějšího tuzemského tabáku před dražším dováženým díky tomu, že zvětšuje absolutní rozdíl mezi jednotlivými cenami různých druhů tabákových výrobků. V případě zvyšování sazby *ad valorem* dojde i ke zvyšování příjmů do státního rozpočtu, protože na rozdíl od zvýšení daně specifické spotřebitele příliš neodradí od nákupu cigaret, na tom se shodují David (2010) a Chaloupka *et al.* (2010).

Zvyšování daňového zatížení cigaret způsobuje snižování spotřeby převážně u obyvatel s nižšími příjmy, nebo je přiměje k přechodu ke spotřebě levnější značky (David, Palát, 2009). Podle Chaloupky *et al.* (2010) mívají obecně cigarety zdaněné daní *ad valorem* nižší průměrné ceny a mezi dražšími a levnějšími cigare-

tami bývají větší cenové rozdíly, k čemuž dochází převážně na koncentrovanějších trzích.

Výhoda akcízu uvaleného na cigarety je také v levnější a méně náročné administrativě, je lehce identifikovatelná, díky velké spotřebě cigaret. Také vzhledem k velmi neelastické poptávce po cigaretách je výhodné na tento druh zboží uvalovat právě akcízu. Od roku 1973 je uvalování akcízu regulováno v rámci Evropské unie, v současnosti jsou to tři základní faktory, které usměrňují zdaňování cigaret. Jsou to omezení „upravující poměr specifické složky akcízu na celkovém daňovém břemeni, absolutní částku akcízu na 1000 kusů cigaret a poměr akcízu uvaleného na cigarety vůči ceně cigaret.“ (David, Palát, 2009)

Od roku 1993 až do roku 2001 byly v České republice cigarety daněny pouze specifickou sazbou a během této doby se postupně tato sazba zvýšila na dvojnásobek. Od roku 2001 byl na cigarety uvalen složený akcízu a určena minimální sazba daně z cigaret. „Od té doby došlo již pětkrát k navýšení pevné i procentní části sazby akcízu z cigaret a k šesti změnám minimální sazby akcízu z cigaret. Pevná část sazby akcízu z cigaret se za období od zavedení složeného akcízu do současnosti zvýšila téměř trojnásobně, procentní část akcízu z cigaret pouze o třetinu své původní výše“ (David, Palát, 2009). David (2009) také vysvětluje, že minimální výše celkové spotřební daně se určuje podle cenové kategorie nejžádanější značky cigaret, tyto údaje jsou vždy dostupné každý rok 1. Ledna.

David (2007a) a Kubátová (2006) vyzdvihují výhody nízké elasticity poptávky, díky níž jsou spotřební daně, spolu s vysokými sazbami, významnými příjmy do státního rozpočtu. Tyto příjmy jsou ještě umocněny způsobem výpočtu daně z přidané hodnoty, která se počítá z ceny výrobku včetně spotřební daně.

Pro výrobky, na které jsou uvaleny spotřební daně, byly zřízeny tzv. autorizované daňové sklady, ve kterých jsou produkty vyráběny, zpracovávány a skladovány. Mezi těmito sklady se výrobky mohou pohybovat po celém území Evropské unie bez zdanění, daň se uvaluje na výrobky sazbou daně v zemi konečné spotřeby. (Kubátová, 2009)

#### **4.6.1 Značení tabákových výrobků**

Způsob značení tabákových výrobků a jednotlivých krabiček ochrannými kolky vysvětluje Kubátová (2012). Bylo stanoveno v zákoně již v roce 1992, takže nemusel být upravován později ve zvláštním zákoně, jako například označování produktů z lihu. Každá krabička je označena kolkem, který umožňuje snadnou vizuální kontrolu zaplacení příslušné daně.

Tabákové nálepky se musí objednávat alespoň dva týdny před jejich odběrem, v případě změny sazby daně se musí objednat nejpozději šest týdnů před odběrem nových tabákových nálepek. Nové tabákové nálepky je možné uvést do oběhu nejdříve v den nabytí účinnosti sazby daně uvedené na těchto nových nálepkách. Nepoužité tabákové nálepky je možné vrátit pověřenému celnímu úřadu, který vrátí odběrateli zaplacenou částku, od této částky jsou odečteny náklady na výrobu, prodej a likvidaci vrácených nálepek. (David, 2010)

## 4.7 Harmonizace daní

Stále více se rozrůstající počet pracujících tuzemských daňových rezidentů v zahraničí a obchodování s komoditami mezi státy nutí podle Širokého (2013) vlády stále víc a víc spolupracovat v daňové oblasti. Tady začaly první kroky ke sbližování daňových systémů jednotlivých zemí.

V rámci Evropské unie či jiných mezinárodních organizací jako například OECD nebo MMF, musely být daňové systémy členských zemí postupně harmonizovány, za účelem přiblížení daňových systémů daných zemí pro schopnost dodržování společných pravidel. Harmonizace je nutná pro překonání překážek volného pohybu lidí, zboží, služeb a kapitálu v rámci Evropské unie. (Kubátová, 2006)

Podle Širokého (2013) můžeme rozdělit mezinárodní stupně spolupráce v daňové oblasti podle hloubky sladění jednotlivých daňových systémů:

- Daňová koordinace: První kroky ke sladění daňových systémů, tvorba bilaterálních a multilaterálních schémat zdanění pro omezení arbitrážních obchodů, dohody a doporučení pro zamezení praní špinavých peněz, omezení škodlivé daňové konkurence, transparentnost v daňové oblasti. Příkladem daňové koordinace jsou smlouvy o zamezení dvojího zdanění.
- Daňová aproximace: Zahrnuje konstrukci a administrativu daní na principu dodržování určených společných pravidel a sladování národních daňových systémů.

Daňová harmonizace se třemi fázemi: (Široký 2013; Nerudová, 2014)

- určení daně, která má být harmonizována
- harmonizace základu daně
- harmonizace sazby daně

Navzdory všeobecně uznávané potřebě harmonizovaného daňového systému poukazuje Široký (2013) i na kritiku, která se vyskytuje ze strany zastánců daňové konkurence. Podle těchto zastánců by se harmonizační proces neměl příliš přehánět, aby nedocházelo k neefektivitě celého systému a nebyly vynakládány zbytečné prostředky. Kladou důraz na přínosy „volné“ soutěže daňových systémů. Také podle (Nerudové, 2014) dochází stále ke spekulacím, zda by bylo výhodnější ponechat zdravou daňovou konkurenci, kdy se jednotlivé státy snaží přilákat do země daňové základy prostřednictvím odlišných daňových systémů, nebo pokračovat ve snáhách daňové harmonizace.

Nerudová (2014) uvádí jeden z faktorů, který hovoří proti harmonizaci daňových systémů v Evropské unii, což je případná ztráta fiskální autonomie. Z hlediska fiskální politiky je potřeba, aby si státy zachovaly autonomii a mohly ovládat své příjmy do státního rozpočtu. Dalším argumentem proti daňové harmonizaci je nutnost přizpůsobovat se preferencím jednotlivých států, například u vyšší sazby daně z přidané hodnoty, které není možné zohlednit, protože by to způsobilo výrazný pokles příjmů do státního rozpočtu.

V primárním právním rámci byly původně integrační procesy upravovány v tzv. Římské dohodě z roku 1957. V současné době jsou upravovány v novější tzv. Amsterodamské smlouvě z roku 1998. Nástroji sekundárního práva jsou nařízení a směrnice ES, které slouží jako hlavní nástroj harmonizace daní. (Kubátová, 2006)

#### **4.7.1 Harmonizace v oblasti akcízů**

Právní základ pro harmonizaci spotřebních daní (akcízů) vychází z čl. 99 Smlouvy o založení Evropského hospodářského společenství. Ten opravňuje Radu k rozhodnutím týkajících se sladování právních předpisů a akcízů. (Široký, 2013)

Harmonizace spotřebních daní byla podle Nerudové (2014) důležitá hlavně kvůli zabránění zvýhodňování domácích výrobců, pokud by domácí sazby byly velmi nízké nebo dokonce nulové, což by mohlo ohrožovat jednotný trh.

Široký (2013) popisuje první kroky, kdy bylo potřeba rozhodnout, které výrobky by měly být podrobeny akcízům. Pro členské státy byla tedy stanovena povinnost uvalit akcízy na minerální oleje, tabák, lihoviny, pivo a víno na základě směrnice 72/43/EHS.

Nerudová (2014) jmenuje tři skupiny směrnic, které byly základem harmonizace akcízů. Směrnice č. 92/12/EEC, tzv. horizontální směrnice, zavádí režim podmíněného osvobození od daně, upravuje výrobu, držení a přepravu produktů podléhajících akcízům. Strukturální směrnice rozlišují akcízy z minerálních olejů, alko-

holu a alkoholických nápojů, tabáku a tabákových výrobků. Třetí skupinou jsou čtyři směrnice k aproximaci sazeb akcízů.

První směrnice, která byla přijata v oblasti tabáku a tabákových výrobků má číslo 72/464/EEC a upravuje základní ustanovení ohledně akcízů z tabáku a speciální ustanovení ohledně akcízů z cigaret. (Nerudová, 2014)

David a Palát (2009) jmenují několik dalších směrnic, ve kterých byly daně ještě mnohokrát upravovány a členské státy Evropské unie jsou nuceny neustále více zvyšovat daně z cigaret. Má to určitý vliv na snižování spotřeby cigaret, ale také by to mohlo způsobit deformaci trhu nebo protekcionismus. Chaloupka *et al.* (2010) poukazují na překážky, které brání dohodě o harmonizaci, což jsou především různé záměry fiskální politiky členských států, kdy každý sleduje jiný cíl, což harmonizaci značně komplikuje.

Chaloupka *et al.* (2010) uvádí směrnici Evropské unie 2002/10/CE, podle které musí členské státy aplikovat celkovou minimální daň 64 eur na 1000 cigaret a minimální úroveň celkové daně by měla být 57% z maloobchodní ceny cenové kategorie nejžádanějších cigaret.

## 4.8 Cenová elasticita

Vysekalová a kolektiv (2011) vysvětluje cenu jako poměr kvality oproti hodnotě výrobku. Jak je obecně známo, zákazníci se orientují cenou jako vyjádřením kvality výrobku či služby pro srovnání jiného výrobku nebo služby.

Heissler, Valnčík, Wawrosz (2010) vysvětlují cenovou elasticitu (pružnost), jako procentuální změnu poptávaného i nabízeného množství statku v reakci na procentuální změnu ceny. Tedy o kolik procent se zvýší nebo sníží poptávané či nabízené množství statku, pokud se cena zvýší nebo sníží o určité procento. Při změně ceny může poptávané množství ceny buď klesat, růst, nebo zůstat stejné. Stejně tak se může změna nabízeného množství pohybovat v případě nabídky.

Při tvorbě ceny se přihlíží ke spoustě ovlivňujícím faktorům, v tomto případě především ten, zda existují v této kategorii blízké substituty, a také chování zákazníka a předvídání jeho reakce. (Vysekalová a kolektiv, 2011)

Vznik tržních cen vysvětluje Mises (2006) jako následek toho, jak jednotlivci volí, jakým věcem dávají přednost, a jaké odsouvají, což ukazuje moderní teorie hodnoty a cen.

### 4.8.1 Cenová elasticita poptávky

Brčák, Svoboda, Sekerka (2013) vysvětlují elasticitu poptávky jako citlivost změny nakupovaného množství daného statku na změnu jeho ceny, důchodu, nebo změnu ceny jeho substitutu. U každého statku na trhu se tato elasticita může lišit. Elasticita nám vyjadřuje, o kolik procent se změní nakupované množství, když se cena změní o jedno procento.

U nezbytných statků bývá poptávka málo elastická nebo zcela neelastická, u luxusních statků bývá poptávka více elastická. Podobně je to v případě statků, které mají velké množství blízkých substitutů, u takových statků bude poptávka více elastická. Poptávka bývá vysoce elastická také u těch statků, u kterých lze volit různé množství a úroveň spotřeby (např. dovolená apod.). Poptávka je méně elastická v krátkém období než v dlouhém, kdy mají spotřebitelé více času na nalezení substitutů, nebo změna preferencí trvá v čase trochu déle, protože je spojena s náklady. (Heissler, Valnčík, Wawrosz, 2010)

Na cenovou elasticitu mají podle Depkena (2013) vliv tři hlavní faktory:

1. Počet substitutů daného statku, které můžou daný statek nějakým způsobem nahradit. Pokud budou substituty některého statku levnější, poptávka po tomto statku se sníží, je řeč o elastické poptávce. Pokud ale některé statky nemají substituty, nebo jen výjimečně, poptávka bude pořád zhruba stejná i při zvýšení ceny, je tedy neelastická.
2. Podíl výdajů za daný statek vzhledem k výši disponibilního důchodu. (Tento faktor ale není součástí tohoto výzkumu).
3. Doba trvání cenové změny (stálost nové ceny). Pokud zdražení statku trvá delší dobu, má spotřebitel více času na hledání levnějšího substitutu. V dlouhém období je poptávka cenově elastičtější než v krátkém období.

Co se týče celkových tržeb v odvětví, u elastické poptávky budou celkové tržby prodejců v odvětví klesat. Naopak u neelastické poptávky budou při zvyšování cen celkové tržby růst. (Depken, 2013)

Kubátová (2006) uvádí, že spotřební daň z tabáku má nulovou elasticitu substituce, protože její spotřeba není citlivá na cenu.



#### 4.8.2 Vliv zvyšování daně na cenu a spotřebu

Peterson *et al.* (1992) definují ve svém výzkumu změny ve spotřebě cigaret v důsledku změn spotřební daně z cigaret v několika státech pro každý rok jako rozdíl v prodeji mezi předchozím a následujícím rokem. Tyto sledované rozdíly přinesly 1536 pozorování změn ve spotřebě cigaret v letech 1955-1988. Změny ve spotřebě byly porovnávány ve státech, kde proběhlo zvýšení spotřební daně, v porovnání se státy, kde zvýšení neproběhlo a brána v potaz byla i absence nebo přítomnost Nového ekologického vnitřního zákona o ovzduší.

Během výzkumu Peterson *et al.* (1992) zaznamenali snížení spotřeby v průměru o 3 krabičky cigaret na osobu v 248 pozorováních zvýšení daně a zvýšení spotřeby o 0,6 krabičky cigaret na osobu v 1288 pozorováních, kdy ke zvýšení daně nedošlo. Po každém zvýšení spotřební daně z cigaret o 1 cent klesl prodej o 0,75 krabičky cigaret na osobu. Ve vyjádření cenové elasticity při zvýšení ceny cigaret o 1% v následku zvýšení daně způsobilo pokles prodeje o 0,49%.

Z tohoto výzkumu je zřejmé, že i přes velice nízkou elasticitu poptávky po cigaretách se po zvýšení spotřební daně a tím i zvýšení ceny projeve určitý pokles ve spotřebě cigaret. Tím je ovšem plněna funkce spotřebních daní redukovat spotřebu zdraví škodlivých látek.

### 4.9 Předmět daně z tabákových výrobků

Předmětem daně z tabákových výrobků jsou tabákové výrobky, kterými jsou cigarety, doutníky, cigarillos a tabák ke kouření. (Zákon o spotřebních daních, 2014)

#### 4.9.1 Cigarety

Cigarety jsou v Zákoně o spotřebních daních (2014) definovány jako tabákové provazce, které se kouří v nezměněném stavu a nejsou doutníky ani cigarillos. Vloží se jednoduchou neprůmyslovou manipulací do dutinek z cigaretového papíru, nebo se zabalí do cigaretového papíru.

Cigaretami se rozumí také výrobky, které obsahují zcela nebo částečně i jiné látky než tabák a které splňují ostatní podmínky uvedené výše. (Zákon o spotřebních daních, 2014)

### **4.9.2 Doutníky a cigarillos**

Doutníky a cigarillos definuje Zákon o spotřebních daních (2014) jako tabákové smotky, které se kouří v nezměněném stavu a s ohledem na jejich vlastnosti a očekávání běžného spotřebitele jsou v nezměněném stavu určeny výhradně ke kouření a obsahují krycí list ze surového tabáku, nebo trhanou tabákovou náplň s krycím listem v obvyklé barvě doutníku z rekonstituovaného tabáku, jenž kryje celý výrobek, případně i filtr, avšak nikoli náustek v případě doutníků s náustkem, činí-li jejich jednotková hmotnost bez filtru nebo náustku nejméně 2,3 g a nejvýše 10 g a je-li obvod nejméně jedné třetiny délky alespoň 34 mm.

Obsahují částečně i jiné látky než tabák a látky uvedené výše. (Zákon o spotřebních daních, 2014)

### **4.9.3 Tabák ke kouření**

Do tabáku ke kouření patří podle Zákona o spotřebních daních (2014) tabák řezaný, popřípadě jinak dělený, kroucený nebo lisovaný do desek, a který je možné kouřit bez dalšího průmyslového zpracování. Tabákový odpad upravený pro prodej konečnému spotřebiteli a který je možné kouřit. Dále tabák ke kouření obsahující více než 25 % hmotnosti tabákových částic s šířkou řezu menší než 1,5 mm; jedná se o jemně řezaný tabák určený pro ruční výrobu cigaret.

## 5 Praktická část a výsledky práce

V praktické části této práce bude posuzováno, jaký dopad mají časté změny sazeb spotřebních daní z tabákových výrobků a s tím spojené zvyšování cen cigaret na výrobce. Součástí tohoto posudku budou i změny sazby daně z přidané hodnoty, která se počítá z konečné ceny cigaret včetně spotřební daně, což ještě více přispívá k růstu cen cigaret. Dále budou brány v potaz i další faktory ovlivňující příjmy výrobců, například míra inflace nebo spotřeba cigaret.

### 5.1 Faktory působící na trh

Hlavní faktory, které jsou v analýze zohledněny, jsou především sazby spotřebních daní z cigaret a daň z přidané hodnoty, které dohromady tvoří více než padesát procent konečné ceny cigaret. Další důležitý faktor, který je třeba brát v potaz je to, jakou měrou působí časté změny sazby daní a cen na spotřebu cigaret. Pro výpočet daňového dopadu bylo také potřeba zjistit vývoj cen zvolených značek cigaret. Zohledněna byla i míra inflace v daném období.

#### 5.1.1 Spotřební daň z tabákových výrobků

Od roku 2001 se spotřební daň z tabákových výrobků skládá s tzv. složeného akcízu, který je rozdělen na pevnou a procentní část daně. Pevná část je určena v Kč na jednu cigaretu, procentní část se počítá z konečné ceny pro spotřebitele. Dále je stanovena minimální sazba daně v Kč na jednu cigaretu, která se použije v případě, že vypočtená daň podle daných sazeb dosahuje nižší hodnoty.

V tabulce 1 jsou uvedeny sazby daně z cigaret a jejich vývoj v období 2004-2015, na které se tato analýza zaměřuje. Procentní část daně se počítá vynásobením konečné ceny cigaret určené pro spotřebitele a sazbou procentní daně vydělenou stem, aktuální sazba daně *ad valorem* je 27%. Specifická část daně se počítá vynásobením sazby této daně a počtem kusů cigaret v konkrétním balení, aktuální sazba specifické části daně je 1,29 Kč/kus.

Tab. 1 Vývoj sazeb spotřební daně z cigaret

Datum změny	Sazba daně pevná část (Kč/ks)	Sazba daně procentní část (%)	Minimální sazba daně (Kč/ks)
1.1.2004	0,48	23	0,96
1.5.2004	0,48	23	0,94
1.7.2005	0,60	24	1,13
1.4.2006	0,73	25	1,36
1.3.2007	0,88	27	1,64
1.1.2008	1,03	28	1,92
1.2.2010	1,07	28	2,01
1.1.2012	1,12	28	2,10
1.1.2013	1,16	27	2,18
1.1.2014	1,19	27	2,25
1.12.2014	1,29	27	2,37

Zdroj: David (2010); Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních ve znění pozdějších předpisů.

### 5.1.2 Daň z přidané hodnoty

Další faktor, který má vliv na konečnou cenu cigaret pro spotřebitele a na výnosy výrobců je daň z přidané hodnoty, která se vypočítá z konečné ceny cigaret včetně spotřební daně.

Pro výpočet se používá základní sazba daně, která se na cigarety užije. Vývoj sazeb daně z přidané hodnoty ve sledovaném období je uveden v tabulce 2, kde můžeme vidět, že základní sazba daně z přidané hodnoty se v tomto období změnila celkem třikrát.

Tab. 2 Vývoj sazeb daně z přidané hodnoty

Datum platnosti	Základní sazba	Snížená sazba
1.1.1995 - 30.4.2004	22%	5%
1.5.2004 - 31.12.2007	19%	5%
1.1.2008 - 31.12.2009	19%	9%
1.1.2010 - 31.12.2011	20%	10%
1.1.2012 - 31.12.2012	20%	14%
1.1.2013 - 31.12.2014	21%	15%
1.1.2015	21%	15% druhá snížená sazba 10%

Zdroj: [www.rnovakova.cz](http://www.rnovakova.cz)

### 5.1.3 Spotřeba cigaret

Pro zjištění dopadu změn sazeb spotřebních daní na výrobce je důležité určit, jakou měrou měly vliv na samotnou spotřebu cigaret, která je uvedena v tabulce 3. V letech 2003 – 2007, i přes zvyšování sazeb spotřební daně, spotřeba neustále rostla. V roce 2008 začala spotřeba klesat, pravděpodobně v důsledku ekonomické krize a dále se již zřejmě na klesající spotřebě podepsalo zvyšování cen cigaret.

Pro lepší vypovídací schopnost je vhodné uvést konkrétnější údaje. Následkem vstupu České republiky do Evropské unie odbyt cigaret v roce 2005 na českém trhu výrazně klesl oproti roku 2004, právě v důsledku počátku daňové harmonizace. Spotřeba cigaret byla proto podpořena levnějšími značkami cigaret.

V roce 2006 klesala spotřeba dražších značek a byla nahrazena těmi levnějšími. To se výrobci snažili vykompenzovat snížením ceny u cigaret vyšší cenové kategorie. Zároveň obchodní řetězce kupovaly cigarety více, kvůli zásobám před zvýšením sazby daně v březnu 2007. Díky těmto zásobám obchodních řetězců cigaret s nižším zdaněním se zvýšení spotřební daně projevilo na spotřebě cigaret až v roce 2008.

Další změna sazeb spotřební daně proběhla na začátku roku 2008. V druhé polovině roku zvyšoval český výrobce ceny cigaret dříve než konkurence, čímž opět klesla spotřeba v roce 2009.

Nižší spotřebu v roce 2010 a 2011 má na svědomí růst sazby spotřební daně spolu s daní z přidané hodnoty v lednu a v únoru 2010, který nutil výrobce po-

stupně cigarety zdražovat. Tento trend zdražování cigaret následkem zvýšení sazby spotřební daně působí na snižování spotřeby cigaret až do konce.

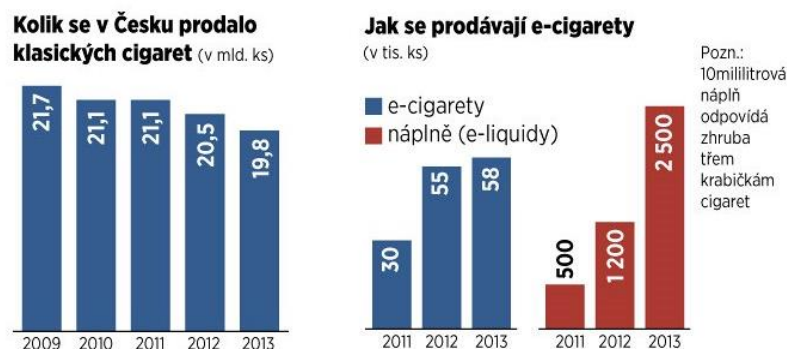
Další faktor, který není možné identifikovat v přesné míře, je problém nelegálního obchodu s tabákovými výrobky. To je kvůli čím dál dražším cigaretám stále větší problém, který se také promítá do poklesu spotřeby, kterou je možné měřit. (Výroční zpráva Philip Morris 2005-2014)

Tab. 3 Spotřeba cigaret na 1 obyvatele v České republice

Rok	Spotřeba v ks	Rok	Spotřeba v ks
2003	2 192	2009	2 071
2004	2 243	2010	2 028
2005	2 275	2011	1 988
2006	2 338	2012	1 947
2007	2 345	2013	1 904
2008	2 107		

Zdroj: Český statistický úřad

Jeden z důvodů snižování spotřeby cigaret může být také zvyšující se konkurence elektronických cigaret. V následujícím grafu na obrázku 1 je zobrazen růst prodeje elektronických cigaret v letech 2011-2013.



Obr. 1 Klasické cigarety vs. Elektronické cigarety

Zdroj: www.iDnes.cz

### 5.1.4 Inflace

Další faktor, který působí na změny cen cigaret, je inflace. V tabulce 4 je přehled, jak se inflace vyvíjela ve sledovaném období. V příloze, kde jsou v tabulkách zobrazeny vývoje cen zvolených značek cigaret, jsou uvedeny i ceny očištěné o inflaci.

V průběhu času lze vidět, jak se rozdíl mezi běžnou cenou a očištěnou cenou o inflaci postupně zvyšuje. U cigaret vyšší cenové hladiny se vliv inflace projevuje v absolutních hodnotách výrazněji než u cigaret levnějších.

Tab. 4 Míra inflace v letech 2003-2014

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Míra inflace v %	0,1	2,8	1,9	2,5	2,8	6,3	1,0	1,5	1,9	3,3	1,4	0,4

Zdroj: Český statistický úřad

### 5.1.5 Vývoj cen vybraných značek cigaret

V důsledku změn sazeb spotřební daně a DPH se mění také konečné ceny cigaret. Vzhledem k obrovskému množství druhů cigaret je v této práci sledován v letech 2004-2015 vývoj cen u pěti vybraných značek cigaret, které patří mezi nejprodávanější. Na základě dotazování mezi kuřáky byly vybrány značky L&M, Viceroy, Camel, Marlboro a Chesterfield.

Změny cen byly zpracovány pololetně, což jednak umožňuje přesnější měření, ale také srovnání s hospodářskými výsledky vybraného českého výrobce, které jsou rovněž uvedeny pololetně. Kvůli velice častým změnám cen u jednotlivých značek cigaret byla zvolena vždy cena, která platila u konkrétní značky nejdelší část daného pololetí. Přehled cenového vývoje jmenovaných značek je k dispozici v příloze v tabulkách č. 8 - 12.

V roce 2004 proběhly hned dvě změny cen cigaret, což bylo nezvyklé. V únoru se zlevnily cigarety značky Chesterfield, Marlboro a L&M, cigarety Camel byly zdraženy. V březnu se u všech těchto značek vrátila cena na původní výši, která platila v lednu.

Během prvních čtyř let zkoumaného období se měnily ceny cigaret často a nepravidelně, od roku 2009, tedy pravděpodobně po jistém ustálení situace, se až na výjimečné případy měnily ceny v období změny sazby spotřební daně. Jedna taková výjimečná situace se vyskytla v roce 2014, kdy se cena cigaret Camel a L&M změnila hned čtyřikrát.

## 5.2 Daňový dopad

Podle poznatků P. Davida, které jsou nastíněny v teoretické části, zpočátku nesli kvůli vysoké konkurenci daňové břemeno výrobci a od roku 2006 začali postupně přenášet břemeno na kupující. To je také potvrzeno ve výpočtech uvedených v příloze. Daňový dopad byl zkoumán vždy k datu změny sazby spotřební daně nebo daně z přidané hodnoty, které jsou uvedeny v kapitolách 5.1.1 a 5.1.2. Protože se práce zaměřuje na daně v České republice, je vypočítán daňový dopad pouze u značek cigaret od českého výrobce Philip Morris ČR a.s., což jsou L&M, Marlboro a Chesterfield.

Na ukázkou jsou uvedeny dvě tabulky č. 5 a 6 s výpočty daňového dopadu při změně sazby DPH 1.5.2004 a sazby spotřební daně 1.7.2005, ostatní výpočty jsou k dispozici v příloze V tabulkách je uvedeno vždy  $P_1$ , což je cena dané značky cigaret před změnou sazby daně a  $P_2$  je cena po změně sazby.  $SPD_1 + DPH_1$  označuje výši spotřební daně a DPH před změnou sazby daně a  $SPD_2 + DPH_2$  po změně. Rozdíl  $D_2 - D_1$  vyjadřuje rozdíl daňového zatížení před a po změně sazby daní.

Z výpočtů vyplývá, že v roce 2006 nesli daňové břemeno prodávající. Tento krok učinil výrobce Philip Morris z důvodu udržení konkurenceschopnosti na trhu. V následujících letech již výrobce přesouval daňovou povinnost na kupující.

V několika případech nedosahovala výše spotřební daně minimální stanovené hranice, a proto byla daň počítaná podle povinné minimální sazby. To se stalo v případě cigaret L&M po změně sazby daně 1.1.2008, u cigaret Chesterfield po změně sazby 1.1.2013, dále taktéž u cigaret Chesterfield před i po změně sazby 1.1.2014 a 31.12.2014. Je tomu tak právě proto, že jsou cigarety Chesterfield nejlevnější ze zkoumaných značek.



Protože došlo v květnu 2004 ke snížení sazby DPH z 22% na 19%, nebyli výrobci nuceni cigarety zdražovat. Na druhou stranu ale ceny cigaret ani nesnížili, což byla kompenzace zdražení cigaret po změně sazby spotřební daně 1.1.2004.

Tab. 5 Dopad změny sazby daně z přidané hodnoty k 1.5.2004 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	49,00	49,00	0,00	29,71	28,69	-1,01	0,00	-1,01
Marlboro	57,00	57,00	0,00	32,99	31,81	-1,18	0,00	-1,18
Chesterfield	53,00	53,00	0,00	31,35	30,25	-1,10	0,00	-1,10

Zdroj: vlastní zpracování

Změna sazby spotřební daně k 1.7.2005 proběhla jak u specifické tak u valorické sazby daně. Tato dvojnásobná změna se pochopitelně musela promítnout do zvýšení prodejních cen u všech zkoumaných značek cigaret.

Tab. 6 Dopad změny sazby spotřební daně k 1.7.2005 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na prodávající
L&M	49,00	54,00	5,00	28,69	33,58	4,89	5,00	-0,11
Marlboro	57,00	62,00	5,00	31,81	36,78	4,97	5,00	-0,03
Chesterfield	53,00	58,00	5,00	30,25	35,18	4,93	5,00	-0,07

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulek 5 a 6 je patrné, že snížení daně z přidané hodnoty v roce 2004 nemělo v rámci prodeje cigaret dopad na kupující, celé snížení pojali výrobci, což je patrné ze záporného znaménka ve sloupečku dopadu na výrobce. Při změně daně v roce 2005 pak došlo k většímu navýšení ceny než by příslušelo k samotné změně daně. I tady je patrný záporný dopad na výrobce, který znamená, že výrobce na přecenění mírně vydělal.

V tabulce 13 v příloze je vypočten daňový dopad změny specifické i procentní sazby daně v roce 2006, kdy zvýšil výrobce ceny cigaret pouze o jednu korunu. Konkrétně u cigaret L&M a Chesterfield, což v poměru ke zvýšení jak specifické tak procentní sazby daně bylo jen velmi nevýznamné. Největší daňové zatížení pro kupující nastalo u nejdražších cigaret Marlboro. U dalších dvou zkoumaných značek daňové břemeno převzal z větší části výrobce, aby tak udržel svůj tržní podíl.

Při změně sazby spotřební daně k 1.3.2007 došlo opět ke zvýšení jak specifické tak valorické sazby, která se zvedla dokonce o dva procentní body. To opět vedlo k velkému růstu cen všech zkoumaných značek a daňové břemeno vypočtené v tabulce 14 nesli v plné výši kupující.

Stejně tak u změny 1.1.2008, obsažené v tabulce 15, se měnily obě sazby spotřební daně, valorická i specifická. Po této změně se zvýšily ceny jen u dvou zkoumaných značek cigaret. Cena cigaret L&M zůstala stejná, a proto nesl daňové břemeno výrobce. Z toho důvodu také nebyla splněna minimální výše spotřební daně, tedy byla vypočítaná na základě stanovené minimální sazby 1,92 Kč/ks.

V roce 2010 se měnila pouze pevná část sazby spotřební daně, zároveň se však zvýšila sazba daně z přidané hodnoty na 20%. Cena se po těchto změnách zvýšila pouze u levnějších značek cigaret L&M a Chesterfield a daňová povinnost tedy byla přenesena na kupující, jak zobrazuje tabulka 16. U cigaret Marlboro nesl kvůli nezmeněné ceně daňovou povinnost výrobce.

V lednu 2012 došlo pouze ke změně specifické sazby spotřební daně. V tomto případě došlo ke zdražení u všech tří zkoumaných značek o dvě koruny a v této výši nesli podle tabulky 17 daňové břemeno opět kupující.

V roce 2013 nastaly hned tři změny v oblasti daní. Sazba pevné části spotřební daně se zvýšila, valorická sazba daně se snížila o jeden procentní bod a sazba daně z přidané hodnoty stoupla na 21%. Z pochopitelných důvodů se zvedla cena u cigaret L&M a Marlboro, u cigaret Chesterfield se ale cena snížila o dvě koruny. To také způsobilo to, že nesplňovaly minimální výši spotřební daně a byla tedy vypočtena z minimální sazby 2,18 Kč/ks. Daňové břemeno vypočítané v tabulce 18 tedy samozřejmě nesl výrobce pouze u cigaret Chesterfield.

Další změna specifické části spotřební daně nastala v lednu 2014, jejíž dopad je vypočten v tabulce 19. Větší zdražení cen cigaret proběhlo u značek nižší cenové kategorie. Cigarety Chesterfield nespĺňovaly minimální výši spotřební daně ani před změnou ani po změně specifické sazby daně. Pro výpočet byla opět využita minimální sazba daně, která se také zvýšila k 1.1.2014. Před změnami spotřební daně bylo počítáno s minimální sazbou 1,18 Kč/ks a 2,25 Kč/ks po změně sazby. Daňové břemeno nesli ve všech třech případech kupující.

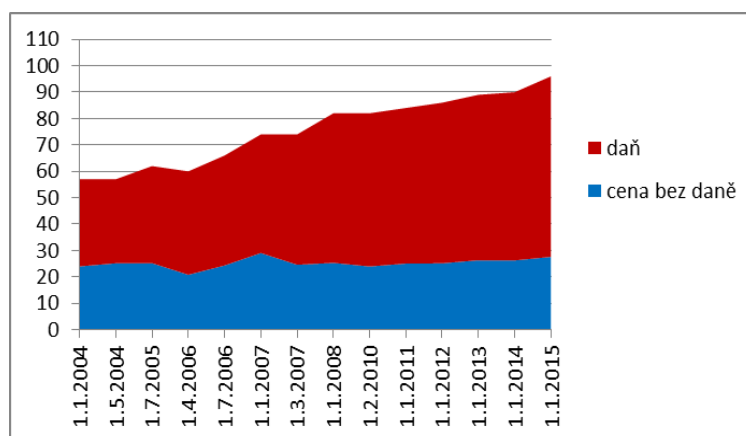
V tabulce 20 je vypočten dopad zatím poslední změny sazby spotřební daně, který nastal k 31.12.2014, kdy se měnila opět specifická a minimální sazba daně. U všech zkoumaných značek se zdražily cigarety o pět korun a daňovou povinnost nesli kupující v této výši. Cigarety Chesterfield opět nespĺňovaly minimální výši spotřební daně ani před změnou ani po změně a byla využita minimální stanovená sazba, což je způsobeno nižší cenou této značky.

### 5.3 Daňové břemeno

Se zvyšováním sazby spotřební daně z cigaret výrobci postupně přenášeli daňové břemeno na kupující. V následujících grafech je vidět, jak podíl ceny cigaret bez daně zůstává v průběhu času prakticky konstantní, nebo stoupá jen velice pomalu a podíl daní na celkové ceně cigaret čím dál víc stoupá. Zvětšující se červená plocha v grafech zobrazuje stále narůstající podíl daně, která v současné době tvoří víc jak 50% konečné ceny cigaret. Ceny jsou přitom ošetřeny o inflaci, čímž by měly být z větší části pokryty změny ve vstupních nákladech.

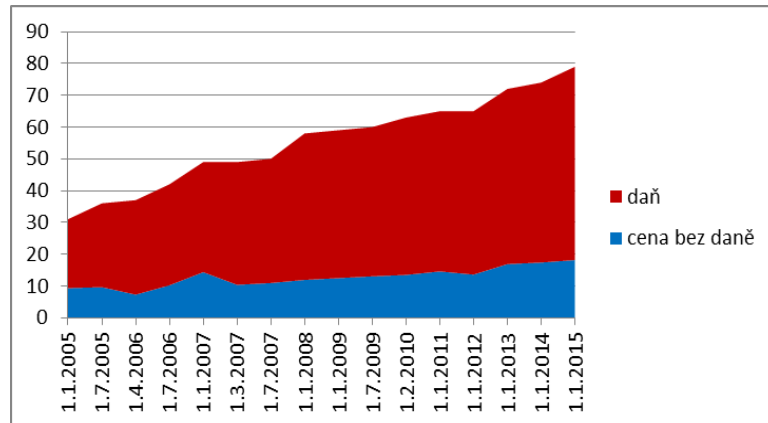
V grafech je obsažena každá změna sazby spotřební daně, daně z přidané hodnoty, nebo ceny cigaret. V roce 2004 se měnila sazba spotřební daně hned dvakrát a jednou i sazba daně z přidané hodnoty. Je tedy zvláštní, že největší změny cen cigaret bez daně probíhaly v období 2006-2008. To způsobilo hlavně rozhodnutí výrobce v roce 2006, převzít na sebe daňové břemeno kvůli vysoké konkurenci a nejspíš také výrazné zvýšení valorické sazby daně v roce 2007 o dva procentní body spolu se sazbou specifickou.

Toto významné zvýšení sazeb daně v roce 2007 se projevilo na významném růstu prodejní ceny cigaret, která je vidět ve všech grafech. Výjimkou jsou cigarety Camel, u kterých bylo zvedání ceny pomalejší a s větším časovým odstupem.



Obr. 2 Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Marlboro  
Zdroj: vlastní zpracování

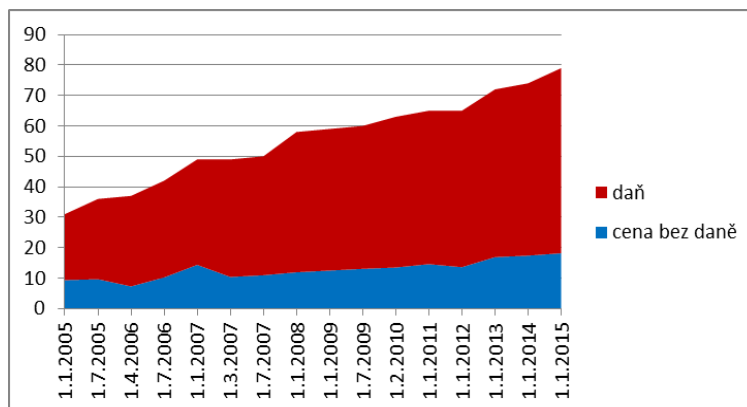
Na prvních dvou obrázcích 2 a 3 je dobře vidět srovnání nejdražších a nejlevnějších cigaret z pěti značek vybraných do analýzy. U levnější značky Viceroy je rozdíl mezi prodejní cenou a daní vyšší, než u dražší značky Marlboro. Tento rozdíl se však postupem času zmenšoval, hlavně z toho důvodu, že cena bez daně u cigaret Viceroy ve sledovaném období výrazně stoupla, zatímco u cigaret Marlboro se až na dva větší výkyvy v podstatě neměnila.



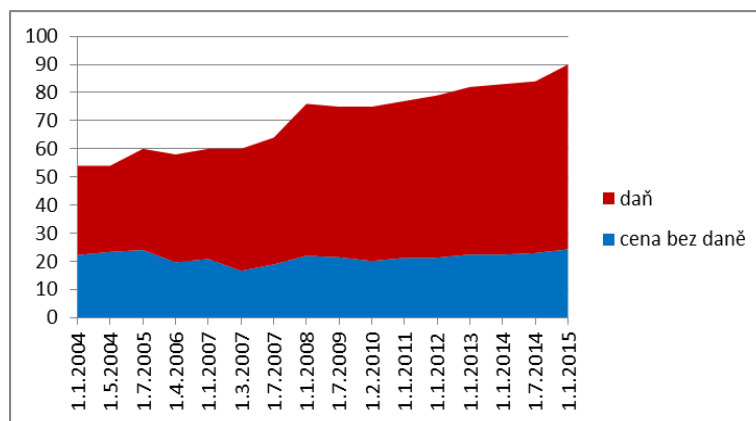
Obr. 3 Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Viceroy  
Zdroj: vlastní zpracování

U cigaret L&M na obrázku 4 se do roku 2007 vyvíjela výše daně a ceny bez daně přibližně stejným způsobem. Prodejní cena rostla nebo klesala rovnoměrně s daní. Výrobce se nejspíš snažil kvůli častějším změnám sazby spotřební daně udržovat takové ceny, které udrží jeho tržní podíl.

Od roku 2007 stoupal podíl daně díky pravidelným změnám sazby spotřební daně rovnoměrně, stejně tak i prodejní cena bez daně, i když výrazně pomaleji.

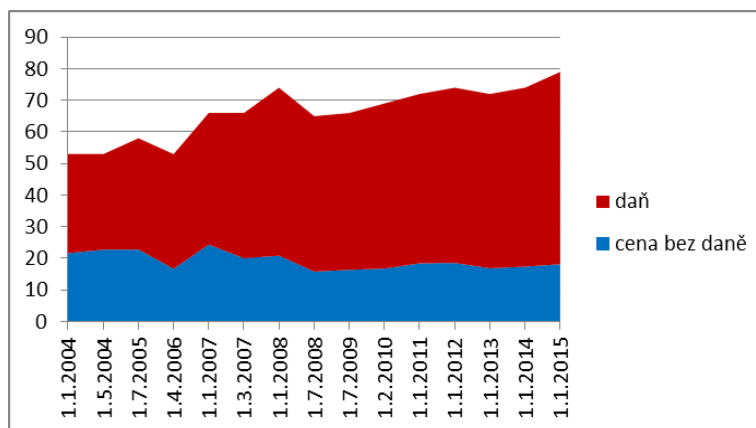


Obr. 4 Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret L&M  
Zdroj: vlastní zpracování



Obr. 5 Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Camel  
Zdroj: vlastní zpracování

Jako u všech předchozích případů, i u cigaret Camel a Chesterfield na obrázku 5 a 6 se podíl daně na celkové konečné ceně cigaret postupně stále zvyšoval. Cena cigaret Chesterfield se na začátku zkoumaného období měnila poměrně často, jak směrem dolů, tak směrem nahoru. To zároveň s častými změnami sazeb spotřební daně způsobilo velké výkyvy konečné ceny cigaret, což je v grafu dobře vidět.



Obr. 6 Poměr velikosti ceny a daně na konečné ceně cigaret Chesterfield  
Zdroj: vlastní zpracování

## 5.4 Philip Morris ČR a.s.

Společnost Philip Morris ČR a.s. je největším výrobcem a prodejcem cigaret v České republice. V rámci analýzy dopadu zvyšování cen cigaret na výrobce je důležité také vědět, zda a jakým způsobem byl ovlivněn odbyt cigaret a hospodářský výsledek, což zobrazuje následující tabulka č. 7. Aby výsledky odpovídaly dopadům daní v České republice, údaje se vztahují na odbyt a tržby na českém trhu.

Bohužel z roku 2004 nejsou dostupné údaje o tržbách k prvnímu pololetí, proto jsou uvedeny pouze tržby za celý rok. Ale přesto je zřejmé, že v následujícím roce 2005 klesly, přestože odbyt cigaret stoupl a výrobce navýšil ceny cigaret výrazněji v poměru ke zvýšení sazeb daně. To je následek vstupu České republiky do Evropské unie, kdy se v rámci začínající daňové harmonizace poprvé po třech letech zvedly sazby spotřební daně z cigaret. To způsobilo přechod spotřebitelů k levnějším značkám, a tím pádem i pokles tržeb.

Stejně tak v roce 2006 klesly tržby, i přes růst odbytu, v důsledku spotřeby převážně levnějších značek. Na poklesu tržeb se také podepsalo snížení cen u některých dražších značek cigaret a to, že výrobce na sebe převzal daňovou povinnost po zvýšení daně 1.4.2006, kvůli udržení konkurenceschopnosti.

Protože měl výrobce na toto zvýšení daně v roce 2006 dostatečné zásoby, projevilo se výrazněji až v roce 2007, spolu se zvýšením sazby daně na začátku tohoto roku. Po tomto posledním zvýšení byl novelizován zákon o spotřebních daní týkající se předzásobování cigaretami, pro podporu zdravé konkurence. Také proto, že v březnu 2007 došlo k nejvýraznějšímu zvýšení sazeb spotřební daně, kdy valorická sazba stoupla hned o dva procentní body a zároveň se zvýšila i sazba specifická.

To vedlo k obzvláště velkému růstu cen cigaret a projevilo se to na nižším odbytu a tržbách, což výrobce kompenzoval přenesením celého daňového břemene na kupující, jak již bylo vypočteno v tabulce 14.

V roce 2008 je vidět obrovský pokles odbytu, a tím pádem i tržeb. To způsobil vysoký prodej na konci roku 2007, kvůli plánovanému zvýšení sazby spotřební daně v lednu 2008, takže byly obchodní řetězce dostatečně zásobeny. V tomto roce také nesl výrobce daňovou povinnost u cigaret značky L&M a nepochybně tomu tak bylo u více značek.

Po této změně sazby daně společnost Philip Morris zvyšovala ceny cigaret dříve než konkurence, což se podepsalo na poklesu prodeje v prvním pololetí 2009. Protože nebyl pokles odbytu příliš velký, tržby v prvním pololetí stouply právě díky vyšším cenám cigaret. V roce 2009 nenastala žádná další změna sazeb spotřební daně, a proto vykazoval v druhém pololetí český výrobce vyšší prodej a zisk.

V roce 2010 se měnily sazby jak spotřební daně, tak daně z přidané hodnoty. To se samozřejmě promítlo do cen cigaret, které způsobily pokles prodeje a tržeb, a to převážně v prvním pololetí. Toto zvýšení cen však proběhlo pouze u levnějších značek cigaret, cena dražších cigaret, jako například zkoumaných Marlboro zůstala nezměněná, aby byl pokles prodeje alespoň částečně eliminován.

V důsledku zdražování cigaret v roce 2010 a následně i v roce 2011 klesl prodej, což se díky vyšším cenám cigaret tolik nepodepsalo na tržbách. Ty v druhém pololetí dokonce ještě vzrostly. Tomu napomohlo také to, že v roce 2011 nenastala žádná změna sazby spotřební daně ani daně z přidané hodnoty.

Další změna sazby spotřební daně nastala až v roce 2012. Tato změna se promítla do cen cigaret, po jejichž zvýšení opět klesl prodej a tržby spolu s ním, i když toto zvýšení cen mělo záporný daňový dopad na výrobce. Celkový pokles odbytu v tomto roce byl zapříčiněn poklesem tržního podílu společnosti Philip Morris, který byl částečně kompenzován právě zkoumanými značkami Marlboro, Chesterfield, a dále také Philip Morris.

V roce 2013 opět nastaly dvě změny, jak sazby spotřební daně, tak daně z přidané hodnoty. To opět způsobilo v prvním pololetí zvyšování cen cigaret s následkem propadu prodeje a tržeb. Na druhou stranu například u cigaret Chesterfield došlo v tomto roce ke snížení ceny a výrobce tím na sebe převzal celé daňové břemeno.

Původně plánované zvýšení sazby spotřební daně v roce 2014 bylo nakonec rozděleno na dva kroky, a to na již zmíněné zvýšení v předchozím roce, což napomohlo méně radikální změně právě v lednu 2014. V prvním pololetí byly tržby niž-

ší převážně kvůli spotřebě volného tabáku, který podléhá nižšímu zdanění, v druhém pololetí už napomohl lepším tržbám a většímu odbytu příznivý vývoj cen cigaret a opětovné přenesení daňového břemene na kupující. (Výroční zprávy Philip Morris 2005-2014)

Tab. 7 Tržby a odbyt společnosti Philip Morris ČR a.s.

<b>Období</b>	<b>Tržby bez spotřební daně a DPH (v mil. Kč)</b>	<b>Zisk před zdaněním (v mil. Kč)</b>	<b>Odbyt (v mil.)</b>
1. pololetí 2004	9 480	2 699	7402
2. pololetí 2004		2 530	8011
1. pololetí 2005	4 084	2 032	7232
2. pololetí 2005	4 078	1 748	7919
1. pololetí 2006	3 206	1 488	6494
2. pololetí 2006	3 152	1 084	7566
1. pololetí 2007	2 712	1 191	6260
2. pololetí 2007	3 500	1 422	8240
1. pololetí 2008	1 497	829	4000
2. pololetí 2008	2 404	1 350	5500
1. pololetí 2009	2 714	1 437	5300
2. pololetí 2009	3 126	1 745	5600
1. pololetí 2010	2 635	1 387	4940
2. pololetí 2010	2 855	1 588	5160
1. pololetí 2011	2 740	1 401	4670
2. pololetí 2011	2 860	1 765	4677
1. pololetí 2012	2 660	1 404	4288
2. pololetí 2012	2 740	1 645	4356
1. pololetí 2013	2 400	1 066	3908
2. pololetí 2013	2 700	1 717	4132
1. pololetí 2014	2 500	1 294	4102
2. pololetí 2014	2 700	1 527	4551

Zdroj: [www.pmi.com](http://www.pmi.com)



## 6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jaký dopad na výrobce cigaret způsobuje zvyšování spotřebních daní z tabákových výrobků, které má významný vliv na cenu cigaret. K tomuto zvyšování je vláda České republiky nucena v důsledku harmonizace daní v rámci Evropské unie. Po prostudování odborné literatury, zabývající se problematikou daní a cenové elasticity bylo identifikováno, jaká data budou potřeba pro splnění tohoto cíle.

Nejdříve bylo potřeba zjistit vývoj sazeb spotřebních daní z cigaret a daně z přidané hodnoty, které byly pro výpočty klíčové. Dále byl sestaven pololetní přehled cen u pěti značek cigaret: Viceroy, L&M, Marlboro, Camel, Chesterfield, které byly podle malého průzkumu mezi kuřáky vybrány jako jedny z nejprodávanějších. Na základě těchto dat byl vypočítán daňový dopad na kupující a na výrobce, vždy k datu změny sazby spotřební daně nebo daně z přidané hodnoty. Protože je práce zaměřena na daně v České republice, byl dopad zkoumán pouze u cigaret L&M, Marlboro a Chesterfield, což jsou značky českého výrobce.

Z výsledků vyplývá, že výrobci nesli daňové břemeno pouze v roce 2006, a to z důvodu udržení konkurenceschopnosti na trhu. V době změn sazeb daní v letech 2008, 2010 a 2013 nesli výrobci daňové břemeno u jedné ze tří zkoumaných značek cigaret. V ostatních případech byla daňová povinnost přenesena na kupující a to v hodnotě zvýšení ceny u konkrétní značky.

Pomocí těchto výpočtů byly dále sestaveny grafy, které zobrazují podíl prodejní ceny cigaret a velikosti daně na celkové konečné ceně cigaret. V grafech je vidět, jak postupem času podíl daně na konečné ceně cigaret neustále stoupal, kdežto velikost prodejní ceny zůstávala v podstatě konstantní, nebo rostla srovnatelně pomaleji. Z toho plyne, že důsledkem velkého růstu cen cigaret za sledované období je právě daň z tabákových výrobků.

Na závěr je uveden přehled hospodářských výsledků společnosti Philip Morris ČR a.s., největšího českého výrobce cigaret, kde jsou pololetně zaznamenány tržby a odbyt cigaret na českém trhu. V této tabulce je dobře vidět, jak se každá změna sazby spotřební daně nebo daně z přidané hodnoty projevila na odbytu a tržbách. Výhodou je elasticita poptávky po cigaretách, která je díky závislosti na nikotinu velmi neelastická. Tedy se zvyšováním ceny se spotřeba nesnižuje, nebo se snižuje jen velice málo.

V případě cigaret po zvyšování cen spíše spotřebitelé přechází na spotřebu levnějších značek nebo váženého tabáku, který podléhá nižšímu zdanění. To se ovšem potom podepíše na celkových příjmech výrobců.

Významný vliv na velikost odbytu a tržeb mělo vždy zvýšení ceny cigaret následkem zvýšení sazby spotřební daně, proto je důležité rozhodovat o změnách cen velice obezřetně. Prodej cigaret byl vždy vyšší před blížící se změnou sazby spotřební daně, kdy se obchodní řetězce zásobí cigaretami s nižší cenou, a po této změně samozřejmě prodej výrazně klesá.

Tento způsob zásobování bude v budoucnosti omezen regulací předzásobení tabákovými nálepkami, která je upravena zákonem č. 201/2014Sb. s účinností od 1. prosince 2014, kterým se mění zákon č. 353/2003Sb. o spotřebních daních, ve znění pozdějších předpisů. Od této úpravy je možné doprodávat tabákové výrobky se starými tabákovými nálepkami pouze tři měsíce od účinnosti nové sazby daně.

Pro výrobce je rozhodující si zvolit, kdy je v důsledku změn sazby spotřební daně vhodnější udržovat nižší ceny cigaret a nést tak daňovou povinnost, nebo ceny cigaret zvýšit a přenést daňové břemeno na kupující. V tomto případě je potom důležité správně zvolit, v jaké výši by se měly jednotlivé značky cigaret zdražovat.

## 7 Seznam použité literatury

- BRČÁK, J., SEKERA, B., SVOBODA, R. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2013. s. 283. ISBN 978-80-7380-453-4
- DAVID, P. *Incidence změn sazby spotřební daně z cigaret v ČR* [on-line]. 2007 [cit. 2014-11-24]. Dostupné z: [http://kvf.vse.cz/storage/1180450804\\_sb\\_david.pdf](http://kvf.vse.cz/storage/1180450804_sb_david.pdf)
- DAVID, P. *Teorie daňové incidence s praktickou aplikací*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2007, s. 111. ISBN 978-80-7204-522-8
- DAVID, P. *Zdaňování a spotřeba cigaret*. Brno: AKADEMICKÉ NAKLADATELSTVÍ CERM, s.r.o., 2010. s. 207. ISBN 978-80-7204-711-6
- DAVID, P., PALÁT, M. *Vývoj průměrných cen cigaret s ohledem na daňové změny v letech 2001 až 2009 v České republice*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun. [on-line]. 2009, LVII, No. 6, pp. 51–64 [cit. 2014-11-23]. Dostupné z: <http://acta.mendelu.cz/pdf/actaun200957060051.pdf>
- DAVID, P., STŘELEČEK, L., KOLMAN, P. *Posouzení vlivu změn sazeb daní na ceny cigaret v České republice*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun. [on-line]. 2010, LVIII, No. 6, pp. 93–102 [cit. 2014-11-23]. Dostupné z: <http://acta.mendelu.cz/pdf/actaun201058060093.pdf>
- DEPKEN, C. A. *Mikroekonomie bez předchozích znalostí*. Brno: BizBooks, 2013. s. 296. ISBN 978-80-265-0037-7
- HANEWINKEL, R.; RADDEN, CH.; ROSENKRANZ, T. *Price increase causes fewer sales of factory-made cigarettes and higher sales of cheaper loose tobacco in Germany*. Health economics, [online]. 2008, 17.6: 683-693. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/sci-hub.org/doi/10.1002/hec.1282/abstract>
- HESSLER, H., VALNČÍK, R., WAWROSZ, P. *Mikroekonomie základní kurz*. 1. Vydání. Praha: Vysoká škola finanční a správní, o.p.s., 2010. s. 304. Edice EUPRESS. ISBN 978-80-7408-039-5
- CHALOUPKA IV, FRANK J., et al. *Cigarette excise taxation: the impact of tax structure on prices, revenues, and cigarette smoking*. National Bureau of Economic Research [online], 2010. [cit. 2014-11-23]. Dostupné z: <http://www.nber.org/papers/w16287.pdf>
- KUBÁTOVÁ, K. *Daňová teorie – úvod do problematiky*. 2. Vyd. Praha: ASPI, a. s., 2009, s. 120. ISBN 978-80-7357-423-9

- KUBÁTOVÁ, K. *Daňová teorie a politika*. Praha: ASPI, a.s. 2006. s. 279. ISBN 80-7357-205-2.
- KUBÁTOVÁ, K. *Vliv daňových a výdajových nástrojů na mikroekonomickou a makroekonomickou efektivnost*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2012. s. 152 ISBN 978-80-7357-979-1
- NERUDOVÁ, D., *Harmonizace daňových systémů zemí Evropské unie*. 4. Vydání, Praha: Wolters Kluwer, a. s., 2014, s. 336. ISBN 978-80-7478-626-6 (brož.)
- PETERSON, DAN E., ET AL. *The effect of state cigarette tax increases on cigarette sales, 1955 to 1988*. American Journal of Public Health [online]. 1992, 82.1: 94-96. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://ajph.aphapublications.org/doi/pdf/10.2105/AJPH.82.1.94>
- ŠIROKÝ, J. *Daně v Evropské unii*. 6.vydání. Praha: Linde, 2013. s. 392. ISBN 978-80-7201-925-0
- ŠULCOVÁ-SEIDLOVÁ, M., KUKALOVÁ, G. MORAVEC, L. *Daňová soustava*. Západočeská univerzita v Plzni, 2014, s. 155. ISBN 978-80-213-2451-0
- VON MISES, L. *Lidské jednání: pojednání o ekonomii*. Praha: Liberální institut, 2006. s. 959. ISBN 80-86389-45-6
- VYSEKALOVÁ, J. A KOLEKTIV. *Chování zákazníka: Jak odkrýt tajemství „černé skříňky“*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011.s. 356. ISBN 978-80-247-3528-3.
- Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních ve znění pozdějších předpisů

## 7.1 Internetové zdroje

- Míra inflace. Český statistický úřad. [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z:  
[https://www.czso.cz/csu/czso/mira\\_inflace](https://www.czso.cz/csu/czso/mira_inflace)
- Očištění cen od inflace. Operační program životní prostředí. [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.opzp2007-2013.cz/clanek/254/2474/mira-inflace-za-rok-2014-a-pomucka-pro-prepocet-stalych-a-beznych-cen-v-po1/>
- Prodej elektronických cigaret. iDnes.cz. [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://ekonomika.idnes.cz/vyrobcu-cigaret-prosazuji-zdrave-koureni-fid-ekonomika.aspx?c=A140704\\_153028\\_ekonomika\\_fih](http://ekonomika.idnes.cz/vyrobcu-cigaret-prosazuji-zdrave-koureni-fid-ekonomika.aspx?c=A140704_153028_ekonomika_fih)
- Sazby daně z přidané hodnoty. Daňová a právní kancelář. [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.rnovakova.cz/news/vyvoj-sazeb-dph-od-roku-1993/>
- Spotřeba cigaret na 1 obyvatele v České republice. Český statistický úřad. [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z:  
[http://notes2.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr\\_od\\_roku\\_1989\\_cigarety](http://notes2.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_cigarety)
- Tržby Philip Morris ČR a.s. Philip Morris international. [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/pages/reports\\_and\\_statements.aspx](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/pages/reports_and_statements.aspx)
- Výroční zpráva 2005 - Philip Morris ČR a.s. Philip Morris international. [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/cr\\_annual\\_2005.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/cr_annual_2005.pdf)
- Výroční zpráva 2006 - Philip Morris ČR a.s. Philip Morris international. [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/2006%20vyrocni%20zprava.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/2006%20vyrocni%20zprava.pdf)
- Výroční zpráva 2007 - Philip Morris ČR a.s. Philip Morris international. [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/vyrocni%20zprava%202007%20annual%20report.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/vyrocni%20zprava%202007%20annual%20report.pdf)

- Výroční zpráva 2008 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/vyrocni%20zprava%202008%20-%20annual%20report%202008.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/vyrocni%20zprava%202008%20-%20annual%20report%202008.pdf)
- Výroční zpráva 2009 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/pm%20cr%20as%20vyrocni%20zprava%20-%20annual%20report%202009.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/pm%20cr%20as%20vyrocni%20zprava%20-%20annual%20report%202009.pdf)
- Výroční zpráva 2010 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/vyrocni%20zprava%202010%20-%20annual%20report%202010.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/vyrocni%20zprava%202010%20-%20annual%20report%202010.pdf)
- Výroční zpráva 2011 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/vyrocni%20zprava%202011.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/vyrocni%20zprava%202011.pdf)
- Výroční zpráva 2012 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/vyrocni%20zprava%202012.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/vyrocni%20zprava%202012.pdf)
- Výroční zpráva 2013 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/documents/2014/vyrocni\\_zprava\\_2013.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/documents/2014/vyrocni_zprava_2013.pdf)
- Výroční zpráva 2014 - Philip Morris ČR a.s. *Philip Morris international*. [online].  
[cit. 2015-05-11]. Dostupné z:  
[http://www.pmi.com/cs\\_cz/about\\_us/philip\\_morris\\_cr\\_shareholder\\_information/pages/vyrocni\\_zprava\\_2014.pdf](http://www.pmi.com/cs_cz/about_us/philip_morris_cr_shareholder_information/pages/vyrocni_zprava_2014.pdf)
- Vývoj cen cigaret. *Ministerstvo financí České republiky*. [online]. [cit. 2015-04-30].  
Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/legislativa/cenovy-vestnik>

# **Přílohy**

Tab. 8 Příloha 1: Vývoj cen cigaret Viceroy

Období		Ceny pro konečného spotřebitele [v Kč]	Ceny očištěné o inflaci [v Kč]
2005	1. pololetí	31,00	30,16
	2. pololetí	36,00	35,02
2006	1. pololetí	37,00	35,32
	2. pololetí	42,00	40,09
2007	1. pololetí	49,00	45,64
	2. pololetí	50,00	46,57
2008	1. pololetí	58,00	52,55
	2. pololetí	58,00	52,55
2009	1. pololetí	59,00	50,28
	2. pololetí	60,00	51,14
2010	1. pololetí	63,00	53,16
	2. pololetí	63,00	53,16
2011	1. pololetí	65,00	54,04
	2. pololetí	65,00	54,04
2012	1. pololetí	65,00	53,03
	2. pololetí	65,00	53,03
2013	1. pololetí	72,00	56,87
	2. pololetí	72,00	56,87
2014	1. pololetí	74,00	57,64
	2. pololetí	74,00	57,64
2015	1.pololetí	79,00	61,29

Zdroj: Cenový věstník, vlastní zpracování



Tab. 9 Příloha 2: Vývoj cen cigaret L&amp;M

Období		Ceny pro konečného spotřebitele [v Kč]	Ceny očištěné o inflaci [v Kč]
2004	1. pololetí	49,00	49,00
	2. pololetí	49,00	49,00
2005	1. pololetí	49,00	47,67
	2. pololetí	54,00	52,53
2006	1. pololetí	49,00	46,78
	2. pololetí	55,00	52,50
2007	1. pololetí	62,00	57,74
	2. pololetí	63,00	58,67
2008	1. pololetí	63,00	57,08
	2. pololetí	63,00	57,08
2009	1. pololetí	65,00	55,40
	2. pololetí	66,00	56,25
2010	1. pololetí	69,00	58,23
	2. pololetí	69,00	58,23
2011	1. pololetí	72,00	59,86
	2. pololetí	72,00	59,86
2012	1. pololetí	74,00	60,37
	2. pololetí	74,00	60,37
2013	1. pololetí	77,00	60,82
	2. pololetí	77,00	60,82
2014	1. pololetí	79,00	61,53
	2. pololetí	79,00	61,53
2015	1. pololetí	84,00	65,17

Zdroj: Cenový věstník, vlastní zpracování

Tab. 10 Příloha 3: Vývoj cen cigaret Camel

Období		Ceny pro konečného spotřebitele [v Kč]	Ceny očištěné o inflaci [v Kč]
2004	1. pololetí	54,00	54,00
	2. pololetí	54,00	54,00
2005	1. pololetí	54,00	52,53
	2. pololetí	60,00	58,37
2006	1. pololetí	58,00	55,37
	2. pololetí	58,00	55,37
2007	1. pololetí	60,00	55,88
	2. pololetí	64,00	59,61
2008	1. pololetí	76,00	68,85
	2. pololetí	76,00	68,85
2009	1. pololetí	76,00	64,77
	2. pololetí	75,00	63,92
2010	1. pololetí	75,00	63,29
	2. pololetí	75,00	63,29
2011	1. pololetí	77,00	64,02
	2. pololetí	77,00	64,02
2012	1. pololetí	79,00	64,45
	2. pololetí	79,00	64,45
2013	1. pololetí	82,00	64,76
	2. pololetí	82,00	64,76
2014	1. pololetí	83,00	64,65
	2. pololetí	84,00	65,43
2015	1. pololetí	90,00	69,82

Zdroj: Cenový věstník, vlastní zpracování

Tab. 11 Příloha 4: Vývoj cen cigaret Marlboro

Období		Ceny pro konečného spotřebitele [v Kč]	Ceny očištěné o inflaci [v Kč]
2004	1. pololetí	57,00	57,00
	2. pololetí	57,00	57,00
2005	1. pololetí	57,00	55,45
	2. pololetí	62,00	60,31
2006	1. pololetí	60,00	57,28
	2. pololetí	66,00	63,01
2007	1. pololetí	74,00	68,92
	2. pololetí	74,00	68,92
2008	1. pololetí	82,00	74,29
	2. pololetí	82,00	74,29
2009	1. pololetí	82,00	69,89
	2. pololetí	82,00	69,89
2010	1. pololetí	82,00	69,20
	2. pololetí	82,00	69,20
2011	1. pololetí	84,00	69,84
	2. pololetí	84,00	69,84
2012	1. pololetí	86,00	70,16
	2. pololetí	86,00	70,16
2013	1. pololetí	89,00	70,29
	2. pololetí	89,00	70,29
2014	1. pololetí	90,00	70,10
	2. pololetí	91,00	70,88
2015	1. pololetí	96,00	74,48

Zdroj: Cenový věstník, vlastní zpracování

Tab. 12 Příloha 5: Vývoj cen cigaret Chesterfield

Období		Ceny pro konečného spotřebitele [v Kč]	Ceny očištěné o inflaci [v Kč]
2004	1. pololetí	53,00	53,00
	2. pololetí	53,00	53,00
2005	1. pololetí	53,00	51,56
	2. pololetí	58,00	56,42
2006	1. pololetí	53,00	50,60
	2. pololetí	59,00	56,32
2007	1. pololetí	66,00	61,47
	2. pololetí	66,00	61,47
2008	1. pololetí	74,00	67,04
	2. pololetí	65,00	58,89
2009	1. pololetí	65,00	55,40
	2. pololetí	66,00	56,25
2010	1. pololetí	69,00	58,23
	2. pololetí	69,00	58,23
2011	1. pololetí	72,00	59,86
	2. pololetí	72,00	59,86
2012	1. pololetí	74,00	60,37
	2. pololetí	74,00	60,37
2013	1. pololetí	72,00	56,87
	2. pololetí	72,00	56,87
2014	1. pololetí	74,00	57,64
	2. pololetí	74,00	57,64
2015	1. pololetí	79,00	61,29

Zdroj: Cenový věstník, vlastní zpracování

Tab. 13 Příloha 6: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.4.2006 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	54,00	55,00	1,00	33,58	37,13	3,55	1,00	2,55
Marlboro	62,00	66,00	4,00	36,78	41,64	4,86	4,00	0,86
Chesterfield	58,00	59,00	1,00	35,18	38,77	3,59	1,00	2,59

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 14 Příloha 7: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.3.2007 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	55,00	63,00	8,00	37,13	44,67	7,54	8,00	-0,46
Marlboro	66,00	74,00	8,00	41,64	49,40	7,76	8,00	-0,24
Chesterfield	59,00	66,00	7,00	38,77	45,96	7,19	7,00	0,19

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 15 Příloha 8: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.1.2008 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	63,00	63,00	0,00	44,67	48,46	3,79	0,00	3,79
Marlboro	74,00	82,00	8,00	49,40	56,65	7,26	8,00	-0,74
Chesterfield	66,00	74,00	8,00	45,96	53,14	7,18	8,00	-0,82

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 16 Příloha 9: Dopad změny sazby spotřební daně a daně z přidané hodnoty k 1.2.2010 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	66,00	69,00	3,00	49,62	52,22	2,60	3,00	-0,40
Marlboro	82,00	82,00	0,00	56,65	58,03	1,37	0,00	1,37
Chesterfield	66,00	69,00	3,00	49,62	52,22	2,60	3,00	-0,40

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 17 Příloha 10: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.1.2012 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	72,00	74,00	2,00	53,56	55,45	1,89	2,00	-0,11
Marlboro	84,00	86,00	2,00	58,92	60,81	1,89	2,00	-0,11
Chesterfield	72,00	74,00	2,00	53,56	55,45	1,89	2,00	-0,11

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 18 Příloha 11: Dopad změny sazby spotřební daně a daně z přidané hodnoty k 1.1.2013 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	74,00	77,00	3,00	55,45	57,35	1,90	3,00	-1,10
Marlboro	86,00	89,00	3,00	60,81	62,68	1,86	3,00	-1,14
Chesterfield	74,00	72,00	-2,00	55,45	56,10	0,64	-2,00	2,64

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 19 Příloha 12: Dopad změny sazby spotřební daně k 1.1.2014 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	77,00	79,00	2,00	57,35	58,84	1,49	2,00	-0,51
Marlboro	89,00	90,00	1,00	62,68	63,72	1,04	1,00	0,04
Chesterfield	72,00	74,00	2,00	56,10	57,84	1,75	2,00	-0,25

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 20 Příloha 13: Dopad změny sazby spotřební daně k 31.12.2014 v Kč/krabičku cigaret

Výrobek	P <sub>1</sub>	P <sub>2</sub>	P <sub>2</sub> -P <sub>1</sub>	SPD <sub>1</sub> +DPH <sub>1</sub>	SPD <sub>2</sub> +DPH <sub>2</sub>	D <sub>2</sub> -D <sub>1</sub>	Dopad na kupující	Dopad na výrobce
L&M	79,00	84,00	5,00	58,84	63,06	4,22	5,00	-0,78
Marlboro	91,00	96,00	5,00	64,16	68,38	4,22	5,00	-0,78
Chesterfield	74,00	79,00	5,00	57,84	61,11	3,27	5,00	-1,73

Zdroj: vlastní zpracování