

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH  
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**CELNÍ A JINÉ BARIÉRY V ZAHRANIČNÍM  
OBCHODĚ V ČR**

**Autor práce:** Štěpánka Vrkočová

**Studijní obor:** Bezpečnostně právní činnost ve veřejné správě

**Forma studia:** Kombinované studium

**Vedoucí práce:** Ing. Jiří Dušek

**Katedra:** Katedra právních oborů a bezpečnostních studií

**2010**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna ke studijním účelům.

.....

Děkuji za připomínky, spolupráci a metodické vedení práce Ing. Jiřímu Duškovi.  
Dále děkuji všem, kteří mi byli nápomocni a podělili se se mnou o své znalosti  
a zkušenosti.

## OBSAH

<b>ÚVOD .....</b>	<b>6</b>
<b>1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....</b>	<b>7</b>
<b>2 ZAHRANIČNÍ OBCHOD .....</b>	<b>8</b>
2.1 Teorie mezinárodního obchodu, liberalismus, protekcionismus.....	9
2.2 Zahraniční obchod a jeho význam v ekonomice země.....	11
2.3 Historie zahraničního obchodu.....	12
2.4 Exportní strategie .....	14
<b>3 CELNICTVÍ.....</b>	<b>16</b>
3.1 Celní správa .....	17
3.2 Celní unie a vnější obchodní politika EU.....	20
3.3 Světová obchodní organizace a GATT .....	22
<b>4 CLO JAKO BARIÉRA V ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ.....</b>	<b>24</b>
4.1 Clo .....	24
4.2 Celní předpisy.....	25
<b>5 DAŇ JAKO BARIÉRA V ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ.....</b>	<b>27</b>
5.1 Daň z přidané hodnoty .....	27
5.2 Spotřební daň.....	30
<b>6 OSTATNÍ BARIÉRY PŘI OBCHODOVÁNÍ SE ZAHRANIČÍM... .....</b>	<b>34</b>
6.1 Dodací podmínky INCOTERMS 2000 .....	34
6.2 Logistika.....	35
6.3 Informační bariéry .....	38
6.4 Ostatní bariéry .....	39
<b>7 RIZIKA PŘI PROVÁDĚNÍ ZAHRANIČNĚ OBCHODNÍ ČINNOSTI.....</b>	<b>40</b>
7.1 Respektování rizikovosti v řízení podniků .....	42
<b>8 PRŮZKUM VÝZNAMU ZAHRANIČNÍHO OBCHODU A JEHO BARIÉR U FIREM OBCHODUJÍCÍCH SE ZAHRANIČÍM.....</b>	<b>44</b>
8.1 Zadání průzkumu.....	44
8.2 Vyhodnocení průzkumu .....	44
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>48</b>

<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>51</b>
<b>SEZNAM ZKRATEK.....</b>	<b>54</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>55</b>
<b>ABSTRAKT .....</b>	<b>69</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>70</b>

## ÚVOD

K mé bakalářské práci jsem si zvolila téma „Celní a jiné bariéry v zahraničním obchodě v ČR“, zvláště pro jeho důležitou roli, kterou sehraává v ekonomice každé země.

Každý podnikající subjekt v ČR je chťic nebo ne ovlivňován vnějšími ekonomickými vztahy. Lze se domnívat, že vstup republiky v květnu roku 2004 do EU byl pro mnoho firem působících na našem území velkou výzvou. Tato situace otevřela nové možnosti při nákupu a prodeji za hranice státu.

Zahraníční obchod je směna, kterou provádějí právnické a fyzické osoby přes hranice daného státu s právnickými a fyzickými osobami jiných států (subjektem zahraničního obchodu může být i stát, a to při realizaci státních zakázek se zahraničními partnery). Důvodem existence zahraničního obchodu je, že žádný stát nemá přírodní ani ekonomické podmínky pro výrobu veškerého zboží.

Význam zahraničního obchodu na hrubém domácím produktu země každoročně roste. Vývoz a dovoz do zahraničí ovšem představuje i určité překážky, které na tuzemském trhu nenalezneme. Jako studentovi Vysoké školy evropských a regionálních studií je pro mne výzvou i ctí pracovat právě na tomto tématu.

# 1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Cílem mé bakalářské práce je analýza významu zahraničního obchodu a jeho bariér u českých firem obchodujících se zahraničím.

Můžeme předpokládat, že je pro české společnosti komplikovanější a rizikovější uskutečnit zahraniční obchod oproti obchodu v tuzemsku. Musejí se potýkat s mnoha bariérami, které na českém trhu neexistují. Důležitým předpokladem pro úspěch je rozvoj odborných kompetencí a zvládnutí techniky zahraničního obchodu. Znalost celní a daňové problematiky je také nelehká. Pokud společnosti úspěšně expandují na zahraniční síť, získávají tím nové možnosti. Společnost zaujímá na trhu nové postavení, stává se stabilnější. Avšak v dnešní ekonomické situaci je to úkol nelehký. Lze se domnívat, že pro Českou republiku a její ekonomickou stabilitu jsou firmy se zahraničními styky nezbytné.

Práce se na svém začátku zabývá historií a významem zahraničního obchodu. Dále se zaměří na bariéry, které jsou často přítěží pro uskutečnění zahraničního obchodu. Problematiku celnictví, cla a celních předpisů nalezneme v kapitole třetí a čtvrté. Kapitola pátá se věnuje daňové problematice, DPH a dani spotřební. Další překážky, jako třeba logistiku, najdeme v kapitole šesté. Kapitola sedmá se zabývá dělením rizik při provádění zahraničně obchodní činnosti a respektováním rizikovosti. Poslední a nejdůležitější část mé práce zkoumá vlastní význam zahraničního obchodu pro firmy spolupracující se zahraničím a problematiku jeho bariér.

Cílů bakalářské práce bylo dosaženo pomocí dotazníkového šetření. Jeho základním prvkem je otázka, která představuje impuls k přemýšlení.

Šetření probíhalo prvotním sestavením dotazníku skládajícího se z 15 otázek. První otázky byly zaměřeny na velikost firmy a dobu působení na zahraničním trhu. Dále dotazník zjišťoval základní otázky týkající se prvotního impulsu začít obchodovat na zahraničním trhu, problémů se kterými se firmy setkaly při vstupu na něj, zdroje čerpání informací o zahraničním trhu, působení finanční krize a existence firmy bez zahraničního obchodu. Místem průzkumu jsou Jižní Čechy. Počátkem března roku 2010 bylo pomocí emailu náhodně osloveno 200 českých firem se sídlem nebo pobočkou v Jižních Čechách. Firmy byly vybrány pomocí internetových stránek, např. [www.firmy-pisek.cz](http://www.firmy-pisek.cz), [www.firmy-tabor.eu](http://www.firmy-tabor.eu), [www.firmy-cb.cz](http://www.firmy-cb.cz). Návratnost vyplněného dotazníku byla 11 %, tedy 22 odpovědí z 200 oslovených respondentů.

## 2 ZAHRANIČNÍ OBCHOD

Zahraniční obchod či mezinárodní obchod je obchod přes hranice státu. Může být světový nebo jednotlivých kontinentů se sousedními státy. Zahraniční obchod je jedním z důsledků dělby práce a je základní formou propojení ekonomik.

Zahraničnímu obchodu dominuje trojúhelník Severní Amerika (USA), Západní Evropa (Německo, Velká Británie, Francie a Itálie) a Východní Asie.<sup>1</sup>

Zahraniční obchod sehrává v každé ekonomice velký význam, zvláště pak v malé, jakou je například i ČR. Ve statistice se o něm hovoří jako o obchodní bilanci, která je výsledkem rozdílu vývozu a dovozu.

Bilance v zahraničním obchodě porovnává dovoz s vývozem, a to před započítáním vývozu a po uskutečnění obchodu. Obchodní bilancí zachycujeme hodnotu dovozu a vývozu při přechodu zboží přes hranice. Nezachycují se ovšem platby, ale skutečný přechod přes hranice. Platební bilancí zachycujeme vztah mezi peněžními příjmy ze zahraničí a peněžními výdaji do zahraničí.

Dovoz kapitálu je pro platební bilanci příznivým jevem, ale jeho vývoz je pravým opakem. Na rozdíl od postupného zhoršování platební bilance, které nastává zhoršováním obchodní bilance při slábnoucím exportu a zvětšujícím se importu zboží a služeb, vývoz kapitálu působí jako výdaj platební bilance okamžitě, takřka z týdne na týden.<sup>2</sup>

### **ČSÚ definuje vývoz a dovoz následovně:<sup>3</sup>**

„Po vstupu České republiky do Evropské unie je zahraniční obchod České republiky souhrnem vnitro unijního obchodu (tj. obchodu se členskými státy EU) a obchodu se třetími zeměmi.

Vývoz vyjadřuje hodnotu zboží odeslaného do zahraničí, které přestoupilo státní hranici za účelem jeho trvalého nebo dočasného ponechání v zahraničí. Celkový vývoz se tak skládá z odeslání do států EU a vývozu do třetích zemí.

---

<sup>1</sup> WOKOUN, ČERVENÝ, M. a kol. *Ekonomika v prostoru*. Praha: Linde Praha, a. s., 2008. s. 22. ISBN 978-80-7201-698-3.

<sup>2</sup> NĚMEČEK, E. *Mezinárodní měnový systém*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2000. s. 111. ISBN 80-246-0081-1.

<sup>3</sup> *Zahraniční obchod* [online]. Měšec.cz, 2009 [cit. 2009-11-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/texty/zahranicni-obchod/>>.



Dovoz vyjadřuje hodnotu zboží přijatého ze zahraničí, které přestoupilo státní hranici za účelem jeho trvalého nebo dočasného ponechání v tuzemsku. Celkový dovoz se tak skládá z přijetí ze států EU a dovozu ze třetích zemí.“

## 2.1 Teorie mezinárodního obchodu, liberalismus, protekcionismus

Klasická *liberální teorie zahraničního obchodu* vyznává volný obchod (1750-1830). Mezi hlavní představitele této teorie patří Adam Smith s teorií absolutních nákladů a David Ricardo s teorií komparativních výhod.

Obhajoba volné směny podle tradiční ekonomické teorie spočívá na předpokladu, že vývoz a dovoz jednotlivých zemí se realizují na základě rozdílů ve výrobních nákladech daného zboží, jež převyšují dopravní náklady. Nejde o absolutní, nýbrž o relativní, resp. komparativní rozdíly v nákladech.

Autorem původní představy, že mezi státy jakožto ekonomickými subjekty dochází ke směně zboží podle toho, jaké má absolutní výhody, tj. jaké jsou absolutní náklady práce potřebné k výrobě daného statku, je A. Smith (1723-1790). Pokud by tato úvaha byla uplatněna důsledně, pak má-li jedna země absolutní převahu ve výrobě v porovnání s druhou zemí, není důvod k obchodování. Méně rozvinutá země má v mezinárodním obchodě minimální vyhlídky.

Tuto tezi korigoval D. Ricardo (1772-1823), který zastával názor, že pohyb zboží mezi ekonomickými celky je určen relativními výhodami ve výrobě dvou srovnávaných statků, jejichž základem jsou rozdíly v nákladech práce.<sup>4</sup>

Ricardo soudí, že určitá země může mít prospěch ze zahraničního obchodu i tehdy, nemá-li absolutní převahu. Stačí, když se specializuje na takové odvětví, které relativně má nejmenší náklady ve srovnání s cizinou, i když absolutně jsou její náklady vyšší. Ricardo také předpokládá, že směnné vztahy v rámci národních ekonomik odpovídají průměrným nákladům práce, jež jsou nezbytné k výrobě směňovaného zboží. V mezinárodním měřítku jsou práce a kapitál nepřenositelné, volná konkurence na trhu výrobních faktorů (práce a kapitálu) uvnitř národních ekonomik nevede k jejich pohybu přes hranice. Uvnitř nelze směňovat neekvivalenty, kdežto v mezinárodní směně to možné je.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> VLČEK, J. a kol. *Ekonomie a ekonomika*. 2. vyd. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2003. s. 449. ISBN 80-86395-46-4.

<sup>5</sup> VLČEK, J. a kol. *Ekonomie a ekonomika*. 2. vyd. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2003. s. 449 – 500. ISBN 80-86395-46-4.

Teorie komparativních nákladů, resp. výhod, neřeší otázku, proč v mezinárodní směně jde o určité proporce, uvádí jen, v jakých mezích se směnné relace mají pohybovat, aby byly výhodné pro oba partnery.<sup>6</sup>

Protekcjonistickou teorii zahraničního obchodu můžeme nazvat též jako ochranářskou politiku (1800-1830).

*Termín protekcjonismus* je odvozen z anglického „to protect“ a v českém překladu znamená ochranářství. Historicky je vznik protekcjonismu spojen s merkantilisty, kdy se v období šestnáctého až osmnáctého století stal teoretickým základem jejich učení. Tato teorie považuje kladnou obchodní bilanci, kdy do země přitékají peníze, za příznivou a zápornou obchodní bilanci za nepříznivou.

Jako takový představuje protekcjonismus druh hospodářské politiky určité země, která se zaměřuje především na ochranu a podporu vlastní národní ekonomiky, a to zvláště na rozvoj průmyslové a zemědělské výroby. K realizaci takové ochrany dochází za pomoci různých obchodně politických opatření, která mají za úkol uchránit vnitřní trh dané země před konkurencí ze zahraničí, tedy před přílišným dovozem zahraničního zboží a naopak mají podpořit vývoz domácí produkce tím, že vývozcům poskytují zvláštní výhody. Protekcjonismus by mohl být charakterizován jako politika usměrňování exportu a importu. Nejčastěji používanými nástroji jsou dovozní cla, kvóty a netarifní opatření, zpravidla technické překážky, které podmiňují uskutečnění směny splněním určitých podmínek vztahujících se k výrobku, popřípadě i k výrobcí. Naopak k podpoře vývozu ze země se užívá vývozních subvencí a premií, státních úvěrů a záruk. Cla mohou být chápána jako specifická daň, která bezprostředně zvyšuje cenu dovážených statků. Kromě svých účinků na mezinárodní obchod představují cla také rozpočtový příjem. Netarifní opatření znamenají přímé omezení dovážených statků ze zahraničí ve formě množstevních dovozních kvót. Kvóty mají účinky podobné clům. Na rozdíl od cel ale nevytvářejí příjem do státního rozpočtu. Hlavními cíli protekcjonismu jsou především podpora domácí výroby, která má v zemi udržet pracovní místa a vysokou zaměstnanost. Zaměřuje se také na strukturální problémy určitého národního hospodářství. Příčinnou takových strukturálních problémů může být příliš úzká specializace daného národního hospodářství a z ní plynoucí obava z možné zranitelnosti při výkyvech zahraniční poptávky. Tím, že se zavedou cla, lze do jisté míry vytvořit

---

<sup>6</sup> VLČEK, J. a kol. *Ekonomie a ekonomika*. 2. vyd. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2003. s. 500. ISBN 80-86395-46-4.

prostředí pro vznik a rozvoj určitého odvětví v dané ekonomice, které by jinak mohlo být ohroženo, navíc lze aplikací ochranného cla na odvětví, které ztrácí komparativní výhodu a prochází úpadkem, jeho pozici posílit. Dalším důvodem, proč bývají cla uvalována na určitá odvětví, je ochrana a udržení národní tradice výroby. Jaké jsou důsledky protekcionismu? Ačkoliv je udržována vyšší zaměstnanost a produkce v dané zemi, je tomu dosahováno na úkor zahraničních ekonomik. Proto mají protekcionistická opatření na zaměstnanost krátkodobý účinek. Po určité době nastane tlak a dojde k jejich zrušení nebo k odvetným opatřením ostatních zemí. Dlouhodobý účinek na zaměstnanost tak může být zcela opačný, jelikož po zavedení odvetných cel dochází k poklesu exportu a zaměstnanosti. Protekcionismus jen krátkodobě udrží zaměstnanost a stabilizuje produkt. Z hlediska celosvětového produktu omezuje prosazování mechanismu komparativní výhody a tudíž i maximalizaci celosvětového produktu. Protekcionismus znemožňuje volný obchod a zvýhodňuje jen některé země.<sup>7</sup>

## **2.2 Zahraniční obchod a jeho význam v ekonomice země**

Hlavní význam mezinárodního obchodu je v obohacení obou obchodujících stran, oproti vnitrostátnímu obchodu může být ale také politickým nástrojem (např. ropa), či prostředkem šíření určité kultury (japonská elektronika, americké filmy).

Čím větší je vzájemná hospodářská provázanost dvou nebo více zemí, tím jsou celkové vztahy těchto zemí stabilnější. Proto je možné označit zahraniční obchod jako formu vztahů, která silně podporuje mírovou spolupráci a snižuje riziko konfliktu.

Zahraniční obchod přispívá také k růstu vzdělanosti. Obyvatele zemí orientovaných na vývoz nutí k intenzivnímu studiu technických novinek, forem zahraniční spolupráce, jazyků i národních kulturních specifík.

Jeden ze způsobů, jak konkrétně definovat význam zahraničního obchodu v ekonomice země je vztah mezi vyrobeným a užitým společenským produktem. Při aktivní obchodní bilanci (vývoz hodnotově převyšuje dovoz) dochází cestou zahraničního obchodu ke zmenšování užitého společenského produktu a naopak v případě pasivní obchodní bilance k jeho zvyšování.

---

<sup>7</sup> HUTLOVÁ, H. *Protekcionismus* [online]. Dům financí.cz, 2006 [cit. 2009-12-13]. Dostupný z WWW: <<http://dumfinanci.cz/zajimavosti/protekcionismus>>.

Beneš a kolektiv<sup>8</sup> a Svatoš a kolektiv<sup>9</sup> uvádí několik hledisek pro **hodnocení zahraničního obchodu v ekonomice každé země:**

- *Efektivnost* – to je snaha soustředit úsilí v exportní politice na ty výrobky, kde může země dosáhnout maximálních úspor společenské práce. Na tyto výrobky je pak soustředěn výzkum, vývoj, propagační úsilí a další. Čím je ekonomika menší a tím otevřenější, mělo by být soustředění sil na udržení schopnosti vývozu vybraných výrobků důraznější.
- *Proporcionalita* – naprostá většina zemí má ekonomiku nekomplexní a jejich ekonomický rozvoj je diktován nezbytností zajistit potřebné zboží v zahraničí. Je jenom velmi málo zemí na světě, které mají dostatečně velký domácí trh a jsou schopny soběstačného vývoje.
- *Demonstrativní efekt* – vývozní program každé země představuje určitou vizitku stavu a úrovně rozvoje výrobních sil dané země. A naopak dovozní program znamená způsob řešení nejen problému proporcionality. Jde tedy o určitou demonstraci světového technického, designového, módního trendu, který může působit stimulačně na společenský a ekonomický pokrok.

Další ukazatel uvádí objem zahraničního obchodu. Objem v absolutních číslech vypovídá o postavení země ve světové ekonomice, popřípadě ve světovém obchodu.

V zásadě lze říci, že čím je země větší a čím má více obyvatel, tím je míra závislosti ekonomiky na vnějších ekonomických vztazích menší. Způsob kvantifikace této závislosti je různý, lze jej vyjádřit poměrem objemu zahraničního obchodu vůči HDP.

### **2.3 Historie zahraničního obchodu**

Nejstarší formy mezinárodních ekonomických vztahů nastaly zejména poté, kdy se objevil všeobecný ekvivalent. Byl jím v různých etapách vývoje například pazourek, jantar, stříbro, zlato, drahé kameny a nakonec peníze, zpočátku ve formě kovové, později papírové. K rozvoji zahraničního obchodu velmi přispěly objevitelské cesty,

---

<sup>8</sup> BENEŠ, V. a kol. *Zahraněční obchod*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. s. 28. ISBN 80-247-0558-3.

<sup>9</sup> SVATOŠ, M. a kol. *Zahraněční obchod teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. s. 21. ISBN 978-80-247-2708-0.

hlavně pak obeplutí Afriky, objevení Ameriky i Austrálie. I když původní formy mezinárodní hospodářské spolupráce, to je směnu zboží za zboží, bychom mohli považovat za zastaralé, je pravdou, že dále existují pod pojmem kompenzace nebo bartery, a mají a budou mít i nadále významnou úlohu v realizaci zahraniční směny. Pomáhají také řešit to, co je pro mnohé země současného světa základním problémem, a sice nedostatek volně směnitelných měn a velké obtíže spojené s uplatněním vlastního zboží na zahraničních trzích. Příčin potíží těchto zemí s vlastním vývozem je celá řada, ale klíčový je pokles poptávky po celé řadě komodit, který má přímý vliv na výši světových cen, a dále také neúčinná distribuční síť.<sup>10</sup>

V historii České republiky měl zahraniční obchod pro ekonomický prostor v české kotlině zcela mimořádný význam. Nikoli náhodou máme první ověřené zprávy o životě v českých zemích ze zápisků arabských kupců.

Klíčová poloha v centru Evropy umožňovala českým zemím nebývalý rozvoj. Vedlo přes ně několik relativně důležitých obchodních stezek. Díky omezené dostupnosti některých přírodních zdrojů, především díky neexistenci přístupu k moři. Výměnou například za dováženou sůl bylo také mnoho tovarů českého původu žádáno na zahraničních trzích. Zkrátka, bez mezinárodní výměny zboží by české hospodářství existovat nemohlo a nemůže.

Dokonce i v období socialistické diktatury se přes veškerou ideologickou proklamaci nepodařilo zcela zrušit obchodní kontakty se „Západem“, i když probíhaly ve výrazně menší míře než v období před druhou světovou válkou a byly v mnoha oblastech nahrazeny mezinárodní spoluprací v rámci Rady vzájemné a hospodářské pomoci (RVHP), a to se všemi negativními důsledky z toho plynoucími.

Československý průmysl se po nástupu socialistického zřízení začal dle sovětského vzoru orientovat na těžký průmysl. Zcela upozaděna tak musela být výrobní produkce s vyšší mírou přidané hodnoty a rozvoj technologicky vyspělého know-how, jak se uplatňovalo od poloviny 20. století v ekonomicky vyspělých zemích světa. Tehdejší Československo se tak stalo jedním z důležitých dodavatelů strojírenského zboží a uranu pro Sovětský svaz, který dodávky kompenzoval jen z malé části. Pro komunistickou vládnoucí nomenklaturu byl vždy důležitější objem výroby než kvalita a díky neexistenci tržních vztahů v obchodu v rámci RVHP nebyly důležité potřeby trhu,

---

<sup>10</sup> BENEŠ, V. a kol. *Zahraniční obchod*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. s. 25. ISBN 80-247-0558-3.

ale shora nadiktované podmínky smluv, které určovaly, kdo kam a za kolik má co vyvézt a dovézt. Nižší ekonomická a technologická úroveň ostatních členských států RVHP vedla k tomu, že bylo dováženo i zboží, které nemělo potřebné parametry kvality.<sup>11</sup>

## 2.4 Exportní strategie

Účinná exportní strategie musí mít ambici přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti domácích firem a prosazování obchodně-ekonomických zájmů země v zahraničí. Musí být dominantní součástí vládní politiky podpory hospodářského růstu. Nemůže být zaměřená pouze na vytváření příznivého makroekonomického a obchodně politického rámce. Její snahou musí být přiblížit se tomu, co exportéři znají pod pojmem aktivní a dravá obchodní politika.

Exportní strategie vychází především z modelů zvyšování konkurenceschopnosti v zemích Evropské unie. Úspěšné modely tam profitují především z přímé asistence firmám přímo v zahraničí, z cílené propagace země a oborů a z aktivní práce lidí vysílaných státem ve prospěch podniků. Je proto zřejmé, že bude nutné věnovat více času firmám, které potřebují služby státu při vstupu na mezinárodní trhy. S tím souvisí i požadavek efektivně alokovat čas a poměřovat výsledky. Tomu je nutné přizpůsobit styl práce lidí, kteří za stát působí v zahraničí, to znamená přejít ze vztahu „úředník - úředník“ na vztah „expert - zákazník“.

Samozřejmým předpokladem při rozvíjení exportní strategie je nutnost respektovat mezinárodní pravidla a závazky ČR nejen z pozice členské země EU, ale i jako člena WTO, OECD a dalších organizací.<sup>12</sup>

### Vývoj exportní strategie

I když je vývoj exportu v posledních letech výrazně příznivý, podle vývozu zboží na obyvatele, dle Eurostatu se ČR v roce 2004 stala nejdynamičtější vývozcem mezi zeměmi EU, v konkurenceschopnosti české ekonomiky existuje řada dosud nevyužitých příležitostí.

---

<sup>11</sup> *Zahraniční obchod* [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2010 [cit. 2009-11-17]. Dostupné z WWW: <<http://www.czech.cz/cz/ekonomika-podnikani-veda/vseobecne-informace/zahranicni-obchod/zahrani>>.

<sup>12</sup> *Vize exportní strategie* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/exportni-strategie-cr-2006-2010/vize-exportni-strategie/1001404/37885/>>.

Současný růst je svým charakterem spíše extenzivní, využívá především komparativních výhod (cena vstupů, levná pracovní síla), které se v dlouhodobém kontextu vyčerpají. Podle údajů OECD zaostává ČR v produktivitě práce za většinou zemí EU-15. Ve srovnání s Rakouskem, Německem, nebo Velkou Británií je efektivita práce v ČR poloviční, vůči Lucembursku nebo Francii zhruba třetinová.

Export napomáhá k růstu produktivity práce, neboť exportní impulsy a požadavky na konkurenceschopnost produktů urychlují nejen procesy inovací v oblastech technických a technologických řešení, ale mají dopad i na modernizaci infrastrukturních sítí a nastolují nové požadavky i na pracovní zdroje, jejich kvalifikaci, mobilitu apod.

Růst exportu však nemá pozitivní dopady jen na bezprostředního exportéra, ale je spojen s celou řadou stimulačních efektů v měřítku celého národního hospodářství. Umožňuje vznik nových pracovních míst, a to nejen u přímých exportérů, ale i v celé síti jejich domácích subdodavatelů i v řadě sektorů služeb. To vede k posilování zaměstnanosti a důchodů domácností, což je spojeno se zvyšováním poptávky a spotřeby s pozitivním dopadem na tempo ekonomického růstu.

Smyslem exportní strategie je napomoci k většímu zapojení podnikatelské sféry do oblasti mezinárodního podnikání na zahraničních trzích, a to nejen rozvojem obchodní výměny, ale i větší investiční aktivitou navenek.<sup>13</sup>

S ohledem na kladnou odezvu a požadavek české podnikatelské sféry a exportérů zahájilo ministerstvo průmyslu a obchodu na sklonku roku 2009 práce na Nové exportní strategii na léta 2011-2016. Projekt přípravy Nové exportní strategie je realizován v několika etapách, kdy v první fázi budou připravena východiska a teze v termínu 30. 3. 2010.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> *Vize exportní strategie* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/exportni-strategie-cr-2006-2010/vize-exportni-strategie/1001404/37885/>>.

<sup>14</sup> *Projekt přípravy Nové Exportní strategie na léta 2011-2016* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005 [cit. 2010-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument68546.html>>.

### 3 CELNICTVÍ

Zmínky o celnictví, clu a celnících jsou velmi staré. Již z historie se dochovaly důkazy o existenci cla. Nejstarší zachovaný písemný platný celní řád, který upravoval cla pro obchod s Velkomoravskou říší, pochází z let 903-906. Teprve v 17. století se zavádí organizace do celní a mýtní soustavy. Řízení celnictví je svěřeno České komoře a v Čechách bylo vytvořeno 17 celních obvodů s celními stanicemi a jejich filiálkami.

Dnes se Česká republika nachází uvnitř EU a nemá žádnou hranici s nečlenskou zemí. Rozsah a výkon celnictví byl upraven právními předpisy Společenství s přímým účinkem, tzn. s předností práva Společenství před právem členského státu a doplňkově českými celními předpisy. Přesto se význam celnictví nesnížil. Došlo ke snížení hodnoty vybraného cla a celníci opustili hraniční přechody. Na území ČR však zůstala místa, která svou funkcí můžeme označit za hraniční přechody EU do zahraničí. Jsou to na příklad mezinárodní letiště, kde je třeba zajistit celní odbavení jako na každé jiné hranici se zahraničím.

Celními hranicemi, které musí být pod kontrolou celních orgánů, nejsou jen vnější hranice EU, ale jsou to i stanovené hranice svobodných pásem a svobodných skladů, které jsou povoleny a provozovány uvnitř území Evropské unie. Svobodná pásma a svobodné sklady se nacházejí i na území ČR a jsou předmětem celního dohledu orgánů české celní správy. Boj proti podvodům se neodehrává jen na vnějších hranicích EU, ale na celém území, ve všech členských státech Evropské unie.

Výkon celnictví vůči veřejnosti představuje činnost celních orgánů, která je všeobecně nejvíce známá, protože se s ní veřejnost nejvíce setkává, jedná se o vlastní činnost celních orgánů při kontrole dováženého a vyváženého zboží, celní prohlídky, vyměřování a výměr cla, boj proti podloudnictví. Aby EU na jednotném trhu ujednotila podmínky pro všechny účastníky tohoto trhu, vytvořila zdravé nezdeformované konkurenční tržní prostředí, rozhodla se maximálně omezit jakékoliv národní neekonomické vlivy, které by mohly narušovat toto konkurenční prostředí. Proto bylo rozhodnuto, že v EU bude veškeré dovážené a vyvážené zboží podléhat, bez ohledu na dovozce či vývozce, stejným podmínkám, stejnému clu, stejným kvótám, stejným licencím, stejnému mechanismu celní procedury.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 15 – 16. ISBN 978-80-7357-263-1.



### 3.1 Celní správa

Dne 1. 5. 2004 vstoupil v platnost zákon č. 185/2004 Sb. o Celní správě České republiky, ze kterého mimo jiné vyplývá:

- Celní správu České republiky tvoří Generální ředitelství cel (správní úřad pro oblast celnictví s celostátní působností), celní ředitelství (8 správních úřadů pro oblast celnictví s územím působnosti stanovenou přílohou tohoto zákona) a celní úřady (54 správních úřadů pro oblast celnictví s územní působností stanovenou rovněž přílohou tohoto zákona),
- Generální ředitelství cel řídí celní ředitelství,
- Celní ředitelství řídí celní úřady ve svém obvodu,
- Celnictvím se pro účely tohoto zákona rozumí plnění úkolů celními orgány podle tohoto zákona a zvláštních právních předpisů, včetně plnění úkolů při správě daní a poplatků podle zvláštních právních předpisů a při správě cel,
- Generální ředitelství cel je účetní jednotkou, má vlastní IČO 71214011,
- Celní správa České republiky je bezpečnostním sborem,
- Celní správa České republiky je podřízena Ministerstvu financí,
- Celní úřady před vstupem ČR do EU byly zrušeny,
- Od 1. května 2004 bylo zřízeno 54 celních úřadů.<sup>16</sup>

Po vstupu do Evropské unie, kromě tradiční náplně služby, byl celní správě v České republice svěřen i výkon nových činností, které jsou upraveny těmito českými zákony:

- Správa spotřebních daní – zákon č. 353/2003 Sb.,
- Správa daně z přidané hodnoty u dovozu zboží ze zahraničí neplátcí DPH – zákon č. 235/2004 Sb.,
- Kontrola zaplacení poplatku za užívání dálnice a rychlostní silnice a kontrolní a kontrolní vážení a měření nákladních motorových vozidel a jízdních souprav – zákon č. 13/1997 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.),

---

<sup>16</sup> *Zřízení české celní správy* [online]. Praha: Celní správa České republiky, 2009 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.celnisprava.cz/cz/o-nas/organizacni-struktura/Stranky/zrizeni-ceske-celni-spravy.aspx>>.

- Státní odborný dozor nad prací osádek vozidel v mezinárodní silniční nákladní dopravě a ve věcech mezinárodní dopravy osob – zákon č. 20/1987 (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Návratnosti kulturních památek a národních kulturních památek po jejich zapůjčení do zahraničí a součinnost při dokumentaci, výzkumech a průzkumech zejména movitých kulturních památek – zákon č. 20/1987 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Podíl na povolovacím řízení sbírkových předmětů muzejní povahy pro režim vývoz a režim pasivní zušlechťovací styk a kontrola jejich zpětného dovozu – zákon č. 122/2000 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Kontrola vývozu a dovozu zboží a technologií podléhajících mezinárodním kontrolním režimům, včetně kontroly přenosu softwaru a technologie dvojího použití elektronickými prostředky, faxem nebo telefonem mimo území EU – zákon č.21/1997 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Dozor nad dodržováním povinností stanovených zákonem o ochraně spotřebitele – zákon č. 634/1992 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Podíl na kontrole přepravy jaderných materiálů a radioaktivních látek rizikových biologických agens a toxinů – zákon č. 281/2002 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.), jiných nebezpečných látek (zákon č. 19/1997 Sb. doplněný zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Dohled nad zahraničním obchodem s biocidními přípravky a jejich kontrola a evidence (zákon 120/2002 Sb. doplněný zákonem č. 186/2004 Sb.), s látkami a výrobky, které ovlivňují ovzduší a klimatický systém země (zákon č. 86/2002 Sb. doplněný zákonem č. 186/2004 Sb.), s chemickými látkami (zákon č. 356/2003 Sb. doplněný zákonem č. 186/2004 Sb.),
- Dohled nad výrobou lihu a nad obchodem s lihem – zákon č. 61/1997 Sb. (doplněno zákonem č. 186/2004 Sb.).

Jen výše uvedený výčet zákonů České republiky upravujících jiné oblasti činnosti společnosti, než je celnictví, dokazuje, že Celní správa České republiky i po

vstupu do Evropské unie má stále své opodstatnění a má významnou úlohu jak ve státní správě České republiky, tak má stanoveny úkoly i pro potřeby EU.

Vstup České republiky do EU a začlenění ČR do evropského trhu bez celních bariér přinesly celní správě snížení množství výkonových ukazatelů v celním odbavování zboží v zahraničním obchodu až o 75 %, ale nové činnosti, kterými byla Celní správa ČR pověřena, toto snížení výkonů vyrovnaly. Naopak nové činnosti svou rozmanitostí natolik rozšířily působnost Celní správy ČR, že se další vývoj celní správy může jevit jako vývoj od dříve kontrolního a dozorového státního orgánu specializovaného jen na celnictví k dnešnímu a budoucímu charakteru univerzálního kontrolního a dozorového státního orgánu s velmi širokým zaměřením.

Vývoj celní správy v oblasti organizační byl završen zákonem o Celní správě České republiky č. 185/2004 Sb. Dne 1. 5. 2004 přestalo být Generální ředitelství cel zvláštní složkou Ministerstva financí ČR a stalo se samostatným správním úřadem pro oblast celnictví s celostátní územní působností podřízeným Ministerstvem financí. Generální ředitelství cel spolu s celními ředitelstvími a celními úřady vytvořilo Celní správu České republiky jako soustavu celních orgánů, která je bezpečnostním sborem.<sup>17</sup>

Organizace celní správy je národní záležitostí každého členského státu EU. Skladba úřadů celní správy, vnitřní vertikální vztahy nadřízenosti a podřízenosti, horizontální vztahy součinnosti, systém řízení, názvy úřadů, poboček, pracovišť, odborů, oddělení, jejich náplň činnosti, kompetence jsou upraveny národními předpisy, tzn. právními předpisy České republiky.

Vnitřní činnost celní správy zahrnuje zejména pracovní záležitosti, personální a mzdovou problematiku, hodnostní stupně s jejich označením a názvy hodností, funkční rozvrstvení s názvy funkcí, náplň činnosti jednotlivých funkcí, ochranu zdraví při práci, bezpečnost práce, uniformy a výstrojní problematiku, služební vzdělávání a další. Úředníci celních správ nejsou úředníky EU, nýbrž státními úředníky jednotlivých členských států EU, a proto právní úprava celé této vnitřní činnosti celní správy spadá do národní kompetence členského státu a je upravena právními předpisy ČR.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo.* 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 12 – 14. ISBN 978-80-7357-263-1.

<sup>18</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo.* 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 16. ISBN 978-80-7357-263-1.

### 3.2 Celní unie a vnější obchodní politika EU

*Celní unie* je podstatným prvkem společného trhu. Její zavedení bylo prvotním cílem po podpisu Římské smlouvy. Celní unie byla dobudována v roce 1968 a zahrnovala tato nejdůležitější opatření: zrušení všech celních poplatků a obchodních omezení mezi členskými státy, zavedení jednotného celního sazebníku pro celé Evropské společenství na zboží dovážené z třetích zemí, společnou obchodní politiku jako vnější dimenzi celní unie (na mezinárodní úrovni vystupuje Společenství jednotně).

Byly vypracovány společné postupy a pravidla a byl přijat Jednotný administrativní dokument, který nahradil řadu starších dokumentů. Od roku 1993 existuje jednotný trh a s jeho nástupem skončily veškeré rutinní prohlídky a celní formality na hranicích mezi členskými státy. Celním správám jednotlivých členských států tím skončily povinnosti spojené s výběrem spotřebních daní a shromažďováním statistických údajů.

Společenství uzavřelo zvláštní dohody na podporu obchodu – například dohodu o Evropském hospodářském prostoru a na podporu rozvoje zemí třetího světa, kterým Společenství umožňuje přednostní přístup na evropské trhy – příkladem je Úmluva z Lomé uzavřená se zeměmi africké, karibské a tichomořské oblasti (země ACP).<sup>19</sup>

*Evropská unie* je vůči okolnímu světu jednotným celním územím, regulovaným ustanoveními společného celního kodexu a aplikujícím na dovozy z nečlenských zemí společný celní tarif.

Prvotním cílem těchto opatření je přednostní rozvoj obchodu se zbožím a službami uvnitř EU před dovozy ze třetích zemí. Dvoustranné i mnohostranné obchodní vztahy s nečlenskými zeměmi spravují členské státy EU jednotně, na základě výhradní pravomoci svěřené Evropské komisi a Radě ministrů. EU jako celek respektuje principy a závazky přijaté v rámci Světové obchodní organizace (WTO). Je celní unií vytvořenou v souladu s pravidly WTO a ve své společné (vnější) obchodní politice ctí mnohostranné dohody (o clech, obchodu se zemědělskými výrobky, s textilem, o pravidlech původu zboží, celní hodnotě zboží, antidumpingu, subvencích, ochranných opatřeních atd.) uzavřené na jednáních této organizace. Vůči vnějšímu světu usiluje EU o reciproční odstraňování obchodních bariér a pomoc rozvoji nejhudších zemí.

---

<sup>19</sup> *Celní unie* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/c/celni-unie/1000695/6113/?fornewsid=6113>>.

Tyto principy vycházející z čl. 131-134 Smlouvy o ES a na ně navazujících nařízení ES se výrazně dotýkají obchodníků z členských zemí. Jejich domovské státy předaly svou suverenitu v zahraničněobchodních otázkách společným orgánům EU a samy nevyjednávají ani neprovádějí žádné obchodní smlouvy, neupravují celní sazby, preference a režimy ve vztahu k nečlenským zemím. Vše je v rukou Komise, která zpracovává návrhy celního sazebníku, ochranných opatření, vyjednávacích pozic pro dvoustranná i mnohostranná obchodní jednání atd. a Rady ministrů, která tyto návrhy, zpravidla kvalifikovanou většinou hlasů, schvaluje.

Tato exkluzivní kompetence EU zahrnuje vnější obchod se zbožím, službami (vyjma dopravních) i s právy duševního vlastnictví. Nesahá však do těch oblastí, do kterých ani v rámci jednotného trhu nedospěla evropská harmonizace (daně, investice, tj. smlouvy o zamezení dvojího zdanění a ochraně investic zůstávají v kompetenci členských států). V citlivých otázkách mezinárodního obchodu s kulturními, audiovizuálními, vzdělávacími, sociálními a zdravotními službami závisí EU na souhlasu každého členského státu (princip jednohlasnosti při schvalování v Radě).

V rámci své kompetence uzavírá EU dva druhy ekonomických dohod:

- nepreferenční (dohody o clech, o obchodu a obchodní spolupráci, případně hospodářsko-sociální spolupráci),
- preferenční (dohody o volném obchodu, o přidružení, o spolupráci, o Evropském hospodářském prostoru).

Výrobci a obchodníci mají možnost ovlivňovat společná obchodní opatření EU, musejí však poznat a přijmout pravidla jejich nadnárodního, koordinovaného přijímání.

Návrhy celního sazebníku, ochranných nebo vyjednávacích pozic připravuje vždy Evropská komise v těsné součinnosti se specializovanými výbory, ve kterých zasedají zástupci resortů financí či obchodu ze všech členských zemí. Příslušné výbory jsou konzultovány i během jednání ve WTO, jde-li o úpravu dříve schváleného mandátu pro jednání jménem celé EU. Aktéři trhu tedy mohou své zájmy komunikovat přímo Generálnímu ředitelství pro vnější obchod Evropské komise, anebo svým národním úředníkům vysílaným do příslušných výborů. Mohou rovněž lobovat u diplomatů a ministrů zasedajících v Radě. Řadu opatření EU mohou nakonec iniciovat sami, protože návrhy na zavedení ochranných opatření proti nadměrným či subvencovaným dovozům,

anebo na autonomní snížení cla, adresují Evropské komisi zpravidla výrobci nebo jejich organizace z jednotlivých členských zemí.<sup>20</sup>

### 3.3 Světová obchodní organizace a GATT

Po druhé světové válce se řada národů rozhodla vytvářet ekonomické svazky, které by stimulovaly obchod a ekonomický růst. Vedlo je k tomu přesvědčení, že kooperace, interakce a lepší vzájemné poznání povede k vyšším životním standardům obyvatelstva.<sup>21</sup>

Všeobecná dohoda o clech a obchodu (General Agreement on Tariffs and Trade – GATT) byla podepsána před více než padesáti lety a jejím cílem bylo podporovat obchod snižováním cel a dalších překážek v mezinárodním obchodě. Od okamžiku jejího podpisu v roce 1948 se vlády členských států (v současné době GATT podepsaly vlády více než sto čtyřiceti zemí) sešly osmkrát, aby posoudily existující obchodní bariéry a stanovily pravidla pro mezinárodní obchod. Během jednání v rámci předchozích sedmi kol došlo ke snížení průměrných světových cel ze 45 % na 5 %.

V roce 1993 byla ukončena jednání v rámci tzv. Uruguayského kola, která trvala sedm let. Výsledky Uruguayského kola již ovlivňují vývoj mezinárodního obchodu, protože se dlouhodobě promítají do zvyšování jeho objemu. V rámci tohoto kola došlo k dohodě, v jejímž rámci jsou cla snížena o dalších 30 %, což se do roku 2002 odrazilo v 10 % zvýšení objemu mezinárodního obchodu, tj. o 270 miliard dolarů. Nové dohody rozšířily působnost GATT na obchod se zemědělskými produkty, na široký rozsah služeb a významně zpřísnily ochranu autorských práv i průmyslového vlastnictví.

Kromě snížení cel a stanovení pravidel pro mezinárodní obchod v rámci Uruguayského kola byla založena Světová obchodní organizace (World Trade Organization – WTO). Jejím cílem je dbát na dodržování dohodnutých pravidel či ustanovení. Jedním z hlavních úkolů Světové obchodní organizace bylo zorganizovat jednání o Všeobecné dohodě o obchodu službami, která se týkala bankovníctví, cenných papírů a pojištění. V zásadě WTO funguje jako zastřešující organizace pro kontrolu dodržování dohodnutých ustanovení Všeobecné dohody o clech a obchodu, ustanovení Všeobecné dohody o obchodu službami a ustanovení dohod o ochraně duševního vlastnictví. Světová obchodní organizace zprostředkovává řešení závažných

---

<sup>20</sup> JANATKA, F. a kol. *Obchod v rámci Evropské unie a obchodní operace mimo členské země EU*. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2004. s. 44 – 45. ISBN 80-7357-006-8.

<sup>21</sup> DONNELLY, J. H. a kol. *Management*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 1997. s. 89. ISBN 80-1769-422-3.

„globálních“ sporů, které se v mezinárodním obchodě vyskytnou, a na porušovatele může uvalovat sankce. Tuto pravomoc předchozí organizace působící v rámci Všeobecné dohody o clech a obchodu neuměly. Významní činitelé Světové obchodní organizace se scházejí jednou za dva roky, aby prodiskutovali záležitosti týkající se dodržování všech uzavřených dohod. Ke konci roku 2001 se uskutečnilo setkání na Kataru.<sup>22</sup>

### **Postavení České republiky ve WTO**

Československo bylo zakládajícím členem GATT a nikdy z organizace nevystoupilo, i když se do roku 1989 aktivně nezapojovalo do její činnosti. Po rozdělení na Českou republiku a Slovenskou republiku se oba státy staly členy GATT. Česká republika je zakládajícím členem WTO. Dohody a ujednání WTO jsou základním smluvním rámcem, v němž realizujeme svou obchodní politiku, a to i po vstupu do Evropské unie.

Po 1. 5. 2005 se změnilo postavení České republiky ve WTO. Nadále zůstává členským státem, v souladu se zásadami společné obchodní politiky EU však přestala samostatně jednat a vystupovat. EU je z hlediska zásad WTO považována za celní unii, za EU vystupují ve WTO zástupci Evropské komise. Společné přístupy EU k jednání WTO jsou formulovány v Bruselu, příp. na koordinačních schůzkách v Ženevě.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. s. 741. ISBN 80-247-0513-3.

<sup>23</sup> *Postavení České republiky ve WTO* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument7894.html>>.

## 4 CLO JAKO BARIÉRA V ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ

### 4.1 Clo

Pro pojem cla je dlouhodobě příznačné, že jeho definování je nejednotné. Clo, jako finančně právní institut, nesplňuje všechny znaky daně a vymyká se i zásadám poplatků. Navíc v průběhu svého vývoje clo měnilo i své funkce, takže v definování cla stále převládá mezi odborníky určitá zdrženlivost.

Přes nejednotnost v jeho definování clo objektivně existuje. Pro vyjádření pojmu cla lze použít dnes již historickou definici z Ottova obchodního slovníku, kde je clo popsáno jako veřejná dávka, jež se platí za zboží, jež přechází přes hranice určitého státu.

Moderněji určil finančně právní institut cla M. Bakeš<sup>24</sup> v díle: „Teoretické otázky finančního práva“, kde clo popsal jako „povinnou platbu sui generis, stanovenou právními předpisy, která je vybírána v přímé souvislosti s přechodem zboží přes státní hranici od osob, které zboží dovážejí, respektive vyvážejí, nebo od osob, pro které je takovéto zboží dováženo nebo vyváženo.“<sup>25</sup>

**Na cla je možné nahlížet z několika hledisek<sup>26</sup>** a podle těchto hledisek lze cla členit na jednotlivé druhy (uvedeny jsou pouze druhy, které předpisy EU uvádějí a v EU jsou realizovány nebo mohou být realizovány):

a) podle směru pohybu zboží – podle druhu obchodní operace:

- cla dovozní jsou vybírána z dováženého zboží a užívána v největší míře,
- cla vývozní jsou vybírána při vývozu zboží. Předpisy EU znají pojem vývozní cla, ale v praxi nejsou dosud realizována.

b) podle účelu:

- cla preferenční – zvýhodněnými sazbami se preferují dovozy zboží původem z určitých zemí, zboží k určitému konečnému použití apod.,

---

<sup>24</sup> BAKEŠ, M. Teoretické otázky finančního práva. In MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 234. ISBN 978-80-7357-263-1.

<sup>25</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 234. ISBN 978-80-7357-263-1.

<sup>26</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 234 – 235. ISBN 978-80-7357-263-1.



- cla vyrovnávací – zmírňují rozdíly mezi produkcí EU zatíženou horšími objektivními produkčními podmínkami a dováženým zbožím z lepšího objektivního produkčního prostředí.

c) podle sazeb:

- cla valorická – sazba cla je procentuální z celní hodnoty,
- cla specifická – sazba cla je tvořena pevnou částkou k určité měrné jednotce,
- cla kombinovaná – sazba cla je kombinací procentuální sazby a sazby specifického cla,
- cla klouzavá – sazba cla je vztažena k ceně zboží a cenovým pohybům na trhu EU.

d) podle způsobu stanovení cla:

- cla autonomní – jsou stanovována a určována jednostranným rozhodnutím EU,
- cla smluvní – jsou stanovována na základě mezinárodních smluv mezi EU a dalšími státy, případně seskupeními států.

e) podle ochranného účinku:

- cla antidumpingová – clo, které jako samostatný ochranný prvek proti nekalé soutěži odstraňuje umělé snížení ceny dováženého zboží (až pod výrobní náklady),
- cla dodatečná – „přirážka cla“ ke clu stanovenému dle celního sazebníku z ochranných obchodně politických důvodů.

## 4.2 Celní předpisy

Celní kodex je základním celním předpisem platným a závazným pro všechny státy Evropské unie. Kodex platí, bez újmy na zvláštních předpisech stanovených v jiných oblastech, pro obchod mezi Společenstvím a třetími zeměmi a pro zboží, na něž se vztahují Smlouvy. Kodex doplňují předpisy přijaté na úrovni Společenství nebo na úrovni národní za účelem jeho provádění.

Evropské společenství je založeno na celní unii, proto bylo žádoucí shromáždit celní předpisy do jediného kodexu, a to jak v zájmu hospodářských subjektů Společenství, tak celních správ. Kodex obsahuje obecná pravidla a postupy, které zajišťují uplatnění sazebních a ostatních opatření zaváděných na úrovni Společenství v

rámci obchodu se zbožím mezi Společenstvím a třetími zeměmi, a to včetně opatření v oblasti zemědělské a obchodní politiky.

Používáním tohoto kodexu nejsou dotčeny zvláštní předpisy přijaté v jiných oblastech. Zvláštní pravidla mohou existovat nebo být zavedena mimo jiné v souvislosti s právní úpravou zemědělství, statistiky, obchodní politiky nebo vlastních zdrojů.

Za účelem existence rovnováhy mezi potřebami celní správy zajistit řádné provádění celních předpisů na jedné straně a uplatňováním práva hospodářských subjektů na spravedlivé zacházení na straně druhé, byly celní správě mimo jiné přiznány rozsáhlé kontrolní pravomoci a uvedeným hospodářským subjektům právo na podání opravných prostředků.

Rovněž je důležité zaručit jednotné uplatňování tohoto kodexu a za tím účelem stanovit postup Společenství, který umožní stanovit prováděcí pravidla k němu v přiměřené době. Při přijímání prováděcích opatření k tomuto kodexu je třeba věnovat nejvyšší pozornost tomu, aby se zabránilo jakýmkoliv podvodům nebo nesrovnalostem, které by měly nepříznivý dopad na obecný rozpočet Evropských společenství.<sup>27</sup>

Provádění celního dohledu, celního řízení a ostatních celních formalit se řídí právními předpisy EU – komunitárním právem. Nicméně jak celní kodex Společenství, tak i prováděcí předpis k němu v některých ustanoveních odkazuje na národní úpravu nebo možnost národní úpravy každého jednotlivého členského státu.

---

<sup>27</sup> *Celní kodex Společenství* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2009-11-21]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravo-eu/celni-kodex-spolecenstvi-070101/1000459/46670/>>.

## 5 DAŇ JAKO BARIÉRA V ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ

Daň je povinná, zákonem stanovená platba do veřejného rozpočtu. Povinnost hradit daň musí být stanovena zákonem nebo obdobnou právní normou. V daňovém zákoně musí být uvedeno: kdo je povinen odvádět daň, z čeho a jak se daň vyměřuje, jak a kdy se odvádí.<sup>28</sup>

Dovoz a vývoz zboží v rámci zahraničního obchodu EU, tj. obchodu se třetími zeměmi mimo Společenství, souvisí nejtěsněji v daňové oblasti s daní z přidané hodnoty a se spotřebními daněmi.<sup>29</sup>

### 5.1 Daň z přidané hodnoty

Daně z přidané hodnoty patří mezi nejsložitější v daňové oblasti. Dokument vychází ze zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty a jeho strukturovaný obsah napomáhá lepší a snadnější orientaci v této problematice. Vedle objasnění nejdůležitějších pojmů obsahuje informace k situacím, které plátce daně nejvíce zajímají, mezi něž patří zúčtování DPH při zahraničním obchodě, výpočet základu a sazby DPH nebo nárok na odpočet či vrácení DPH. Neopomínají ani legislativní zakotvení DPH.<sup>30</sup>

Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění zákona č. 635/2004 Sb., zákona č. 669/2004 Sb., zákona č. 124/2005 Sb., zákona č. 215/2005 Sb., zákona č. 217/2005 Sb., zákona č. 377/2005 Sb., zákona č. 441/2005 Sb., zákona č. 545/2005 Sb., zákona č. 109/2006 Sb., zákona č. 230/2006 Sb., zákona č. 319/2006 Sb., zákona č. 172/2007 Sb., zákona č. 261/2007 Sb., zákona č. 270/2007 Sb., zákona č. 296/2007 Sb., zákona č. 124/2008 Sb., zákona č. 126/2008 Sb., zákona č. 302/2008 Sb., zákona č. 87/2009 Sb., zákona č. 281/2009 Sb., zákona č. 362/2009 Sb. a zákona č. 489/2009 Sb.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> KUBÁTOVÁ, K. a kol. *Moderní průvodce daňovým systémem*. Praha: Grada, 1994. s. 27. ISBN 80-7169-020-1.

<sup>29</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 284. ISBN 978-80-7357-263-1.

<sup>30</sup> *Daň z přidané hodnoty* [online]. Businessinfo.cz, 1997 [cit. 2009-11-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/dan-z-pridane-hodnoty/1001635/>>.

<sup>31</sup> MARKOVÁ, H. *Daňové zákony 2010, úplná znění platná k 1. 1. 2010*. 18. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. s. 115. ISBN: 978-80-247-3206-0.

Tento zákon zapracovává příslušné předpisy Evropských společenství a upravuje daň z přidané hodnoty (dále jen „daň“). Daň se uplatňuje na zboží, nemovitosti a služby za podmínek stanovených tímto zákonem.<sup>32</sup>

### **DPH u dovozu zboží<sup>33</sup>**

Základ DPH u dovozu zboží a výpočet daně při dovozu zboží je uveden v § 38 základu daně z přidané hodnoty. Podle § 38 odst. 1 základ daně z přidané hodnoty je základem daně při dovozu zboží součet základu pro vyměření cla, včetně cla, dávek a poplatků splatných z důvodu dovozu zboží a příslušné spotřební daně a vedlejších příležitostných výdajů, které jsou vynaloženy při přepravě až do prvního místa určení v tuzemsku.

Prvním místem určení se přitom rozumí místo v tuzemsku uvedené v přepravním dokladu, na jehož základě je zboží dováženo do dovážejícího členského státu. Pokud toto místo není v přepravním dokladu uvedeno, považuje se za první místo určení, přeložení tohoto zboží v dovážejícím členském státě.

V § 38 odst. 3 základu daně z přidané hodnoty je stanoven základ daně při vrácení nebo propuštění zboží, které je vlastně zbožím Evropského společenství. Rozlišován je obdobně jako v dřívějším znění zákona o DPH, postup pro případy, kdy dochází ke změně vlastnického práva a pro případy, kdy k této změně nedochází.

Při propuštění zboží do volného oběhu a při vrácení zboží Evropského společenství se daň vypočítá jako součin příslušného základu daně a koeficientu, který se vypočítá jako podíl, v jehož čitateli je výše sazby daně a ve jmenovateli číslo 100, např. při základu daně  $1000 \times 19/100 = 190$ . U zboží propuštěného do volného oběhu z režimu pasivního zušlechťovacího styku se daň vypočte stejně jako clo podle celního zákona.

Obdobně jako při výpočtu cla se postupuje při výpočtu daně při propuštění zboží do režimu dočasného použití. U propuštění zboží do režimu dočasného použití činí částka daně za každý, byť jen započatý kalendářní měsíc, během kterého bylo zboží propuštěno do režimu dočasného použití, 3 % z daně, která by měla být vyměřena za uvedené zboží, kdyby v okamžiku propuštění do režimu dočasného použití bylo propuštěno do volného oběhu.

---

<sup>32</sup> MARKOVÁ, H. *Daňové zákony 2010, úplná znění platná k 1. 1. 2010*. 18. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. s. 115. ISBN: 978-80-247-3206-0.

<sup>33</sup> *Základ DPH u dovozu zboží* [online]. Ostrava: Sagit, a. s., 1996 [cit. 29. 11. 2009]. Dostupný z WWW: <[http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=DA\\_561.HTM](http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=DA_561.HTM)>.

Při ukončení režimu dočasného použití propuštěním do režimu volného oběhu se daň vypočte jako při propuštění zboží do režimu volného oběhu.

### **DPH u vývozu zboží<sup>34</sup>**

Vývoz zboží je plněním, na které se vztahuje za podmínek stanovených v § 66 základu daně z přidané hodnoty osvobození od daně s nárokem na odpočet daně. Vývozem zboží se pro účely zákona o DPH rozumí dodání zboží z tuzemska, které bylo odesláno nebo přepraveno na místo určení v třetí zemi, případně na území podle § 3 odst. 2 základu daně z přidané hodnoty (Územní působnost) nebo na Normanské ostrovy a do San Marina.

Vývoz zboží je osvobozen od daně, pokud je odeslání nebo přeprava uskutečněna vývozcem nebo jím zmocněnou osobou, např. přepravcem. Vývoz zboží je osvobozen od daně také v případě, že je odeslání nebo přeprava uskutečněna kupujícím nebo jím zmocněnou osobou, ale v tomto případě nesmí mít kupující sídlo, místo podnikání nebo provozovnu v tuzemsku. Ve vazbě na předpisy ES není vývoz zboží osvobozen od daně, pokud kupující přepravuje pohonné hmoty a potraviny pro vlastní potřebu.

Na dokladu prokazujícím vývoz musí být celním orgánem uveden údaj o datu přechodu zboží z území Evropského společenství nebo umístění zboží do svobodného celního skladu nebo svobodného celního pásma. Pokud není výstup zboží z území Evropského společenství potvrzen celním orgánem např. v případě železniční přepravy, prokazuje plátce splnění podmínek pro osvobození od daně jinými důkazními prostředky, tj. např. přepravními doklady, dodacími listy apod.

Vývoz zboží je plátce povinen uvést do daňového přiznání do ř. 430, a to nejdříve za zdaňovací období, ve kterém byl oprávněn přiznat osvobození od daně, tj. ke dni výstupu vyváženého zboží z území Evropského společenství.

Daňovým dokladem při vývozu zboží je podle § 30 základu daně z přidané hodnoty rozhodnutí o propuštění zboží do režimu vývozu, pasivního zušlechťovacího styku a tranzitu vydané na tiskopisu písemného celního prohlášení nebo rozhodnutí o propuštění zboží do režimu vývozu vydané na tiskopisu písemného celního prohlášení s celně schváleným určením umístění do svobodného celního pásma nebo svobodného celního skladu.

---

<sup>34</sup> *Vývoz zboží* [online]. Ostrava: Sagit, a. s., 1996 [cit. 29. 11. 2009]. Dostupný z WWW: <[http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=da\\_543.htm](http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=da_543.htm)>.

## 5.2 Spotřební daň

Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, ve znění zákona č. 479/2003 Sb., zákona č. 237/2004 Sb., zákona č. 313/2004 Sb., zákona č. 558/2004 Sb., zákona č. 693/2004 Sb., zákona č. 179/2005 Sb., zákona č. 217/2005 Sb., zákona č. 377/2005 Sb., zákona č. 379/2005 Sb., zákona č. 545/2005 Sb., zákona č. 310/2006 Sb., zákona č. 575/2006 Sb., zákona č. 261/2007 Sb., zákona č. 270/2007 Sb., zákona č. 296/2007 Sb., zákona č. 37/2008 Sb., zákona č. 124/2008 Sb., zákona č. 245/2008 Sb., zákona č. 309/2008 Sb., zákona č. 87/2009 Sb., zákona č. 281/2009 Sb., zákona č. 292/2009 Sb. a zákona č. 362/2009 Sb.<sup>35</sup>

1. *Tento zákon zpracovává příslušné předpisy Evropských společenství a upravuje:*
  - a. podmínky zdaňování minerálních olejů, lihu, piva, vína a meziproductů a tabákových výrobků (dále jen „vybrané výrobky“) spotřebními daněmi,
  - b. způsob značení a prodeje tabákových výrobků a způsobu značení některých minerálních olejů.
2. *Spotřebními daněmi jsou:*
  - a. daň z minerálních olejů,
  - b. daň z lihu,
  - c. daň z piva,
  - d. daň z vína a meziproductů a
  - e. daň z tabákových výrobků(dále jen „daň“).
3. *Správu daní vykonávají celní úřady a celní ředitelství příslušné podle sídla nebo místa pobytu plátce daně (dále jen „plátce“), pokud tento zákon nestanoví jinak.<sup>36</sup>*

Spotřební daň se řadí mezi nepřímé daně, které jsou státem zaváděny buď za účelem regulace ceny určitých komodit na trhu, nebo aby zvýšily příjmy státního rozpočtu. Spotřební daně však mohou sloužit také jako účinný prostředek ke snižování poptávky po škodlivém zboží, poněvadž spotřební daň v České republice tvoří většinou

<sup>35</sup> MARKOVÁ, H. *Daňové zákony 2010, úplná znění platná k 1. 1. 2010*. 18. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. s. 157. ISBN: 978-80-247-3206-0.

<sup>36</sup> MARKOVÁ, H. *Daňové zákony 2010, úplná znění platná k 1. 1. 2010*. 18. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. s. 157. ISBN: 978-80-247-3206-0.

více jak 50 % ceny zdaněného zboží. Plátcí daně jsou výrobci a provozovatelé tzv. daňových skladů. Poplatníky jsou pak kupující výrobku, poněvadž daň je obsažena v ceně výrobku. Správu spotřebních daní od roku 2006 vykonává Celní úřad.<sup>37</sup>

Celní orgány jsou jedinými správci spotřební daně v České republice. Do kompetence celních orgánů spadá problematika spotřební daně jak u výroby vybraných výrobků na daňovém území České republiky, tak příjem či odesílání vybraných výrobků v rámci obchodních vztahů ČR a ostatních států Společenství, tak i dovoz a vývoz vybraných výrobků při obchodních transakcích se zahraničím, se třetími zeměmi mimo Společenství. Celní orgány vykonávají dohled i nad problematikou osvobození i podmíněného osvobození od spotřební daně u vybraných výrobků.

*Celní orgány při správě spotřebních daní dle § 41 zákona o spotřebních daních č. 353/2003 Sb. mohou:*<sup>38</sup>

- kontrolovat plnění podmínek povolení vydaných celními orgány v rámci správy spotřební daně (např. podmínky provozování daňového skladu, podmínky pro zvláštní povolení přijímání a užívání vybraných výrobků osvobozených od daně apod.),
- nařídít inventarizaci vybraných výrobků plátcům či uživatelům těchto výrobků ve lhůtě stanovené celním orgánem,
- vstupovat do každé provozní budovy, místnosti nebo místa, kde jsou vyráběny, zpracovány nebo skladovány vybrané výrobky podléhající spotřební dani. Právo vstupu se týká i bytu, který je užíván pro účely podnikání,
- vstupovat do prostor, o kterých je známo nebo se dá důvodně předpokládat, že se v nich vybrané výrobky podléhající spotřební dani vyrábějí, zpracovávají nebo skladují. Právo vstupu se týká i bytu, který je užíván pro účely podnikání,
- zastavovat dopravní prostředky a provádět jejich kontrolu a kontrolu přepravovaných zásilek za účelem zjištění, zda přeprava vybraných výrobků se uskutečňuje v souladu se zákonnými ustanoveními,

<sup>37</sup> *Spotřební daň* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2009-11-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/spotrebni-dan/1001647/>>.

<sup>38</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Cl. 1.* vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 296 – 297. ISBN 978-80-7357-263-1.

- odebírat vzorky vyráběných, zpracovávaných, skladovaných i dopravovaných vybraných výrobků podléhajících spotřební dani,
- nařídit, aby před zahájením dopravy vybraných výrobků v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně byly tyto výrobky označeny,
- požadovat, aby v prostorách určených k podnikatelské činnosti byla umožněna nepřetržitá přítomnost celních orgánů. Plátcí a uživatelé jsou povinni poskytnout potřebnou součinnost a bezúplatně kancelářské prostory.

### **Dovoz vybraných výrobků podléhajících spotřební dani<sup>39</sup>**

Dovoz vybraných výrobků podléhajících spotřební dani je upraven § 34 zákona o spotřebních daních č. 353/2003 Sb.

Dovozem se rozumí ve smyslu § 3 písm. b) zákona o spotřebních daních vstup vybraných výrobků na daňové území Evropského společenství.

*Režimy s podmíněným osvobozením od cla jsou:*

- tranzit,
- uskladňování v celním skladu,
- aktivní zušlechťovací styk v podmíněném systému,
- přepracování pod celním dohledem,
- dočasné použití.

*Jsou-li vybrané výrobky podléhající spotřební dani:*

- dováženy na daňové území České republiky ze třetích zemí mimo Společenství a nejsou uvedeny do režimu podmíněného osvobození od spotřební daně, nebo
- nachází-li se v celním řízení, nebo
- umístěny ve svobodném pásmu či svobodném skladu na daňovém území ČR,

potom spotřební daň je vybírána za podmínek stanovených celními předpisy, při propouštění zboží do režimu volného oběhu nebo režimu aktivního zušlechťovacího styku v systému navracení, jako součást celního dluhu.

---

<sup>39</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Cl.* 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 300 – 301. ISBN 978-80-7357-263-1.



Při dovozu vybraných výrobků podléhajících spotřební dani, které nebyly uvedeny do režimu podmíněného osvobození od spotřební daně, vzniká povinnost spotřební daň přiznat a zaplatit dnem vzniku celního dluhu.

Nepodléhají-li vybrané výrobky clu, má se pro účely spotřební daně za to, že celní dluh vznikl, když jsou splněny ostatní podmínky pro vznik celního dluhu.

### **Vývoz vybraných výrobků podléhajících spotřební dani<sup>40</sup>**

Vývozem ve smyslu ustanovení § 3 písm. c) zákona o spotřební dani č. 353/2003 Sb. ve znění všech novel, se rozumí propuštění vybraných výrobků podléhajících spotřební dani do režimu vývozu nebo do režimu pasivního zušlechťovacího styku s podmínkou výstupu zboží z daňového území Společenství.

Zboží dopravované pro vývoz je v podmíněném osvobození od daně, což znamená, že spotřební daň není vybrána s podmínkou, že vývoz musí být uskutečněn a případné podmínky spojené s vývozem musí být splněny. Vývoz se uskutečňuje na základě celního prohlášení pro režim vývozu a celního projednání zásilky tohoto zboží. Doprava vybraných výrobků pro vývoz se uskutečňuje pouze s průvodním dokladem, kde místo přijímacího daňového skladu nebo oprávněného příjemce se uvede výstupní pohraniční celní úřad na vnějších hranicích EU.

Lhůtu pro vývoz stanovuje celní úřad při vývozním celním řízení. Při výstupu mimo daňové území EU ukončí vývoz celní orgány potvrzením výstupu zboží mimo celní území EU pro celní operaci a potvrzením průvodního dokladu pro daňovou operaci.

Speciální úprava týkající se vybraných výrobků podléhajících spotřební dani spojená s vývozem se vztahuje k tabákovým výrobkům, kde tabákové výrobky určené pro vývoz nemusí být označeny tabákovou nálepkou.

Pokud u vybraných výrobků, které jsou vyváženy mimo daňové území EU z volného daňového oběhu v ČR, byla zaplacená spotřební daň, pak plátcí spotřební daně vzniká nárok na vrácení daně. Nárok vzniká dnem, kdy byl uskutečněn vývoz nebo režim pasivního zušlechťovacího styku a prokázán výstup vybraných výrobků z daňového území Společenství.

---

<sup>40</sup> MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Cl.* 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 302 – 303. ISBN 978-80-7357-263-1.

## 6 OSTATNÍ BARIÉRY PŘI OBCHODOVÁNÍ SE ZAHRANIČÍM

### 6.1 Dodací podmínky INCOTERMS 2000

Dodací podmínka je důležitou náležitostí kupní smlouvy v mezinárodním obchodě. Určuje povinnosti prodávajícího a kupujícího, které souvisejí s dodávkou a převzetím zboží. Dodací podmínka určuje zejména:

- způsob, místo a okamžik předání zboží kupujícímu,
- způsob, místo a okamžik přechodu výloh a rizik z prodávajícího na kupujícího,
- další povinnosti stran při zajišťování dopravy, nakládky a vykládky zboží, průvodních dokladů, kontroly, pojištění, celního odbavení apod.

Dodací podmínka ovlivňuje podstatným způsobem výši ceny v zahraničním obchodě, protože určuje, jakou část nákladů oběhu spojených s dodávkou zboží hradí prodávající a jakou část kupující. Obecně platí, že čím delší je dodací podmínka, tj. čím větší část nákladů oběhu hradí prodávající, tím vyšší ceny může docílit.

Dodací doložky vznikly v obchodní praxi na základě obchodních zvyklostí (uzancí), které byly často používány nejednotně podle místních podmínek a staly se tak brzdou pro rozvoj mezinárodního obchodu. V současné době v celosvětovém měřítku jednoznačně převládá používání mezinárodních výkladových pravidel INCOTERMS (International Commercial Terms). Pouze při obchodování na americkém kontinentu se můžeme výjimečně setkat s jiným pravidly, tzv. RAFTD (Revised American Foreign Trade Definition). Tato pravidla byla vydána v roce 1941, jsou tudíž značně zastaralá.

#### *Mezinárodní výkladová pravidla INCOTERMS*

Soubor mezinárodních výkladových pravidel INCOTERMS je připravován a vydáván Mezinárodní obchodní komorou v Paříži. Použitím těchto mezinárodních pravidel je možné vyhnout se nejistotě odlišných výkladů různých dodacích doložek v různých zemích. Poslední znění pravidel bylo vydáno v roce 2000. Toto vydání zohledňuje moderní trendy v mezinárodním obchodě. Jedná se zejména o dynamický rozvoj elektronických výměn dat, využívání systému EDI, o změny v oblasti mezinárodní přepravy a o liberalizaci mezinárodního obchodu.

INCOTERMS jsou vydávány již od roku 1936. Další změny a dodatky byly publikovány v letech 1953, 1967, 1976, 1980 a 1990. Vydáním nové verze pravidel starší verze nezanikají. Proto je nutné u jednotlivých dodacích parit uvádět rok vydání INCOTERMS, kterými se hodljají strany kupní smlouvy řídit. V případě použití verze poslední se tedy uvádí INCOTERMS 2000.

INCOTERMS nemají povahu právní normy a závaznými se stávají pouze tehdy, jestliže se na ně kupní smlouvy výslovně odvolají v textu smlouvy. INCOTERMS určují pouze vztahy mezi prodávajícím a kupujícím. Vztahy k ostatním subjektům, např. k bankám, dopravcům nebo speditérům, musejí být řešeny formou jiných smluvních typů. Např. vztah k dopravci je upraven přepravní smlouvou, vztah ke speditérovi zasílatelskou smlouvou, vztahy k bankám např. smlouvou o otevření dokumentárního akreditivu atd. Je samozřejmé, že veškeré smluvní zajištění dané obchodní operace musí být v souladu s příslušnou dodací podmínkou v kupní smlouvě.<sup>41</sup>

Jednotlivé dodací doložky INCOTERMS 2000 jsou již uzpůsobeny k aplikaci dokumentů na základě normy EDIFACT. INCOTERMS 2000 je soubor 13 dodacích doložek, 7 z nich je již přizpůsobeno použití v kterémkoli dopravním oboru. Tyto doložky presumují možnost aplikace multimodální přepravy, jde o dodací doložky EXW, FCA, CPT, CIP, DAF, DDU a DDP (viz příloha II). INCOTERMS 2000 jsou zpracovány na systémovém základě vycházejícím z paralelního srovnání práv a povinností prodávajícího a kupujícího (viz příloha II). Toto pojetí dodacích doložek je možno pro praktické použití považovat za optimální.<sup>42</sup>

## 6.2 Logistika

Při obchodování se zahraničím nastávají otázky logistiky. Vzdálenost místa obchodu může významně ovlivnit konečnou cenu výrobků a zkomplikovat vstup na zahraniční trh. Vyspělé státy mají rozvinutou infrastrukturu a není problém zboží dopravit na místo určení včas a bezpečně, problémem však zůstává podíl ceny transportu na výsledné ceně zboží. Česká republika nemá přístup k moři, tudíž námořní dopravu může využívat pouze zprostředkovaně, nezbyvá tedy jiná možnost než využít nákladnější suchozemskou dopravu, která tvoří převážnou část přeprav.

---

<sup>41</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 57 – 58. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>42</sup> JANATKA, F. a kol. *Obchod v rámci Evropské unie a obchodní operace mimo členské země EU*. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2004. s. 85. ISBN 80-7357-006-8.

Pojem logistika se velmi často skloňuje v souvislosti s výrobou i dopravou v posledních asi deseti letech. Je to však systémový přístup, který byl vypracován v období druhé světové války v USA pro operace ozbrojených sil. Tehdy odjížděly z amerických přístavů tisíce plných lodí, které se do svých domovských přístavů vracely prázdné, a to předchůdce dnešních logistiků přimělo k přemýšlení, jak alespoň zčásti využít této volné kapacity. Současným trendem ve výrobě i v obchodě je pokud možno vyloučit mezisklady.

Logistiku bychom mohli definovat jako komplexní, systematický přístup k optimalizaci nákladů a minimalizaci rizik. Logistika zahrnuje celý tok zboží od dopravy surovin k výrobcí po odevzdání zboží konečnému spotřebiteli. Podnětem pro rozvoj logistiky je rozvoj výrobních sil a jejich internacionalizace, rostoucí nabídka zboží a s ní související růst konkurence. Jde o průřezový obor, který zasahuje do všech oblastí ekonomiky a životního prostředí. Prudký rozvoj logistiky je úzce spjat s rozvojem telekomunikačních technologií a výpočetní techniky. Doprava je osou logistiky.<sup>43</sup>

Zajištění přepravy zahrnuje výběr způsobu přepravy, výběr přepravní trasy, zajištění toho, aby vše odpovídalo právním normám daného státu, a konečně výběr dopravce. V porovnání s ostatními logistickými aktivitami doprava často představuje největší samostatnou nákladovou položku.<sup>44</sup>

### **Železniční přeprava<sup>45</sup>**

Železniční přeprava je v České republice, v kandidátských zemích i v členských zemích EU silně ovlivněna skutečností, že jejím provozovatelem jsou téměř výlučně státní podniky nebo podniky se silnou státní účastí. Ceny železničního přepravného mají jisté rysy monopolních cen a nezřídka podléhají cenové regulaci státu. Podíl železniční nákladové přepravy zboží na celkovém objemu přeprav se v České republice neustále snižuje, i když ve srovnání s podílem v dalších zemích EU zůstává i nadále poměrně vysoký.

---

<sup>43</sup> BENEŠ, V. a kol. *Zahraniční obchod*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. 328 s. 233. ISBN 80-247-0558-3.

<sup>44</sup> SIXTA, J., MAČÁT V. *Logistika – teorie a praxe*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a. s., 2005. s. 91. ISBN 80-251-0573-3.

<sup>45</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 128. ISBN 978-80-247-1590-2.

## **Silniční přeprava<sup>46</sup>**

Silniční přepravu je možné v současnosti pokládat za nejrychleji se rozvíjející, ale také nejproblematičtější typ přepravy. Díky své rychlosti, vysoké mobilitě a dostupnosti úspěšně konkuruje zejména dopravě železniční, v některých případech i letecké. Hlavními faktory, které vývoj silniční přepravy nepříznivě ovlivňují, jsou ekologická závadnost a narušování životního prostředí, nízká průchodnost hlavní silniční a dálniční sítě a s ní spojená vysoká nehodovost a silné konkurenční prostředí mezi dopravci. Mimo jiné i z těchto důvodů jsou v silniční dopravě ze strany zemí EU vůči kandidátským zemím přijímána přímá či skrytá restriktivní omezení (např. u konsolidace). Za problém můžeme označit i to, že silniční dopravu provozují v některých případech subjekty ekonomicky slabé, které někdy nejsou schopny v dostatečném rozsahu nést dostatečnou míru odpovědnosti za svěřenou zásilku. Vhodným nástrojem prevence rizik, vznikajících z titulu odpovědnosti silničního dopravce, bývá proto odpovědnostní pojištění.

## **Letecká přeprava<sup>47</sup>**

Letecká nákladní přeprava je zejména ze strany laické veřejnosti vnímána jako atraktivní typ přepravy, který je relativně velice rychlý, bezpečný a spolehlivý, ale také poměrně nákladný. Z pohledu celkového objemu mezinárodního obchodu je její podíl zanedbatelný. Používá se zejména u zásilek výjimečné povahy, jakými jsou například náhradní díly, rychle se kazící potraviny, léky, umělecká díla, starožitnosti apod.

## **Námořní a říční přeprava<sup>48</sup>**

Námořní přeprava zaujímá výrazně nadpoloviční podíl na celkovém objemu přeprav ve světovém obchodě, v zahraničním obchodě České republiky je však její podíl daleko méně významný. Tento druh přepravy realizují ekonomicky velice silné subjekty – rejdari, kteří se navíc sdružují do tzv. námořních konferencí (tzv. conference liners). Jde o dobrovolná sdružení, která účinně hájí a prosazují ekonomické zájmy svých členů – rejdarů a pro dosažení stanovených cílů používají všech dostupných prostředků včetně jednání, které často vykazuje prvky kartelového charakteru.

---

<sup>46</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 129. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>47</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 130. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>48</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 131. ISBN 978-80-247-1590-2.

## **Kombinovaná přeprava<sup>49</sup>**

Definice pojmu kombinované přepravy se v jednotlivých zemích poměrně výrazně liší. Pod tento pojem bývá v České republice zahrnována taková přeprava, která k přemístění nákladu, případně i dopravního prostředku, využívá alespoň dvou přepravních oborů. V některých případech bývá uvedená přeprava realizována na základě jediného přepravního dokladu a bývá pak označována jako tzv. přeprava multimodální.

### **6.3 Informační bariéry**

Již od poloviny padesátých let tohoto století platí, že informace jsou nejcennějším zbožím. Informace skutečně posledních dvacet let představují svým postavením v hodnotovém schématu po lidském zdraví vrchol pyramidy. A přesto, že tato myšlenka zdomácněla ve všech tržních ekonomikách, se k informacím chovají některé firmy macešsky a doslova je přehlížejí, jiné k nim zachovávají odměřený přístup a třetí se snaží je získat.<sup>50</sup>

Cena informace podle marketingové koncepce spočívá v tom, že na jejím základě a vyhodnocení se definují vlastnosti produktu a omezuje vliv konkurence i konkurenčních podniků informace zapracovaná do vlastností výrobku mu dává specifikum, konkurenceschopnost a zejména výhody, které výrobek nebo obecně produkt prodávají. Informace však limituje i segment tržního sektoru, který má právě o takto stanovené výhody zájem, je ochoten produkt koupit a vynaložit za něj hodnotový ekvivalent. Doslova a do písmene je tak informace skutečně základem, bez kterého podnikatelské snažení i snaha proniknout na zahraniční trh je jen plýtváním finančními zdroji, lidským potenciálem i surovinami. Ne nadarmo se proto dnes v období globální konkurence hovoří o informační dálnici, která informace jako základní zboží zpřístupňuje za úplaty. Informace je skutečně základem, a pokud je zpracována do souboru s didaktickou přehledností, s orientační rychlostí vybavování a s tříděním, pak je zlatem vyvážitelná.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 125. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>50</sup> ČICHOVSKÝ, L. *Marketing zahraničního obchodu*. Radix, s. r. o., 1997, s. 118. ISBN 80-86031-07-1.

<sup>51</sup> ČICHOVSKÝ, L. *Marketing zahraničního obchodu*. Radix, s. r. o., 1997, s. 118. ISBN 80-86031-07-1.

## **6.4 Ostatní bariéry**

### **Jazyková bariéra**

Neznalost jazyků je další nevýhodou většiny podnikatelských subjektů v ČR. V dnešní době je velmi málo lidí, kteří jsou schopni se domluvit v anglickém, německém nebo francouzském jazyce. Ještě donedávna byl v ČR vyučován jen ruský jazyk a v případě, že se firma rozhodne expandovat na zahraniční trh, musí se vypořádat i s tímto problémem.

### **Posilování měny**

Vzhledem k vývoji české koruny má při obchodování se zahraničím firma postupné zmenšování zisků. Při současné ekonomické situaci musí firma zvážit, aby se už při tak stlačených výnosech nedostala k existenčním problémům.

Mimo výše uvedených překážek při vstupu na zahraniční trh ještě existuje řada dalších např.:

- dotace domácím výrobcům,
- dovozní licence,
- množství omezení dovozu,
- technické normy a standardy,
- bezpečnostní parametry zboží,
- stanovení minimálních cen, referenčních cen, nebo cenových pásem zboží,
- různé poplatky z dovozu,
- pravidla pro určení původu zboží,
- inspekční prohlídky zboží před jeho odesláním,
- ochrana hospodářské soutěže (kartelové dohody, veřejné zakázky),
- diskriminace na základě státní příslušnosti.

## 7 RIZIKA PŘI PROVÁDĚNÍ ZAHRANIČNĚ OBCHODNÍ ČINNOSTI

Každé podnikání nese s sebou podnikatelská rizika, při provádění zahraničně obchodní činnosti jsou podnikatelská rizika vyšší, protože zahraničně obchodní činnost je podnikáním „přes hranice“. Základním dělením podnikatelských rizik je jejich dělení na rizika ovlivnitelná podnikajícími subjekty a rizika neovlivnitelná podnikatelskými subjekty. Podnikatelskými subjekty rozumějme všechny účastníky smluvních vztahů. Tak, jak ve vnitrostátním podnikání naprosto převládají rizika ovlivnitelná účastníky smluvních vztahů, v zahraničním obchodě jsou to rizika neovlivnitelná účastníky smluvních vztahů, zejména teritoriální rizika, která mohou výrazně výnosnost obchodních operací ovlivnit.

Dalším kritériem dělení rizik při provádění zahraničně obchodní činnosti je jejich dělení podle subjektu, který příslušná rizika nese, a můžeme je rozdělit na rizika prodejní (z dodání zboží nebo služeb) a rizika nákupní (při převzetí nebo z převzetí zboží či služeb). Jiné riziko nese prodávající při dodání zboží, zejména rizika z neplacení či nepřevzetí zboží kupujícím, jiná rizika nese kupující, zejména z nedodání zboží v případě platby předem, rizika z kvality či množství dodaného zboží apod.<sup>52</sup>

### **Rizika tržní<sup>53</sup>**

Tato rizika představují možnost, že v důsledku změny tržních podmínek podnik nedosáhne předpokládaného výsledku nebo utrpí ztrátu. Vývoj na trhu však může přinést také příznivější podnikatelský výsledek oproti předpokladu. Toto riziko nese každý podnikatelský subjekt i ve vnitřní ekonomice, v zahraničním obchodě však působí modifikovaně, např. rozdílným vývojem na různých trzích. Změna tržní situace může být způsobena různými příčinami, např. změnou celkové konjunkturální situace v určité zemi či ve skupině zemí, změnou vztahu nabídky a poptávky po určitém zboží, změnami v postavení rozhodujících dodavatelů nebo odběratelů nebo v důsledku změn v jejich prodejní či nákupní politice, změnami v technologii, sezónními výkyvy apod.

---

<sup>52</sup> BABIŠ, J. *Obchodování se zahraničím*. Český Těšín: Poradce, s.r.o., 2005. s. 87. ISBN 80-7365-080-0.

<sup>53</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 148. ISBN 978-80-247-1590-2.



### **Rizika komerční<sup>54</sup>**

Tímto pojmem bývají označována rizika vyplývající z nesplnění závazku obchodním partnerem. Tato rizika se dotýkají vztahů mezi exportérem a importérem, ale i průvodních služeb využívaných v obchodě, např. vztahů k dopravcům, zasílatelům, kontrolním společnostem, pojišťovnám apod. Zvýšená rizikovitost v oblasti komerčních rizik ovlivňuje dosažené výsledky většinou negativně tím, že obchodník buď vůbec neuskuteční předpokládanou transakci, nebo dosáhne při její realizaci horšího výsledku, než očekával.

### **Rizika přepravní<sup>55</sup>**

Jsou spojena s mezinárodními obchodními operacemi s hmotným zbožím. Během dopravy může dojít ke ztrátě nebo poškození zboží a škodu utrpí ten, kdo v daném okamžiku toto riziko nesl. Většinou to bývá buď prodávající, nebo kupující.

### **Rizika teritoriální<sup>56</sup>**

Tato rizika vyplývají z nejistoty politického a makroekonomického vývoje jednotlivých zemí, ale mohou být také důsledkem administrativních opatření, přírodních katastrof, bojkotu zboží, embarga apod.

### **Rizika kurzová<sup>57</sup>**

Kurzové riziko je spojeno se všemi formami mezinárodních hospodářských vztahů a vyplývá z proměnlivosti vývoje kurzů jednotlivých měn.

### **Riziko odpovědnosti za výrobek<sup>58</sup>**

Toto riziko souvisí se širokou ochranou spotřebitele na trzích některých vyspělých zemí, zvláště USA a EU. Výrobce je v těchto zemích vždy odpovědný za škody na zdraví nebo majetku, které mohou utrpět osoby v důsledku vad výrobku.

---

<sup>54</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 149. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>55</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 152. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>56</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 152. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>57</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 153. ISBN 978-80-247-1590-2.

<sup>58</sup> MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. s. 155. ISBN 978-80-247-1590-2.

## 7.1 Respektování rizikivosti v řízení podniků

Podstupování rizik v zahraničních ekonomických vztazích je objektivní. Neexistuje ani možnost absolutní ochrany před těmito riziky ve smyslu vyloučení jejich vlivu na výsledky podniků. Přesto ale podniky mohou ovlivňovat svými postupy míru přijímaných rizik, a to nezávisle na tom, zda si tento důsledek uvědomují.

Rizika zahraničních ekonomických vztahů jsou vyvolávána vývojem vnějších podmínek, ale intenzita jejich dopadu může být zosřena také příčinami vnitřními: nedostatky v řízení podniku, neodpovídající kvalifikací zaměstnanců, zanedbáním určitých okruhů činnosti, opožděnou reakcí na změny vnějších podmínek. Opatření proti těmto nedostatkům působí zároveň jako faktor prevence rizikivosti. Účelem je zabránit tomu, aby podniky nezostřovaly rizika, která nemohou přinést žádný efekt. Součástí politiky firem by mělo být také rozvíjení znalostí a dovedností, jak využívat dostupné nástroje a praktiky k řízení rizikivosti.

Velká většina strategických rozhodování o zahraničních ekonomických vztazích podniku, ale i některá rozhodování operativní mají vliv na podstupovaná rizika, a proto je třeba rizikovitost jednotlivých variant v rozhodovacím procesu respektovat. Zvýšení prvků nejistoty při současném turbulentním vývoji na mezinárodních trzích vede podnikatelské subjekty k hledání cest ke zvýšení pravděpodobnosti úspěšného podnikání formováním vlastní rizikové politiky. Její nejdůležitější součástí by mělo být respektování rizikivosti při rozhodování o strategických otázkách rozvoje podniku a zvládání rizikivosti výběrem vhodných podnikatelských alternativ.

V zahraničních ekonomických vztazích podniku tento přístup znamená, že rizikovitost podnik zvažuje ve velké většině rozhodování strategického významu. Jde zejména o otázky volby teritorií pro podnikatelské aktivity firmy, o výběr konkrétních forem zahraničních ekonomických vazeb podniku, o rozhodování o distribučních cestách a obchodních partnerech, o respektování vývoje na zbožových a finančních trzích apod. Užší kontakt se zahraničními trhy většinou rizika zvyšuje, ale umožňuje rychlejší reagování na podmínky těchto trhů, a tím může pozitivně působit na podnikatelské výsledky.

Podniky orientované na zahraniční trhy by měly formulovat rizikovou politiku ve třech oblastech. Měly by rozhodnout o tom, která opatření budou uskutečňovat k prevenci rizikivosti (např. vytvářením informačního systému, sledováním ratingu, stanovením úvěrových rámců pro odběratele). Dále by měly určit, která rizika budou omezovat a jakými metodami (volbou vhodných platebních podmínek, pojištěním,

využíváním finančních derivátů apod.). V neposlední řadě by měly zvážit, která rizika podstupovat budou a která vzhledem ke svému podnikatelskému zaměření podstupovat musí (rizika v oblasti zavádění inovací, vstupu na nové trhy, zřizování poboček v zahraničí apod.). Důsledné vyhýbání se riziku většinou nevede k příznivějším ekonomickým výsledkům, ale k nevyužívání podnikatelských příležitostí.

K rizikům je nezbytné přistupovat aktivně, zvažovat jejich intenzitu a směr možného působení. Ekonomické podmínky na trzích se v globalizovaném světě mění velmi rychle. Na tyto proměny je třeba pružně reagovat a tím omezit ztráty, ke kterým může v důsledku nepříznivých vnějších podmínek dojít, nebo využít příležitostí, které přináší příznivější ekonomický vývoj oproti původnímu předpokladu.<sup>59</sup>

Proti zvýšeným rizikům spojeným s internacionalizací podnikových činností se lze – zpravidla u státem kontrolovaných a dotovaných pojišťoven, kterou je například u nás Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. – pojistit.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> *Rizika v mezinárodním obchodě* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-09-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-prostredi-celni-problematika/rizika-v-mezinarodnim-obchode/1000487/51171>>.

<sup>60</sup> SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2006. s. 394. ISBN 80-247-0515-X.

## **8 PRŮZKUM VÝZNAMU ZAHRANIČNÍHO OBCHODU A JEHO BARIÉR U FIREM OBCHODUJÍCÍCH SE ZAHRANIČÍM**

### **8.1 Zadání průzkumu**

V rámci této práce je vypracován základní a jednoduchý průzkum významu zahraničního obchodu zaměřený na základní otázky týkající se prvotního impulsu začít obchodovat na zahraničním trhu, problémů se kterými se firmy setkali při vstupu na něj, zdroje čerpání informací o zahraničním trhu, působení finanční krize a existence firmy bez zahraničního obchodu. Místem průzkumu jsou Jižní Čechy a bylo vybráno a osloveno dvě stě firem. Návratnost vyplněného dotazníku byla 11 %, tedy 22 odpovědí z 200 oslovených respondentů. Dotazník průzkumu je uveden jako příloha I.

### **8.2 Vyhodnocení průzkumu**

Firmám bylo položeno následujících 15 otázek. Z výsledku šetření vyplynula tato zjištění (kompletní soubor odpovědí respondentů a grafické znázornění některých odpovědí je uvedeno jako příloha II a III).

#### **Vyhodnocení otázky č. 1**

Znění otázky: „Jaká je velikost ročního obratu vaší společnosti?“. Respondenti měli na výběr odpovědět ze čtyř možností: „méně než 1 milion“, „1 až 10 milionů“, „10 až 50 milionů“ nebo „50 a více milionů“. Největší podíl získal obrat „10 až 50 milionů“ a to 45,45 % z možných odpovědí. S malým rozdílem za ním 31,82 % odpovědí získala možnost „více než 50 milionů“.

#### **Vyhodnocení otázky č. 2**

Na druhou otázku „Jak dlouho působíte na zahraničním trhu?“ měli respondenti opět na výběr ze čtyř možností a to: „0 až 3 roky“, „4 až 6 let“, „7 až 10 let“ nebo „10 a více let“. Poslední možnou variantu „10 a více let“ vybralo 59,09 % respondentů. Jako druhou nejčastější odpověď zvolilo 27,27 % respondentů možnost „0 až 3 roky“.

#### **Vyhodnocení otázky č. 3**

Otázka „Jak velký podíl z vašeho obratu zajišťuje zahraniční spolupráce?“ navazovala na již zmíněný podíl obratu, z důvodu zjištění závislosti dle obratu

společností na zahraničním trhu. Ze čtyř možných odpovědí byly nejčastější „méně než 25 %“ nebo naopak „75 až 100 %“. Každou ze zmíněných nejčastějších odpovědí volilo 31,82 % dotázaných.

#### **Vyhodnocení otázky č. 4**

Na otázku „Jaký je počet zaměstnanců vaší společnosti?“ odpovědělo 50 % respondentů „méně než 20“. Druhou nejčastější odpovědí bylo „21 až 100“ zaměstnanců, tuto variantu vybralo 27,27 % dotázaných. 18,18 % respondentů vybralo odpověď „101 až 500“ a 4,55 % dotázaných „více než 500 zaměstnanců“.

#### **Vyhodnocení otázky č. 5**

Znění další otázky bylo: „Jste ve svém oboru zavedeným podnikem na zahraničním trhu?“. Ze třech možných odpovědí „známý“, „částečně známý“ a „neznámý“, 50 % zúčastněných odpovědělo „částečně známý“. Možnost „neznámý“ vybralo 27,27 % dotázaných.

#### **Vyhodnocení otázky č. 6**

„Co bylo prvotním impulsem začít obchodovat na zahraničním trhu?“. Takto zněla první otázka, na kterou měli dotázaní možnost volně odpovědět. Lze se domnívat, že prvotním impulsem začít obchodovat na zahraničním trhu byly převážně výhody lepší ceny, kvality, více kontaktů a v neposlední řadě rozšíření firmy a s tím spojené zvýšení tržeb.

#### **Vyhodnocení otázky č. 7**

Otázka č. 7 zněla následovně: „S jakými problémy jste se setkali při vstupu na zahraniční trh?“. Respondenti dostali možnost vyjádřit se k tomuto problému bez daných možných odpovědí. Mezi problémy při vstupu na mezinárodní trh převažoval problém legislativy a celního řízení, ovšem silnou konkurenci a bariéry v komunikaci nelze též opominout. Překvapujícím zjištěním však může být, že některé firmy se s žádnými bariérami nesetkaly, a to 27,27 % dotázaných.

#### **Vyhodnocení otázky č. 8**

Na osmou otázku „Odkud čerpáte informace o zahraničním trhu?“ měli respondenti opět možnost volné odpovědi. Převažujícím zdrojem informací o trhu se

stal jednoznačně internet, který můžeme pokládat v dnešní době za nezbytný, ve své volné odpovědi ho uvedlo 63,63 % dotázaných. Avšak osobní kontakt a jednání zaujímá též důležité postavení, uvedlo ho 31,81 % respondentů.

### **Vyhodnocení otázky č. 9**

Na otázku „Jste firma se zahraniční účastí?“ byly na výběr dvě možnosti odpovědí. „ano“ nebo „ne“. 77 % dotázaných není firma se zahraniční účastí.

### **Vyhodnocení otázky č. 10**

Další desátá otázka ve znění „Bylo by pro vás výhodné, kdyby se v ČR zavedlo euro?“ měla dvě možnosti zodpovězení, „ano“ či „ne“. Na základě vyplněných dotazníků by zavedení eura v České republice uvítalo 63,64 % firem.

### **Vyhodnocení otázky č. 11**

Zda se dotázané firmy zaměřují na dovoz, vývoz nebo obojí, se zjišťovalo pomocí jedenácté otázky, která zněla: „Na co se Vaše společnost zaměřuje při obchodování?“. Respondenti si z možného výběru „dovoz“, „vývoz“, „dovoz i vývoz“ nejčastěji volili „dovoz i vývoz“ a „vývoz“, každou z těchto možností zvolilo 36,36 % dotázaných.

### **Vyhodnocení otázky č. 12**

„Jste schopni investovat finanční zdroje do rozvoje exportu nebo importu?“, na tuto otázku s možnostmi odpovědí „ano“, „částečně“, „minimálně nebo vůbec“ odpovědělo 59 % respondentů „částečně“. Avšak minimálně nebo vůbec není schopno investovat až 27,27 % dotázaných a odpověď „ano“ zvolilo jen 13,64 % respondentů.

### **Vyhodnocení otázky č. 13**

Znění otázky: „Jak intenzivní je vaše marketingová komunikace na zahraničním trhu?“. Respondenti měli opět na výběr ze tří možností. U 50 % dotázaných je srovnatelná s konkurencí, 36,36 % zvolilo možnost „minimální nebo žádná“ a zbývajících 13,64 % se domnívá, že je jejich marketingová komunikace velmi intenzivní.

#### **Vyhodnocení otázky č. 14**

Předposlední otázka dala respondentů možnost otevřeně zodpovědět na otázku: „Jakým způsobem na vás dopadla finanční krize?“. Odpovědi byly velmi rozdílné. Respondenti si převážně stěžovali na snížení obrátu a pokles tržeb, ovšem na straně druhé 27,27 % dotázaných finanční krize buď nepostihla vůbec, nebo naopak tržby ještě zvýšila.

#### **Vyhodnocení otázky č. 15**

Na poslední otázku ve znění: „Mohla by vaše společnost existovat bez zahraničního obchodu“ měli respondenti na výběr dvě možnosti a to „ano“ nebo „ne“.

Z dotazníkového šetření vyplívá, že 59,09 % respondentů by nemohlo existovat bez zahraničně obchodní činnosti.

## ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vypracovat analýzu významu zahraničního obchodu a bariér s ním spojených a rovněž předložit ucelený přehled o tomto tématu.

Hlavní význam mezinárodního obchodu je v obohacení obou obchodujících stran, oproti vnitrostátnímu obchodu může být ale také politickým nástrojem či prostředkem šíření určité kultury.

Čím větší je vzájemná hospodářská provázanost dvou nebo více zemí, tím jsou celkové vztahy těchto zemí stabilnější. Proto je možné označit zahraniční obchod jako formu vztahů, která silně podporuje mírovou spolupráci a snižuje riziko konfliktu.

Zahraníční obchod přispívá také k růstu vzdělanosti. Obyvatele zemí orientovaných na vývoz nutí k intenzivnímu studiu technických novinek, forem zahraniční spolupráce, jazyků i národních kulturních specifík.

Každé podnikání s sebou nese podnikatelská rizika, zvláště pokud jde o obchod přes „hranice“ států neboli o zahraničně obchodní činnost.

Některé firmy se i přes možná rizika rozhodly proniknout na zahraniční trh. Lze předpokládat, že jejich hlavním důvodem bylo zvětšení obrátu firmy díky rozsáhlejším možnostem, které mezinárodní trh přináší. Na základě průzkumu bylo ukázáno, že firmy se rozhodly obchodovat na zahraničním trhu převážně z důvodů rozšíření společnosti, expanzi, lepším cenám, kontaktům. Tento tah umožní firmě získání nových prodejních možností, ale především dosahovat větších zisků, pomocí většího obrátu.

Avšak vstup na zahraniční trh s sebou nese i určité bariéry. Dá se předpokládat, že mezi hlavní můžeme zmínit celní a daňovou problematiku, znalost daného trhu a konkurence je též nelehká. Lze se domnívat, že znalost daného jazyka, který je potřeba k obchodu je občas též problémem, neboť je potřebné, aby osoba spolupracující se zahraničním ovládala nejen jazykové, ale i obchodní znalosti. Dle průzkumu se firmy převážně potýkaly s problémy legislativy, celních předpisů, komunikace a konkurence. Překvapujícím zjištěním ovšem bylo, že téměř 28 % respondentů se neseťkalo s žádnými problémy.

V případě obchodování se zahraničím a orientaci se na daném trhu lze předpokládat, že informace o dané situaci, novinkách a konkurenci jsou téměř nezbytné. Dá se předpokládat, že nejen tyto informace firmy získávají pomocí internetu, jednáním se stávajícími dodavateli nebo odběrateli, čtením odborných článků a prostřednictvím výstav a veletrhů. Na základě průzkumu informace a údaje spojené s mezinárodním



obchodováním převážně respondenti čerpají z internetu, osobních kontaktů a jednání. Výstavy a veletrhy jsou těmito zdroji téměř zastíněny, vzpomněl si na něj pouze jeden respondent z dotazníkového šetření.

Dalo by se předpokládat, že zavedení eura v České republice by přivítaly všechny společnosti. Nehrozí riziko výkyvu kurzu a tím spojené ztráty z daného obchodu. V dnešní situaci hrozí risk rozdílu kurzu při sjednání obchodu a v době jejího zaplacení. Dle vyhodnocení dotazníku, však není situace úplně jednoznačná. 63,64 % respondentů zodpovědělo, že by zavedení přivítali. Zbýlých 36,36 % mělo názor opačný.

Postihla dnešní ekonomická situace opravdu všechny firmy a nutí k braní nezbytných opatření? Lze se domnívat, že dnešní ekonomický trh je velice nejistý a tato situace postihla všechny podnikající subjekty. Ovšem z dotazníkového šetření je situace poněkud jiná. 27 % respondentů buď postihla minimálně, nebo naopak u některých zvýšila jejich tržby. Lidé si váží práce a firmy si mohou vybírat, protože větší část společností postihla krize rapidním snížením obrátu a s tím spojeným propouštěním a omezováním ve firmě.

Vyvstává další otázka, mohou firmy v dnešní době investovat do rozvoje exportu a importu? Dalo by se předpokládat, že odpověď úzce souvisí s předcházející problematikou finanční krize. Některé firmy řeší svou existenci z důvodu krize a berou ve firmě veškerá možná opatření, aby zabránili krachu. Na druhé straně společnosti, které své tržby naopak zvýšily, si mohou dovolit tento druh investic. Na základě průzkumu je odpověď na tuto otázku následující. 27,27 % respondentů není schopno nebo jen minimálně investovat, 59,09 % jsou schopni částečně a zbývajících 13,64 % zodpovědělo na tuto otázku ano. Lze tedy předpokládat, že téměř 73 % dotázaných mají finanční zdroje a mohli by je investovat do rozvoje exportu nebo importu.

Otázkou avšak zůstává, zda je pro firmy mezinárodní spolupráce nezbytnou součástí jejich existence. Zahraniční trh poskytuje firmám široký úhel jejich působnosti, více možností. Je možno předpokládat, že až na pár výjimek je pro firmy nepostradatelný. Z průzkumu vyplývá, že pro téměř 60 % respondentů je zahraniční obchod nezbytnou součástí jejich existence. Zbýlých 40 % zodpovědělo, že by to jejich existenci nenarušilo.

Z výše uvedeného lze konstatovat, že význam mezinárodního obchodu pro české firmy je více než potřebný, ale nejen pro ně. Nesmíme zapomenout na ekonomiku naší země. Celní problematika se jeví jako jedna z největších bariér obchodu přes hranice

státu, ovšem zdá se není až tak velká, že by firmy na zahraničním trhu přestaly obchodovat.

Tvorba a provádění české obchodní politiky prošly po vstupu do Evropské unie zásadními věcnými i institucionálními transformacemi. Změnila se nejen úprava obchodních vztahů s členskými státy EU, které se nyní realizují v rámci pravidel jednotného vnitřního trhu. Česká republika postupuje jinak i jako obchodní partner třetích zemí. Formálně se vzdala práva uskutečňovat vůči nim samostatnou obchodní politiku, ale neznamená to, že by rezignovala na zájmy, jež na třetích trzích má. Společná obchodní politika je hlavní složkou a nejvíce integrovanou součástí komplexu vnějších vztahů EU. ČR se vstupem do EU připojila k celní unii, která na dovozy a vývozy z a do třetích zemí uplatňuje jednotné úpravy obchodních vztahů, závazné pro všechny členské státy EU.

Odstranění překážek obchodu uvnitř EU významně přispělo k její prosperitě a posílilo její úsilí o celosvětovou liberalizaci. EU hraje ústřední úlohu v mezinárodních jednáních o liberalizaci obchodu. Hlavní prioritou českého předsednictví společně s Evropskou komisí je dosáhnout dokončení mnohostranné liberalizace obchodu tzv. Rozvojového kola z Dohá. Společné úsilí evropských institucí s členskými státy a prohloubení spolupráce v teritoriích mimo EU je způsobem, jak stanovené priority dosáhnout. Liberalizace mezinárodního obchodu je též součástí řešení hospodářské krize. Ochranná opatření mohou krizi naopak zhoršit a vytvořit další bariéry bránící světovému obchodu, proto je nutné pokračovat v odstraňování technických překážek.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Literární zdroje

1. BABIŠ, J. *Obchodování se zahraničím*. Český Těšín: Poradce, s.r.o., 2005. 128 s. ISBN 80-7365-080-0.
2. BAKEŠ, M. Teoretické otázky finančního práva. In MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. 496 s. ISBN 978-80-7357-263-1.
3. BENEŠ, V. a kol. *Zahraniční obchod*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. 328 s. ISBN 80-247-0558-3.
4. ČICHOVSKÝ, L. *Marketing zahraničního obchodu*. Radix, s. r. o., 1997, 331 s. ISBN 80-86031-07-1.
5. DONELLY, J. H. a kol. *Management*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 1997. 824 s. ISBN 80-1769-422-3.
6. JANATKA, F. a kol. *Obchod v rámci Evropské unie a obchodní operace mimo členských zemí EU*. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2004. 296 s. ISBN 80-7357-006-8.
7. KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
8. KUBÁTOVÁ, K. a kol. *Moderní průvodce daňovým systémem*. Praha: Grada, 1994. 240 s. ISBN 80-7169-020-1.
9. MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 244 s. ISBN 978-80-247-1590-2.
10. MARKOVÁ, H. *Daňové zákony 2010, úplná znění platná k 1. 1. 2010*. 18. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. 280 s. ISBN: 978-80-247-3206-0.
11. MATOUŠEK, P., SABELOVÁ L. *Clo*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2007. 496 s. ISBN 978-80-7357-263-1.
12. NĚMEČEK, E. *Mezinárodní měnový systém*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2000. 250 s. ISBN 80-246-0081-1.
13. SIXTA, J., MAČÁT V. *Logistika – teorie a praxe*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a. s., 2005. 320 s. ISBN 80-251-0573-3.
14. SVATOŠ, M. a kol. *Zahraniční obchod teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. 368 s. ISBN 978-80-247-2708-0.

15. SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2006. 472 s. ISBN 80-247-0515-X.
16. VLČEK, J. a kol. *Ekonomie a ekonomika*. 2. vyd. Praha: ASPI Publishing, s. r. o., 2003. 512 s. ISBN 80-86395-46-4.
17. WOKOUN, ČERVENÝ, M. a kol. *Ekonomika v prostoru*. Praha: Linde Praha, a. s., 2008. 189 s. ISBN 978-80-7201-698-3.

### **Elektronické zdroje**

1. *Celní kodex Společenství* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2009-11-21]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravo-eu/celni-kodex-spolecenstvi-070101/1000459/46670/>>.
2. *Celní unie* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/c/celni-unie/1000695/6113/?fornewsid=6113>>.
3. HUTLOVÁ, H. *Protekcionismus* [online]. Dům financí.cz, 2006 [cit. 2009-12-13]. Dostupný z WWW: <<http://dumfinanci.cz/zajimavosti/protekcionismus>>.
4. *Postavení České republiky ve WTO* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument7894.html>>.
5. *Projekt přípravy Nové Exportní strategie na léta 2011-2016* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005 [cit. 2010-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument68546.html>>.
6. *Rizika v mezinárodním obchodě* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-09-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-prostredi-celni-problematika/rizika-v-mezinarodnim-obchode/1000487/51171>>.
7. *Spotřební daň* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2009-11-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/spotrebni-dan/1001647/>>.
8. *Vize exportní strategie* [online]. BusinessInfo.cz, 1997 [cit. 2010-02-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/exportni-strategie-cr-2006-2010/vize-exportni-strategie/1001404/37885/>>.
9. *Vývoz zboží* [online]. Ostrava: Sagit, a. s., 1996 [cit. 29. 11. 2009]. Dostupný z WWW: <[http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=da\\_543.htm](http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=da_543.htm)>.

10. *Zahraniční obchod* [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2010 [cit. 2009-11-17]. Dostupné z WWW: <<http://www.czech.cz/cz/ekonomika-podnikani-veda/vseobecne-informace/zahranicni-obchod/zahrani>>.
11. *Zahraniční obchod* [online]. Měšec.cz, 2009 [cit. 2009-11-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.mesec.cz/texty/zahranicni-obchod/>>.
12. *Základ DPH u dovozu zboží* [online]. Ostrava: Sagit, a. s., 1996 [cit. 29. 11. 2009]. Dostupný z WWW: <[http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=DA\\_561.HTM](http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=74&typ=r&levelid=DA_561.HTM)>.
13. *Zřízení české celní správy* [online]. Praha: Celní správa České republiky, 2009 [cit. 2010-03-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.celnisprava.cz/cz/onas/organizacni-struktura/Stranky/zrizeni-ceske-celni-spravy.aspx>>.

## SEZNAM ZKRATEK

ČNB	ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA
ČR	ČESKÁ REPUBLIKA
ČSÚ	ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD
DPH	DAŇ Z PŘIDANÉ HODNOTY
ES	EVROPSKÉ SPOLEČENSTVÍ
EU	EVROPSKÁ UNIE
GATT	VŠEOBECNÁ DOHODA O CLECH A OBCHODU
OECD	ORGANIZACE PRO EKONOMICKOU SPOLUPRÁCI A ROZVOJ
RVHP	RADA VZÁJEMNÉ A HOSPODÁŘSKÉ POMOCI
USA	SPOJENÉ STÁTY AMERICKÉ
WTO	SVĚTOVÁ OBCHODNÍ ORGANIZACE

## PŘÍLOHY

### Příloha I: Dotazník na téma význam zahraničního obchodu pro české společnosti

Vážení,

dovoluji si Vás oslovit s žádostí o pomoc při zpracování mé bakalářské práce. Pokud budete tak laskaví a věnujete vyplnění následujícího dotazníku svůj čas, pomůžete mi k objektivnějšímu uchopení daného problému. Dotazník se skládá z poměrně krátkých 15 otázek na téma zahraniční obchod a je určen českým firmám obchodujících na zahraničním trhu.

Předem děkuji a přeji pěkný den

Štěpánka Vrkočová

Vysoká škola Evropských a regionálních studií

- 1. Jaká je velikost ročního obrátu vaší společnosti?**
  - a) >1 milion
  - b) 1-10 milionů
  - c) 10-50 milionů
  - d) <50 milionů
  
- 2. Jak dlouho působíte na zahraničním trhu?**
  - a) 0-3 roky
  - b) 4-6 let
  - c) 7-10 let
  - d) 10 a více let
  
- 3. Jak velký podíl z vašeho obrátu zajišťuje zahraniční spolupráce?**
  - a) >25%
  - b) 26-50%
  - c) 51-75%
  - d) 76-100%
  
- 4. Jaký je počet zaměstnanců Vaší společnosti**
  - a) >20
  - b) 21-100
  - c) 101-500
  - d) < 500

5. **Jste ve svém oboru zavedeným podnikem na zahraničním trhu?**  
a) známý  
b) částečně známý  
c) neznámý
6. **Co bylo prvotním impulsem začít obchodovat na zahraničním trhu?**  
.....
7. **S jakými problémy jste se setkali při vstupu na zahraniční trh?**  
.....
8. **Odkud čerpáte informace o zahraničním trhu?**  
.....
9. **Jste firma se zahraniční účastí?**  
a) Ano  
b) Ne
10. **Bylo by pro Vás výhodné, kdyby se v ČR zavedlo euro?**  
a) Ano  
b) Ne
11. **Na co se Vaše společnost zaměřuje při obchodování?**  
a) Dovoz.  
b) Vývoz  
c) Dovoz i vývoz
12. **Jste schopni investovat finanční zdroje do rozvoje exportu nebo importu?**  
a) Ano  
b) Částečně  
c) Minimálně nebo vůbec
13. **Jak intenzivní je Vaše marketingová komunikace na zahraničním trhu?**  
a) Velmi intenzivní  
b) Srovnatelná s konkurencí  
c) Minimální nebo žádná
14. **Jakým způsobem na Vás dopadla finanční krize?**  
.....
15. **Mohla by Vaše společnost existovat bez zahraničního obchodu?**  
a) Ano  
b) Ne



## Příloha II: Odpovědi respondentů dotazníkového šetření<sup>61</sup>

**Tab. 1: Tabulka odpovědí otázek čísla 1. – 5.**

1. Jaká je velikost ročního obrátu vaší společnosti?
2. Jak dlouho působíte na zahraničním trhu?
3. Jak velký podíl z vašeho obrátu zajišťuje zahraniční spolupráce?
4. Jaký je počet zaměstnanců vaší společnosti?
5. Jste ve svém oboru zavedeným podnikem na zahraničním trhu?

Respondent	Otázka 1.	Otázka 2.	Otázka 3.	Otázka 4.	Otázka 5.
1	1-10 milionů	10 a více let	76-100%	21-100	známý
2	10-50 milionů	0-3 roky	26-50%	21-100	neznámý
3	více jak 50 milionů	10 a více let	76-100%	101-500	známý
4	více jak 50 milionů	7-10 let	76-100%	101-500	částečně známý
5	10-50 milionů	4-6 let	méně než 25%	méně než 20	neznámý
6	10-50 milionů	10 a více let	méně než 25%	21-100	částečně známý
7	10-50 milionů	10 a více let	76-100%	21-100	částečně známý
8	10-50 milionů	10 a více let	26-50%	méně než 20	částečně známý
9	více jak 50 milionů	10 a více let	76-100%	více než 500	známý
10	10-50 milionů	10 a více let	26-50%	21-100	částečně známý
11	méně než 1 milion	0-3 roky	méně než 25%	méně než 20	neznámý
12	více jak 50 milionů	10 a více let	méně než 25%	101-500	částečně známý
13	více jak 50 milionů	10 a více let	51-75%	101-500	známý
14	méně než 1 milion	0-3 roky	26-50%	méně než 20	částečně známý
15	10-50 milionů	10 a více let	méně než 25%	méně než 20	neznámý
16	méně než 1 milion	10 a více let	76-100%	méně než 20	částečně známý
17	10-50 milionů	0-3 roky	méně než 25%	méně než 20	neznámý
18	10-50 milionů	0-3 roky	méně než 25%	méně než 20	částečně známý
19	méně než 1 milion	0-3 roky	51-75%	méně než 20	neznámý
20	10-50 milionů	4-6 let	51-75%	méně než 20	částečně známý
21	více jak 50 milionů	10 a více let	76-100%	méně než 20	známý
22	více jak 50 milionů	10 a více let	51-75%	21-100	částečně známý

<sup>61</sup> Vlastní výzkum

**Tab. 2: Tabulka odpovědí otázky čísla 6.**

6. Co bylo prvotním impulsem začít obchodovat na zahraničním trhu?

Respondent	Otázka 6.
1	Předesílám - jsme dovozci italského nábytku Nedostatek kvalitního a designového nábytku na našem trhu v 90. letech. Potřeba odlišit svůj sortiment od běžného.
2	rozšíření firmy
3	Získání zakázek z celého světa
4	jsme součástí nadnárodního holdingu
5	rozšíření firmy
6	Zahraníční odběratelé se na nás sami obrátili, zda bychom námi vyráběné stroje mohli dodat. Přistupujeme k zahraničním odběratelům stejně jako k tuzemským. Pokud zákazník požaduje stroje z našeho výrobního programu, je nám jedno, z jaké je země.
7	Náhoda
8	Lepší cena.
9	Expanze
10	Zájem o české pivo a snaha o získání nových prodejních možností.
11	Kontakty
12	kvalita výrobků a lepší cena
13	Nutnost obstát v boji s konkurencí
14	Poměrně snadné dosažení zisku.
15	výhody kvality
16	znalost profese
17	výhody
18	Zvýšení konkurenceschopnosti pro stávající zákazníky
19	poptávka po zahr. Zboží
20	Zvýšení tržeb.
21	Předchozí zkušenosti a kontakty.
22	Jsme mezinárodní kamionová doprava - samo o sobě to vyplývá z názvu

**Tab. 3: Tabulka odpovědí otázky čísla 7.**

7. S jakými problémy jste se setkali při vstupu na zahraniční trh?

Respondent	Otázka 7.
1	Vyšší cena našeho zboží. Dodací lhůta cca 6 týdnů. Italská dovolená v srpnu a v prosinci, kdy se dodací lhůty prodlužují až o 4 týdny.
2	jazykove znalosti, clo,
3	Konkurence
4	dostatek znalostí a zkušeností zejména u obchodníků
5	Komunikace
6	Problém byl dříve vždy při celním řízení (měli i při opakovaných vývozech odlišné požadavky na vyplnění formulářů). Od vstupu do EU se situace zlepšila, dnes je spolupráce s celní správou bez problémů -ochotně poradí.
7	nejhorší byla celnice s jejími předpisy
8	Časté výkyvy kurzu.
9	Celní problematika, nedůvěra vůči firmám z bývalého socialistického bloku
10	Administrativní problémy a ochranná opatření cílových zemí.
11	se žádnými
12	se žádnými
13	legislativa,neznalost místních zvyklostí,kurzové rozdíly
14	Příliš velká konkurence..
15	komunikace, laxní jednání
16	Žádné
17	Žádné
18	Problémy nemáme
19	v podstatě s žádnými, komunikace se zahraničními dodavateli je často vstřícnější než s tuzemskými
20	Birokracie.
21	Vhodný výběr solventních zákazníků.
22	Počáteční nedůvěra zahraničních partnerů, jejich snaha maximálně a nekompromisně snižovat ceny

**Tab. 4: Tabulka odpovědí otázky čísla 8. a 9.**

8. Odkud čerpáte informace o zahraničním trhu?

9. Jste firma se zahraniční účastí?

Respondent	Otázka 8.	Otázka 9.
1	Výstavy, osobní kontakty, internet a příchozí emailové zprávy	ne
2	Internet	ne
3	Internet	ano
4	marketingové odd.mateřské firmy + média	ano
5	Internet	ne
6	Obecně z internetu (portálu MF CR). Dále se informujeme u svých dosavadních obchodních partnerů - jaké mají zkušenosti atd.	ne
7	Internet, osobní jednání, telefon	ne
8	Internet.	ano
9	Czech Trade, oborové weby, magazíny	ne
10	Běžně dostupné zdroje.	ne
11	Internet	ne
12	Osobní jednání	ne
13	z médií, statistik a od našich zahraničních spolupracovníků	ano
14	Převážně z internetu	ne
15	Internet, osobní kontakt	ne
16	Internet, veletrhy	ne
17	Nečerpáme	ne
18	Z internetu	ne
19	z internetu	ne
20	Ze zahraničí.	ano
21	Osobní kontakty, literatura a časopisy.	ne
22	Vycházíme převážně z kontaktů se svými partnery	ne

**Tab. 5: Tabulka odpovědí otázek čísla 10. – 13.**

10. Bylo by pro vás výhodné, kdyby se v ČR zavedlo euro?  
 11. Na co se vaše společnost zaměřuje při obchodování?  
 12. Jste schopni investovat finanční zdroje do rozvoje exportu nebo importu?  
 13. Jak intenzivní je vaše marketingová komunikace na zahraničním trhu?

Respondent	Otázka 10.	Otázka 11.	Otázka 12.	Otázka 13.
1	Ne	Dovoz	minimálně nebo vůbec	velmi intenzivní
2	Ne	Dovoz	minimálně nebo vůbec	minimální nebo žádná
3	Ano	dovoz i vývoz	Částečně	srovnatelná s konkurencí
4	Ano	Vývoz	Částečně	srovnatelná s konkurencí
5	Ne	dovoz i vývoz	Částečně	minimální nebo žádná
6	Ano	Vývoz	minimálně nebo vůbec	minimální nebo žádná
7	Ano	Vývoz	Částečně	srovnatelná s konkurencí
8	Ano	Vývoz	Částečně	velmi intenzivní
9	Ano	Vývoz	Ano	srovnatelná s konkurencí
10	Ano	dovoz i vývoz	Částečně	minimální nebo žádná
11	Ano	Vývoz	Částečně	minimální nebo žádná
12	Ne	Dovoz	Ano	srovnatelná s konkurencí
13	Ano	Vývoz	Částečně	velmi intenzivní
14	Ne	Dovoz	minimálně nebo vůbec	srovnatelná s konkurencí
15	Ne	Dovoz	Ano	srovnatelná s konkurencí
16	Ano	dovoz i vývoz	minimálně nebo vůbec	minimální nebo žádná
17	Ne	dovoz i vývoz	Částečně	minimální nebo žádná
18	Ne	dovoz i vývoz	Částečně	srovnatelná s konkurencí
19	Ano	Dovoz	Částečně	srovnatelná s konkurencí
20	Ano	dovoz i vývoz	Částečně	minimální nebo žádná
21	Ano	Vývoz	Částečně	srovnatelná s konkurencí
22	Ano	dovoz i vývoz	minimálně nebo vůbec	srovnatelná s konkurencí

**Tab. 6: Tabulka odpovědí otázek čísla 14. – 15.**

14. Jakým způsobem na vás dopadla finanční krize?

15. Mohla by vaše společnost existovat bez zahraničního obchodu?

Respondent	Otázka 14.	Otázka 15.
1	38% nižší obrat.	ne
2	snížení zájemců o prodej	ano
3	Pokles obratu o 20%	ne
4	pokles obratu a tržeb o cca -10%	ne
5	Nedopadla	ano
6	Jsmo na 2/3 výnosů (export však neklesl). Na jaře 2009 jsme propustili 1/4 zaměstnanců. Myslíme, že krize na nás ještě dopadne, neboť naše zařízení jsou součástí investičních celků, které byly většinou nasmalovány ještě před započatím krize (setrvačnost). Firmy za krize příliš do rozvoje neinvestují, a to na nás teprve asi dolehne.	ne
7	tvrdě nás zasáhla v loňském roce, kdy došlo k poklesu obratu o 30%. Museli jsme snižovat stavy i fond pracovní doby. Dnes je již situace jiná.	ne
8	Vyvážíme méně.	ne
9	Pokles tržeb zapříčiněný opatřeními spotřebitelů	ne
10	Následkem krize máme pokles tržeb.	ano
11	Mírně	ano
12	zmenšil se nám obrat	ano
13	snížení produkce, pokles odbytu	ne
14	Nedostatek kvalitního zboží od zahraničních dodavatelů.	ne
15	zvýšení obratu o 30%, vlastní zaměstnanci si více váží práce, větší nerozhodnost zákazníků, možnost výběru nového zaměstnance z většího počtu uchazečů	ano
16	Nijak	ne
17	větší konkurence	ano
18	Nedopadla. Zvýšili jsme tržby o 15,7%.	ano
19	citelně, museli jsme zrušit kamenný obchod, neboť sídlíme v regionu s vysokou nezaměstnaností a nízkým průměrným příjmem	ne
20	Finanční krize nám zvýšila obrat.	ne
21	Snížení obratu o 7%.	ano
22	Velký problém nám způsobuje, že ČR dosud nepřijala a zřejmě dlouho nepřijme euro. Většina naší fakturace je v eurech. To je největší problém našeho podnikání - rozdíl v kurzu v době fakturace a v den připsání na účet!!!! Hruža.	ne

## Příloha III: Grafické znázornění odpovědí dotazníkového šetření

### Graf 1: Otázka číslo 1



### Graf 2: Otázka číslo 2



### Graf 3: Otázka číslo 3



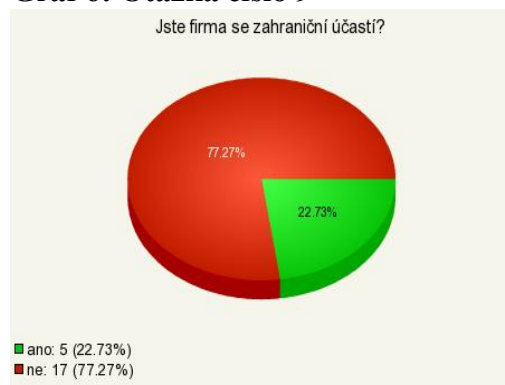
### Graf 4: Otázka číslo 4



### Graf 5: Otázka číslo 5

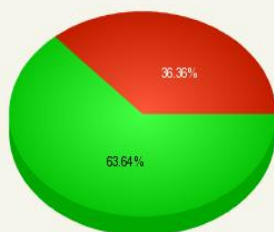


### Graf 6: Otázka číslo 9



### Graf 7: Otázka číslo 10

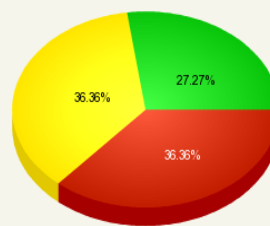
Bylo by pro vás výhodné, kdyby se v ČR zavedlo Euro?



■ ano: 14 (63.64%)  
■ ne: 8 (36.36%)

### Graf 8: Otázka číslo 11

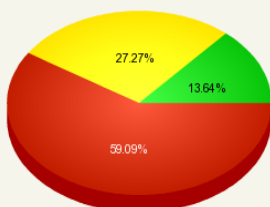
Na co se vaše společnost zaměřuje při obchodování?



■ dovoz i vývoz: 8 (36.36%)  
■ vývoz: 8 (36.36%)  
■ dovoz: 6 (27.27%)

### Graf 9: Otázka číslo 12

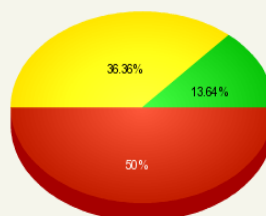
Jste schopni investovat finanční zdroje do rozvoje exportu nebo importu?



■ částečně: 13 (59.09%)  
■ minimálně nebo vůbec: 6 (27.27%)  
■ ano: 3 (13.64%)

### Graf 10: Otázka číslo 13

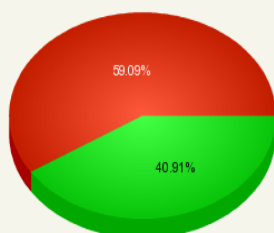
Jak intenzivní je vaše marketingová komunikace na zahraničním trhu?



■ srovnatelná s konkurencí: 11 (50%)  
■ minimální nebo žádná: 8 (36.36%)  
■ velmi intenzivní: 3 (13.64%)

### Graf 11: Otázka číslo 15

Mohla by vaše společnost existovat bez zahraničního obchodu?



■ ano: 9 (40.91%)  
■ ne: 13 (59.09%)



## **Příloha IV: Povinnosti prodávajícího, kupujícího a dodací doložky INCOTERMS 2000<sup>62</sup>**

### **Povinnosti prodávajícího**

- a. Dodání zboží podle obchodní smlouvy
- b. Licence, povolení a formality
- c. Převážní smlouva (včetně pojištění)
- d. Dodání zboží
- e. Přechod rizik
- f. Rozdělení výloh (úhrad, plateb, nákladů)
- g. Vyrozumění kupujícího
- h. Důkazy o dodání, převážní (dopravní) doklady
- i. Kontrola, balení a značení (signování)
- j. Další povinnosti

### **Povinnosti kupujícího**

- a. Zaplacení ceny
- b. Licence, povolení a formality
- c. Převážní smlouva
- d. Převzetí zboží
- e. Přechod rizik
- f. Rozdělení výloh (úhrad, plateb, nákladů)
- g. Vyrozumění prodávajícího
- h. Důkazy o dodání, převážní (dopravní) doklady
- i. Kontrola, balení a značení (signování)
- j. Další povinnosti

### **Doložky INCOTERMS jsou rozděleny do 4 odlišných skupin, a to:**

- i. E – kupující zajišťuje veškerou dopravu, formality a nese veškerá rizika ... doložka EXW,

---

<sup>62</sup> JANATKA, F. a kol. *Obchod v rámci Evropské unie a obchodní operace mimo členské země EU*. 2004. s. 85-89.

- ii. F – kupující zajišťuje převážný úsek dopravy a nese většinu rizik, ale nezajišťuje vývozní formality ... doložky FCA, FAS, FOB,
- iii. C – prodávající zajišťuje převážný úsek dopravy, vývozní formality, ale nenese rizika ... doložky CFR, CIF, CPT, CIP,
- iv. D – prodávající zajišťuje veškerou dopravu, formality a nese rizika ... doložky DAF, DES, DEQ, DDU a DDP.

### **Charakteristika nejpodstatnějších částí jednotlivých doložek**

- *EXW – Ex Works* (... named place) – Ze závodu (... ujednané místo)

Povinností prodávajícího je dát k dispozici zboží kupujícímu ve svém závodě. Proávající neodpovídá za nakládku zboží na dopravní prostředek, opatřený kupujícím, pokud nebylo dohodnuto jinak. Kupující nese veškeré výlohy a rizika spojená s přepravou zboží z tohoto místa až na místo určení. Tato doložka představuje minimální závazek pro prodávajícího.

- *FCA – Free Carrier* (... named place) Vyplaceně dopravci (... ujednané místo)

Kupující volí způsob přepravy a dopravce. Proávající splní své povinnosti dodáním zboží, připraveným pro vývoz, dopravci v ujednaném místě. Výlohy a rizika přecházejí z prodávajícího na kupujícího v okamžiku převzetí zboží dopravcem.

- *FAS – Free Alongside Ship* (... named port of shipment) – Vyplaceně k boku lodi (... ujednaný přístav nalodění)

Proávající splní své povinnosti, jakmile bylo zboží umístěno k boku lodi (na nábreží nebo ve člunu). Kupující určuje loď a nese veškerá rizika a výlohy od okamžiku dodání zboží prodávajícím. Kupující má také za povinnost proclít, případně dále vybavit zboží určené pro vývoz.

- *FOB – Free on Board* (... named port of shipment) – Vyplaceně loď (... ujednaný přístav nalodění)

Proávající je povinen umístit zboží na loď v přístavu nalodění, který je stanoven v kupní smlouvě. Kupující určuje loď a platí námořní dopravné. Výlohy a rizika přecházejí z prodávajícího na kupujícího přechodem zábradlí lodi v přístavu nalodění. Formality spojené s vývozem zajišťuje prodávající.

- *CFR – Cost and Freight* (... named port of destination) – Výlohy, dopravné placeny (... ujednaný přístav určení)

Prodávající vybírá loď, platí nakládku zboží, námořní dopravné až do ujednaného přístavu a zde vykládku zboží z lodi. Proávající zajišťuje i vývozní formality. Riziko ztráty nebo poškození zboží, jakož i riziko jakéhokoli zvýšení výloh přechází z prodávajícího na kupujícího přechodem zábradlí lodi v přístavu nalodění (podobně jako u FOB).

- *CIF – Cost, Insurance and Freight* (... named port of destination) – Výlohy, pojistné, dopravné placeny (... ujednaný přístav určení)

Stejná doložka jako CFR, avšak navíc je prodávající povinen opatřit námořní pojištění proti riziku ztráty a poškození zboží během přepravy. Jedná se o pojištění podle podmínek FPA na 110 % hodnoty zboží. Proávající toto pojistné hradí.

- *CPT – Carriage Paid to* (... named place of destination) – Dopravné placeno do (... ujednaný bod určení)

Prodávající odbavuje zboží pro vývoz, zajišťuje přepravu a hradí přepravné až do ujednaného místa určení. Rizika spojená se ztrátou nebo poškozením zboží, jakož i rizika zvýšení nákladů během přepravy zboží, přecházejí na kupujícího předáním zboží prvnímu dopravci (zasílateli).

- *CIP – Carriage and Insurance Paid to* (... named place of destination) – Dopravné a pojištění placeno do (... ujednaný bod určení)

Stejně jako doložka CPT, avšak navíc je prodávající povinen sjednat pojištění přepravy proti poškození nebo ztrátě zboží během přepravy (tzn. minimální pojistné, podle podmínek FPA na 110 % hodnoty zboží). Proávající uzavírá přepravní smlouvu, hradí výlohy spojené s přepravou a pojistné.

- *DAF – Delivered at Frontier* (... named place) – S dodáním na hranici (... ujednané místo)

Výlohy a rizika přecházejí z prodávajícího na kupujícího přechodem státní hranice. Proávající je povinen dodat zboží na sjednané místo na hranici před její celní hranicí. Proávající nese výlohy a rizika až na hranici a zajišťuje vývozní formality. Kupující zajišťuje dovozní formality a hradí celní a jiné poplatky spojené s dovozem zboží.

- *DES – Delivered Ex Ship* (... named port of destination) – S dodáním z lodi (... ujednaný přístav určení)

Prodávající vybírá loď, platí přepravné a nese rizika spojená s námořní dopravou, resp. s dodáním zboží do sjednaného přístavu určení. Prodávající zajišťuje a hradí vývozní formality vzniklé až do dodání zboží do přístavu určení. Výlohy a rizika přecházejí z prodávajícího na kupujícího na palubě lodi v obvyklém místě vykládky v přístavu určení.

- *DEQ – Delivered Ex Quay/Duty Paid* (... named port of destination) – S dodáním z nábřeží/clo placeno (... ujednaný přístav určení)

Prodávající vyřizuje celní formality, hradí celní poplatky, jiné výlohy spojené s dovozem zboží a nese rizika za zboží až do dodání zboží odbaveného pro dovoz na nábřeží ve sjednaném přístavu určení. Výlohy a rizika přecházejí z prodávajícího na kupujícího na nábřeží ve sjednaném přístavu určení. (V případě, že prodávající nemůže zajistit formality nezbytné pro dovoz zboží, např. dovozní licenci, může tuto povinnost přenést na kupujícího s tím, že je tato doložka upravena poznámkou „...clo neplaceno“.)

- *DDU – Delivered Duty Unpaid* (... named place of destination) – S dodáním bez placení cla (... ujednané místo určení)

Prodávající splní své závazky předáním zboží kupujícímu v ujednaném místě určení v zemi dovozu. Prodávající hradí přepravné (včetně vykládky) a nese veškerá rizika spojená s dodáním zboží na sjednané místo. Kupující však nese výlohy a rizika spojená s dovozními, celními a dalšími formalitami spojenými s dovozem zboží, které také hradí.

- *DDP – Delivered Duty Paid* (... named place of destination) – S dodáním clo placeno (... ujednané místo určení)

Jde o maximální povinnosti ze strany prodávajícího (de facto jde o opačnou dodací doložku k EXW). Prodávající nese veškeré výlohy a rizika spojená s dodáním zboží až do ujednaného místa v zemi dovozu. Prodávající zajišťuje a hradí veškeré dovozní formality, a pokud není určeno jinak, hradí i vykládku zboží. (Nemůže-li prodávající zajistit dovozní formality – resp. některou jejich část – pak by tato dodací doložka neměla být používána, ale měla by být použita doložka DDU).

## ABSTRAKT

VRKOČOVÁ, Š. *Celní a jiné bariéry v zahraničním obchodě : bakalářská práce*. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2010. 70 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Jiří Dušek.

**Klíčová slova:** celnictví, daně a cla, zahraniční obchod

Význam zahraničního obchodu na hrubém domácím produktu země každoročně roste. Vývoz a dovoz do zahraničí ovšem představuje i určité překážky, které na tuzemském trhu nenalezneme.

První část této práce pojednává o zahraničním obchodu a jeho bariérách po teoretické stránce. Zabývá se pojmem zahraničního obchodu, jeho významem a historií. Též rozborem celnictví, cla, daní a také popisu rizik při provádění zahraničně obchodní činnosti. Druhá část práce zkoumá praktickou stránku významu zahraničního obchodu a bariér s ním spojených. Obsahuje dotazníkové šetření a analyzuje vlastní význam mezinárodního obchodu a danou problematiku pro české firmy působící v Jižních Čechách.

## ABSTRACT

VRKOČOVÁ, Š. *Customs and Other Barriers to the International Trade in the Czech Republic : Bachelor thesis*. České Budějovice : The College of European and Regional Studies, o. p. s., 2010. 70 p. Supervisor: Ing. Jiří Dušek.

**Key words:** custom, taxes and duties, foreign trade

The importance of foreign trade on the gross domestic product of the country is increasing every year. The import and export represents also some certain barriers which can not be found at the domestic trade.

The first part is dedicated to a foreign trade and its barriers from the theoretical point of view. It deals with the term foreign trade and its importance and history. Also with the analysis of customs, duty, tax and a description of risk when participating at a foreign trade activity. The second part of the paper analysis the practical side of the importance of foreign trade and the barriers linked with it. It contains questionnaire research and analyses the importance of a foreign trade and problems for Czech companies active in the South Bohemia.