

# Komparativní výhody českých exportních firem

## Bakalářská práce

*Studijní program:*

B6208 Ekonomika a management

*Studijní obor:*

Ekonomika a management mezinárodního obchodu

*Autor práce:*

**Daniela Kubů**

*Vedoucí práce:*

doc. PhDr. Ing. Pavla Bednářová, Ph.D.

Katedra ekonomie





## Zadání bakalářské práce

# Komparativní výhody českých exportních firem

*Jméno a příjmení:* **Daniela Kubů**  
*Osobní číslo:* E17000093  
*Studijní program:* B6208 Ekonomika a management  
*Studijní obor:* Ekonomika a management mezinárodního obchodu  
*Zadávací katedra:* Katedra ekonomie  
*Akademický rok:* **2019/2020**

### Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Teorie absolutních a komparativních výhod.
3. Zahraniční obchod České republiky.
4. Komparativní výhody českých exportních firem.
5. Formulace závěrů, návrhy a doporučení.

Rozsah grafických prací:  
Rozsah pracovní zprávy:  
Forma zpracování práce:  
Jazyk práce:

30 normostran  
tištěná/elektronická  
Čeština



### Seznam odborné literatury:

- FOJTÍKOVÁ, Lenka, 2009. *Zahraničně obchodní politika ČR, historie a současnost (1945 – 2008)*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-128-4.
- GANDOLFO, Giancarlo. 2014. *International trade theory and policy: with contributions by Federico Trionfetti*. Berlin: Springer. ISBN 978-3-642-37313-8.
- SVATOŠ, Miroslav, 2009. *Zahraniční obchod: Teorie a praxe*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2708-0.
- ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. 2013. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4694-4.
- VARADZIN, František. 2013. *Mezinárodní ekonomie: Teorie světového hospodářství*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-116-1.
- PROQUEST. 2019 Databáze článků ProQuest [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz>

Konzultant: Ing. Petra Tamchynová

Vedoucí práce:

doc. PhDr. Ing. Pavla Bednářová, Ph.D.  
Katedra ekonomie

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání: 31. srpna 2021

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

L.S.

prof. Ing. Jiří Kraft, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2019

## Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

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

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

30. července 2020

Daniela Kubů

## **Anotace**

Hlavním cílem bakalářské práce je vyhodnotit komparativní výhody České republiky na firmě PETROF, spol. s r.o. Dílčím cílem je zhodnocení pozice firmy na zahraničních trzích. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je popsán zahraniční obchod, teorie, které se zahraničním obchodem souvisí a jejich přední představitelé. Jsou zde vysvětleny absolutní a komparativní výhody, které tvoří základ celé práce. Závěr teoretické části se zabývá zahraničním obchodem ČR, jeho vývojovými stádii a komparativními výhodami ČR. V praktické části je představena firma, jsou analyzovány její komparativní výhody a významné trhy, na které vyváží své zboží. U každého trhu je zkoumáno, jakou komparativní výhodu má firma oproti konkurenčním společnostem v dané zemi.

## **Klíčová slova**

Komparativní výhoda, absolutní výhoda, mezinárodní obchod, zahraniční trh.

## **Annotation**

### **Comparative Advantages of Czech Export Companies**

Main goal of the Bachelor's thesis is a description of a comparative advantage of the Czech Republic based on company PETROF spol. s r. o. Another goal is evaluation of position of the company on foreign markets. Thesis is made of two parts, theoretical and practical. Theoretical part is made of description of foreign trade and related theory and leaders in foreign trade. It also depicts absolute and comparative advantage, which is the basis of this thesis. Conclusion of theoretical part deals with a foreign trade of the Czech Republic, its stages of development and comparative advantages of the Czech Republic. Practical part introduces a company with its comparative advantages and significant markets which are used for goods export. For each market, there is analysis of company's advantages compared to its competitors in the said country.

### **Key words**

Comparative advantage, absolute advantage, international trade, foreign market.

## **Poděkování**

Tímto odstavcem bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce doc. PhDr. Ing. Pavle Bednářové, Ph.D. za odborné vedení a pomoc při práci.





# Obsah

Úvod.....	16
1 Zahraníční obchod.....	18
2 Teorie zahraničního obchodu (ZO).....	20
2.1 Merkantilismus .....	21
2.2 Klasická škola.....	22
2.2.1 Představitelé klasické školy .....	22
2.2.2 Teorie absolutních výhod.....	22
2.2.3 Teorie komparativních výhod .....	24
2.3 Neoklasická škola .....	24
2.3.1 Heckscherův a Ohlinův model .....	25
2.3.2 Teorie navazující na H-O model .....	25
3 Zahraníční obchod České republiky.....	28
3.1 Vývoj zahraničního obchodu ČR.....	28
3.1.1 Období po 2. světové válce, 1945–1989.....	28
3.1.2 Období ekonomické transformace, 1990–2004.....	30
3.1.3 Období po vstupu do EU.....	33
3.2 Komparativní výhody České republiky .....	37
4 Petrof, spol. s r. o. ....	39
4.1 O společnosti .....	39
4.1.1 Ekonomické údaje .....	41
4.2 Komparativní výhody společnosti .....	42
4.2.1 Výroba.....	42
4.2.2 Vývoj a výzkum.....	43
4.2.3 Certifikáty a ocenění.....	43
4.2.4 Patenty.....	44

4.2.5	Poloha .....	45
4.2.6	Cena .....	46
4.2.7	Obchodní metoda .....	46
4.3	Prostředí na klíčových trzích .....	48
4.3.1	Čína .....	48
4.3.2	Německo .....	50
4.3.3	Rusko .....	52
4.3.4	Austrálie .....	54
4.3.5	Spojené státy americké .....	56
	Závěr .....	58
	Seznam použité literatury .....	60

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Vývoj exportu, importu a bilance 1991–2003 .....	31
Obrázek 2: Vývoj exportu, importu a bilance 2004–2018 .....	35
Obrázek 3: Infrastruktura ČR .....	45
Obrázek 4: Čína – objem importu pian a klavírů .....	49
Obrázek 5: Prodej pian a klavírů v Německu.....	51
Obrázek 6: Importovaná pianina do Ruska .....	53
Obrázek 7: Prodej klavírů a pian v Austrálii .....	55
Obrázek 8: Dovoz pianin do USA .....	57

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Teorie absolutních výhod.....	23
Tabulka 2: Teorie komparativních výhod.....	24
Tabulka 3: Vývoj exportu, importu a bilance 1991–2003 (v mld. Kč).....	31
Tabulka 4: Komoditní struktura exportu 1991–2003 (v %).....	32
Tabulka 5: Komoditní struktura importu 1991–2003 (v %).....	33
Tabulka 6: Vývoj exportu, importu a bilance 2004–2018 (v mld. Kč).....	35
Tabulka 7: Komoditní struktura exportu 2008–2018 (v %).....	36
Tabulka 8: Komoditní struktura importu 2008–2018 (v %).....	37
Tabulka 9: Zisk a obrat společnosti (v tis. Kč).....	41
Tabulka 10: Cenové rozpětí značek.....	46
Tabulka 11: Zahraniční obchod mezi ČR a ČLR.....	48
Tabulka 12: Zahraniční obchod mezi ČR a SRN.....	50
Tabulka 13: Zahraniční obchod mezi ČR a RF.....	52
Tabulka 14: Zahraniční obchod mezi ČR a Austrálií.....	54
Tabulka 15: Zahraniční obchod mezi ČR a USA.....	56

## Seznam zkratk

HDP	Hrubý domácí produkt
NAMM	National Association of Music Merchants
RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci
SITC	Standard International Trade Classification (Standardní mezinárodní obchodní klasifikace)
WTO	World Trade Organization (Světová obchodní organizace)
ZO	Zahraniční obchod

# Úvod

Bakalářská práce nesoucí název Komparativní výhody českých exportních firem je rozdělena celkem do čtyř hlavních kapitol. Hlavním cílem bakalářské práce je vyhodnotit komparativní výhody proexportně orientované firmy PETROF spol. s r.o. na zahraničních trzích. Dílčím cílem je zhodnocení pozice firmy na pěti zahraničních trzích, a to v Číně, Německu, Rusku, Austrálii a ve Spojených státech amerických. Analýza by měla poskytnout odpovědi na dvě výzkumné otázky a to: Jakými komparativními výhodami firma PETROF spol. s r.o. disponuje? a Dokáže firma PETROF spol. s r.o. komparativní výhody využít v mezinárodním obchodě? Základní metody použité při zpracování bakalářské práce jsou: literární rešerše, která byla použita při zpracování teoretické části, a analýza komparativních výhod firmy na základě údajů zjištěných o zahraničním obchodu ČR.

První kapitola stručně popisuje rozvoj obchodu jako takového po zahraniční obchod a vyobrazuje jeho hlavní funkce, subjekty a v neposlední řadě význam pro stát.

Následující kapitola se zabývá teoriemi zahraničního obchodu. První podkapitola nazvaná Merkantilismus se zabývá danou teorií protekcionistického charakteru a jsou v ní popsány hlavní zásady, z nichž vychází. Jsou popsáni hlavní představitelé a jejich významná díla. Další podkapitola s názvem Klasická škola již spadá do liberální teorie. V této podkapitole jsou opět popsány její hlavní zásady, představitelé a jejich teorie, například absolutní a komparativní výhody, jež jsou následně popsány a je vysvětlen jejich princip. Poslední podkapitolou této části je Neoklasická škola zabývající se teoriemi navazujícími na komparativní výhody a jejich představiteli.

Následuje kapitola, která popisuje zahraniční obchod České republiky, ta je rozdělena na dvě hlavní části. První část se zabývá vývojem zahraničního obchodu České republiky, který se podle historických souvislostí dělí na tři základní období. V každém období je zmíněno, co bylo pro daný trh charakteristické a kapitoly z novodobější historie jsou opatřeny i podrobným popisem vývoje exportu během let. Druhá hlavní část této kapitoly je o komparativních výhodách a nevýhodách České republiky.

Poslední ale nejdelší hlavní kapitola má název podle společnosti, kterou bakalářská práce sleduje. Je jí firma PETROF spol. s r.o. V první polovině kapitoly je rozepsáno celkem sedm komparativních výhod české společnosti. Druhá polovina sleduje celkem pět hlavních trhů

firmy a její působení na daných trzích. Danými trhy jsou Čína, Německo, Rusko, Austrálie a Spojené státy americké.

# 1 Zahraniční obchod

Obchod lze definovat jako směnu zboží a služeb mezi jednotlivci a skupinami. Je možné jej realizovat pomocí barterového obchodu nebo prostřednictvím peněz. Obchod rozšiřuje nabídku komodit, které jsou použitelné pro výrobní činnost nebo pro spotřebu a je realizován ve více úrovních a podle toho se následně dělí. Základní úroveň je maloobchod, který představuje směnu mezi prodávajícím a kupujícím. Obchod mezi dodavatelem a odběratelem se označuje jako velkoobchod. V případě, že se obchod uskuteční za hranicemi státu, nazývá se zahraniční obchod. (Fojtíková, 2009)

Zahraniční obchod je obchod určité národní ekonomiky s jednou či více jiných národních ekonomik. Je uskutečňován přes hranice státu. Existují dva odlišné způsoby, jak lze zahraniční obchod definovat. Historicky starší pojem, který se nazývá přeshraniční koncept, považuje přechod zboží a služeb přes státní hranice bez ohledu na národnost prodávajícího a kupujícího za zahraniční obchod. Národní koncept udává za zahraniční obchod směnu mezi příslušníky dané země a obyvateli země jiné, ale bez ohledu na státní hranice. (Štěrbová, 2013)

Mezi hlavní subjekty zahraničního obchodu se řadí firmy, které uskutečňují dovozy a vývozy zboží do zahraničí. Na tyto operace dohlíží stát, jehož hlavní úlohou je vybírání cel, které tvoří příjem státní pokladny. V případě regulovaných trhů stát dohlíží, aby byla domácí ekonomika dostatečně chráněná. (Fojtíková, 2009)

Zhodnotit význam zahraničního obchodu lze ze tří hledisek. Prvním je efektivnost, podle tohoto hlediska by se země měla soustředit na výrobky, u kterých země dosáhne maximálních úspor společenské práce a těmi méně efektivními, které může získat dovozem, se vůbec nezabývat. Dalším hlediskem je proporcionalita země. Pouze velké země jako je USA, Rusko a další mohou produkovat dostatečně širokou škálu výrobků, aby mohly fungovat naprosto soběstačně. Pro malé nebo rozvojové země je zahraniční obchod nepostradatelný. Posledním je demonstrativní efekt. Vývozní a dovozní program daných zemí představuje jejich vizitku a to, jak řeší problémy s proporcionalitou. Země tím tedy demonstrují svůj technický pokrok, který má za následek snahu jiných zemí vyrovnat se těm pokročilým. (Svatoš, 2009)



Zahraniční obchod plní funkce, které lze označit jako obecně platné, bez ohledu na vyspělost dané ekonomiky. Transformační funkce spočívá v překonávání limitů země, které jsou dané přírodními podmínkami, např. omezené suroviny, prostor, nevhodné klima a další, nebo ekonomickými podmínkami, kde může být problém nekompetentní pracovní síly, nedostatečné úrovně technologií atd. Další funkcí je transmisní, která představuje vyšší úroveň transformační funkce, je charakterizována přenosem informací, poznatků, kritérií a chování ekonomických celků. Růstová funkce má za následek charakteristické zaměření země týkající se především malých ekonomik, u kterých dochází k významnému vlivu dováženého zboží na domácí trh. (Fojtíková, 2009)

## 2 Teorie zahraničního obchodu (ZO)

V průběhu historického vývoje se teorie vyvíjely v rámci dvou základních směrů: liberalismu a protekcionismu. Jsou to velice krajní směry, které v čisté podobě neexistují a v běžné praxi dochází ke kompromisu mezi nimi. Oba tyto směry mají své výhody a nevýhody. (Štěrbová, 2013)

### **Protekcionismus**

Protekcionismus je ekonomická teorie, která chrání domácí ekonomiku před negativními vnějšími vlivy. Ochráncem před těmito vlivy je stát a nelze ji proto označit jako objektivní. Z krátkodobého hlediska má tento přístup kladný vliv na domácí ekonomiku, protože dokáže udržet zaměstnanost a vyšší mzdy, ale z dlouhodobého hlediska dochází na domácím trhu k potlačení konkurence, což má za následek pomalý technický rozvoj a vyšší spotřebitelské ceny. Tyto výrobky následně nemají šanci uspět na zahraničních trzích, protože nejsou konkurenceschopné. V případě, že v domácí ekonomice není dostatečný odbyt, může dojít i k likvidaci podniku. (Štěrbová, 2013)

Pokud je domácí ekonomice znemožněn jak vývoz, tak dovoz, jedná se o krajní případ protekcionismu, který se nazývá autarkie. Taková ekonomika se snaží docílit naprosté soběstačnosti, ale má za následek pouze zvyšování chudoby a zastarávání technologií. (Kalínská, 2010)

### **Liberalismus**

Základem teorie liberalismu je postupné odstraňování překážek bránících obchodu na mezinárodní úrovni. Trhy jednotlivých zemí jsou otevírány, aby umožnily volný pohyb zboží a služeb. Opatření umožňující volný obchod mezi jednotlivými státy jsou prováděna státem nebo prostřednictvím mezinárodních organizací, mezi které se řadí například WTO. Cílem těchto opatření je přispívat růstu světového obchodu tím, že jsou odstraňovány bariéry bránící obchodu mezi zeměmi. (Fojtíková, 2009)

*„Liberální přístup může na ekonomiku působit jak pozitivně, tak negativně. Obecně však vede k propuštění zahraničních vlivů na domácí výrobu a výrobkovou základnu. ke změně výrobní struktury, ke zvýšení konkurence na domácím trhu, k růstu specializace*

*ekonomiky, k možnosti vyšší realizace komparativních výhod ze zahraničně-obchodní směny, k nižším spotřebitelským cenám, k eliminaci inflace a stabilitě cen, ke snížení mezd nebo ke snížení zaměstnanosti. Kroky směřující k vyšší míře liberalizace nejsou většinou přijímány autonomně, ale v rámci dvou-či vícestranných mezinárodních jednání“.* (Kalínská, 2010)

## **2.1 Merkantilismus**

Počátky merkantilistické teorie sahají do 15. století do italských měst. Za významný zdroj bohatství byla považována mezinárodní směna, jejímž prostřednictvím měl stát zvyšovat množství drahých kovů v zemi. Jádrem této teorie je obchodní bilance a je proto důležité hromadit drahé kovy a omezit jejich vývoz ze země, což lze tak, že příjmy z exportu budou vždy převyšovat výdaje za import, v krajním případě import bude úplně zakázán. (Soukup, 2012)

Absolutní zákaz vyvážení byl podporován hlavně v rané fázi extrémisty, kteří se nazývali bullionisté. Jejich nároky se časem snížily a společně s jejich nejvýznamnějším představitelem Thomasem Munem začali poukazovat na to, že o bohatnutí země svědčí kladná aktivní bilance jako celek. Proto bylo možné dovážet a mít s některými zeměmi pasivní obchodní bilance, pokud s větším množstvím zemí bude obchodní bilance aktivní. V této době si začali všimnout také výhodnosti tzv. reexportů, jejichž smyslem byl nákup surovin do země, následně přetvoření v hotové zboží a prodej za více drahých kovů. (Kalínská, 2010)

Munovo první dílo *Úvaha o obchodě Anglie s Východní Indií* (A discourse of trade from England into East Indies) ovšem popírá hlavní tvrzení merkantilismu. Tato práce sloužila hlavně k obhájení východoindické společnosti před tvrzením, že vývoz drahých kovů ožebračuje zemi. Svě prohlášení podpořil tím, že za vyvezené zlato a další kovy jsou nakoupeny suroviny, které podporují další výrobu a jejich následný prodej získá pro zemi ještě více peněz. (Soukup, 2012)

Stěžejním Munovým dílem je *Bohatství Anglie ze zahraničního obchodu* (England's treasure by foreign trade). Zde považuje obchodní bilanci za nejlepší ukazatel zisku nebo ztráty ze zahraničního obchodu. Je zde stále žádoucí přebytek vývozu nad dovozem, který se zvyšuje, pokud stoupá domácí výroba a klesá domácí spotřeba. Mimo jiné zde poukazuje

na to, že přílišné množství drahých kovů není žádoucí, protože vede k velkému růstu cen. Tím se odlišoval od dalších představitelů merkantilismu, kteří považovali vysoké ceny v ekonomice za pozitivní. (Soukup, 2012)

## **2.2 Klasická škola**

Myšlenka volného obchodu se rozvíjela v průběhu 18. století představiteli klasické ekonomie, kteří kritizovali předcházející systém merkantilismus pro své ochrannářské tendence. Nejznámějšími klasickými ekonomy byli Adam Smith a David Ricardo, kteří navazovali na kritiku merkantilismu po vzoru filozofa Davida Humea. (Kalínská, 2010)

### **2.2.1 Představitelé klasické školy**

Adam Smith napsal dílo Pojednání o podstatě a původu bohatství národů (The Wealth of Nations), které pojednává o významu dělby práce, jež představuje zdroj růstu produktivity práce a tím i růst bohatství země. V díle poukazuje na to, že volný obchod mezi národy je nezbytný, neboť přispívá k dělbě práce na mezinárodní úrovni. Je rovněž autorem teorie absolutních výhod, z níž vyplývá, že země by se měla zaměřit na výrobu produktů, které vyrobí nejlevněji. (Fojtíková, 2009)

David Ricardo ve svém díle Zásady politické ekonomie a zdanění (On the Principles of Political Economy and Taxation) rozvíjí myšlenku teorie absolutních výhod a vytváří novou teorii komparativních výhod. Tímto dílem dokazuje, že možnosti mezinárodního obchodu jsou větší, než popsal Smith. Teorie se liší tím, že mezinárodní obchod může mít oboustranné výhody i v případě, že jedna ze zemí nemá absolutní výhodu. (Fojtíková, 2009)

V rámci teorie reciproční poptávky se John Stuart Mill věnoval problematice mezinárodního směnného poměru. Podle něj bude mít velikost národních poptávek po dovozu největší vliv na hodnotu mezinárodního poměru. Čím větší a vyspělejší ekonomika, tím větší velikost reciproční poptávky. (Kalínská, 2010)

### **2.2.2 Teorie absolutních výhod**

Již zmíněný Adam Smith, autor této teorie, tvrdí, že země by se měla zaměřit na výrobu takových produktů, jejichž výroba je méně nákladná než v jiných zemích. Do daných zemí bude své výrobky vyvážet, a naopak z nich dovážet produkty, které se ve zmíněných ekonomikách vyrobí nejlevněji. (Kalínská, 2010)

Aby mohl fungovat model absolutních výhod, musí být platné následující podmínky (Varadzin, 2013):

- Existence jednoho výrobního faktoru, kterým je práce. Ta musí být homogenní, mobilní uvnitř země. Také nedochází k migraci pracovních sil.
- Pracovní doba určuje náklady na produkci zboží. Práce představuje fyzický kapitál a určuje jeho hodnotu.
- Je možná pouze plná zaměstnanost, dojde-li k strukturální změně výroby pod vlivem zahraničního obchodu, dojde k znovurozdělení pracovních sil.
- Více vstupů znamená více produkce.
- Technologie jsou neměnné.
- Nedochází k bariérám v zahraničním obchodu a dopravní a transakční náklady jsou nulové.

Tabulka 1: Teorie absolutních výhod

	Česká republika	Nizozemsko
Automobily	2000 j. p.	4000 j. p.
Sýry	4 j. p.	2 j. p.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka zaznamenává zemi Česká republika a Nizozemsko vyrábějící dva druhy výrobků, kterými jsou automobily a sýry. Čísla uvedená v tabulce představují pracovní náročnost, tzn. kolik jednotek práce je potřeba na výrobu jednoho produktu, které jednotlivé země vytvoří během určitého časového období. V České republice je zapotřebí 2000 jednotek práce na výrobu automobilu, zatímco čtyři jednotky práce na výrobu sýru. V Nizozemsku je potřeba, aby na výrobu automobilů bylo použito 4000 jednotek práce a na produkci sýru pouze dvě jednotky.

Na daném příkladu je vidět, že absolutní výhodu má každá z uvedených zemí. Z toho vyplývá, že účast na mezinárodní směně je žádoucí a výhodná. (Gandolfo, 2014)

Aby došlo k využití absolutní výhody v každé zemi, musí Česká republika přestat produkovat sýry a zvýšit výrobu automobilů. V Nizozemsku se naopak přestanou vyrábět automobily, ale bude podpořena vyšší produkce sýrů. Nyní obě země vyrábí to, co dokáží

nejefektivněji a výrobky, které nevyužijí, můžou mezi sebou směňovat v rámci zahraničního obchodu. (Varadzin, 2013)

### 2.2.3 Teorie komparativních výhod

Mezinárodní směna zboží a služeb je ale velice komplikovaná a absolutní výhoda neplatí vždy. Proto se může stát, že dochází ke směně komodit mezi zeměmi, kde jedna ze zemí má vyšší produkci v případě obou komodit. Taková směna je samozřejmě možná a velice výhodná pro obě země, což dokazuje teorie komparativních výhod od Davida Ricarda. (Gandolfo, 2014)

Tabulka 2: Teorie komparativních výhod

	Česká republika	Nizozemsko
Automobily	4	5
Sýry	800	2000

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce se nachází opět dvě země. V tomto případě má Nizozemsko absolutní výhodu jak ve výrobě sýrů, kterých vyprodukuje 2000 za hodinu, tak v případě výroby automobilů, kterých smontuje 5 za hodinu. Naproti tomu Česká republika nemá absolutní výhodu žádnou, sýrů vyrobí za hodinu 800 kusů a automobilů 4 kusy za hodinu. Národní směnný poměr v České republice činí 200 sýrů za 1 automobil, kdežto v Nizozemsku je to 400 sýrů za 1 automobil. V tom případě má Nizozemsko levnější sýry a Česká republika levnější automobily. Za předpokladu, že se mezinárodní směnný poměr ustálil na 300 sýrech za jeden automobil, získají obě ekonomiky. Nizozemsko se vzdá výroby automobilů a zaměří se na výrobu sýrů, kterých může nyní vyprodukovat 4000 kusů. 2000 kusů navíc může směnit za téměř 7 aut. Česká republika se zaměří na výrobu automobilů, kterých vyrobí 8 kusů. Přebytečné 4 kusy směni za 1200 kusů sýrů. (Kalínská, 2010)

## 2.3 Neoklasická škola

*„S postupem času se vyvinuly mnohé teorie a modely, které na klasický model navazují a rozšiřují ho (lépe řečeno ho mění). Primárně se věnují jeho některým omezujícím předpokladům, speciálně konstantním oportunitním nákladům (díky kterým model předpokládá úplnou specializaci) a počtu výrobních faktorů.“ (Štěrbová, 2013)*

### 2.3.1 Heckscherův a Ohlinův model

První a zároveň nejvýznamnější teorií neoklasické školy je Heckscherův a Ohlinův model, nazýván rovněž H-O model. Ten navazuje na teorii komparativních výhod a rozšiřuje ji o další výrobní faktor – kapitál. Aby mohl model tímto způsobem fungovat, musí splňovat následující předpoklady (Kalínská, 2010):

- výrobky lze dělit na kapitálově a pracovní náročné,
- vybavenost zemí výrobními faktory je odlišná,
- pohyblivost těchto faktorů mezi jednotlivými zeměmi je omezená,
- všechny země mají pevně stanoveny výrobní technologie a nelze práci nahrazovat kapitálem a naopak.

Základní myšlenkou modelu je, že země by se měly diferenciovat dvěma směry, jedna skupina zemí bude vyrábět kapitálově náročné výrobky a druhá pracovní náročné výrobky. K zaměření dojde podle své vybavenosti jednotlivými faktory, tudíž země lépe vybavená kapitálem se zaměří na kapitálově náročné výrobky, protože ji to vyjde mnohem levněji. Země lépe vybavená prací se zaměří na výrobu pracovní náročných výrobků. (Kalínská, 2010)

Logika H-O modelu je následující. Rozdílná vybavenost produkčními faktory v různých zemích má za následek odlišné ceny těchto faktorů. Pokud mají země stejné technologie, vede to k odlišné ceně vyrobeného zboží. V důsledku toho lze stanovit komparativní výhody zboží podle potřeby výrobních faktorů nutných k výrobě. Tím vzniká specializace, která má za důsledek zvýšení celkové spotřeby obou ekonomik a vyrovnání jejich relativních cen. (Varadzin, 2013)

H-O model se setkal s kritikou právě díky existenci zjednodušujících předpokladů. Především lze vyrobit v jedné zemi výrobek za pomoci práce, kdežto v druhé zemi ten samý výrobek za pomoci kapitálu. Nereálný je předpoklad, podle kterého je omezená možnost přemísťovat výrobní faktory. Ve skutečnosti právě kapitál jako výrobní faktor nemá téměř žádné překážky dovozu. (Kalínská, 2010)

### 2.3.2 Teorie navazující na H-O model

Na H-O model navazuje Rybczynského teorém o změně relativní vybavenosti. Zabývá se situací, kdy v ekonomice dojde ke změně nabídky jednoho z výrobních faktorů. (Štěrbová,

2013) Dojde-li ke zvýšení kapitálu země, vzroste rovněž důchod. Daný přírůstek se rozdělí mezi pracovní sílu a kapitál. Nabídka kapitálově náročnějšího zboží vzroste a nabídka pracovně náročného zboží klesne, neboť se stane dražším. V případě, že je daná ekonomika kapitálově bohatší, dojde ke zvýšení exportu a růstu poptávky po importu. U země s nižší vybaveností kapitálu dojde ke snížení exportní poptávky. Dochází tedy ke změně v zastoupení jednotlivých produktivních faktorů. (Varadzin, 2013)

Další navazující teorií je Teorém o vyrovnávání cen výrobních faktorů od Paula Samuelsona. Někdy se také hovoří o Heckscher-Ohlinově-Samuelsonově teorému. (Varadzin, 2013) Teorém se zabývá vlivem mezinárodního obchodu na ceny. Důležitou myšlenkou teorému je, že mezinárodní obchod povede k vyrovnání rozdílů národních cen výrobních faktorů v případě, že jsou dodrženy všechny předpoklady H-O modelu. Pokud je v dané zemi určitý výrobní faktor dražší, po zapojení do mezinárodního obchodu se jeho cena sníží a naopak. (Štěrbová, 2013)

Samuelson je spoluautorem teorému, který se nazývá Stolper-Samuelsonův teorém o změně světových cen. Ten se zabývá situací, za které dojde ke změně mezinárodní tržní ceny výrobního faktoru. To znamená, že pokud by došlo ke zvýšení ceny kapitálově náročné komodity, výrobci se budou snažit o zvýšení výroby. Z toho plyne, že se zvýší poptávka po kapitálu a dojde k růstu ceny výrobního faktoru. V případě vlastníků kapitálu, bude docházet k nárůstu jejich příjmů, naproti tomu u vlastníků práce se bude situace vyvíjet podle toho, zda se jedná o zemi zaměřující se na pracovně náročné výrobky. V tom případě dojde k poklesu domácí produkce i dovozu. Pokud se zaměřuje na kapitálově náročné výrobky, dojde ke zvýšení objemu i ceny výrobků. (Kalínská, 2010)

Nejvýznamnějším problémem Heckscher-Ohlinova modelu se ukazuje jeho empirické testování. Byl to americký ekonom ruského původu V. Leontějev, kdo roku 1953 pomocí rozboru amerického obchodu dokázal, že empirické testování nepotvrdilo některé závěry modelu. Tím vznikla teorie nazývaná Leontějevův paradox, která poukazuje na nutnost brát v úvahu rovněž kvalitu faktorů. (Varadzin, 2013)

Leontějev chtěl ve své práci potvrdit, že Spojené státy, které jsou lépe vybaveny kapitálem, vyvázejí kapitálově náročné výrobky. Došel k opačnému výsledku a vysvětloval jej tím, že USA by měly být považovány za lépe vybavené prací, jelikož je jejich pracovní síla třikrát



produktivnější než v jiných zemích, kdežto v produktivitě kapitálu takové rozdíly nejsou.  
(Varadzin, 2013)

## **3 Zahraniční obchod České republiky**

### **3.1 Vývoj zahraničního obchodu ČR**

Zahraniční obchod České republiky lze vývojově rozdělit na tři základní období, kterými jsou poválečný vývoj v době socialistické republiky, období transformace a vývoj po vstupu České republiky do EU.

#### **3.1.1 Období po 2. světové válce, 1945–1989**

Roku 1945 došlo k obnovení Československa (ČSR), tím vznikl stát, který měl zohledňovat zájmy dvou národů – Čechů a Slováků. Tehdejší vláda vydala tzv. Košický vládní program, který vytvořil základ nového politického uspořádání. Dokument obsahoval rovnoprávné postavení Čechů a Slováků, reformu politického systému, zákaz pravicových stran a provedení pozemkové reformy. Docházelo tudíž ke konfiskaci půdy a majetku, které náležely tzv. zrádcům. Došlo ke znárodnění dolů, bank, pojišťoven a veškerých klíčových průmyslových podniků, které měly nad 500 zaměstnanců. K největšímu budování režimu docházelo po roce 1948 a trval přes 40 let do roku 1989. (Fojtíková, 2009)

V této době byla v Československé socialistické republice (dále jen ČSSR) centrálně řízená ekonomika a jejím základním nástrojem se stal národohospodářský plán po vzoru Sovětského svazu (dále jen SSSR). První plán, který byl přijat, byl dvouletý a jeho smyslem bylo obnovení a rekonstrukce poválečné ekonomiky. Následně byly přijímány plány pětileté, kterých bylo vyhlášeno celkem osm. Plány se zaměřovaly především na strojírenský a těžký průmysl. Pětiletky ale zemi přinesly hlavně zadluženost a ústup podílu na světovém obchodě. (Fojtíková, 2009)

Podle představ komunistické strany měl zahraniční obchod prodělat veliké změny. Největším zahraničním spojencem a partnerem se stal SSSR. Ten výrazně ovlivnil podobu mezinárodních smluv, které po válce ČSSR uzavírala s jednotlivými státy. (Bureš, 2018)

Zahraniční obchod ČSSR byl teritoriálně orientovaný na trhy států Rady vzájemné hospodářské pomoci (dále jen RVHP), tyto trhy měly velmi zkreslené nákladové, cenové i kurzové relace. Způsob placení se zde uskutečňoval na bázi clearingů, jejíž zúčtovací jednotkou byl rubl. RVHP tudíž fungovala jako velký, ale světově uzavřený trh. (Jandová, 2006)

Zahraniční obchod byl v ČSSR jedním z šesti základních pilířů, které vytvářely ekonomické vztahy. Podle Nyrkyna (1988) plnil zahraniční obchod čtyři základní funkce, jež se vzájemně doplňovaly a navazovaly na sebe (Fojtíková, 2009):

- funkce ekonomicko-racionalizační,
- funkce transformační,
- funkce transmisní,
- funkce sortimentní.

Ekonomicko-racionalizační funkce představovala činitele ekonomie času a efektivnosti výroby. Zabývala se tudíž výhodami plynoucími z mezinárodní dělby práce, specializace, sériovosti a optimálního rozsahu výroby. Sledovala výhody rozdílných nákladových relací a srovnávala je se světovými nákladovými relacemi. Danou funkci vykonával československý zahraniční obchod od konce 40. let pomocí RVHP.

Transformační funkce spočívala v tom, že nově vyrobené užitné hodnoty byly doplňovány užitnými hodnotami ze zahraničí a ty byly hrazeny užitnými hodnotami vyrobenými v národní ekonomice. Každý člen RVHP měl svou specializaci, pro ČSSR jí byl těžký průmysl i přesto, že nemělo příliš vhodné podmínky. Těžký průmysl byl zaměřen převážně na výrobu oceli, železa a těžkých strojů, ale pro ČSSR byl energeticky a dopravně náročný a devastoval životní prostředí.

Transmisní funkce byla spojena s možnostmi získávat ze zahraničí nejnovější poznatky, které se týkaly vědy a techniky. V rámci RVHP docházelo k bezplatnému poskytování vědecko-technických poznatků. Co se týče nesocialistických zemí, funkce byla výrazně tlumena, neboť bylo vyhlášeno embargo na vývozy do ČSSR a dalších socialistických států.

Sortimentní funkce vyplývala z přeměny vyrobeného produktového sortimentu v sortiment spotřebitelský. Ten byl ve skutečnosti nedostačující a měl za vznik tzv. podpultový prodej.

Zatímco v ČSSR byl zahraniční obchod na ústupu, z pohledu světové ekonomiky docházelo v padesátých a šedesátých letech k vysokému nárůstu zahraničního obchodu. Příčinou byla tendence k mezinárodní dělbě práce. Růst pokračoval do roku 1980, kdy došlo k útlumu. Ekonomické postavení zemí s centrálně plánovanou ekonomikou se vůči vyspělým zemím zahraničního obchodu nezlepšilo, ale ani výrazně nezhoršilo. Naopak je předběhly země

rozvojové, což bylo nezvratným důkazem, že státy RVHP nedostatečně využívaly mezinárodní dělbu práce. (Varadzin, 2013)

### **3.1.2 Období ekonomické transformace, 1990–2004**

Základním znakem ekonomické transformace byl přechod centrálně plánované ekonomiky k tržní ekonomice. V Československu docházelo k privatizaci, která měla za následek vznik nových českých obchodních skupin. Na trh začaly vstupovat zahraniční obchodní řetězce, které přebíraly část bývalých státních podniků a budovaly své prodejny. S příchodem zahraničních firem se začaly prosazovat obecné vývojové trendy v obchodě, jako například: růst počtu prodejen, modernizace, nové formy prodeje. Pro tuzemské obchodníky a družstevní prodejny začalo být složité prosadit se na československém trhu. (Bureš, 2018)

V letech 1990–1992 za existence ČSFR vyhlásila vláda Programové prohlášení, které obsahovalo hlavní zásady, jimiž se bude transformace ekonomiky řídit. Důležitý byl rozvoj vztahů s novými zahraničními trhy. Mezi ně patřily sousední země, země Evropského společenství, průmyslově vyspělé státy, ale i rozvojové země. ČSFR se mělo začít zaměřovat na nové regiony, kterými byly americký kontinent a jihovýchodní Asie. Rovněž mělo dojít k přebudování vztahů se Sovětským svazem, který se už nadále nesměl vměšovat do vnitřních záležitostí. Mělo být obnoveno členství v Mezinárodním měnovém fondu a Světové bance. (Fojtíková, 2009)

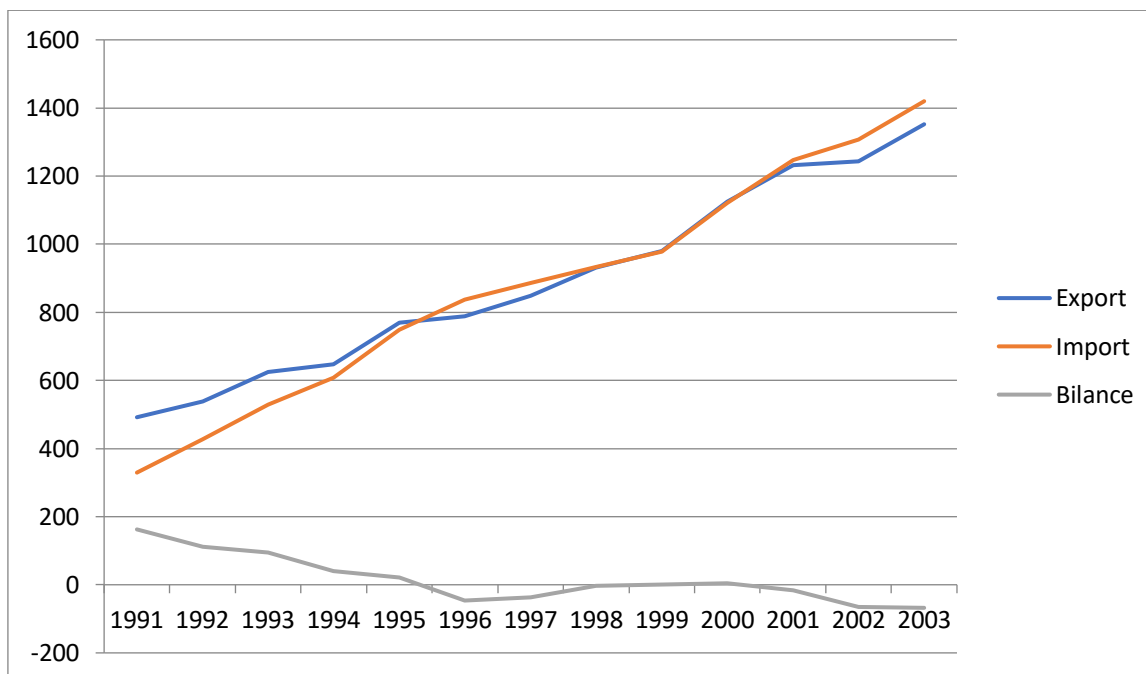
Další změnu pro zahraniční trh přineslo roku 1993 rozdělení Československa na dva samostatné státy. Aby došlo k zachování obchodních vazeb dvou nových států, došlo k podepsání Smlouvy o vytvoření celní unie mezi ČR a SR. Hlavními cíly bylo zajištění volného pohybu zboží a služeb a zabezpečení příznivých podmínek pro rozvoj obchodu celní unie s třetími státy. Smlouva rovněž vymezovala: princip nediskriminace v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví, sjednocení právních norem v oblasti celnictví, licenčního systému a antidumpingových opatření, uplatňování jednotné celní a obchodní politiky vůči třetím zemím. I přes tuto smlouvu docházelo v průběhu let k řadám problémů ze stran obou států, týkaly se především netarifních omezení dovozu. Tyto spory byly vyřešeny až těsně před vstupem do EU. (Fojtíková, 2009)

Následující tabulka a graf vyobrazují vývoj exportu, importu a bilance v letech 1991–2003.

Tabulka 3: Vývoj exportu, importu a bilance 1991–2003 (v mld. Kč)

	Export	Export (%)	Import	Import (%)	Bilance
1991	491,843	-	329,32	-	162,524
1992	538,813	9,55	427,072	29,683	111,741
1993	624,071	15,823	528,504	23,75	95,566
1994	647,726	3,79	607,54	14,955	40,186
1995	769,63	18,82	748,344	23,176	21,287
1996	789,211	2,544	836,473	11,777	-47,261
1997	849,277	7,611	885,303	5,838	-36,027
1998	931,314	9,66	933,932	5,493	-2,618
1999	979,85	5,212	978,995	4,825	0,855
2000	1 124,906	14,804	1 120,995	14,505	3,911
2001	1 231,133	9,443	1 246,929	11,234	-15,796
2002	1 242,460	0,92	1 307,240	4,837	-64,779
2003	1 352,136	8,827	1 419,839	8,613	-67,703

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů (Jandová, 2006)



Obrázek 1: Vývoj exportu, importu a bilance 1991–2003

Zdroj: Vlastní zpracování podle předchozí tabulky

## Vývoj komoditní struktury ZO

Následující tabulka zachytává vývoj podílu jednotlivých skupin SITC na exportu v letech 1991–2003, kde SITC 0-9 znamená: (czso, 2020)

- 0 - potraviny a živá zvířata,
- 1 - nápoje a tabák,
- 2 - suroviny bez paliv.
- 3 - minerální paliva a maziva,
- 4 - živočišné a rostlinné tuky,
- 5 - chemikálie,
- 6 - průmyslové zboží,
- 7 - stroje a dopravní prostředky,
- 8 - různé hotové výrobky,
- 9 - nespecifikováno.

Tabulka 4: Komoditní struktura exportu 1991–2003 (v %)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
0	7,9	8,1	6,5	5,3	5,8	4,0	3,7	3,3	2,9	2,9	2,7	2,5	2,7
1	0,9	0,7	1,2	1,2	1,0	1,0	1,3	1,1	0,9	0,7	0,7	0,7	0,6
2	5,7	6,5	5,9	6,9	6,0	4,9	4,0	3,5	3,8	3,5	3,0	2,8	2,8
3	5,5	5,7	6,3	5,7	5,3	4,5	3,8	3,2	2,9	3,1	3,0	2,9	2,9
4	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
5	9,9	9,2	9,4	10,0	10,4	9,0	8,8	7,7	7,4	7,1	6,4	6,0	5,9
6	28,1	32,3	30,3	30,5	32,4	28,8	26,8	26,5	26,0	25,4	24,3	23,5	23,1
7	30,4	25,4	27,6	25,9	26,3	32,7	37,7	41,3	42,4	44,5	47,4	49,6	50,1
8	11,4	12,0	12,6	14,2	12,6	14,7	13,7	13,2	13,5	12,5	12,2	11,9	11,8
9	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
Σ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (Jandová, 2006)

Z tabulky je patrné, že největší podíl vyváženého zboží zaujímají stroje a dopravní prostředky s rostoucí tendencí. V průběhu let se zvýšily z 30 % na 50 %. Druhou významnou

složku představuje průmyslové zboží, jehož objem naopak klesl z původních 28 % na 22 %. Třetí nejvýznamnější složkou je zboží ze skupiny různé hotové výrobky, jehož vývoz po sledovanou dobu kolísal.

Následující tabulka sleduje vývoj podílu skupin SITC na importu v letech 1991–2003.

Tabulka 5: Komoditní struktura importu 1991–2003 (v %)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
0	6,7	6,2	6,3	6,9	6,5	5,7	5,2	4,9	4,7	4,0	3,9	4,1	4,0
1	1,5	1,4	1,1	1,3	0,9	0,9	1,1	0,9	0,8	0,6	0,5	0,5	0,5
2	7,3	5,9	5,0	4,9	5,0	3,7	3,7	3,9	3,2	3,2	2,9	2,9	2,8
3	24,0	15,6	11,1	10,0	9,4	8,7	8,6	6,5	6,6	9,7	9,1	7,6	7,5
4	0,5	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3
5	10,4	9,9	12,1	13,1	13,2	11,8	12,2	12,1	12,2	11,2	10,9	11,2	11,4
6	9,5	10,4	15,9	16,5	17,9	19,3	19,3	20,9	20,9	20,8	20,2	20,6	20,1
7	32,4	41,1	36,1	35,0	35,6	38,1	38,0	39,4	40,0	40,0	42,2	42,4	42,8
8	7,5	9,3	11,7	11,8	11,1	11,5	11,6	11,0	11,4	10,3	10,1	10,6	10,6
9	0,1	0,0	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Σ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (Jandová, 2006)

Dominantní skupinou dováženého zboží je skupina stroje a dopravní prostředky, která má rovněž rostoucí tendenci. Druhou nejvýznamnější skupinou byla roku 1991 skupina paliva a maziva s 24 %, ale dovoz těchto výrobků klesl do roku 2003 na pouhých 7,5 %. Naproti tomu rostl dovoz průmyslového zboží, které roku 2003 zaujímalo 20 % z celkové produkce oproti původním 9,5 %.

### 3.1.3 Období po vstupu do EU

Česká republika se stala členským státem Evropské Unie 1. května 2004 a současně začala uplatňovat společnou obchodní politiku EU. Ta přinášela zásadní změny, které se týkaly přenesení části zákonodárné iniciativy vlády na Evropskou komisi a rozhodovací pravomoci z parlamentu na Radu EU a Evropský parlament, přistoupení k mezinárodním smlouvám

uzavřeným EU s třetími zeměmi a ukončení takových smluv, které se neslučovaly s členstvím v EU. (Fojtíková, 2009)

Společná obchodní politika začala být tvořena již v době, kdy vzniklo Evropské hospodářské společenství, tím, že se skupina zakládajících zemí dohodla na vytvoření celní unie a následném vytvoření společného trhu. Došlo k odstranění cel a dalších překážek mezi členskými zeměmi a začal být uplatňován jednotný celní sazebník vůči třetím zemím. Dnešním dnem společná obchodní politika zahrnuje (Fojtíková, 2009):

- jednotný celní sazebník s jednotnými tarify, které jsou uplatňovány při dovozu ze třetích zemí,
- mezinárodní obchodní dohody jsou uzavíratelné v rámci společných institucí EU,
- liberalizace světového obchodu je společným cílem,
- společné uplatňování ochranných opatření vůči dumpingovým a subvencovaným dovozům,
- tvorba jednotných pravidel v oblasti preferenčního systému.

Po vstupu do EU začala Česká republika uplatňovat proexportní strategii, která měla za cíl vybudovat pozici ČR na mezinárodním trhu, usnadnění podmínek obchodu, zvýšit vývoz služeb, poskytnout více příležitostí podnikatelům a další. (Svatoš, 2009)

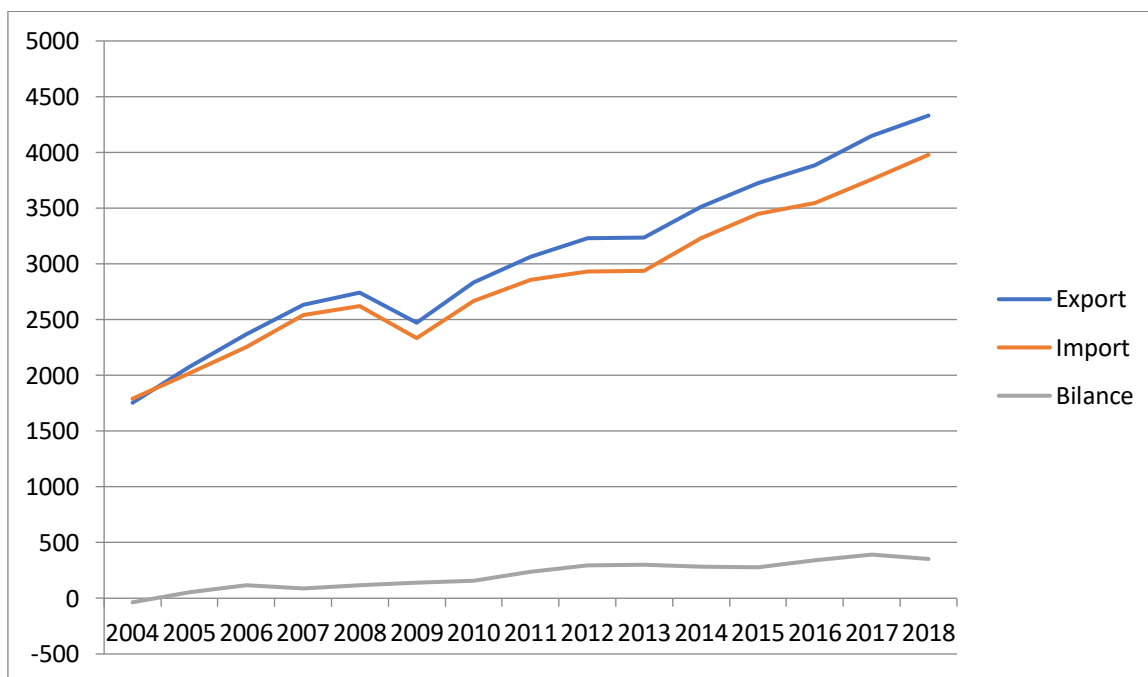
Následující tabulka a graf vyobrazují vývoj exportu, importu a bilance od roku 2004 až do současnosti.



Tabulka 6: Vývoj exportu, importu a bilance 2004–2018 (v mld. Kč)

	Export	Export (%)	Import	Import (%)	Bilance
2004	1 754,017	-	1 790,318	-	-36,3
2005	2 073,370	18,207	2 020,040	12,831	53,33
2006	2 369,674	14,291	2 251,917	11,479	117,757
2007	2 631,006	11,028	2 541,631	12,865	89,375
2008	2 742,195	4,226	2 623,409	3,218	118,786
2009	2 472,736	-9,826	2 334,276	-11,021	138,459
2010	2 835,346	14,664	2 667,601	14,708	157,745
2011	3 065,226	9,166	2 857,041	6,701	238,186
2012	3 227,676	4,279	2 933,080	2,661	294,596
2013	3 233,710	0,187	2 934,986	0,065	298,724
2014	3 513,438	8,65	3 230,082	10,054	283,357
2015	3 724,850	6,017	3 449,161	6,782	275,689
2016	3 886,512	4,34	3 545,523	2,794	340,989
2017	4 147,805	6,723	3 756,191	5,942	391,614
2018	4 330,634	4,408	3 978,866	5,928	351,768

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (czso, 2020)



Obrázek 2: Vývoj exportu, importu a bilance 2004–2018

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z předchozí tabulky

### Vývoj komoditní struktury ZO

V následujících tabulkách je vyobrazen vývoj podílu skupin SITC na exportu a importu v letech 2008–2018.

Tabulka 7: Komoditní struktura exportu 2008–2018 (v %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
0	3,2	3,6	3,0	3,2	3,5	3,7	3,6	3,7	3,6	3,3	3,1
1	0,7	0,8	0,7	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,7
2	2,6	2,7	3,0	2,8	2,8	2,7	2,4	2,2	2,1	2,2	2,2
3	3,4	3,6	3,7	3,8	3,9	3,1	2,7	3,0	1,9	1,8	2,1
4	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
5	6,0	6,3	6,5	6,3	6,2	6,4	6,6	6,2	6,0	6,1	6,2
6	19,5	17,8	17,2	17,6	17,3	17,3	16,5	15,8	15,4	14,9	14,9
7	53,8	53,3	54,6	54,8	54,1	53,9	55,0	55,4	56,3	57,0	58,1
8	10,7	11,8	11,1	10,7	11,1	11,8	11,8	12,3	13,3	13,3	12,3
9	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Σ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (czso, 2020)

Z tabulky je patrné, že nejvýznamnější skupiny mají velice podobný vývoj jako v předešlém období. Podíl skupiny stroje a dopravní prostředky roste. Podíl průmyslového zboží klesá a třetí nejvýznamnější skupina různé hotové výrobky průběžně kolísá.

Tabulka 8: Komoditní struktura importu 2008–2018 (v %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
0	4,4	5,4	4,7	4,6	4,9	5,2	5,0	5,0	5,0	4,6	4,4
1	0,5	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7
2	2,7	2,2	2,7	3,0	2,9	2,8	2,5	2,2	2,1	2,1	2,0
3	10,4	9,2	9,6	10,7	11,1	10,4	8,4	6,6	5,0	5,5	6,1
4	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1
5	10,3	11,2	10,7	10,9	11,1	11,4	11,6	11,2	11,5	11,0	10,9
6	19,7	17,7	17,8	18,2	17,8	17,9	17,6	17,0	16,9	16,8	16,4
7	41,3	41,2	43,4	41,9	41,3	41,0	43,3	45,7	45,8	46,2	47,3
8	10,4	11,9	10,3	9,7	9,7	10,1	10,6	11,1	12,4	12,5	11,7
9	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Σ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (czso, 2020)

Stejně jako v předcházejícím období je v tabulce vidět, že nejvíce se dováží stroje a dopravní prostředky, které do roku 2018 vystoupaly na necelých 50 %. Druhou významnou skupinou je průmyslové zboží, které ale kleslo z původních 20 % na 16 %. Na třetí pozici významného dováženého zboží lze hovořit hned o dvou skupinách, kterými jsou různé hotové výrobky a chemikálie, obojí se pohybuje kolem 11 %.

### 3.2 Komparativní výhody České republiky

Komparativní výhody České republiky lze rozdělit do dvou základních kategorií. První z nich jsou ekonomické podmínky, které jsou velice proměnlivé, jak už vyplývá z kapitoly o vývoji zahraničního obchodu ČR. Představují například počet obyvatel, strukturu a zeměpisnou polohu země. Druhou kategorií představují podmínky přírodní. Ty se dají považovat za vcelku stabilní a neměnné, souvisí s geografickými a demografickými ukazateli. (Fojtíková, 2009)

Komparativní výhody ČR, které vyplývají z ekonomických podmínek, jsou silně ovlivněny hospodářsko-politickými opatřeními vlády, ekonomickým cyklem apod. Výhody, kterými oplývá Česká republika, jsou vysoká úroveň vzdělanosti, kvalifikace pracovní síly, nízká úroveň mezd a platů. Rovněž významné jsou například architektonické a další kulturní památky, které jsou atraktivní pro cizince z celého světa a tím zvyšují cestovní ruch.

Průmyslová výroba dosahuje v České republice velice uspokojivé úrovně, čímž dosahuje další komparativní výhody. (Fojtíková, 2009)

Přestože se přírodní podmínky řadí k poměrně stabilním, Česká republika v nedaleké historii zažila změnu, která měla za následek značnou proměnu komparativních výhod. Tou byl rozpad Československé federativní republiky, která představovala změnu v geografických i demografických podmínkách. Velikou komparativní výhodou ČR představuje její poloha, dále rozmanitý přírodní reliéf, který se skládá z hor, nížin, jezer, lesů, a pestrost fauny a flory. (Fojtíková, 2009)

Česká republika má i své komparativní nevýhody, je jimi například malá geografická rozloha, která souvisí s tím, že se na území nachází pouze v mírném podnebném pásmu, čímž je výrazně limitovaná zemědělská produkce. Surovinová základna není komplexní. Na malé rozloze žije rovněž malé množství obyvatel, tudíž je zde omezená pracovní síla. Nevýhodu plynoucí z ekonomických podmínek představovala v době rozpadu federace i nedostatečná konkurenceschopnost na zahraničních trzích, zanechání spolupráce s východními trhy a nedostatek domácího kapitálu. (Svatoš, 2009)

## 4 Petrof, spol. s r. o.

Tato kapitola představuje společnost PETROF, spol. s r. o. a její postavení na zahraničním trhu, zabývá se komparativními výhodami, jež využívá. Firma disponuje dlouholetou tradicí a zaujímá široké postavení na zahraničním trhu, proto je v kapitole popsáno prostředí jejich nejvýznamnějších trhů.

Údaje v kapitole jsou čerpány z oficiálních stránek společnosti, výročních zpráv, popřípadě byly konzultovány. Konkrétnější informace nebyly firmou poskytnuty. Důvodem je, že některé údaje jsou velice cenné, než aby mohly být veřejně přístupné.

### 4.1 O společnosti

Roku 1864 byl vytvořen první klavír značky Petrof a tím byla založena firma PETROF pojmenována po svém zakladateli Antonínu Petrofovi. Ten proměnil truhlářskou dílnu svého otce na dílnu klavírnickou, která se nacházela na starém městě za katedrálou Sv. Ducha. (Petrof, 2020a)

Nedaleká Rakousko-pruská bitva u Hradce Králové se bohužel podepsala i na firmě a ta byla nucena na nějaký čas přerušit svou výrobu. I přes tuto překážku toho firma do konce 19. století stihla velké množství. Otevřela další pobočky, zahájila vlastní výrobu klávesnic a konstrukci mechanik. A roku 1895 začala vyvážet nástroje do ciziny a založila sklad a servis ve Vídni. (Petrof, 2020a)

Když byla ve vedení druhá generace bratří Petrofů, zaznamenala firma řadu významných okamžiků. Jeden z jejich klavírů získal i následník trůnu František Ferdinand d'Este měsíc před svou smrtí. Následná válka výrazně zpomalila rozvoj firmy, došlo ke snížení počtu jejich zaměstnanců a v září roku 1915 zemřel zakladatel Antonín Petrof. Po válce se však firma dokázala rychle vzpamatovat a započala obchod do nových vzdálených zemí, kterými jsou Japonsko, Čína, Austrálie či státy Jižní Ameriky a Afriky. Nástupcům Antonína Petrofa nechyběla fantazie, vymýšleli stále nové přístroje a nástroje. Jedním z nich byl elektrický přístroj, který uváděl vyrobenou klávesu do nepřetržitého pohybu, čímž mohl být testovaný bezchybný chod klavíru a jeho odolnost. (Petrof, 2020a)

Když se do vedení firmy dostala třetí generace Petrofů, zažívala firma dobu temna z nastávající 2. světové války. Byly zabráný sklady, výroba klavírů a pianin byla změněna na výrobu munice a zaměstnanci odváděni na nucené práce do Německa. Pouze výjimečně byl ilegálně vyhotoven nástroj pro domácí trh. Poválečné období ale znamenalo, že byl veliký zájem o hudební nástroje, které byly za války bombardováním zničeny. Šťastné období trvalo pro rodinu Petrofů pouze do února 1948. (Stehlík, 2004)

Továrna se totiž nacházela na seznamu tzv. prohnilých kapitalistů. Firma byla přepsaná na nového majitele, kterým se stal Jaromír Houdek a původní majitelé byli z firmy postupně vyhnáni. Podnik se transformoval v Československé hudební nástroje, toto období mělo na firmu negativní dopad, protože byla upřednostňována kvantita nad kvalitou, došlo ke zúžení sortimentu a omezil se export do zahraničí. Rodina se navrácí do vedení firmy na konci 80. let a přejmenovává ji zpět na Petrof. (Stehlík, 2004)

Celá firma byla navrácena formou privatizace až roku 1997 díky představiteli čtvrté generace.

Rodina se zadlužila, aby mohla skoupit celý podnik, ten byl toho roku transformován na akciovou společnost Továrna na piana Hradec Králové a od roku 2001 byl navrácen i původní název Petrof s. r. o. (Stehlík, 2004)

Roku 2000 nastoupila do vedení Zuzana Ceralová Petrofová jako vedoucí marketingu a propagace. Následující rok nebyl pro firmu příznivý, jelikož 60 % svého vývozu centralizovala do USA, kde se v tu dobu stala tragédie, při které bylo zničeno Světové obchodní centrum. V roce 2004 byla firma zasažena další krizí, během které výrazně poklesla cena dolaru. Zuzana tedy převzala 77% podíl firmy na sebe a celou firmu sjednotila. V té době bylo propuštěno přes 700 zaměstnanců a veškerá firma byla centralizována do Hradce Králové. V současné době se jedná o firmu, která je největším výrobcem klavírů a pianin v Evropě. Vyváží do více než 65 zemí na 5 kontinentech a za celou svou existenci zde bylo vyrobeno přes 630000 nástrojů. (Petrof, 2020a)

Od roku 2013 v Hradci Králové funguje i muzeum Petrof, kde jsou vystavovány raritní klavíry a piana. Mezi nimi například piano Antonína Petrofa z roku 1869, klavír Motýlek, Polyfon, který hraje za peníze, piano na elektřinu s motorem ze Švýcarska a další. (Petrof, 2020a)

### 4.1.1 Ekonomické údaje

Tato kapitola je zpracována na základě výročních zpráv společnosti Petrof.

Firma Petrof je účetní jednotkou, která vede podvojný účetnictví v zúčtovacím období hospodářský rok od 1. ledna do 31. prosince. Při oceňování majetku a závazků a při účtování o výsledku hospodaření se berou za základ veškeré náklady a výnosy, které se k účetnímu období vztahují bez ohledu na datum jejich placení, rizika, ztráty a znehodnocení, které se týkají majetku a závazků a jsou známy ke dni sestavení účetní závěrky. Dlouhodobý majetek je odepisován rovnoměrně měsíčně po dobu jeho předpokládané životnosti.

Nakupované zásoby oceňuje firma ve skutečných pořizovacích cenách a úbytek zásob je oceňován metodou FIFO. Zásoby vytvořené vlastní činností jsou oceněny vlastními náklady ve skutečné výši nebo podle plánovaných kalkulací. Dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek se oceňuje vlastními náklady, které obsahují přímé náklady na výrobu a nepřímé náklady, které s výrobou souvisejí.

V následující tabulce je vývoj zisku firmy od roku 2012 do roku 2018 a čistý obrat, který je od roku 2015, kdy začal být povinný ve výkazu zisku a ztrát. Společníci si na konci zúčtovacího období nerozdělí ani polovinu zisku mezi sebe a větší část nechávají v nerozděleném zisku minulých let, kde je k dnešnímu dni téměř 200 milionů korun.

Tabulka 9: Zisk a obrat společnosti (v tis. Kč)

Rok	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Zisk	12 456	12 569	8 439	6 732	7 308	8 104	8 989
Obrat	299 508	260 950	240 464	241 440	-	-	-

Zdroj: vlastní zpracování

Většina výnosů je tvořena hlavně zahraničním trhem, v současné době to jsou právě východní trhy jako Čína, Hong Kong, Japonsko. Zde roste zájem o dražší evropské zboží, a právě Petrof má v daných zemích dobré jméno. V rámci Evropy jsou největší prodeje realizovány na trzích v Německu, Rakousku a Francii. Výnosy ze zahraničí za rok 2018 tvořily 222 460 000 Kč, zatímco z České republiky dosahovaly výnosy výšky 19 488 000 Kč

## 4.2 Komparativní výhody společnosti

### 4.2.1 Výroba

Klavíry a pianina značky Petrof jsou výjimečné především tím, že až 80 % výrobku bylo vytvořeno ruční prací. Na jejich výrobě pracují klavírní mistři, intonéři a ladiči, kteří napomáhají značce dosahovat mezinárodního věhlasu.

Firma spoléhá na to nejkvalitnější dřevo, které odpovídá velice přísným požadavkům. Je vybíráno odborníky a dlouholetými dodavateli, kteří jezdí po celé Evropě a vybírají ty nejvhodnější kusy, které se následně využijí pro nejrůznější části výrobku. Tím nejvýznamnějším dřevem, které dělá klavíry a pianina Petrof tak ojedinělá, je smrk, z kterého se vyrábí rezonanční desky, jež představují samotné srdce výrobku. Smrkové dřevo se využívá, protože deska z něj je pružná a nepraská. Pružnost je desce dodávána pomocí speciálních skříní s maximální vlhkostí 5 %, do které je uložena.

Díky mnohaleté historii a zkušenostem pracovníků jsou pro různé části vybírány různé druhy stromů, těmi jsou již zmíněný rezonanční smrk a dále buk, bříza, ořech, topol, lípa, javor, eben, habr, olše a další. Dřeva těchto stromů jsou poté dlouhé měsíce zpřetvářena v komponenty, z kterých jsou sestaveny klavíry a pianina. Používáním dřeva u komponentů, které jiné firmy nahrazují plasty, ctí firma nejen tradici svých předků, ale také si vytváří mimořádnou konkurenční výhodu oproti jiným světově známým značkám.

Společnost Petrof nad jinými firmami ze stejného odvětví vyniká také tím, že si 70 % dílů vyrábí sama. To jí dodává větší příležitost ohlídat si kvalitu svých dílů a možnost ji ovlivnit. Firma si sama vyrábí výjimečné rezonanční desky, kličníky, klávesnice, struny, kovové součásti a další. Dodávány jim jsou například kladívka a mechaniky značky Renner. Další dodavatel vytváří pro Petrof litinové rámy, které jsou ve firmě dále upravovány broušením, vrtáním a lakováním.

Koncový zákazník si potrpí nejenom na kvalitě, ale rovněž touží po tom, aby výrobek, který si pořídí, krásně vypadal. To si Petrof uvědomuje a z tohoto důvodu střídají ruční práci špičkové technologie vytvořené pro speciální potřeby samotné firmy. Například široká škála různých druhů dých je vyráběna tímto způsobem. Klavíry se tvoří k obrazu zákazníka a tudíž se vytváří v mnohých barevných a tvarových variantách. Povrchů existuje spousta druhů,



jsou jimi například: černý a bílý lesk, lesklý ořech, mahagon, buk, olše, nebo jednobarevné šedé. (Petrof, 2020b)

#### **4.2.2 Vývoj a výzkum**

V roce 1954 společnost Petrof založila Oddělení výzkumu a vývoje, jehož prostřednictvím stále zlepšuje kvalitu svých výrobků. Pyšní se svými odborníky, kteří spolupracují s řadou dalších technologických pracovníků. Zkoumají zde hlavně hudební akustiku pian, vibrace, analyzují signály, měří vlastnosti dřeva a kovů atd.

Firma byla jednou z prvních, kdo se mohl chlubit bezodrazovou komorou v České republice. Ta byla zprovozněna roku 1994 v areálu společnosti. Komora se využívá pro akustické měření, aby se dosáhlo co nejlepší kvality zvuku. Stěny komory jsou 30 cm silné a jsou tvořeny železobetonovým monolitem.

Další důležitou komorou, která slouží pro vývoj je klimatotechnologická komora značky Feutron. Zde se zkoumá, jaký vliv má klima na materiálové vlastnosti dřeva, různé povrchové úpravy a pevnost spojů, které jsou slepeny. Každý materiál potřebný k výrobě je vystaven extrémním podmínkám, vysokými teplotami počínaje, enormní vlhkostí konče. Feutron tyto podmínky skvěle simuluje a dokáže urychlit i proces stárnutí. Je tudíž významný pro kontrolu jakosti.

Firma rovněž spolupracuje s odbornými institucemi, kterými jsou Drevářská fakulta Technické univerzity vo Zvolene, fakulta strojní ČVUT v Praze, SUPŠ hudebních nástrojů a nábytku v Hradci Králové, Mendelova Univerzita v Brně, firma zaměřující se na výzkum a vývoj VÚTS Liberec. (Petrof, 2020c)

#### **4.2.3 Certifikáty a ocenění**

Od roku 2007, kdy firma získala certifikát EEX, neboli European Excellence, je dodáván jako pečeť u všech nástrojů. Je to proto, že daný certifikát dokazuje evropský původ a nejvyšší kvalitu použitých nástrojů.

Dále je certifikována podle norem ISO, konkrétně ISO 9001, která specifikuje systém řízení kvality a tím vede k udržení úrovně výrobního procesu a zajišťuje vysokou kvalitu služeb a výrobků. Další normou je ISO 14001. Jejím požadavkem je péče o životní prostředí, především dopady společnosti na něj a snaha o jeho zlepšení.

Petrof během let své činnosti získal i řadu ocenění, která zlepšují povědomí o firmě v rámci celého světa, jsou jimi:

- Czech Superbrands 2015 a 2019, což je cena udělována firmám s vynikající pověstí a je uznávána v 90 zemích světa.
- Stříbrný lukostřelec je cena původně zavedená v Rusku roku 1997, do ČR se dostala roku 2016, aby posilovala rusko-české vztahy. Petrof získal ocenění v kategorii Byznys a obchodní komunikace.
- Český Goodwill je ocenění, které získávají podnikatelé a společnosti, jichž si lidé váží a oceňují udržování tradice českých výrobků, Petrof se umístil na 1. místě v kategorii Tradice.
- České podnikatelské stříbro je cena České televize udílená od roku 2015, kdy ji získal právě Petrof. Ocenění je pro firmy, které odvádí veškeré daně v tuzemsku a šíří dobré jméno českého podnikání do zahraničí.
- Exportér roku 2012 je cena, kterou firma získala poté, co začala svůj prodej směřovat do východních zemí, kterými jsou Rusko, či dokonce Austrálie.

(Petrof, 2020d)

#### **4.2.4 Patenty**

Jedinečnou komparativní výhodou pro firmu jsou patenty. Těch má Petrof velké množství a jsou vedeny v databázi Úřadu průmyslového vlastnictví. O úplně první patent požádal zakladatel Antonín Petrof v roce 1926 a byla jím Elektrická překlápací lampa pro pianina, dnes už je dokument zaniklý. Některé z ojedinělých patentů jsou dnešním dnem již bohužel zaniklé a to: Nosný rám pro pianina, Úderový mechanismus mechanického klavíru, Kovový rám klavíru a způsob jeho zhotovení. Stále platnými patenty jsou (upv, 2020):

- Rezonanční deska piana nebo pianina, r. 2013 - týká se způsobu postavení rezonanční desky ku podkladové liště, která je ze stejného materiálu jako deska a postavení kobyly vůči oběma.
- Zařízení k regulaci napětí v rezonanční desce piana, r. 2013 - toto zařízení reguluje napětí pomocí způsobu umístění šroubu.
- Mechanismus pravého pedálu pianina, r. 2016 - týká se zarážky na pákovém prvku pedálu.

- Klimatizační jednotka pro pianina, r 2019 - udržuje stabilní vlhkost ve skříni piana nebo pianina.

Dalšími patenty jsou různé vzhledy pian, pianin, klavírů, popřípadě jedinečné prvky, které obsahují. Některé z uvedených patentů se nacházejí i na stránkách Evropského patentového úřadu.

#### 4.2.5 Poloha

Firma Petrof sídlí v Hradci Králové v České republice. To pro ni znamená strategickou polohu pro evropský trh. Jak už bylo řečeno, dřevo pro součásti firma bere ze zahraničí, právě z Evropy. A protože výroba se uskutečňuje v Hradci Králové, je to pro ni velice výhodné.

Poloha je ale spojená rovněž s dopravou, následující obrázek ukazuje, jak je na tom infrastruktura v ČR.



Obrázek 3: Infrastruktura ČR

Zdroj: (Ryneš, 2018)

Z obrázku je patrné, že HK nepředstavuje příliš výhodnou polohu, protože dálnicí je spojen pouze s hlavním městem, odtud už se dostane pohodlně téměř kamkoliv, ale v případě dovozu komponentů to znamená velice dlouhý čas převozu. Pokud se vyplní predikce

Ministerstva dopravy, bude už roku 2030 pro dovozce firmy mnohem pohodlnější převážet v rámci, jak ČR, tak i v případě dovozu přes Polsko, kde bude dostaven nový úsek dálnice, nebo dovozu přes Rakousko, které má být spojené novým úsekem dálnice.

Co se Evropy týče následného rozvážení hotových výrobků do celého světa, dá se hovořit jednoznačně o komparativní výhodě. V Evropě se nachází spousta významných přístavů, jako například: Rotterdam, Hamburg, Antverpy a další. A spousta význačných letišť z pohledu nákladní dopravy, kterými jsou ve Frankfurtu nad Mohanem, Paříži, Londýně a Amsterdamu.

#### 4.2.6 Cena

Protože značka se řadí mezi světově populární a prestižní, odvíjí se od toho i její cena. Nachází se ve střední až vyšší střední třídě. Pianina se na českém trhu pohybují v rozmezí od 100 000 Kč do 300 000 Kč. Klavíry se pohybují v rozmezí 600 000 Kč do 2 000 000 Kč. Ceny jsou ročně navyšovány v řádu několika procent. (Gingery, 2016)

Následující tabulka udává cenové postavení firmy Petrof vůči konkurenčním značkám.

Tabulka 10: Cenové rozpětí značek

Značka	Cena (\$)
Steinway	72 000-126 000
Yamaha	48 000-105 000
Bösendorfer	48 000-105 000
Petrof	30 000-90 000
Baldwin	35 000-37 000
Boston	35 000-45 000

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (Gingery, 2016)

#### 4.2.7 Obchodní metoda

Petrof se specializuje na nepřímou obchodní metodu a využívá při tom mezičlánků, kterými jsou dealeri a distributoři. Využívá nepřímou distribuci z toho důvodu, že jeho zákazníci jsou především zahraniční trhy. V roce 2018 tvořily výnosy z České republiky pouze 8 %. V zahraničí má tedy rozsáhlou síť dealerů. Celkem využívá tři typy distribučních cest:

1. Firma – dealeři – zákazníci. Jedná se o typ distribuční cesty, který je využíván hlavně v Evropských zemích, konkrétně v Německu, Rakousku nebo ve Velké Británii. Firma dealerům poskytuje propagační materiály v podobě katalogů, ceníků, plakátů, video prezentací nebo fotek.
2. Firma – distributor – dealeři – zákazníci. Tento typ distribuce je uplatňován na vzdálených zahraničních trzích v Číně, Japonsku, USA nebo Austrálii. Petrof svým distributorům poskytuje grafické podklady, podle kterých mohou vytvořit své vlastní propagační materiály, nebo jim je zhotovené poskytnoute.
3. Firma – agent/distributor – dealeři – zákazníci. Tato distribuční cesta je využívána v Rusku. Agentům nebo distributorům jsou opět poskytnuty podklady pro tvorbu vlastních propagačních materiálů, a navíc je Petrof podporuje finančně při pořádání eventů a dalších akcí.

## 4.3 Prostředí na klíčových trzích

### 4.3.1 Čína

Čínská lidová republika je s 1,4 mld. obyvatel nejlidnatější zemí světa. Její hrubý domácí produkt (dále HDP) je 14 342,9 mld. USD a jeho meziroční růst byl roku 2019 6,1 %. V posledních letech ale zpomaluje a nedosáhne svého původního cíle (zdvojnásobit HDP r. 2020 oproti r. 2010). Důvodem je hlavně virová pandemie letošního roku. Nezaměstnanost byla v roce 2019 přes 5 %, ale léta předtím se držela hodnoty kolem 4 %. Rovněž inflace r. 2019 výrazně stoupla na 4,5 %, v dřívější letech se pohybovala v rozmezí od 1,5 % do 2 %. (BusinessInfo, 2019a)

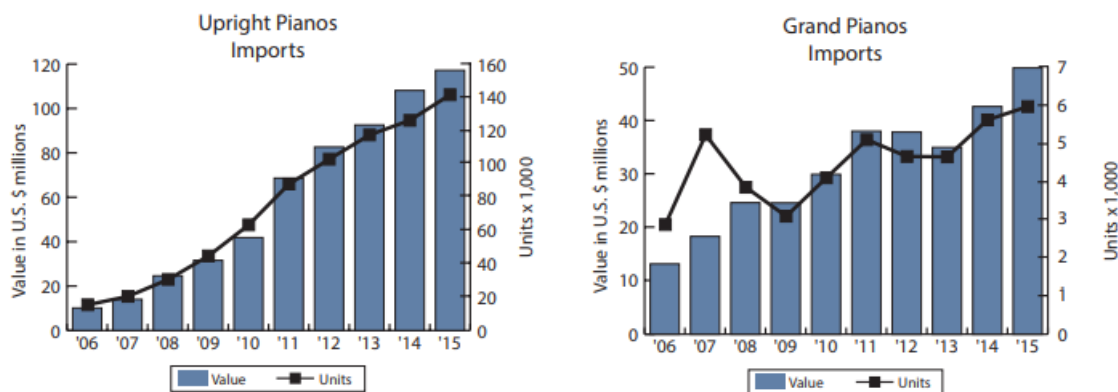
ČLR představuje pro ČR druhého největšího obchodního partnera. Následující tabulka zachytává vzájemnou obchodní výměnu mezi zeměmi za posledních pět let. Z tabulky je patrné, že export z ČR do Číny a rovněž import z Číny do ČR mají tendenci stoupat. Saldo v neprospěch ČR je dlouhodobým jevem nejenom pro ČR, ale i pro jiné země v rámci vztahů s ČLR.

Tabulka 11: Zahraniční obchod mezi ČR a ČLR

	Export do ČLR (mld. EUR)	Import do ČR (mld. EUR)	Obrat (mld. EUR)	Saldo (mld. EUR)
2015	1,669	17,041	18,71	-15,372
2016	1,734	15,971	17,705	-14,237
2017	2,137	18,076	20,213	-15,939
2018	2,189	22,130	24,319	-19,941
2019	2,205	23,989	26,194	-21,784

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (BusinessInfo, 2019b)

Nejvyváženější skupinou komoditní struktury SITC českého vývozu za předešlý rok je 7 stroje a dopravní prostředky s hodnotou 1 227,715 milionů. Na druhém místě je skupina 8 různé hotové výrobky, pod kterou spadají rovněž klavíry a piana. Ve výčtu nejperspektivnějších položek českého exportu Ministerstva zahraničních věcí ČR se nachází klavíry, piana a jiné strunné nástroje s klaviaturou. (BusinessInfo, 2019b)



Obrázek 4: Čína – objem importu pian a klavírů

Zdroj: (The NAMM, 2016)

Předešlé dva grafy zaznamenávají údaje dovozu pian (vlevo) a klavírů (vpravo) do Číny. Import pian a klavírů je rostoucího charakteru, výjimku tvoří rok 2009, kdy byl celý svět zasažen velkou hospodářskou krizí. V roce 2006 se importovalo do Číny přes 10 000 ks pian a mírně přes 1 000 ks klavírů, v roce 2015 už to bylo 160 000 ks pian a 70 000 ks klavírů.

### Petrof v Číně

Společnost Petrof má v Číně dva distributory. Prvním z nich je HAILUN PINAO Co., Ltd., který je pro celou zemi s výjimkou oblasti Peking. Dalším je FUDA Music, který je distributorem pro Peking. V Šanghaji má firma i svou reprezentativní kancelář. (Petrof, 2020e)

Komparativní výhodou pro českou firmu je především to, že Číňané upřednostňují evropské výrobky nad těmi tuzemskými, protože podle nich představují vyšší třídu kvality.

### 4.3.2 Německo

Spolková republika Německo je zemí EU a obývá ji celkem 83,1 mil. lidí, díky čemuž je nejlidnatějším státem EU. HDP Německa bylo v roce 2019 3 845,6 mld. EUR, jeho růst v posledních letech klesá. Podle prognózy dojde v roce 2020 až k 6% snížení, ekonomika se ale rychle vzpamatuje a dojde k růstu. Aktuální snížení má za následek koronavirová krize prvního čtvrtletí roku 2020. Míra nezaměstnanosti se v posledních letech pohybuje stabilně okolo 3 %. Míra inflace v Německu už dlouhá léta nepřesáhla 2 %, r. 2019 to bylo 1,4 %. (BusinessInfo, 2019c)

SRN představuje pro Českou republiku jednoho z nejdůležitějších evropských obchodních partnerů. ČR je pro Německo 10. nejvýznamnějším obchodním partnerem. Následující tabulka zaznamenává ZO zmíněných zemí za posledních pět let. Dovoz ze SRN do ČR se stejně jako vývoz z ČR do SRN zvyšuje, jejich vzájemné saldo se rychle navyšuje.

Tabulka 12: Zahraniční obchod mezi ČR a SRN

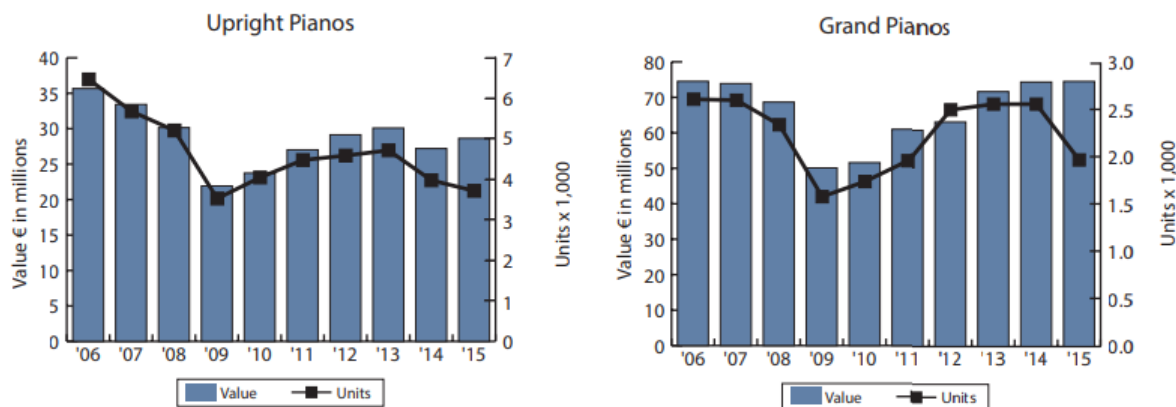
	Export do SRN (mld. EUR)	Import do ČR (mld. EUR)	Obrat (mld. EUR)	Saldo (mld. EUR)
2015	45,756	33,040	78,796	12,716
2016	47,597	34,182	81,779	13,415
2017	52,446	36,883	89,329	15,563
2018	55,617	39,271	94,888	16,346
2019	56,455	39,166	95,621	17,289

Zdroj: Vlastní zpracování na základě (BusinessInfo, 2019d)

Nejvýznamnější položky českého vývozu jsou ze skupiny SITC 7 stroje a dopravní prostředky. Dalšími velice významnými složkami jsou 6 průmyslové zboží a 8 různé hotové výrobky. (BusinessInfo, 2019d)

Následující dva grafy představují objem domácí produkce pian (vlevo) a klavírů (vpravo) v Německu.





Obrázek 5: Prodej pian a klavírů v Německu

Zdroj: (The NAMM, 2016)

V případě Německa NAMM nesleduje import nebo export pianin do země, ale domácí produkci. Je to proto, že v Německu je široká základna výrobců a ti představují v zemi mnohem větší složku prodaných pianin. Kromě velké hospodářské krize roku 2009 je daný trh velice stabilní.

### Petřof v Německu

I přesto, že německý trh s pianiny je vcelku naplněn a pochází odtud významné značky jako C.Bechstein, Blüthner nebo Seiler, je Německo nejvýznamnějším evropským trhem pro Petřof. Má zde širokou řadu dealerů, pro zajímavost: Piano Fröhlich – Klavierfachgeschäft, Haus de Klaviere Gottschling, Piano Rehwaldt, Pfeiffer Pianos a mnoho dalších. (Petřof, 2020f)

Komparativní výhodou pro Petřof a jeho podnikání v Německu je samozřejmě poloha, jelikož se jedná o sousední státy. Druhou výhodou je cena, protože česká pianina vychází levněji než německá, ale jejich kvalita je přesto srovnatelná.

### 4.3.3 Rusko

Ruská federace je největší stát světa rozléhající se na dvou kontinentech – Evropě a Asii. S celkovým počtem obyvatel 146,78 mil. se řadí až na deváté místo. HDP Ruska bylo v roce 2019 1 699,9 mld. USD. Rusko se nachází v roce, který by pro něj byl složitý, i kdyby nebylo pandemie. Může za to fakt, že se jedná o zemi závislou na ceně ropy a plynu, ty ale v posledním období výrazně klesaly. Míra nezaměstnanosti v Rusku v posledních letech klesá, v roce 2019 byla 4,7 %. Inflace se snižuje rychlým tempem, v roce 2015 byla 12,9 %, roku 2019 už pouze 3 %. (BusinessInfo, 2019e)

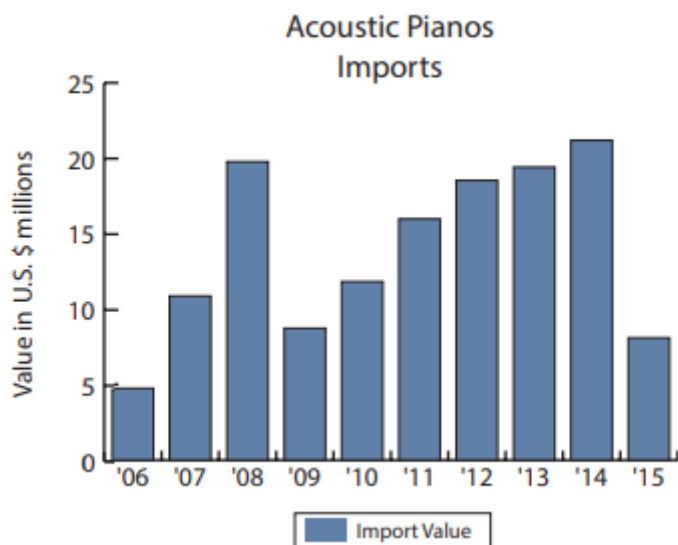
Rusko představuje významný trh pro společnost Petrof, stejně významným je i pro Českou republiku. V tabulce, která navazuje, je vyobrazena vzájemná obchodní výměna mezi ČR a RF v letech 2015–2019. Vzájemný trh s Ruskem představuje drobné výkyvy, například v roce 2016 došlo k poklesu v případě dovozu do ČR i vývozu z ČR.

Tabulka 13: Zahraniční obchod mezi ČR a RF

	Export do RF (mld. USD)	Import do ČR (mld. USD)	Obrat (mld. USD)	Saldo obchodní bilance (mld. USD)
2015	3,209	4,210	7,419	-1,001
2016	3,078	3,428	6,506	-0,350
2017	3,536	4,905	8,441	-1,369
2018	4,125	5,642	9,767	-1,517
2019	4,303	4,969	9,272	-0,666

Zdroj: vlastní zpracování na základě (BusinessInfo, 2019f)

Nejperspektivnější položky českého vývozu do Ruska jsou ze sektorů: automobilový průmysl, civilní letecký průmysl, dopravní průmysl a infrastruktura, důlní, těžební a ropný průmysl, energetický průmysl, chemický průmysl a další. (BusinessInfo, 2019g)



Obrázek 6: Importovaná pianina do Ruska

Zdroj: (The NAMM, 2016)

Z grafu je patrné, že hodnota dovezených pianin do Ruska není příliš vysoká. Po velké hospodářské krizi (2009), kdy hodnota dovezených pianin byla velice nízká, až do roku 2014 vypadalo pro exportéry velice nadějně, že zájem Rusů po pianinech roste, ale poté došlo opět k velkému propadu.

### **Petrof v Rusku**

Na ruském trhu má firma Petrof své agenty nebo distributory. Těmi jsou Slami, Klavirtin LLC., Neva Sound, Co.Ltd., Arietta LLC. (Petrof, 2020g)

Pro podnikání v Rusku je pro jakoukoliv firmu vysoce důležité, aby se zaměřila na lokalizaci a zajištění financování, toho si je Petrof vědom, a proto zvolil takovou obchodní metodu, která se na ruský trh hodí nejvíce. Využívá agentů znalých prostředí, kterým následně poskytuje materiály pro tvorbu propagace, ale více se do ní neangažuje. Navíc své agenty podporuje finančně při pořádání veřejných akcí.

#### 4.3.4 Austrálie

Australské společenství je země s celkovým počtem obyvatel 25,464 mil. Hodnota HDP 1 392,7 mld. v roce 2019 představovala 1,2 % světové ekonomiky. Jedná se o velice rychle rostoucí vyspělou ekonomiku, ačkoliv roku 2019 se růst výrazně zpomalil kvůli dlouhotrvajícímu suchu a jím způsobenými požáry. Míra nezaměstnanosti se v zemi v posledních letech snižuje a je 5 %. Míra inflace se drží na stejné úrovni od 1,5 % do 1,9 %. (BusinessInfo, 2019h)

Trh, který je pro Českou republiku tak vzdálený, ale přesto prospěšný. V rámci obchodních vztahů převažuje vývoz z ČR nad dovozem do ČR, ale ze sloupce se saldem je vidět, že daný rozdíl se od roku 2015 snížil. Vývoz po roce 2015 také klesl, ale nadále se udržuje na stejných hodnotách. Import do ČR byl maximální r. 2018, v ostatních případech je stále velice podobný.

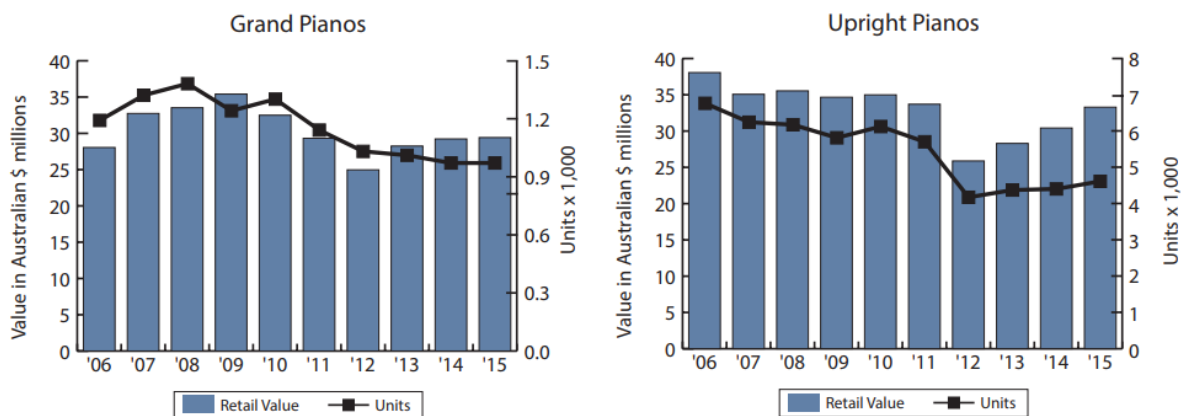
Tabulka 14: Zahraniční obchod mezi ČR a Austrálií

	Export do Austrálie (mil. USD)	Import do ČR (mil. USD)	Obrat (mil. USD)	Saldo (mil. USD)
2015	608,002	154,425	762,427	453,577
2016	429,328	151,661	580,989	277,667
2017	430,243	163,790	594,033	266,453
2018	437,617	197,711	635,328	239,906
2019	436,083	152,578	588,661	283,505

Zdroj: vlastní zpracování na základě (BusinessInfo, 2019i)

Nejvyváženějším zbožím z Česka do Austrálie jsou tyto položky: osobní automobily, motory, koloběžky, kočárky, dřevo, pekařské zboží a další. (BusinessInfo, 2019i) Největší potenciál mají položky z oblasti zemědělského a potravinářského průmyslu, energetického, obranného průmyslu a mimo jiné z oblasti zábavy a volného času. (BusinessInfo, 2019j)

Následující grafy zaznamenávají prodeje klavírů (vlevo) a pian (vpravo) na domácím trhu.



Obrázek 7: Prodej klavírů a pian v Austrálii

Zdroj: (The NAMM, 2016)

Australský životní styl spočívá spíše v trávení času venku, proto není překvapivé, že klavírů a pian, které se v zemi prodají, není mnoho. Pian se prodalo r. 2015 necelých 5 000 kusů a za posledních deset let prodej výrazně klesl. I prodej klavírů se za poslední dobu dost snižuje a v roce 2015 se jich prodalo kolem 900 kusů.

### Petprof v Austrálii

Firma v Austrálii podniká prostřednictvím distributorů z Carlingford Music Centre. Má je i na blízkém Novém Zélandu. Z Austrálie například pochází výrobce pianin Stuart & Sons, který má celkem pouhé tři modely nástrojů. Konkurence tu není moc vysoká. (Petprof, 2020h)

Komparativní výhodou pro Petprof je právě různorodost jejich výrobků, která vychází z dlouhodobého vývoje a roků zlepšování kvality.

### 4.3.5 Spojené státy americké

V USA žije celkem 331 milionů obyvatel. Jedná se o třetí nejlidnatější stát světa a také třetí největší stát světa. HDP země dosahuje výše 21 428 mld. USD, čímž se řadí na první místo na světě. Od roku 2009 americká ekonomika rostla, ale stejně jako jiné země, ji zasáhla koronavirová krize, která měla velký dopad zejména na zaměstnanost. Práci ztratilo přes 20 milionů osob a nezaměstnanost, která byla ještě v loňském roce na 3,5 % stoupla na 14,7 %. Inflace se v posledních letech pohybuje kolem stabilních 2 %. (BusinessInfo, 2019k)

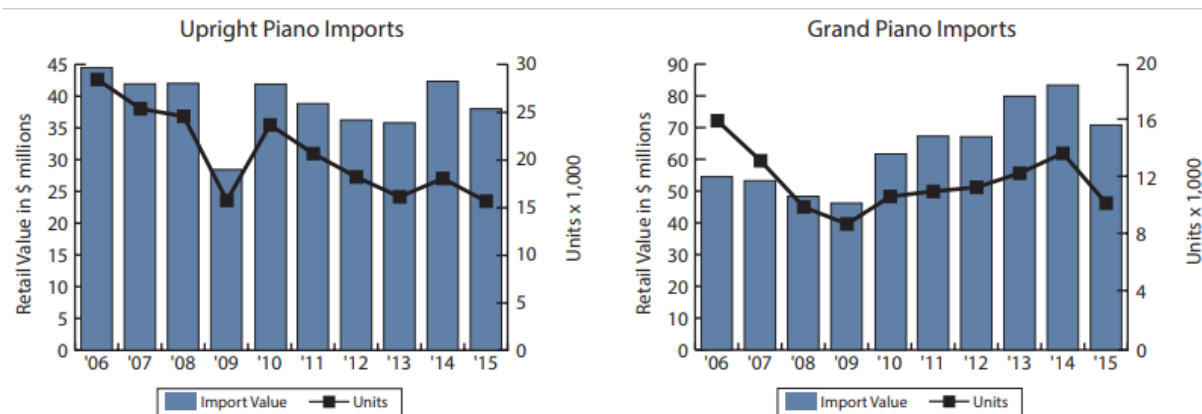
Nejvýznamnější trh světa je významný i pro Českou republiku. Vyjma roku 2016, kdy došlo k poklesu vzájemné obchodní výměny na straně exportu a importu, mají dovoz i vývoz tendenci stoupat. Větší změny lze pozorovat díky sloupci se saldem, kde je vidět, že převyšoval export z ČR, ale nyní se větší množství položek dováží na tuzemský trh.

Tabulka 15: Zahraniční obchod mezi ČR a USA

	Export do USA (mld. USD)	Import do ČR (mld. USD)	Obrat (mld. USD)	Saldo (mld. USD)
2015	3,75	3,33	7,08	0,42
2016	3,53	3,23	6,76	0,3
2017	3,76	3,99	7,75	-0,23
2018	4,18	4,65	8,83	-0,47
2019	4,64	4,72	9,36	-0,82

Zdroj: vlastní zpracování na základě (BusinessInfo, 2019l)

Perspektivními sektory v rámci vzájemného obchodu jsou: civilní letecký průmysl, dopravní průmysl, infrastruktura, energetický průmysl, strojírenský průmysl, zábava a volný čas a další. Aktuálně nejvyváženějšími položkami z ČR do USA jsou motory, pneumatiky, čerpadla, části motorových vozidel, tabule, panely, ovládací stoly, pulty, mikroskopy a další. (BusinessInfo, 2019m)



Obrázek 8: Dovoz pianin do USA

Zdroj: (The NAMM, 2016)

Předešlé dva grafy znázorňují počty dovezených pian (vlevo) a klavírů (vpravo) do USA. Největší pokles byl zaznamenán v roce 2009, kdy svět procházel velkou hospodářskou krizí. V daném roce se do Spojených států dovezlo pouze 15 000 kusů pian a 8 000 kusů klavírů. Následující rok dovoz stoupl, ale poté dovoz pian opět klesal a rok 2015 byl nápadně podobný již zmíněnému roku. Naproti tomu dovoz klavírů léta mírně stoupal, ale v roce 2015 opět došlo k poklesu.

### Petřof v USA

Trh USA je náročným trhem s vysokou konkurencí. Ze Spojených států pochází například nejvýznamnější a finančně nejnáročnější značka světa s dlouholetou historií Steinway & Sons I přesto se tu Petřofu velice daří a firma si zde vybudovala širokou síť distributorů. Například: Petřof U.S.A., LLC, Mozart House Hawaii, Cunningham Pianos, Agent Alaska: South Central Piano Services a další. (Petřof, 2020i)

Důležitou komparativní výhodou, kterou má Petřof oproti významným domácím značkám jako je Steinway & Sons, je jeho cena. Ceny nejdražšího modelu Petřofu a nejdražšího modelu amerického "lídra" se liší až o několik desítek tisíc dolarů.

## Závěr

Cílem bakalářské práce bylo vyhodnotit komparativní výhody České republiky a vybrané tuzemské firmy, která exportuje na zahraniční trh. Byla vybrána společnost PETROF, spol. s r.o. se sídlem v Hradci Králové. Firma byla zvolena proto, že se jedná o významnou českou společnost, která se může pyšnit jak dlouholetou historií, tak širokou škálou trhů, kam uskutečňuje vývoz a v neposlední řadě tím, že její výrobky jsou známkou vysoké kvality.

V práci se podařilo nalézt odpovědi na otázky: Jakými komparativními výhodami firma PETROF spol. s r.o. disponuje? a Dokáže firma PETROF spol. s r.o. využít komparativní výhody v mezinárodním obchodě? Bylo zjištěno a popsáno celkem sedm odlišných komparativních výhod, které vycházejí z historického vývoje, umístění nebo si je utvořila sama firma. Protože zisky PETROF spol. s r.o. jsou tvořeny z 92 % zahraničními trhy, lze s jistotou říci, že firma náležitě využívá své komparativní výhody v mezinárodním obchodě.

Teoretická část práce se dělí celkem na tři hlavní kapitoly. V první kapitole je popsán zahraniční obchod a jeho vývoj od vnitřního obchodu. V druhé kapitole jsou rozepsány hlavní teorie mezinárodního obchodu, jejich vývoj a hlavní představitelé, včetně teorií. Mimo jiné je zde popsána absolutní a komparativní výhoda, které dávají základ této bakalářské práci.

V praktické části je představená firma PETROF, spol. s r.o. a následně jsou popsány její komparativní výhody, kterých je celkem sedm, a je zde poukázáno na to, že některé firma získala především dlouholetou, usilovnou prací, například výhodu ve výzkumu a vývoji, díky kterému má firma spoustu jedinečných prvků a spoustu patentů, které pro ni znamenají také komparativní výhodu. Samozřejmě jsou i výhody, popřípadě nevýhody, které firma ovlivnit výrazně nemůže. V druhé polovině praktické části je představeno pět významných zahraničních trhů, kam společnost vyváží a jsou to Čína, Německo, Rusko, Austrálie a Spojené státy. V každém z daných trhů je popsána ekonomická situace v zemi, poté v číslech znázorněná vzájemná obchodní výměna mezi českým trhem a daným trhem. Následuje graf, který udává představu, jak je na tom v dané zemi trh s hudbninami. V závěru každého zmíněného trhu je popsána společnost Petrof a její působení na daném trhu – domácí konkurence, pobočky a distributoři, které má zde vyjednané. Závěrem je na každém



ze zahraničních trhů komparativní výhoda, kterou Petrof disponuje oproti ostatním podnikům.

## Seznam použité literatury

BUREŠ, Jan. 2018. Image of the Soviet Union in the Third Czechoslovak Republic (1945-1948) as a Pro-Soviet policy instrument. *Politické vedy* [online]. 8-31 [cit. 2020-06-22]. DOI: 10.24040/politickevedy.2018.21.3.8-31. ISSN 13352741. Dostupné z: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/en/archive/2018/3-2018/jan-bures.html>.

BUSINESSINFO. 2019a. Čína: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/cina-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

BUSINESSINFO. 2019b. Čína: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/cina-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>.

BUSINESSINFO. 2019c. Německo: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/nemecko-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

BUSINESSINFO. 2019d. Německo: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/nemecko-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>.

BUSINESSINFO. 2019e. Rusko: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/rusko-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

BUSINESSINFO. 2019f. Rusko: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/rusko-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>.

BUSINESSINFO. 2019g. Rusko: Mapa oborových příležitostí – perspektivní položky českého exportu. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/rusko-mapa-oborovych-prilezitosti-perspektivni-polozky-ceskeho-exportu/>.

BUSINESSINFO. 2019h. Austrálie: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/australie-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

BUSINESSINFO. 2019i. Austrálie: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/australie-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>.

BUSINESSINFO. 2019j. Austrálie: Mapa oborových příležitostí – perspektivní položky českého exportu. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/australie-mapa-oborovych-prilezitosti-perspektivni-polozky-ceskeho-exportu/>.

BUSINESSINFO. 2019k. Spojené státy americké: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spojene-staty-americke-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

BUSINESSINFO. 2019l. Spojené státy americké: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spojene-staty-americke-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>.

BUSINESSINFO. 2019m. Spojené státy americké: Mapa oborových příležitostí – perspektivní položky českého exportu. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spojene-staty-americke-mapa-oborovych-prilezitosti-perspektivni-polozky-ceskeho-exportu/>.

CZSO. 2020. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-05-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>.

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

GANDOLFO, Giancarlo. 2014. *International trade theory and policy*. 2nd ed. Berlin: Springer. ISBN 978-3-642-37313-8.

GINGERY, Adam. 2016. Different Piano Types: An Introduction and Pricing Guide. *MUSIKA* [online]. 7. 7. 2016 [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.musikalessons.com/blog/2016/07/different-piano-types/>.

JANDOVÁ, Monika. 2006. *Vývoj komoditních, teritoriálních a institucionálních aspektů zahraničního obchodu ČR* [online]. Brno [cit. 2020-06-28]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/econ/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-20.pdf>.

KALÍNSKÁ, Emilie. 2010. *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3396-8.

NAMM. 2016. *The 2016 NAMM Global Report* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.namm.org/membership/global-report>.

PETROF. 2020a. Historie. *Petraf* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/historie>.

PETROF. 2020b. Výroba. *Petraf* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/vyroba>.

PETROF. 2020c. Vývoj a výzkum. *Petraf* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/vyvoj-a-vyzkum>.

PETROF. 2020d. Certifikáty a ocenění. *Petraf* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/certifikaty-a-oceneni>.

PETROF. 2020e. Čína. *Petraf* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/cina-cz>.

PETROF. 2020f. Německo. *Petraf* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/nemecko>.

PETROF. 2020g. Rusko. *Petrof* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/rusko>.

PETROF. 2020h. Austrálie. *Petrof* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/australie>.

PETROF. 2020i. USA. *Petrof* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.petrof.cz/usa-pobočka>

RYNEŠ, David, 2018. Česku zbývá dostavět 800 kilometrů dálnic. Ťok to chce stihnout za 12 let. In: *Novinky.cz* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/cesku-zbyva-dostavet-800-kilometru-dalnic-tok-to-chce-stihnout-za-12-let-40264544>.

SOUKUP, Alexandr. 2012. *Mezinárodní ekonomie*. 2., upr. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-392-6.

STEHLÍK, Luboš. 2004. Petrof – Chlouba republiky i mocnářství. *Harmonie: klasická hudba, jazz a world music* [online]. Muzikus, 5. červen 2004 [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.casopisharmonie.cz/rozhovory/petrof-chlouba-republiky-i-mocnarstvi.html>.

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

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

UPV. 2020. *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs.html>

VARADZIN, František. 2013. *Mezinárodní ekonomie: Teorie světového hospodářství*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-116-1.