

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Bakalářská práce

**Determinanty mezinárodního obchodu s alkoholickými
výrobky**

Libuše Bartoňová

© 2015 ČZU v Praze



Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autorka práce:	Libuše Bartoňová
Studijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Provoz a ekonomika
Vedoucí práce:	Ing. Štefan Toth
Garantující pracoviště:	Katedra obchodu a financí
Název práce:	Determinanty mezinárodního obchodu s alkoholickými výrobky
Název anglicky:	Determinants of International Trade with alcoholic products
Cíle práce:	Cílem práce bude stanovení legislativních determinantů, které mají vliv na import a mezinárodní obchod s alkoholickými výrobky.
Metodika:	Případová studie, komparace, deskripce. Metodika zpracování teoretických východisek bude zaměřena na studium zákonných norem, odborné literatury, článků a dalších zdrojů tištěného i elektronického charakteru. Na základě studia budou vybrána adekvátní teoretická východiska, která budou aplikována při zpracování vlastní práce. Vlastní práce bude vycházet z charakteristiky konkrétního podniku a popisu současného stavu řešené problematiky na základě interních materiálů podniku. Pro formulaci problémových oblastí a návrhů jejich řešení bude použita metoda komparace s teoretickými východisky, metoda analýzy a syntézy zjištěných fakt a empirické metody poznání.
Doporučený rozsah práce:	30 - 40 stran
Klíčová slova:	Clo, legislativa, mezinárodní obchod, dovoz, alkohol.

Doporučené zdroje informací:

1. KÁRNÍK, Miroslav. Clo a celní politika od A do Z.1. vydání. Olomouc: Anag, spol. s r.o., 2012. 304 s. ISBN 978-80-7263-779-9.
2. MAČÁT, Václav, SIXTA, Josef. Logistika: Teorie a praxe. 1.vydání. Brno: Computer Press, a.s., 2005. 315 s. ISBN 978-80-251-0573-3.
3. MACHKOVÁ, Hana, ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva, SATO, Alexej A KOLEKTIV. Mezinárodní obchodní operace. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 240 s. ISBN 978-80-247-327-4.
4. SVATOŠ, Miroslav A KOLEKTIV. Zahraniční obchod: Teorie a praxe. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2009. 368 s. ISBN 978-80-247-2708-0.

Předběžný termín obhajoby: 2015/16 ZS - PEF

Elektronicky schváleno: 29. 9. 2014
Ing. Helena Čermáková, Ph.D.
Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno: 11. 11. 2014
Ing. Martin Pelikán, Ph.D.
Děkan

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Determinanty mezinárodního obchodu s alkoholickými výrobky" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 28.11.2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Štěfanu Tothovi za odborné vedení, přínosné podněty a připomínky při psaní této bakalářské práce.

Obsah

1	Úvod	7
2	Cíl práce a metodika	8
2.1	Cíl	8
2.2	Metodika	8
3	Teoretická východiska	9
3.1	Teorie mezinárodního obchodu	9
3.1.1	Determinanty mezinárodního obchodu	9
3.1.2	Vlivy působící na mezinárodní obchod	9
3.1.3	Hlavní ukazatel zahraničního obchodu	10
3.1.4	Inflace	11
3.1.5	Kurzovní změny	12
3.2	Právní předpisy ČR pro dovoz alkoholických nápojů	13
3.2.1	Dopad metyl alkoholové aféry na prodej lihovin	14
3.3	Směrnice EU	15
3.4	Prognózování	17
3.5	Statistická metoda	18
3.5.1	Deduktivní metoda	20
4	Analytická část	22
4.1	Údaje o importu alkoholických nápojů 2011 – 2014 dle zemí	22
4.2	Nejvýznamnější komodity v letech 2011 – 2014	26
4.3	Výsledky prognózování	27
4.3.1	Statistická metoda	27
4.3.2	Deduktivní metoda	30
5	Závěr	31
6	Seznam použitých zdrojů	32
6.1	Tištěné zdroje	32
6.2	Elektronické zdroje	33

1 Úvod

Bakalářská práce s názvem Determinanty mezinárodního obchodu s alkoholickými výrobky se zabývá nástroji ovlivňujícími mezinárodní obchod, jehož význam v posledních letech silně roste. V první části práce je vysvětlen význam a důležitost mezinárodního obchodu, a jsou definovány determinanty a vlivy, které na mezinárodní obchod působí, dále jsou vysvětleny legislativní změny v letech 2010 - 2014 a dopady, které tyto změny vyvolaly na trhu s alkoholickými výrobky. K praktické analýze těchto dopadů bylo uplatněno statistické a deduktivní metody prognózování. Pro vypracování práce bylo čerpáno z odborných knih, dostupných internetových zdrojů, článků, sbírek zákonů a pro praktickou část vyjádření expertů pohybujících se v dané oblasti.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl

Cílem práce bude stanovení vlivu obchodních a legislativních determinantů na budoucí vývoj importu alkoholických výrobků. Po zjištění všech platných norem, které mají vliv, práce zpracovává poznatky prognózování v oblasti obchodu s importovanými alkoholickými výrobky. Výsledkem bude porovnání dvou použitých metod a jejich porovnání se skutečností.

2.2 Metodika

První část literární rešerše uvádí teoretické poznatky, které jsou nutné pro vymezení mezinárodního obchodu, jeho vlivu a definici ukazatelů. Zároveň je zde popsán vliv inflace a vztah závislosti mezinárodního obchodu na kurzovních změnách. Druhá část literární rešerše shrnuje legislativní předpisy ČR a směrnice EU pro dovoz alkoholických výrobků. Následně práce hodnotí dopad metyl alkoholové aféry na prodej lihovin.

Praktickou část práce tvoří prognózování, porovnání uplatnění zákonů a směrnic upravujících procesy pro import alkoholických výrobků a jejich vliv na dovoz. Pro analýzy jsou využity zejména statistické údaje a hodnocení vnějších vlivů prostředí. Práce zahrnuje teoretickou a praktickou část a v obou je využito rozdílných metodik. Teoretická část vychází hlavně ze sekundárních dat, legislativních změny a podmínek pro dovoz alkoholických výrobků. Prognózování je reprezentováno statistickými výkazy, zprávami a výročními zprávami. Tato data jsou zpracována odpovídajícími institucemi, jako je např. Český statistický úřad nebo Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, a následně využita pro vytvoření analýzy. Dalším zdrojem informací důležitým k analyzování a pochopení daného tématu a současné situace na trhu jsou odborné články. V praktické části rozbor statistických dat z Českého statistického úřadu a Ministerstva průmyslu a obchodu a porovnání s expertním prognózováním dle deduktivní metody.

3 Teoretická východiska

Tato kapitola rozebírá hlavní determinanty mezinárodního obchodu se zaměřením na legislativní úpravy obchodu s alkoholickými výrobky. A to jak normy České republiky, tak směrnice a doporučení Evropské Unie. Součástí řešerše je řízený pohovor s experty v oboru obchodu a především importu alkoholických výrobků.

3.1 Teorie mezinárodního obchodu

Příčin pro zapojení země do mezinárodního obchodu existuje mnoho, nejpřirozenější je potřeba směny zboží a služeb. Pro malou otevřenou ekonomiku jako je ta naše, znamená zapojení do mezinárodní směny zásadní existenční součást ekonomiky. Zahraniční obchod je pohybem všech výrobků a služeb, tady import i export dané země, který lze vyjádřit ekonomickými ukazateli. Státy se účastní přeshraniční směny, aby upevnily svou ekonomickou stabilitu a pozici na mezinárodním trhu.

3.1.1 Determinanty mezinárodního obchodu

Ekonomické teorie popisují, proč se země zapojují do mezinárodního obchodu. Determinanty pro účast v mezinárodním obchodě jsou jak nabídkové, tak poptávkové. Mezi determinanty mezinárodního obchodu lze řadit:¹

- rozdílné přírodní a klimatické poměry v různých zemích,
- odlišná vybavenost nerostnými surovinami,
- možnost realizace komparativní výhody,
- rozdílné preference spotřebitelů v daných zemích.
- možnost využití úspor z rozsahu, neboť výrobci nejsou limitováni velikostí, atd.

Směna je vyplývá z předpokladů jednotlivých zemí pro účelnou výrobu odlišných statků. Ty statky, jejichž výroba je neefektivní, pak země směňuje prostřednictvím mezinárodního obchodu. Dalším determinantem je kulturní a ekonomické podhoubí jednotlivých států.

3.1.2 Vlivy působící na mezinárodní obchod

Mezi hlavní vlivy řadíme zejména ty ekonomické a politické, které jsou nerozlučně propleteny. Ekonomické lze dělit na:

¹ FUCHS, K., TULEJA, P.: Základy ekonomie. Stručný průvodce a cvičebnice. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. s.43

- objektivní vlivy,
- subjektivní vlivy.

Objektivní faktory zahrnují polohu země, klimatu a podnebí, stupeň ekonomické vyspělosti, gramotnost obyvatelstva, atd. Výše zmíněné vlivy lze vždy nestranně posoudit u každé země.² Subjektivní vlivy mohou působit do jisté míry na ty objektivní a částečně je měnit. Například státní zásahy jsou příkladem vlivů, které mohou působit jak subjektivně, tak objektivně. Světové obchodní organizace (WTO) právě působí jako brzda těchto vlivů a snaží se stabilizovat mezinárodní obchodní prostředí. Ekonomickou politiku můžeme rozlišovat, mimo jiné, na liberální a protekcionistickou.³

3.1.3 Hlavní ukazatel zahraničního obchodu

Hlavním ukazatelem je podíl zahraničního obchodu na celkové obchodní bilanci země. Tímto lehce získáme a porovnáme postavení naší země v žebříčku mezinárodní směny. Je to suma celkového importu a exportu za dané období, jednotkách měny daného státu.⁴ Český statistický úřad rozděluje a klasifikuje dle systému SITC Standard International Trade Classification (dále jen SITC). Tento systém umožňuje přehlednější statistické údaje mezinárodního obchodu. Je používán Organizací Spojených Národů (OSN). Systém je dělen do pěti úrovní, pod číselnými kódy (jedno až pět čísel). Jednotlivé úrovně klasifikace jsou:

- sekce (jednomístný kód),
- divize (dvoumístný kód),
- skupiny (třímístný kód),
- podskupiny (čtyřmístný kód),
- zboží (pětimístný kód).

Standard International Trade Classification (revize 4 z roku 2006) doporučuje klasifikaci jako analytický nástroj popisu a značení zboží, jež se účastní mezinárodní směny. Světová obchodní organizace (World Trade Organization), zakládá pravidla mezinárodního obchodu prostřednictvím konsenzu mezi jeho členskými státy a řeší mezinárodní obchodní spory mezi členskými státy. Vznikla v roce 1995 jako nástupce Všeobecné dohody o clech a obchodu

² SVATOŠ, M. Zahraniční obchod. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 120-150

³ Tamtéž

⁴ Tamtéž

(GATT). Sídlem organizace je Ženeva, Švýcarsko. Jejím cílem je zjednodušení mezinárodního obchodu a bourání obchodních překážek.

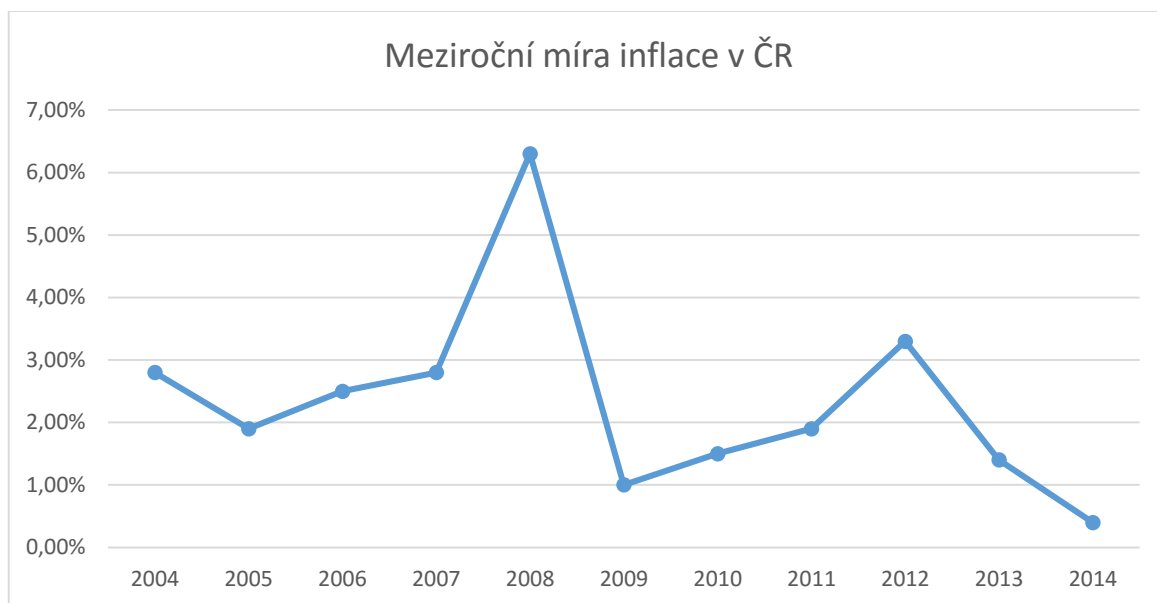
3.1.4 Inflace

Inflační riziko působí převážně uvnitř jednotlivých zemí, ale může se různými způsoby dotýkat i přeshraničního obchodu. Inflace je trvalé zvyšování všeobecné cenové hladiny, měřené cenovými indexy (mimo jiné index spotřebitelských cen). Míra inflace je procentuální změna cenové hladiny v průběhu daného období. Vysoká míra inflace je známkou nevyrovnané ekonomické situace v zemi a pro mezinárodní obchod je jedním z rizik. V konečném důsledku vede inflace ke znehodnocování úspor, snižování kupní síly a nutí k přerozdělování hodnot a cenových relací. Průvodním jevem inflace jsou vyšší úrokové sazby a pohyb kurzů měn. Všechny důsledky, ale nejsou pevně provázány.

Inflační vývoj lze pozorovat ve všech zemích. V současné době je díky protikrizovým opatřením vyspělých zemí a jejich centrálních bank inflace velmi mírná. Naopak v rozvojových zemích je inflace stále důležitý hráč na poli obchodu. Finanční stabilita podniků je nepřímo úměrná míře inflace dané země. Riziko znehodnocení pohledávky je zase přímo úměrné míře inflace, je proto důležité odhadnout tempo inflačního vývoje a počítat s ním jako s rizikovým faktorem. Především růst nákladových položek je pevně spojen s inflací a stěžuje tak plánování nákladů a jejich normování.

V České republice zaznamenáváme nízkou inflaci až téměř deflaci. Proinflačním směrem působí v české ekonomice slabší kurz koruny, opačně pak vývoj cen v zahraničí a počasí. Vývoj cen importu však zpomaluje.

Graf č. 1 Vývoj míry inflace po měsících v letech 2004 až 2014⁵

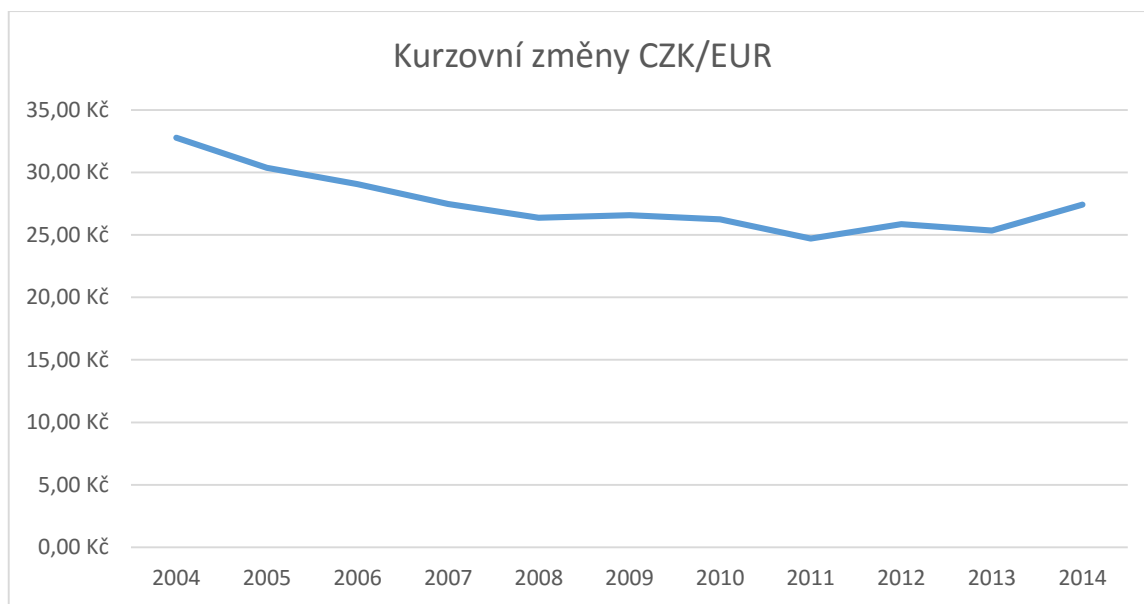


3.1.5 Kurzovní změny

Česká národní banka přistoupila k oslabení české koruny v roce 2013. Reagovala tak na slábnoucí euro, které se vůči domácí měně propadalo díky ekonomické krizi a potížím se zadlužeností zemí Evropské unie. Tímto došlo k oživení exportu, ale dovoz utrpěl, protože podnikatelům okamžitě narostla cena dováženého zboží. Ještě v roce 2013 ČNB potvrdila, že takováto intervence se může opakovat, ale po negativním ohlasu napříč politickým a odborným spektrem, slíbila, že bude držet kurz vůči euru na stabilní výši. Jak můžeme vidět na grafu níže, poslední kurz je 27.53 Kč za euro a na této hranici se drží již poslední rok.

⁵ Graf č.1 Vlastní tvorba. Český statistický úřad. Data stažena z veřejné databáze. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

Graf č.2. Vývoj inflace v letech 2004 až 2014⁶



3.2 Právní předpisy ČR pro dovoz alkoholických nápojů

Legislativní úpravy obchodu s alkoholickými nápoji je pro práci nejdůležitějším determinantem a porovnává jejich reálný vliv a regulaci na obchod s alkoholickými nápoji. Dovážet alkoholické nápoje lze pouze na základě povolení, které vydá místně příslušný celní úřad na základě žadatelem podané žádosti. Podmínkou je, aby byl žadatel registrován k podnikání v České republice. Povolení se uděluje v tzv. povolovacím řízení, jehož účelem je posouzení návrhu žadatele, zda jsou splněny podmínky pro vydání předmětného povolení, a také ověření pravosti údajů v žádosti uvedených.

Součástí povolovacího řízení, které se týká např. přijímání vybraných výrobků oprávněnými příjemci v režimu podmíněného osvobození od daně a daňového zástupce, je rovněž stanovení výše zajištění daně, která je jednou z hlavních podmínek pro vydání povolení. Rozhodnutí o vydání povolení musí mít náležitosti rozhodnutí ve smyslu § 101 daňového řádu⁷ a dále šesti náležitostí požadovaných zákonem o spotřebních daních.

První náležitostí správce daně udává povinnosti nebo nárokuje práva či oznamuje práva a povinnosti zákonným rozhodnutím. V druhém bodě se specifikuje doba, kdy dochází

⁶ Graf č.2 Vlastní tvorba. Databáze kurzů ČNB. Dostupné z :

http://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.STROM_DRILL?p_strid=0&p_lang=CS

⁷ Zákon č.280/2009 Sb.: Zákon daňový řád. SBÍRKA ZÁKONŮ ČESKÉ REPUBLIKY. 2015

k rozhodnutí a to může být buď v okamžiku úkonu doručení, nebo v okamžiku podepsání úřední osobou (pro rozhodnutí, která se nedoručují). Třetí bod charakterizuje příjemce rozhodnutí po právní stránce, a to jako fyzickou nebo právnickou osobu, které je uložena povinnost, nárokováno právo nebo povinnost určená zákonem. Čtvrtou náležitostí je vyloučena možnost uložit stejnou povinnost nebo přiznat stejné právo témuž subjektu ze stejných důvodů víckrát než jednou. Pátou náležitostí je ujasněna povinnost oznámit rozhodnutí všem jeho příjemcům. Účinnost je dána okamžikem oznámení. Poslední bod definuje oznámení rozhodnutí jako doručení nebo jiný způsob vyrozumění příjemce s rozhodnutím.

Po splnění daňové povinnosti je nutné alkoholické nápoje opatřit předepsanou nálepkou. Nálepky může zakoupit pouze osoba, která je registrovaná k dani u příslušného celního úřadu a je držitelem povolení. Nakládání se zbožím je upraveno především v zákoně o povinném značení lihu.

Kolky se objednávají u místně příslušného celního úřadu, kde je nutné podat vyplněnou žádost. Pokud budete chtít kolky vrátit, rovněž je to možné prostřednictvím místně příslušného celního úřadu. Alkoholické nápoje, u kterých byla splněna daňová povinnost, musí být opatřeny předepsanou nálepkou podle zvláštního předpisu. Tyto nálepky smí zakoupit pouze osoba, která je držitelem výše uvedeného povolení a je registrována k dani u příslušného celního úřadu. Nakládání se zbožím podléhajícím spotřební dani je upraveno především zákonem o SPD a nakládání s alkoholickými nápoji zákonem č. 676/2004 Sb., o povinném značení lihu, ve znění pozdějších předpisů. Kolky se objednávají prostřednictvím místně příslušného celního úřadu v nejmenším balení 500 ks, (1ks... 0,40,- Kč), je nutné podat vyplněnou žádost, viz odkaz: povinné značení lihu. Vrácení kontrolních pásek porušených či nespotřebovaných se provádí rovněž přes místně příslušný celní úřad, viz kontakty. Doprava vybraných výrobků zatížených spotřební daní po Společenství je kontrolována systémem EMCS, podrobnosti k registraci a další informace, viz EMCS.

3.2.1 Dopad metyl alkoholové aféry na prodej lihovin

Od 18. dubna roku 2014 všichni podnikatelé, kteří prodávají lihoviny v obchodech i v restauracích musí mít pro tuto činnost koncesi. Tato povinnost vyplývá z novely živnostenského zákona, která byla přijata v důsledku metanolové kauzy. Podnikatelé, kteří dosud lihoviny prodávali, mohli získat koncesi pro prodej lihovin do 17. dubna zdarma. Po

tomto datu získají koncesi pouze za poplatek v hodnotě 500 nebo 1000 korun, podle toho, zda již nějaké živnostenské oprávnění vlastní nebo se bude jednat o jejich první živnostenské oprávnění. Budou-li podnikatelé prodávat lihoviny bez koncese, bude se jednat o neoprávněné podnikání, které lze postihnout pokutou ve správním řízení. V případě podnikání ve větším rozsahu by se mohlo jednat i o trestný čin neoprávněného podnikání.

1. prosince 2013 vstoupil v platnost zákon o povinném značení lihu a úpravy živnostenského zákona. Tento zákon přinesl nové povinnosti pro výrobce, distributory, gastrozařízení a všechna místa, kde se prodává alkohol. Mezi nejvýznamnější změny patří následující.⁸

Definuje rozdělení spotřebitelského balení. Zakazuje nakládat s neoznačeným lihem, pokud se nejedná o některou z výjimek dle množství. Určuje oznamovací povinnost distributora lihu, který je vázán zákonem oznamovat taxativně uvedené informace daňovému správci. Výše uvedené změny znamenají pro přímé prodejce lihovin, jako jsou gastrozařízení a zařízení, kde se prodává alkohol, že nakupovat lihovinu lze jen od registrovaného distributora (vlastník registračního čísla), který složil povinnou kauci 5 mil Kč. Registrační číslo je součástí daňovém dokladu kupujícího. Jednotliví prodejci musí denně zasílat seznam všech prodaných položek (EAN s kusy) spolu s registračním číslem odběratelů. Platí povinnost předložit rodný list a protokol 3b. Nově je každý kolek originál a orgány jej mohou vyhledat dle QR kódu (předcházející kolky jsou stále platnost bez omezení).

Pro velkoobchody je povinná registrace na celním úřadě (čímž získávají registrační číslo). Taktéž skládají kauci 5 mil. Kč (nebo bankovní záruku min na 2 roky, s povinností pravidelného prodlužování). Pokuta za porušení zákona je od 5 do 10 mil. Kč. Oznamovací povinnost vzniká v den prodeje (daňový i nedaňový sklad, včetně přesné identifikace odběratele). Celní úřad takto vidí jednotlivé položky dle EAN a může vyhledávat odběry dle IČO.

3.3 Směrnice EU

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 110/2008 ze dne 15. ledna 2008 o definici, popisu, obchodní úpravě, označování a ochraně zeměpisných označení lihovin a o zrušení nařízení Rady (EHS) č. 1576/89 (viz pozměňovací akty). Následující odstavce jsou parafrází uvedeného nařízení.

⁸ Zákon č.307/2013 Sb.: Zákon o povinném značení lihu. SBÍRKA ZÁKONŮ ČESKÉ REPUBLIKY. 2013

Toto nařízení stanovuje pravidla pro definici, popis, obchodní vztahy, označování lihovin a zeměpisná označení lihovin. Vztahuje se na všechny lihoviny bez ohledu na to, zda jsou vyrobeny v Evropské unii (EU) nebo ve třetích zemích. Lihoviny jsou alkoholické nápoje určené k lidské spotřebě. Podle definice mají určité organoleptické vlastnosti a minimální obsah etanolu 15 % objemových. Lihoviny se vyrábějí buď přímo destilací, macerací, přidáním aromatizujících látek, nebo mísením lihoviny s jinými nápoji, s lihem zemědělského původu nebo s některými destiláty.

Příloha II tohoto nařízení obsahuje seznam lihovin rozdělený do kategorií (rum, destiláty, vodka atd.) Lihoviny splňující podmínky pro výrobu definovaných kategorií 1 až 46 používají popis uvedený v příloze II. Naopak pro ty lihoviny, které tuto definici nesplňují, užívají v popisu obchodní označení „lihovina“. Lihovina, kterou lze na základě podmínek v příloze zařadit do více kategorií, může používat všech označení. Obchodní značení lze doplnit zeměpisným názvem nebo jej tímto plně nahradit a to jen v případě, že takový název nebude mást spotřebitele. Obecná pravidla týkající se obchodní úpravy a označování potravin se vztahují také na lihoviny. Toto nařízení však stanoví i zvláštní pravidla pro popis, obchodní úpravu a označování lihovin. Pokud popisu obsahuje výrobní surovinu lihu zemědělského původu, musí být takto vyrobený líh uveden v pořadí od nejvíce po nejméně zastoupeného druhu lihu. Popis „směska“, „směšování“ nebo „smíšeno“ lze použít, pokud byla výsledná lihovina směšováním lihovin stejné kategorie. Tyto nápoje se mezi sebou liší jenom nepatrnými rozdíly ve složení, které jsou způsobeny výrobním procesem, destilační aparaturou, časem zrání popřípadě stárnutí či původem. Dobu zrání nebo stáří lze uvést v popisu, obchodní úpravě nebo označení lihoviny uvedeny pouze ve vztahu k nejmladší alkoholové složce, a to pouze když lihovina zrála pod finančním nebo dohledem zaručujícím rovnocenné záruky. Uzávěry nádob s lihovinami nesmí obsahovat prvky olova. Údaje musí být uvedeny v jednom nebo více úředních jazycích Evropské unie tak, aby nebyl koncový spotřebitel uváděn v omyl a snadněji popisu a informacím porozuměl. Zeměpisná označení slouží především k označení místa původu, ale v některých případech také nesou určité jakostní předpoklady.

Žádost o zápis zeměpisného označení podává příslušný členský stát nebo třetí země Komisi. Žádost musí zahrnovat technickou dokumentaci, která musí obsahovat tyto informace⁹:

- název a kategorii lihoviny včetně zeměpisného označení;
- popis lihoviny;
- definici příslušné zeměpisné oblasti;
- popis metody získání lihoviny;
- údaje potvrzující souvislost se zeměpisným prostředím nebo zeměpisným původem;
- další požadavky podle celostátních nebo regionálních předpisů nebo podle předpisů Společenství;
- jméno a kontaktní adresu žadatele;
- jakýkoli doplněk zeměpisného označení a/nebo jakékoli zvláštní pravidlo pro označování.

Do dvanácti měsíců ode dne podání žádosti Komise ověří všechny podmínky stanovené tímto nařízením, než technickou dokumentaci zveřejní v Úředním věstníku Evropské unie. Do šesti měsíců ode dne zveřejnění technické dokumentace může každá fyzická nebo právnická osoba mající oprávněný zájem vznést námitky proti zapsání zeměpisného označení. Komise může zrušit zápis zeměpisného označení, pokud už lihovina nemá vlastnosti uvedené v technické dokumentaci provázející žádost o zápis zeměpisného označení.

3.4 Prognózování

Prognózování je součástí každé větší organizace. Vedení má přehled o současné nabídce a poptávce na trhu i o jejím pravděpodobném vývoji. Prognózy jim umožňují připravit se na vývoj a upravit firemní procesy. Interní plánování vychází z prognóz.¹⁰ Pro prognózování existuje mnoho metod. Spolehlivost a přesnost závisí na kvalitě vstupních informací, které firmy získávají nejčastěji pomocí marketingového výzkumu. Jedná se o

⁹ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 110/2008 ze dne 15. ledna 2008 o definici, popisu, obchodní úpravě, označování a ochraně zeměpisných označení lihovin a o zrušení nařízení Rady (EHS) č. 1576/89

podpůrný nástroj manažerského rozhodování. Mezi metody obecně používané pro prognózování patří podle Koontze H. a Weihricha H. tyto:¹¹

Metoda vedoucího názoru – využívá pouze zkušeností manažerů, kteří uveřejní své odhady. Z uvedených předpovědí se vytvoří jakýsi průměr, který je brán jako budoucí vývoj.

Metoda skládání názorů – zde manažeři posbírají prognózy zaměstnanců – odborníků, kteří se pohybují nejbližší trhu a rozumí jeho trendům. Výsledkem je souhrnná zpráva složená z jejich poznatků.

Metoda uživatelského očekávání – použitelná pouze pro menší podniky, které mohou pomocí marketingového průzkumu zjistit stav a vývoj preferencí svých zákazníků.

Kombinované metody – kombinací několika metod může lehce srovnat, zda-li jsme neopomenuli nějakou podstatnou složku predikce. Srovnání několika metod by nemělo přinést větší odchylky, pokud ano, opomenuli jsme významný faktor.

Statistické metody – velmi spolehlivá a objektivní metoda, která využívá současné výpočetní techniky pro zjednodušení výpočtů a modelování. Avšak analýza historických údajů nemusí vždy znamenat úspěšnou prognózu. Mimo jiné rozlišujeme korelační analýzu, analýzu časových řad a ekonometrické modely. Tato práce využívá právě statistickou metodu, konkrétně analýzu časových řad.

Deduktivní metody – manažer rozhodne o budoucím vývoji na základě zpracovaných analýz. Velmi závisí na kvalitě zpracovaných analýz, pokud je kvalita vysoká, lze výslednou prognózu považovat za erudovanou a objektivní. Tuto metodu budeme komparovat s předešlou metodou.

3.5 Statistická metoda

Pro předpověď importu alkoholických nápojů bylo použito analýzy časových řad. Časová řada je zpravidla potupně řazena od minulosti po současnost. Údaje musí být věcně, časově a prostorově vymezeny a to shodně v celém spektru. Časové řady jsou:

Okamžikové – údaje v těchto řadách se nedají sčítat. Například sem patří měření teplot v určitém časovém pásmu.

¹¹ KOONTZ, H., WEIHRICH, H. Management. Praha: Victoria Publishing 1993. s. 177

Úsekové (Intervalové) – řady obsahují sčitatelné údaje (např. sečtením vývozu v jednotlivých kvartálech získáme roční hodnotu dovozu). Srovnávat takto získané údaje můžeme, protože intervaly mají stejnou délku.

U ekonomických předpovědí analyzujeme denní, týdenní, měsíční, čtvrtletní nebo roční údaje. Hledaný jev značíme symbolem Y a jednotlivé $y_2, y_3, \dots, y_t, \dots, y_n$
 $t = 1, 2, \dots, n$ označuje daný úsek nebo bod zjišťování a n je celková délka časové řady. Progrese hodnot lze zobrazit pomocí grafů. Grafy také jednodušeji znázorňují prognózy budoucích období. Pro naše účely je velmi podstatná trendová složka T_t . Vypočítáním trendové složky sestrojíme trendovou přímku a proložením reálných hodnot určíme směr vývoje (rostoucí nebo klesající). Časovou řadu budeme vyrovnávat pomocí metody nejmenších čtverců. Vzorce, ze kterých vycházíme, jsou následující:

Hodnota časové proměnné

$$t_{ij} = \frac{2i - n - 1}{2}$$

t_{ij} hodnota časové proměnné

i jednotlivé intervaly

n celkový počet intervalů

Trendová přímka

$$T_t = b_0 + b_1 * t$$

b_0, b_1 parametry trendové přímky

t proměnná trendové přímky (čas)

Parametry trendové přímky (jestliže proměnná trendové funkce t je rovna nule)

$$\sum y_t - nb_0 - b_1 \sum t_{ij} = 0$$

$$\sum y_t t_{ij} - b_0 \sum t_{ij} - b_1 \sum t_{ij}^2 = 0$$

$$b_0 = \frac{\sum y_t}{n} = \bar{y}$$

$$b_1 = \frac{\sum y_t * t_{ij}}{\sum t_{ij}^2}$$

y_t	zadané hodnoty
\bar{y}	aritmetický průměr zadaných hodnot
b_0, b_1	parametry trendové přímky
n	celková počet intervalů
t_{ij}	hodnota časové proměnné

3.5.1 Deduktivní metoda

Deduktivní metoda využívá expertních analýz vnějších faktorů, které působí na podnik. Marketingoví specialisté a manažeři se takto mohou lépe orientovat na trhu a zjistit působící konkurenční síly. V této práci se zaměříme především na přímé a nepřímé vlivy. Přímé i nepřímé vlivy, ať jsou jakkoli silné, jsou i značně nepředvídatelné a jen velmi těžko ovlivnitelné. To ovšem neznamená, že se o ně nemá organizace zajímat. Pokud je dokáže včas pojmenovat a sledovat, upevní tím svou pozici, stabilitu a flexibilitu na trhu.

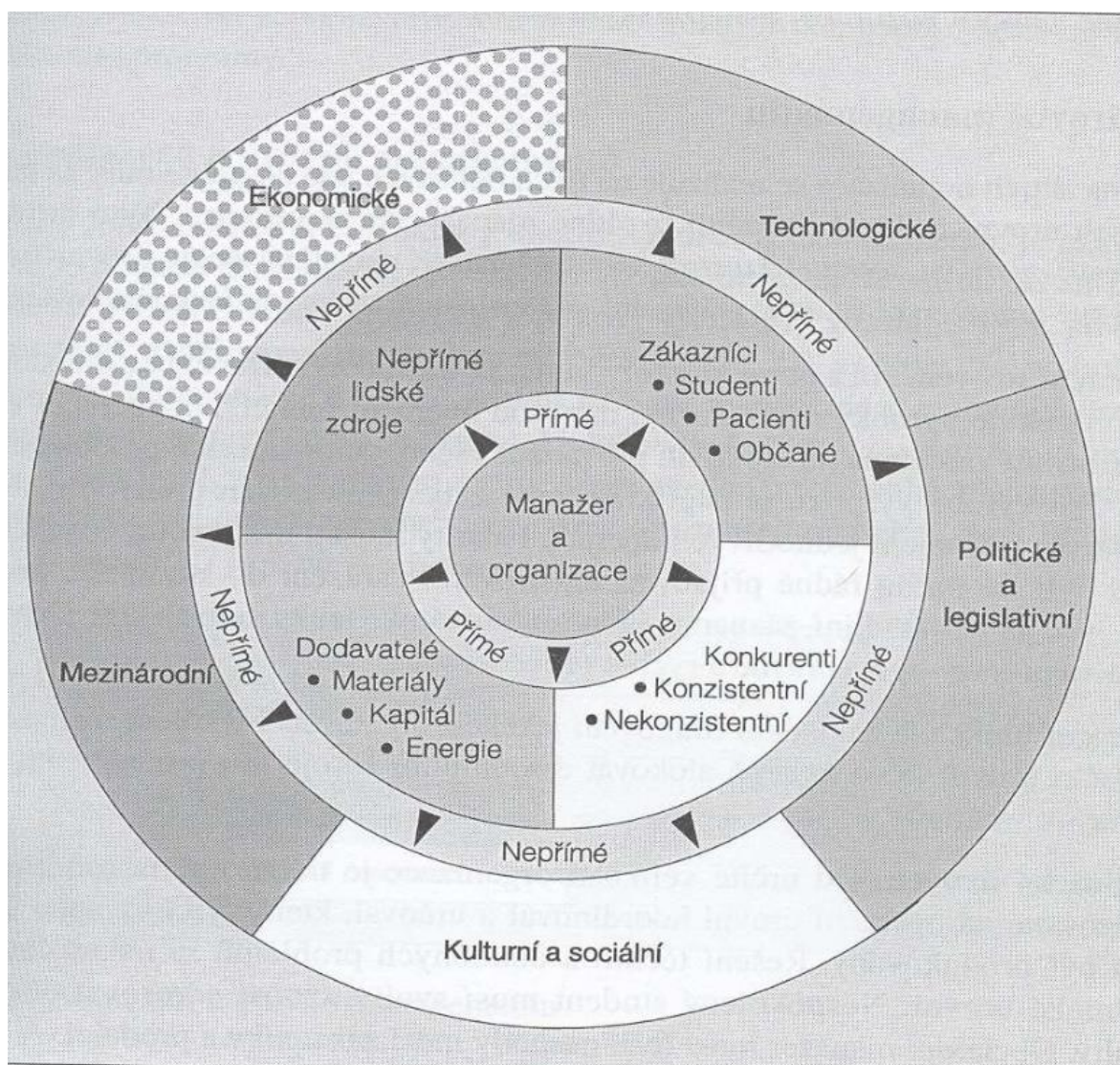
Přímé vlivy:

- zákazníci
- zaměstnanci
- konkurenti
- dodavatelé
- zájmové skupiny

Nepřímé vlivy:

- technologický pokrok
- politická situace a legislativa
- společnost a její hodnoty (kultura)
- ekonomický vývoj
- mezinárodní politika (členství v mez. organizacích)

Obrázek č.1 Přímé a nepřímé vlivy na organizaci¹²



¹² Obrázek dostupný z http://theses.cz/id/p8zcd6/downloadPraceContent_adipldno_11206

4 Analytická část

4.1 Údaje o importu alkoholických nápojů 2011 – 2014 dle zemí

Vzhledem k tomu, že ČR dováží především vína ze zahraničí, umísťuje se na prvním místě vždy Itálie. Poté následuje zpravidla Francie a Německo. Zajímavostí je rok 2009, kdy se na třetím místě umístila Brazílie, jakožto země mimo EU. Dalšími stálicemi jsou Slovensko, Polsko a Maďarsko. Po propuknutí metylalkoholové kauzy se propadl dovoz z Polska a Slovenska, odkud se tradičně přiváží tvrdší alkohol. Závěr statistik doplňuje celkový dovoz alkoholických nápojů. Vidíme, že po boomu v roce 2011 dovoz ochabl. Ale kauza neznamenala propad objemů, ale uživatelé nahradili tvrdý alkohol lehčím.

Tabulka č. 1 dovoz lihovin v roce 2009¹³

Název země	Stat. hodnota CZK (tis.)	Množství v MJ (tis.)
Itálie	1136325	60984
Slovensko	603415	49600
Brazílie	393768	26565
Maďarsko	367711	26163
Polsko	233565	24388
Španělsko	340296	20146
Německo	577434	16688
Francie	753195	7584
Rakousko	136828	7272
Nizozemsko	129619	5614
Celkem hlavní dovozní země	4672156	245050
Celkem dovoz	6661050	273011

¹³ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

Tabulka č. 2 dovoz lihovin v roce 2010¹⁴

Název země	Stat. hodnota CZK (tis.)	Množství v MJ (tis.)
Itálie	1178333	64026
Francie	796287	12814
Německo	650730	20787
Slovensko	580233	49520
Maďarsko	463991	43510
Polsko	363824	34676
Španělsko	326539	19215
Spojené království	310773	1484
Irsko	226816	907
Spojené státy	196656	1657
Celkem hlavní dovozní země	5094182	248595
Celkem dovoz	6357396	278864

Tabulka č. 3 dovoz lihovin v roce 2011¹⁵

Název země	Stat. hodnota CZK (tis.)	Množství v MJ (tis.)
Itálie	1286387	68867
Francie	872006	13322
Německo	784726	28539
Slovensko	655906	38866
Polsko	554995	40670
Maďarsko	436028	39700
Španělsko	390882	25568
Spojené království	376045	2381
Irsko	294011	1193
Spojené státy	173152	1395
Celkem hlavní dovozní země	5824138	260501
Celkem dovoz	7421213	308583

¹⁴ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

¹⁵ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

Tabulka č. 4 dovoz lihovin v roce 2012¹⁶

Název země	Stat. hodnota CZK (tis.)	Množství v MJ (tis.)
Itálie	1206625	37868
Francie	1075967	13696
Německo	666596	17777
Slovensko	588412	36356
Španělsko	508536	26224
Maďarsko	370047	24826
Spojené království	359793	1894
Polsko	314156	26447
Irsko	262864	1383
Srbsko	154869	13968
Celkem hlavní dovozní země	5507865	200439
Celkem dovoz	7164214	242675

Tabulka č. 5 dovoz lihovin v roce 2013¹⁷

Název země	Stat. hodnota CZK (tis.)	Množství v MJ (tis.)
Itálie	1175684	31604
Francie	1167615	12843
Německo	823830	19946
Španělsko	649917	28282
Slovensko	629068	33575
Maďarsko	441034	32211
Spojené království	437575	2100
Polsko	353388	28516
Irsko	325853	1456
Chile	172921	4810
Celkem hlavní dovozní země	6176885	195342
Celkem dovoz	7955140	240127

¹⁶ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

¹⁷ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

Tabulka č. 6 dovoz lihovin v roce 2014¹⁸

Název země	Stat. hodnota CZK (tis.)	Množství v MJ (tis.)
Itálie	1137262	32858
Německo	1008621	22663
Francie	960851	8442
Španělsko	773967	43819
Maďarsko	610268	35881
Spojené království	558095	3814
Brazílie	483356	19436
Slovensko	470675	21417
Irsko	402612	1658
Spojené státy	307039	868
Celkem hlavní dovozní země	6712746	190855
Celkem dovoz	8663603	241169

Graf č. 3 průběh celkového dovozu lihovin¹⁹



¹⁸ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

¹⁹ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

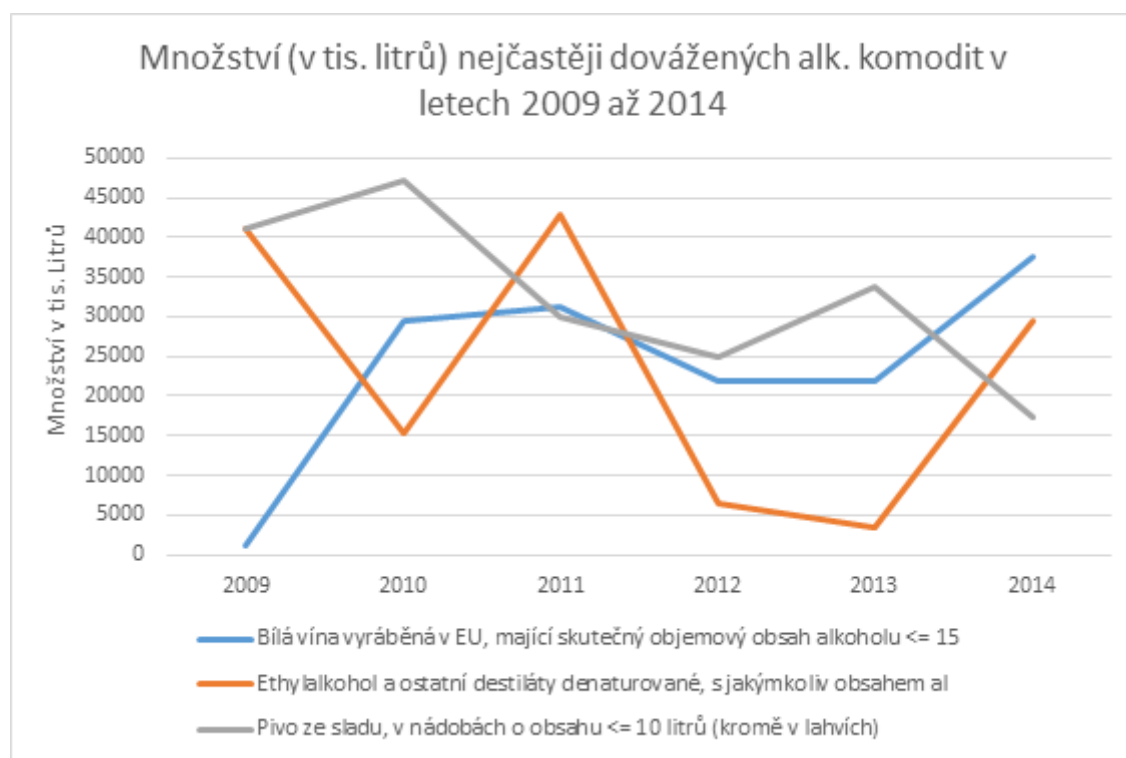
4.2 Nejvýznamnější komodity v letech 2011 – 2014

Hlavními lihovinami, které ČR dováží, jsou:

- Bílá vína vyráběná v EU, mající skutečný objemový obsah alkoholu pod 15%
- Ethylalkohol a ostatní destiláty denaturované, s jakýmkoliv obsahem alkoholu
- Pivo ze sladu, v nádobách o obsahu pod 10l

Teprve graf č. 4 ukazuje reálný dopad metylalkoholové kauzy na obchod s tvrdým alkoholem. Propad od roku 2011 je opravdu markantní, ale jak jsme uvedli výše, spotřebitelé nahrazují tvrdý alkohol pivem a vínem. Mezi lety 2013 a 2014 dochází k zajímavému úkazu, kdy dovoz vína klesá a v opačné míře roste dovoz piva.

Graf č. 4 průběh dovozu 3 hlavních lihovin v měrných jednotkách²⁰

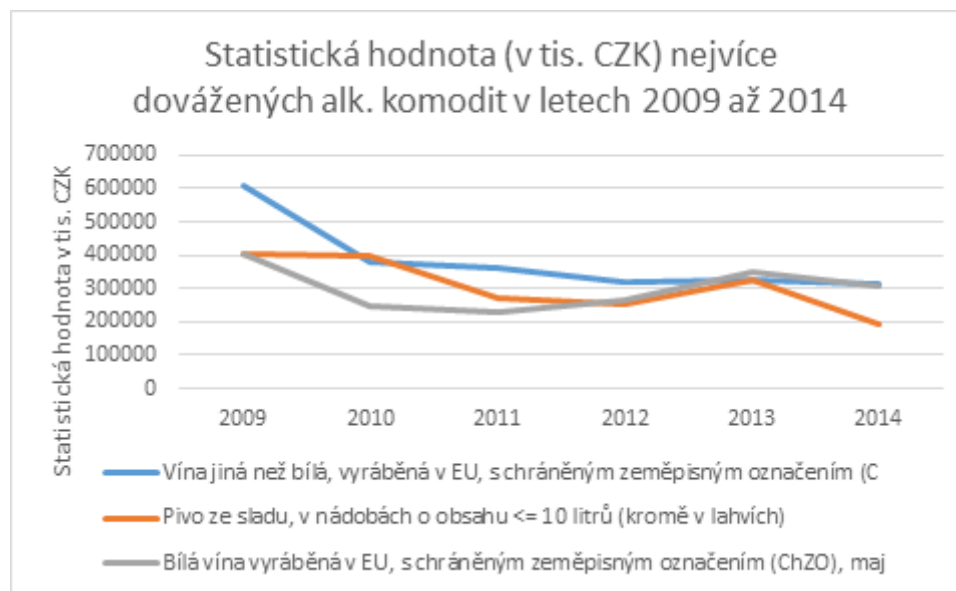


Pro doplnění zveřejňuji i dovoz výše uvedených lihovin v korunách. Stále vidíme propad etylalkoholu. Je zajímavé, že množství importovaného piva a vína si prohodilo

²⁰ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

hodnoty, ale celková hodnota dovozu obou komodit zůstala stejná. Z toho odvozujeme pokles ceny vína a nárůst ceny piva.

Graf č. 5 průběh dovozu 3 hlavních lihovin v CZK²¹



4.3 Výsledky prognózování

4.3.1 Statistická metoda

Pro účely této práce byla jako statistická metoda vybrána analýza časových řad, která vychází z importovaného množství alkoholických výrobků v letech 2009 až 2014. Jednotkou dováženého množství jsou litry. Kategorii alkoholických výrobků tvoří například pivo ze sladu, šampaňské, šumivá vína, bílá vína, vína jiná než bílá, Sherry – vína, destiláty s vinných matolin nebo hroznů, koňak, brandy, whisky, rum, džin, vodka, likéry, slivovice, destiláty z ovoce, etanol nedenateurovaný a mnoho dalších. Pro vytvoření časové řady byly použity roční údaje o dovozu alkoholických výrobků do České republiky v litrech pro konkrétní roky. Cílem analýzy bylo stanovení rovnice trendové funkce, vytvoření grafu skutečných a vyrovnaných hodnot dané časové řady a určení následujícího vývoje pro roky 2015 a 2016.

²¹ Vlastní tvorba. Databáze Českého statistického úřadu. Uživatelem definovaný výstup dle nomenklatury. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

Hodnoty pro výpočet, vycházející z tabulek č. 1 až 6

Rok	Množství v tis. litrů
2009	273011
2010	278864
2011	308583
2012	242675
2013	240127
2014	241169

Pro vyrovnaní časové řady byla pomocí metody nejmenších čtverců vypočtena trendová přímka. K výpočtu trendové přímky je potřebné získat hodnotu časové proměnné a to dosazením do vzorce:

$$t_{ij}=(2i-n-1)/2$$

Dále je nutný výpočet parametrů pro trendovou přímku s obecným tvarem:

$$T_t = b_0 + b_1 * t$$

Dosazením do vzorců pro výpočet parametrů dostaneme pro dovoz tyto hodnoty:

$$b_0 = (\sum y_t) / n = 1584429 / 6 = 264071,5$$

$$b_1 = (\sum y_t * t_{ij}) / (\sum t_{ij}^2) = (-238908) / 28 = -8532,43$$

Po vypočtení a následném dosazení parametrů b_0 , b_1 do obecného tvaru trendové rovnice, získáme konkrétní trendovou přímku pro dovoz:

$$T_t = 264071,5 - 8532,43 * t$$

Pomocná tabulka pro výpočet trendové přímky

Rok	Množství v tis. litrů	t'	(t') ²	t'·y _t
2009	273011	-3	9	-819033
2010	278864	-2	4	-557728
2011	308583	-1	1	-308583
2012	242675	1	1	242675
2013	240127	2	4	480254
2014	241169	3	9	723507
Total	1584429		28	-238908

Výslednou trendovou přímku, můžeme proložit původní grafu dovozu a nastínit budoucí vývoj dovozu grafickou metodou.

Tabulka č. 7 Proložení grafu vývoje dovozu alkoholických nápojů Trendovou přímku



Tabulka dovozu doplněná o prognózy na rok 2015 a 2016

Rok	Množství v tis. litrů
2009	273011
2010	278864
2011	308583
2012	242675
2013	240127
2014	241169
2015	229942
2016	221409

4.3.2 Deduktivní metoda

Analýzou vnějšího prostředí trhu s alkoholickými nápoji v oblasti dovozu jsme narazili na zesílené legislativní opatření, které vešlo v platnost v roce 2014, jako bezprostřední reakce na metylalkoholovou kauzu. Zákazníci stále preferují cenu před kvalitou, ale tento trend se postupně otupuje. Češi také začínají nalézat cestu k produktům vlastní výroby, velkou reklamou tomuto trendu stále představují velké potravinové řetězce, které si takto získávají zákazníky, avšak po metylalkoholovém neštěstí je důvěra v alkoholové nápoje s vyšším obsahem alkoholu, jenž jsou míchány v ČR, velmi nízká. Pro ČR, i když je malou otevřenou ekonomikou, je zvyšování dovozu nežádoucí. Stát podporuje domácí výrobu. Konkurence na trhu s dovozem alkoholických nápojů je středně silná a jsou s ní spojeny legislativní bariéry, které zvyšují finanční náročnost vstupu. Největší překážkou je uplatňování zásad společné obchodní politiky EU a tím velmi špatné podmínky importu ze třetích zemí, které nabízí z pohledu dovozce nejexotičtější zboží. Naopak vstup ulehčuje nízká míra inflace a nutkání spotřebitelů zkusit neznámé statky. Vzhledem k pozitivní tendenci ekonomického vývoje v České republice očekáváme finální hodnoty roku 2015 vyšší o 3,5%.

5 Závěr

Obě metody došly k lehce odlišným výsledkům. Deduktivní metoda obsahuje poslední vývoj ekonomických ukazatelů ČR a její předpověď je více přesná, jelikož odráží reálný stav na trhu. Statistická metoda byla použita jako zajímavá alternativa k deduktivní metodě, která je hojněji využívána manažery a nevyžaduje tak hlubokou znalost matematiky, statistiky nebo ekonometrie. Jak vyplývá z definice jednotlivých metod, problémem statistické metody je nedostatečné přenesení vnějších vlivů do výpočtů. V našem případě bylo použito 6 let (intervalů) k výpočtu trendové přímky a vzhledem k velmi vysokému dovozu v roce 2011 je přímka více nakloněná než naznačuje deduktivní metoda. Bylo by zajímavé pozorovat sklon trendové přímky při použití více intervalů nebo rozdělení let na jednotlivá čtvrtletí.

Pro analýzu budoucího vývoje v dané oblasti a především v případě existence či reálného předpokladu turbulentních změn je mnohem více vypovídající metoda deduktivní a metodu statistickou bychom doporučili jako prostředek pro kontrolu výsledků, které z deduktivní metody vyplývají.

Pro statistickou metodu byla použita data o celkovém dovozu alkoholických nápojů z let 2009 až 2014 a predikovala vývoj pro léta 2015 a 2016. V deduktivní metodě byly definovány hlavní vlivy vnějšího prostředí, kterými autorka práce shledala metylalkoholovou kauzu a její legislativní dopad a rozhodnutí České národní banky oslabit tuzemskou měnu, což prospělo vývozu, ale poškodilo dovozce. Statistická metoda nezahrnuje stabilizaci a oživení ekonomiky po stagnaci. Již teď se dá předpokládat, že objem dovozu v roce 2015 překoná rok 2014.

6 Seznam použitých zdrojů

6.1 Tištěné zdroje

FUCHS, K., TULEJA, P.: Základy ekonomie. Stručný průvodce a cvičebnice. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 184 s. ISBN: 80-86119-88-2

FUCHS, Kamil a Pavel TULEJA. Makroekonomie: stručný průvodce a cvičebnice. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2003, 282 s. ISBN 80-210-3073-9

HENDL, J. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace, Vyd. 1. – Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2

HINDLS, RICHARD, STANISLAVA HRONOVÁ, JAN SEGER A JAKUB FISHER, 2007. Statistika pro ekonomy. 8. vyd. Praha: Professional Publishing, 415 s. ISBN 978-80-86946-43-6

KALÍNSKÁ, Emilie a Ludmila ŠTĚRBOVÁ. Mezinárodní obchod: (pro 2 MO 301). Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2007, 147 s. ISBN 978-802-4512-990

KOONTZ, H., WEIHRICH, H. Management. Praha: Victoria Publishing 1993. 659 s. ISBN 80-85605-45-7

KÁRNÍK, Miroslav. Clo a celní politika od A do Z. 1. vydání. Olomouc: Anag, spol. s r.o., 2012. 304 s. ISBN 978-80-7263-779-9

MAČÁT, Václav, SIXTA, Josef. Logistika: Teorie a praxe. 1. vydání. Brno: Computer Press, a.s., 2005. 315 s. ISBN 978-80-251-0573-3

MACHKOVÁ, Hana, ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva, SATO, Alexej A KOLEKTIV. Mezinárodní obchodní operace. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 240 s. ISBN 978-80-247-327-4

SVATOŠ, Miroslav A KOLEKTIV. Zahraniční obchod: Teorie a praxe. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2009. 368 s. ISBN 978-80-247-2708-0

6.2 Elektronické zdroje

Databáze Českého statistického úřadu [online]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

BRČÁK, Josef. Vývoj měnových kurzů a činitelé je ovlivňující. [online]. 2005 [cit. 2013-05-09]. Dostupné z: http://www.agris.cz/Content/files/main_files/70/148473/12Brcak.pdf

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. Co to je nominální a reálný měnový kurz? [online]. 2010 [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/faq/co_to_je_nominalni_a_realny_menovyy_kurz.html

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. Kurzy devizového trhu [online]. 2003, 2012 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/financni_trhy/devizovy_trh/kurzy_devizoveho_trhu/prumerne_mena.jsp?mena=EUR

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. Měnový kurz a česká ekonomika [online]. 2008 [cit. 2013-05-06]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/singer_20080117_appia.pdf

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. Měnová politika: Zpráva o inflaci I/2010 [online]. 2003, 2013 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/menova_politika/zpravy_o_inflaci/2010/2010_I/download/zoi_I_2010_ctab_01.xls

EUROPEAN CENTRAL BANK: Statistical Data Warehouse. Germany - Gross domestic product [online]. 2005 [cit. 2013-05-10]. Dostupné z:

http://sdw.ecb.europa.eu/quickview.do?SERIES_KEY=119.ESA.Q.DE.N.000.B1QG00.1000.TTTT.L.N.A

HLUŠEK, Martin; SINGER, Miroslav. Predikční model vztahu zahraničního obchodu a kurzu koruny. Finance a úvěr [online]. 10/1997, 47, [cit. 2013-04-028].

Dostupný z WWW: <http://journal.fsv.cuni.cz/mag/article/show/id/658>