JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Specializace: Retail Management

DOPADY HOSPODÁŘSKÉ KRIZE NA VÝVOJ ČESKÉHO EXPORTU

Vedoucí bakalářské práce:
Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

Autor:
Marie Michálková

2011

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok: **2009/2010**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Marie MICHÁLKOVÁ**
Osobní číslo:	**E08105**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Obchodní podnikání**
Název tématu:	**Dopady hospodářské krize na vývoj českého exportu**
Zadávající katedra:	**Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:
Zhodnotit vývoj českého exportu v letech 2007 - 2010 a na základě získaných informací navrhnout vhodná opatření ke zlepšení situace českého exportu.

Metodický postup:

1. Studium literatury a sběr dat
2. Analýza situace českého exportu v době hospodářské krize
3. Sběr primárních dat vlastním průzkumem
4. Vyhodnocení získaných dat
5. Komparace s jinými členskými zeměmi EU
6. Návrhy opatření

Rámcová osnova:
1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika práce. 4. Vlastní šetření. 5. Zhodnocení. 6. Doporučení. 7. Závěr. 8. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací:	**dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy:	**40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce:	**tištěná**

Seznam odborné literatury:

Černohlávková, E., Sato, A., Taušer, J. a kol. *Finanční strategie v mezinárodním podnikání.* **Praha: ASPI, 2007.**

Kislingerová, E. *Podnik v časech krize.* **Praha: Grada Publishing, 2009.**

Machková, H., Černohlávková, E., Sato, A. *Mezinárodní obchodní operace.* **Praha: Grada Publishing, 2003.**

Svatoš, M. *Zahraniční obchod teorie a praxe.* **Praha: Grada Publishing, 2009.**

Zuzák, R., Königová, M. *Krizové řízení podniku.* **Praha: Grada Publishing, 2004.**

www.ceb.cz

www.czechinvest.org

www.czechtrade.cz

www.mpo.cz

Vedoucí bakalářské práce:	**Ing. Lucie Tichá, Ph.D.** Katedra obchodu a cestovního ruchu
Datum zadání bakalářské práce:	**15. února 2010**
Termín odevzdání bakalářské práce:	**16. dubna 2011**

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c.
děkanka

Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 4. března 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Dopady hospodářské krize na vývoj českého exportu“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce.

Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice, 15. 4. 2011

…….

Marie Michálková

Poděkování

Děkuji vedoucí práce Ing. Lucii Tiché, Ph.D. za odbornou pomoc a poskytnutí cenných rad při zpracování této bakalářské práce.

OBSAH

1 ÚVOD ……... 3

2 CÍL A METODIKA PRÁCE ……. 4

2.1 Cíl práce ……. 4

2.2 Metodika práce ……... 4

2.3 Pracovní hypotézy ……... 5

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE ……. 6

3.1 Zahraniční obchod České republiky ……..... 6

3.1.1 Export …… …….. 7

3.1.2 Import ……... 8

3.2 Zahraničně obchodní politika ……... 8

3.2.1 Obchodně politická opatření …… 9

3.2.2 Podpora exportu …… 11

3.2.3 Instituce na podporu exportu v ČR …… 13

3.3 Mezinárodní obchod a Evropská unie ……15

3.3.1 Charakteristika mezinárodního obchodu ……... 15

3.3.2 Nástroje podpory podnikání v EU …… 15

3.3.3 Společná obchodní politika EU …… 17

3.4 Hospodářská krize ……... 18

3.4.1 Dopady hospodářské krize …… 19

3.4.2 Problematika rizik v mezinárodním obchodě …… 19

4 **PRAKTICKÁ ČÁST ……. 24**

4.1 Analýza vývoje českého exportu v období hospodářské krize v letech 2007 – 2010 …… 24

4.2 Dotazníkové šetření ……... 32

4.2.1 Analýza dat ……..……. 32

4.3 Komparace s vybranými členskými státy Evropské unie …… 46

4.3.1 Analýza exportní situace na Slovensku a následné srovnání s Českou republikou …….. 46

4.3.2 Analýza exportní situace v Polsku a následné srovnání s Českou republikou …….. 49

4.3.3 Analýza exportní situace v Maďarsku a následné srovnání s Českou republikou …….. 51

4.3.4 Analýza exportní situace v Německu a následné srovnání s Českou republikou …….. 53

5 NÁVRHY OPATŘENÍ ……. 57

6 ZÁVĚR ……... 60

7 SUMMARY …… 63

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY ……. 65

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHY

1 ÚVOD

Česká republika je nedílnou součástí globální světové ekonomiky. Globalizace přináší českým podnikům řadu různých možností pro zapojení do mezinárodních podnikatelských aktivit. To s sebou přináší ale také řadu hrozeb, které se týkají zejména stále se zostřující konkurence na mezinárodních trzích.

Zahraniční obchod je motorem růstu naší ekonomiky. Skládá se ze dvou částí, které se neodmyslitelně zasazují o rozvoj celého národního hospodářství České republiky. Jedná se o export a import zboží a služeb nejen v rámci Evropské unie, ale i třetích zemí.

Export napomáhá k růstu produktivity práce, neboť požadavky na konkurenceschopnost produktů urychlují jak procesy inovací v oblastech technických a technologických, ale mají také dopad na modernizaci infrastruktury. Nastolují též nové požadavky i na pracovní zdroje, jejich kvalifikaci a mobilitu.

Hospodářská krize prokázala zásadní význam zahraničního obchodu pro českou ekonomiku. Do jejího vzniku byl zahraniční obchod faktorem, který podporoval růst HDP. To se ale zásadně změnilo, a to zejména z důvodu snížení zahraniční koupěschopné poptávky na hlavních vývozních trzích, kterých se tato krize dotkla v některých případech dříve než České republiky.

Více než kdy jindy platí, že stát musí být schopen poskytnout účinnou podporu firmám v jejich úsilí o vstup na zahraniční trhy, o nalezení nových potenciálních partnerů a ověření zájmu o výrobky či služby. To zajišťují různé organizace a instituce, zejména Ministerstvo průmyslu a obchodu, ostatní orgány státní správy, příspěvkové organizace a také vláda jako celek, které vnímá podporu exportu jako jednu z priorit své hospodářské politiky.

2 CÍL A METODIKA PRÁCE

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je zhodnotit vývoj českého exportu v letech 2007 – 2010 a na základě získaných informací navrhnout vhodná opatření ke zlepšení zjištěné situace českého exportu.

Dílčím cílem práce je analýza situace českého exportu v době hospodářské krize, její srovnání s vybranými členskými zeměmi Evropské unie a průzkum trhu, zaměřený na exportní firmy z oblasti strojírenství, převážně pak na výrobu strojů a zařízení.

2.2 Metodika práce

V bakalářské práci bude nejprve na základě vybraných odborných publikací a internetových zdrojů, týkajících se problematiky mezinárodního obchodu a s ním související hospodářské krize, vytvořena literární rešerše. Bude se zaměřovat na zahraniční a mezinárodní obchod, ekonomický vývoj, podporu obchodu v oblasti českého exportu a v neposlední řadě také hospodářskou krizi, která významně ovlivnila hospodářství většiny zemí světa.

V další části této práce bude následně provedena analýza situace českého exportu v době hospodářské krize. Dále bude provedeno dotazníkové šetření, kde budou vytvořeny dotazníky za pomoci internetové služby na www.google.com a poté rozeslány prostřednictvím e-mailové schránky vybraným exportním firmám z oblasti strojírenství s cílem zjištění rozsahu dopadů hospodářské krize na jejich vývoj.

Data získaná na základě marketingového výzkumu, a to formou dotazníkového šetření, budou následně zpracována v programu Microsoft Office Excel. K interpretaci získaných dat budou využity tabulky a grafická znázornění.

V rámci praktické části bude analyzována exportní situace u vybraných zemí Evropské unie a následně porovnána se situací České republiky v letech 2007 – 2010. K lepšímu přehledu budou vytvořeny grafy u každé ze zemí, a to po dobu sledovaných let.

Na základě vyhodnocení výsledků z dotazníkového šetření a analýzy exportní situace České republiky budou navržena vhodná opatření ke zlepšení situace českého exportu do dalších let.

2.3 Pracovní hypotézy

Hospodářská krize ovlivnila negativně oblast českého exportu, který zaznamenal největší útlum od vzniku samostatné České republiky.

Export České republiky v době hospodářské krize téměř kopíruje situaci slovenského exportu v té samé době, a to v letech 2007 – 2010.

České podniky pomalu reagují a neumí se dostatečně připravit na vznikající krizové situace.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Zahraniční obchod České republiky

Zahraniční obchod je souhrn obchodů, a to obchodu se členskými státy Evropské unie a obchodu se třetími zeměmi (Tichá, L., 2007).

Z právního hlediska se zahraniční obchod jeví jako soubor činností, pravidel, postupů, technik nebo dovedností, které jsou potřeba k tomu, aby byl určitý výrobek prodán za hranice státu a vyvezen či v zahraničí zakoupen a dovezen. Zahraniční obchod je ovlivněn velkým množstvím podmínek, a to geografickými, jazykovými či ekonomickými (Dvořák, P., 2001).

Beneš (2004) uvádí, že zahraniční obchod je základnou, z které se vyvinuly různé formy vnějších ekonomických vztahů nebo mezinárodní ekonomické spolupráce. Zahraniční obchod je možné označit také jako formu vztahů, která silně podporuje mírovou spolupráci, snižuje riziko konfliktu a přispívá k růstu vzdělanosti (Beneš, V. a kol., 2004).

Zahraniční obchod umožňuje také efektivní využívání potenciálu jednotlivých zemí. Determinuje regionální specializaci, která umožňuje zvyšování produktivity lidské práce a kvality života obyvatel. Zprostředkovaně vyvolává i úsporu společenské práce a odstraňuje bariéry rozvoje národního hospodářství (Mirvald, S., Novotná, M., 1998).

Pro hodnocení zahraničního obchodu v ekonomice dané země se využívá několik hledisek. Mezi nejdůležitější patří efektivnost, což je snaha soustředit se v exportní politice na ty výrobky, kde může země dosáhnout maximálních úspor. Dále sem patří demonstrativní efekt, to znamená, že vývozní program každé země představuje určitou vizitku stavu a úrovně rozvoje ekonomiky určité země. Zahraniční

obchod také podporuje vzájemnou hospodářskou provázanost a mírovou spolupráci a tím snižuje riziko konfliktu (Svatoš, M. a kol., 2009).

3.1.1 Export

Kachlík (1993) uvádí, že export, nebo-li vývoz, je obchodní operace, kterou exportér dodává své výrobky na zahraniční trhy. Ještě než se samotný vývoz uskuteční, je třeba provést průzkum možných trhů a zaměřit se na ty nejperspektivnější a následně je podrobněji prozkoumat. Poté se musí provést průzkum konkurence a dalších faktorů, například zjistit rozsah dodávek, které je možno realizovat, také prozkoumat politický prostor a dovozní podmínky vybraných zemí a nakonec upřesnit rizika, která při exportu mohou vzniknout, včetně cest pro jejich překonání. Pro vlastní vývoz musí podnik vytvořit věcné, personální a materiální předpoklady, kterých bude používat, například přímý vývoz nebo různé přechodové formy (Kachlík, A., Kachlíková, H., 1993).

Vývoz tedy vyjadřuje hodnotu zboží odeslaného do zahraničí, které přestoupilo státní hranici za účelem jeho trvalého nebo dočasného ponechání v zahraničí. Celkový vývoz se skládá z odeslání zboží nejen do států Evropské unie, ale i mimo ní.

Export je klíčový pro vývoj české ekonomiky a patří k důležitým faktorům, které rozhodující měrou ovlivňují vývoj HDP.

Vývozce je podnikatel, který má právo vyvážet. Pro vývozní činnost si musí vytvořit personální, finanční, právní a kapacitní předpoklady. Ale musí být připraven také nést důsledky rizik, která ze zahraničního obchodu vyplývají. Kromě toho musí rovněž ovládat různé zvyklosti, které platí v daném oboru či v daném teritoriu. V českých podmínkách může provozovat zahraniční obchod, tedy i vývoz, každý podnikatel, zapsaný či nezapsaný v obchodním rejstříku při respektování právních předpisů (Kachlík, A., Kachlíková, H., 1993).

3.1.2 Import

Stejně jako export, je i import definován jako obchodní operace, pomocí níž se nakupuje zboží v zahraničí. Je to vlastně zrcadlová operace k vývozu, takže veškeré výhody, které se snaží vývozce prosadit, jsou pro dovozce nevýhodné. Konečnou cenu dovozu ovlivňuje mnoho parametrů. Jde například o parametry technické, ekonomické či uživatelské, dodací a platební podmínky a také výhody, které poskytují někteří dodavatelé. Při dovozu se mohou platit dovozní daně, clo, různé přirážky nebo se vyžadují dovozní licence apod. (Kachlík, A., Kachlíková, H., 1993).

Tato operace vyjadřuje hodnotu zboží, která je přijata ze zahraničních zemích a přestoupilo státní hranici za účelem trvalého nebo dočasného ponechání v tuzemsku. Celkový dovoz tak obsahuje přijetí zboží od zahraničních států, a to jak z členských států Evropské unie, tak i mimo ní, to znamená ze třetích zemí.

3.2 Zahraničně obchodní politika

Podle Pipka (1996) představuje zahraničně obchodní politika soubor zásad a prostředků, podle nichž vlády jednotlivých zemí regulují své hospodářské styky s jinými zeměmi (Pipek, J. a kol., 1996).

Dvořák (2001) definuje zahraničně obchodní politiku jako souhrn aktivit státu, kterými cílevědomě působí na zahraniční obchod své země a závisí na hospodářské a sociální situaci v daném státě (Dvořák, P., 2001).

Zahraničně obchodní politika je také souhrnem záměrů, strategií, zásad, opatření, nástrojů, smluv a institucí, které jsou vytvářeny a koncipovány na úrovni vlády a směřují k podnikatelským subjektům domácím i zahraničním. Prostřednictvím obchodní politiky vlády států ovlivňují podnikatelské prostředí a obchodní vztahy

podnikatelů s cílem zajistit optimální vnitřní ekonomický vývoj národního hospodářství, a to v dlouhodobém, střednědobém i krátkodobém horizontu (Kalínská, E. a kol., 2010).

Souhrn všech zahraničně obchodních politik jednotlivých zemí, jejich vzájemné vazby a závislosti vytváří mezinárodní obchodní politiku.

3.2.1 Obchodně politická opatření

Obchodně politická opatření používá stát k realizaci záměrů obchodní politiky a určuje orgány, které jsou oprávněné rozhodovat o aplikaci těchto nástrojů a opatření v souladu s vytyčenými cíly. Obvykle jde o centrální úřady země, zpravidla ministerstva. V rámci České republiky sem spadá Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zahraničních věcí a Ministerstvo financí.

Tato opatření lze členit na dvě skupiny a to autonomní prostředky, o jejichž zavedení rozhoduje stát a smluvní prostředky, ty naopak vstupují v platnost na základě mezinárodních jednání a úmluv mezi dvěma nebo více státy.

Autonomní nástroje obchodní politiky

Dvořák (2001) uvádí, že autonomními nástroji jsou různá opatření vlád, vydávaná jednostranně s cílem upravit nebo ovlivnit dovoz nebo vývoz zboží. Lze je rozdělit na tarifní a netarifní opatření (Dvořák, P., 2001).

Tarifní opatření zahrnují cla, což jsou dávky, vybírané ze zboží při přechodu přes celní hranici. Lze je rozčlenit podle různých hledisek a to například podle:

- **účelu** na cla – fiskální (jejich hlavní přínosem je získat finanční prostředky do státního rozpočtu, v dnešní době už se téměř nepoužívají), ochranná (ochrana domácí produkce), prohibitivní (znemožňují dovoz zboží), skleníková (napomáhají rozvoji nově vznikajícího výrobního odvětví), odvetná (opatření vůči jiným zemím), diferenční (zvýhodnění nebo

znevýhodnění dopravy), negociační (slouží k vyjednávání), kontingentní (platí pouze pro určité období), preferenční (poskytnutí na základě mezinárodní smlouvy o preferenčním obchodním styku);

- **pohybu zboží** na cla – dovozní (nejčastější nástroj), vývozní (v rámci České republiky neexistují), tranzitní (nahrazena dálničními známkami);
- **způsobu vybírání** na cla – valorická (nejrozšířenější, určité % z celní hodnoty zboží), specifická (pevná částka v peněžních jednotkách za fyzickou jednotku), diferencovaná (určení podle situace na trhu), klouzavá, smíšená (Machková, H., 2003).

Netarifní opatření nabývají různých forem. Jejich používání je v mezinárodním obchodě zcela obvyklé a dochází k růstu jejich významu. Řadíme sem zejména tato opatření:

- **dovozní přirážka** – určitá částka stanovená % z celní hodnoty zboží;
- **dovozní depozitum** – částka zaplacena při dovozu za určitou dobu, pak je vrácena;
- **sledování vývozu a dovozu** – vedení evidence o objemu vývozů a dovozů;
- **množstevní omezení** – stanovené množství výrobků, které je možno dovézt nebo vyvézt v určitou dobu s cílem zamezit poškození výrobního odvětví;
- **antidumpingové clo** – dávka vybírána s cílem vyrovnat rozdíl vzniklý mezi vývozní cenou a normální hodnotou;
- **vyrovnávací clo** – dávka, která se vybírá za účelem vyrovnání rozdílu vzniklého poskytnutím subvence;
- **minimální cena** – jedná se o spodní hranici ceny vyváženého výrobku (Machková, H., 2003).

Netarifní obchodní opatření jsou užívána v obchodních politikách států jako nástroje protekcionismu, ať už s cílem podpory rozvoje domácí ekonomiky nebo pro ochranu před nekalými obchodními praktikami zahraničních subjektů. Jejich význam v současné době převyšuje význam celních nástrojů. Za netarifní překážku je označeno každé opatření, které může nějakým způsobem ovlivnit obchod. Seznam těchto opatření

je velmi rozsáhlý a nemůže být zcela vyčerpávající, neboť v politikách jednotlivých států přibývají nová opatření zejména s nepřímými dopady na obchod. Jejich tříděním se zabývala Konference OSN pro obchod a rozvoj nebo Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (Kalínská, E. a kol., 2010).

Smluvní nástroje obchodní politiky

Smluvní nástroje vznikají a vstupují v účinnost na základě ujednání mezi dvěma (bilaterální) či více (multilaterální) státy a obsahují pravidla, jakým způsobem a v jakém rozsahu budou smluvní země ve vzájemných vztazích používat autonomních obchodně politických nástrojů. Tyto nástroje představují určitý kompromis mezi zájmy smluvních stran, jehož bylo dosaženo na základě jednání (Jirges, T., Plchová, B., 1995).

Základem pro použití smluvních prostředků obchodní politiky je mezinárodní smlouva. Podle počtu smluvních stran určitého ujednání se rozlišuje mezi dvoustrannou a mnohostrannou smlouvou. U mnohostranné obchodní politiky jde o konfrontaci zájmů většiny státu světa, z nichž vychází společný projev vůle, který je závazný pro všechny členské státy. Dvoustranná obchodní politika je naopak vzájemným postojem dvou zemí k sobě navzájem v oblasti mezinárodního obchodu. Do této skupiny patří obchodní smlouvy a dohody, jednak platební dohody (Dvořák, P., 2001).

3.2.2 Podpora exportu

Podpora exportu je soubor opatření, jimiž stát podporuje domácí exportéry. Jedná se o velmi pečlivě propracovaný komplexní systém. Zahrnuje poskytování různorodých informací, buď bezplatně nebo částečně placené, dále například vyhledávání možných obchodních partnerů, přebírání závazků z nezaplacení či nabídku výhodných exportních úvěrů apod. Tyto služby poskytují v České republice následující instituce: Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo financí, Česká exportní banka, Exportní garanční a pojišťovací společnost, CzechInvest, CzechTrade, hospodářské komory či podnikatelské svazy.

Státní podpora exportu je často diskutovanou otázkou. Pokud jde o tuzemské firmy, které chtějí proniknout na zahraniční trhy a uspět na nich, je přirozeně v jejich zájmu považovat ji v mnoha případech za nedostatečnou. Na druhé straně se objevují i názory, že by stát neměl export vůbec podporovat. V praxi je však způsob a míra podpory exportu ze strany státu výsledkem určitého kompromisu vlády a podnikatelů.

K nestátní podpoře vývozních subjektů patří především exportní podpora ze strany hospodářských komor, zahraničně-obchodních komor, soukromých firem a společností a to formou informační, marketingové či konzultační asistence s cílem překonávat bariéry v mezinárodním obchodě a usnadňovat subjektům privátní sféry mezistátní obchodní styk.

Export může být podporován přímo státem nebo jinými institucemi. Mezi přímou podporu vývozu patří převážně různé prostředky a nástroje financování, zejména úvěrové nástroje, státní záruky a vývozní subvence. Patří sem i podpora účasti na mezinárodních výstavách a veletrzích, zejména v případě malých a středních podniků. Naopak nepřímá forma zahrnuje různé poradenské a informační služby, které jsou exportérům poskytovány zdarma nebo za menší úplatu.

Výdaje státního rozpočtu České republiky (dále ČR) se v této oblasti soustřeďují především na finanční služby, které zahrnují především financování a pojišťování obchodních operací, informační zajištění firem vstupujících na zahraniční trhy, podpory účasti firem na zahraničních výstavách a veletrzích a na činnost obchodních a ekonomických úseků zastupitelských úřadů.

Ve všech zemích Evropské unie (dále EU) fungují agentury na podporu exportu a investic. Obvykle jsou podřízeny hospodářským ministerstvům; výjimkou jsou jen některé státy EU, kde je hlavním kompetentním orgánem ministerstvo zahraničních věcí a agentury jsou tak podřízeny tomuto ministerstvu. Služby, které agentury poskytují, jsou v převážné míře financovány ze státního rozpočtu. V některých zemích však přispívají firmy. Základní marketingové informace jsou zdarma. Ostatní služby, některé

speciální poradenské služby a též právní servis jsou poskytovány za úhradu v rámci programů s finanční účastí státu. V mnoha případech zahraniční kanceláře agentur na podporu exportu pracují nezávisle na zastupitelských úřadech, ale podle potřeby s nimi spolupracují a koordinují činnosti. Ve všech zemích EU existují ještě banky specializované na exportní financování. V některých zemích je jejich rozhodujícím vlastníkem stát, např. Velká Británie, v jiných zemích jde o soukromé podnikatelské subjekty, např. Německo (http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/statni-podpora-exportu/nastroj-proexportni-politiky-statu/1000485/51054/, 2008).

3.2.3 Instituce na podporu exportu v ČR

Česká exportní banka

„Česká exportní banka, a.s. (ČEB) je specializovaná bankovní instituce pro státní podporu vývozu přímo a nepřímo vlastněná státem. Vznikla v roce 1995 a tvoří nedílnou součást systému státní proexportní politiky. Posláním ČEB je poskytovat státní podporu vývozu, a to poskytováním a financováním vývozních úvěrů a dalších služeb s vývozem souvisejících. ČEB tak doplňuje služby nabízené domácí bankovní soustavou o financování vývozních operací vyžadující dlouhodobé zdroje financování za úrokové sazby a v objemech, které jsou pro vývozce na bankovním trhu ve stávajících tuzemských podmínkách jinak nedosažitelné. Umožňuje tím českým vývozcům vstupovat do soutěže na mezinárodním trhu za podmínek srovnatelných s těmi, které využívá jejich hlavní zahraniční konkurence.“ (*Ceb.cz* [online]. 2006 [cit. 2010-12-18]. O nás. Dostupné z WWW: <http://www.ceb.cz/content/view/92/35/>).

CzechInvest

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvková organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR, která posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky, a to prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získáváním zahraničních investic z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center.

CzechInvest zastřešuje v rámci zjednodušení komunikace mezi státem, podnikateli a EU celou oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu, a to jak z prostředků EU, tak ze státního rozpočtu. Také propaguje Českou republiku v zahraničí jako oblast vhodnou pro umisťování mobilních investic. Prostřednictvím svých služeb a rozvojových programů tak přispívá k rozvoji domácích firem, českých a zahraničních investorů i celkového podnikatelského prostředí (www.czechinvest.org).

CzechTrade

Agentura CzechTrade již více jak 10 let podporuje české vývozce na zahraničních trzích svými informačními, asistenčními a poradenskými službami. Hlavním cílem je usnadnění vstupu tuzemským firmám na mezinárodní trhy, včetně úspory jejich času a nákladů. Tato instituce je jedna z prvních evropských národních proexportních agentur, která získala v roce 2002 certifikát jakosti ISO 9001:2002 a od té doby ji pokaždé úspěšně obhájila (www.czechtrade.cz).

Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP)

Tato společnost je součástí systému státní podpory exportu a poskytuje všem vývozcům českého zboží své služby, bez rozdílu jejich velikosti, právní formy a objemu pojištěného vývozu. Hlavní činností je pojišťování vývozních úvěrů proti vývozním úvěrovým rizikům, tj. teritoriálním rizikům a kombinaci teritoriálních a tržně nezajistitelných komerčních rizik. Posláním EGAP je poskytování úvěrového pojištění se státní podporou a pomáhat tak českým exportérům, investorům a jejich bankám. EGAP také pomáhá zvyšovat konkurenceschopnost českých vývozců na mezinárodních trzích (www.egap.cz).

3.3 Mezinárodní obchod a Evropská unie

3.3.1 Charakteristika mezinárodního obchodu

Mezinárodní obchod představuje výměnu reprodukovatelných hmotných statků jedné země s jinými statky, což jí umožňuje překonávat bariéry domácích ekonomických omezení. Z toho vyplývá, že je užitečné rozlišovat obchod podle vztahu k hranicím suverénních zemí. Vliv rozdílného nebo autonomně spravovaného institucionálního uspořádání (např. cel, daní, legislativy, atd.), existence národní měny a zejména existence vlastních subjektů hospodářské politiky, které sledují vlastní cíle vnější a vnitřní rovnováhy v rámci každé země, je okolnost, která nás nutí se na hospodářské vztahy s naším okolím dívat trochu jinak, než na podobné vztahy výměny uvnitř daného státu (Benáček, V., 1997).

Podle Dedouchové (2001) mezinárodní obchod představuje vývoz, resp. dovoz zboží nebo služeb určených spotřebitelům v jiných zemích. Zahraniční investice vzniká v případě, kdy podnik investuje zdroje do podnikatelských aktivit mimo svou zemi (Dedouchová, M., 2001).

Mezinárodní obchod je podle Pražské, Jindry (1997) soubor obchodních aktivit ve více zemích, na kontinentu, na jeho rozsáhlém teritoriu či na celém světě. Zahrnuje i obchod na vnitřních trzích. Mezinárodní obchod je také chápán jako soubor určitých aktivit či institucí, ale i mezinárodních zkušeností a poznatků v oblasti obchodu (Pražská, L., Jindra, J. a kol., 1997).

3.3.2 Nástroje podpory podnikání v EU

Mezi základní nástroje podpory podnikání v EU patří především vytvoření stabilních podmínek pro podnikání, odstranění nadbytečné byrokratické zátěže, ochrana rovné hospodářské soutěže, posilování spolupráce mezi podniky, rozvoj nehmotných

faktorů konkurenceschopnosti, snižování konkurenčních nevýhod na zahraničních trzích, podpora vzdělání a odborné výchovy (Lukáš, Z., Petříček, V., 2003).

Evropská unie (dále EU) aktivně podporuje podniky a poskytuje jim zdarma individuální podporu prostřednictvím řady celoevropských sítí a služeb. Mezi nejznámější patří Síť Enterprise Europe Network, která zajišťuje centralizované služby pro podnikatele v EU a poskytuje celou řadu důležitých informací a pomoc v záležitostech, týkající se například přeshraniční činnosti, inovací a technologií, přístupů k financím a programům nebo obchodní spolupráce. Další významnou sítí je Síť SOLVIT, poskytující pomoc podnikatelům, kteří se v důsledku nesprávného používání tržních pravidel EU ze strany orgánů veřejné správy potýkají s přeshraničními problémy (přístup výrobků na trh, veřejné zakázky, vracení daní, hraniční kontroly a další). Nelze zapomenout ani na Sdružení evropských obchodních a průmyslových komor, které zastupuje obchodní a průmyslové komory jednotlivých států z celé Evropy. Jeho posláním je zajistit, aby tyto komory měly větší vliv a silnější postavení ve všech důležitých hospodářských záležitostech, zajistit jejich účast na projektech důležitých pro podniky, poskytovat služby členům a rozvíjet evropskou podpůrnou síť pro podniky (http://ec.europa.eu/youreurope/business/finance-support/business-support/index_cs.htm; 2011).

Podniky však uvítají podporu především prostřednictvím finančním prostředků. K tomu slouží přímý i nepřímý způsob. Nepřímá podpora je poskytována finančními zprostředkovateli, kteří kombinují financování z EU s vlastními produkty a službami. Ačkoli není poskytována přímo jednotlivým podnikům, pomáhá jim financovat investice. Patří sem systémy záruk nebo vlastní kapitál**.** Poskytuje jí EU prostřednictvím rámcového programu pro konkurenceschopnost a inovace (CIP), konkrétně se jedná o program pro podnikání a inovace (EIP). Prostřednictvím finančních zprostředkovatelů se uskutečňuje také iniciativa JEREMIE, která je součástí strukturálních fondů EU a usnadňuje přístup k financím na celostátní, regionální a místní úrovni v jednotlivých členských státech EU. Společnosti získávají finanční prostředky prostřednictvím bank a fondů rizikového kapitálu v dotyčných regionech. Iniciativa rovněž pomáhá

vnitrostátním orgánům vytvářet finanční nástroje za podpory Evropského investičního fondu. Celostátní a místní orgány poskytují informace o zprostředkovatelích v každém regionu. Přímá podpora zahrnuje pomoc ve formě dotací, kdy společnosti mohou na centralizovaném kontaktním místě podat žádost, obvykle formou odpovědi na výzvu k předkládání návrhů. Poté jsou jejich projekty vyhodnoceny a úspěšným žadatelům jsou poskytnuty finanční prostředky, které pocházejí z různých programů EU, zahrnující mnoho oblastí, například životní prostředí, vzdělávání, dopravu, regionální operační programy či spolupráci na úrovni nadnárodní nebo přeshraniční spolupráce (http://ec.europa.eu/youreurope/business/finance-support/access-to-finance/index_cs.htm; 2011)

3.3.3 Společná obchodní politika EU

Obchodní politika je charakterizována jako cesta k dosažení cílů EU: harmonický rozvoj všech ekonomických aktivit při respektování životního, ekonomického a sociálního prostředí, zvyšování životní úrovně a dodržování solidarity členských států (Plchová, B., 2001).

Česká republika se po vstupu do EU formálně vzdala práva uskutečňovat vůči třetím zemím samostatnou obchodní politiku, ale to neznamená, že by rezignovala na zájmy, které se třetími zeměmi má. ČR se 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. Evropská unie zajišťuje všemi dostupnými nástroji výhodný přístup unijního zboží na trhy třetích zemí a otevírá svůj trh pro zahraniční zboží, důsledně sleduje dodržování mezinárodních pravidel obchodu a v případě jejich porušování přijímá různá opatření na ochranu svých zájmů. Rozhodujícím orgánem je zde Rada EU, která rozhoduje na základě návrhů předložených Evropskou komisí. Mezi zainteresované strany také patří představitelé zájmových skupin a občanské společnosti včetně představitelů průmyslu, sociálních partnerů, odborových svazů a nevládních organizací

(http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spolecna-obchodni-politika-eu/spolecna-obchodni-politika-evropske-unie/1001599/42339/?page=1, 2010).

3.4 Hospodářská krize

Krize je velmi frekventované slovo, s kterým je možné se setkat téměř denně, ale není odbornou ani laickou veřejností jednotně chápáno a ani pojem krize není jednotně definován. Krize může zasáhnout jakýkoli subjekt, vůbec zde nezáleží na jeho velikosti. Existuje mnoho krizí, některé známější a jiné méně známé. Jedná se například o krizi osobní, sociální, společenskou, krizi v důsledku živelných pohrom a havárií či krizi ekonomického charakteru. Působení každé krize má většinou negativní důsledky na zasažený objekt i na jeho okolí.

Krize je chápána jako situace různé časové délky, ve které se rozhoduje, zda se zasažené subjekty vrátí minimálně do situace, ve které byly před vznikem krize, nebo je perspektivně ohroženo dosahování jejich cílů, případně jejich další existence.

Současné konjunkturní teorie označují krizi jako přechod národní ekonomiky z fáze recese, kdy dochází ke zpomalení růstu ekonomiky a ke snižování ekonomické aktivity, do fáze deprese, která se vyznačuje poklesem ekonomické aktivity, vzrůstem nezaměstnanosti a poklesem cen (Zuzák, R., Königová, M., 2009).

Krize bude v České republice dlouhodobá a není možné počítat s jejím rychlým odezněním. Díky této krizi se podniky ocitají v globalizovaném prostředí, které je nebezpečnější a záludnější než kterékoliv předchozí prostředí v ekonomických dějinách. Události přicházejí s nepoměrně větší dynamikou, a proto často naprosto nepozorovaně a bez vnějších příznaků. Právě tato krize ukazuje, jak je nutné diametrálně odlišně hodnotit a podchycovat rizika.

Hospodářská krize zasáhla podniky s neobyčejnou rozdílností, a to v přímé úměře k jejich závislosti na cizích zdrojích, čili k jejich připravenosti na potíže a kvalitě dřívějšího hodnocení rizik (Kislingerová, E., 2010).

3.4.1 Dopady hospodářské krize

Hospodářská krize v sobě spojuje několik různě silných vlivů, které z ní vytvářejí velmi specifickou situaci. Krize ovlivňuje mnoho oblastí a její dopady na ně jsou po většinou spíše negativního rázu.

Základní vlivy globální krize, které působí na export obecně, jsou především pokles domácí poptávky, což je nejdůležitější faktor, neboť existence poptávky je nezbytná. Dále se jedná o makroekonomickou nestabilitu, to znamená nejistotu ohledně budoucího vývoje, která může demotivovat ekonomické subjekty vyvážet zboží a služby. Také sem patří zhoršení situace na finančních trzích, a to se týká zejména exportérů, kteří financují svou činnost pomocí úvěrů (Kalínská, E. a kol, 2010).

Výsledkem krize teprve budou modernizované obecné standardy pro chování firem působících v rámci nové ekonomiky. V případě České republiky se jedná o malé otevřené národní hospodářství, v časech téměř absolutní globalizace. Tyto standardy budou podstatně konzervativnější v hodnocení rizik a budou směřovat k tomu, aby se podniky chovaly odpovědněji, a to zvláště z dlouhodobého hlediska. Je nutné vyřešit důležitou otázku, proč se podniky i další podnikatelské subjekty vždy chystají na minulou, a nikoliv na budoucí krizi (Kislingerová, E., 2010).

3.4.2 Problematika rizik v mezinárodním podnikání

Charakter mezinárodního podnikání se rychle vyvíjí. Výsledkem uvolnění podmínek pro mezinárodní pohyb zboží a kapitálu je do značné míry současná

globalizace ekonomiky. Ta poskytla podnikům nové příležitosti v tomto podnikání (Černohlávková, E., Böhm, A., Krčová, M., Sato, A., Žabža, J., 2000).

Globalizace tak dala mezinárodnímu podnikání nový rozměr. Odstranění významných podnikatelských překážek týkajících se mezinárodního obchodu poskytlo možnost oslovovat zákazníky na celém světě podnikům, které nově vstoupily na zahraniční trhy a vyostřily tak mezinárodní konkurenci. Pro některé země představuje příležitost v uplatnění strategických konceptů v celosvětovém měřítku, ale ve většině zemí je vnímána spíše jako hrozba, která se projevuje uzavíráním podniků a zvyšováním nezaměstnanosti (Machková, H., Taušer, J., a kol., 2007).

Mezinárodní podnikání zahrnuje jak oblast výroby, tak i oblast služeb. Změny podnikatelského prostředí nutí podniky ke zvyšování mezinárodní konkurence-schopnosti (Machková, H., Taušer, J., a kol., 2007).

Rizika mohou mezinárodní obchod ovlivňovat dvěma různými směry, a to pozitivně a negativně. Jednotlivé trhy se odlišují například vývojem konjunktury, hospodářskou politikou daného státu, sezónností apod. Snížení poptávky na jednom trhu může vývozce vyvážit vyššími prodeji tam, kde je poptávka vyšší, tím pádem může podnik rozdělit své aktivity mezi různé trhy, a to mívá příznivý vliv na stabilitu jeho podnikání (Machková, H., Černohlávková, E., Sato, A., a kol., 2003).

Rizikovost mezinárodně-hospodářských vztahů se zostřila zvláště v průběhu posledních desetiletí v souvislosti s proměnlivostí hodnotových kategorií, dynamikou ekonomického vývoje, politickými změnami a propojením trhů v podmínkách globalizace. Konkrétně se projevuje zejména v kursovém riziku, riziku transferu, pohybu cen a úrokových měr, ale i v platební neschopnosti některých států dostát svým zahraničním závazkům, v rizicích politických apod. (Černohlávková, E., Böhm, A., Krčová, M., Sato, A., Žabža, J., 2000).

Rizik existuje nepřeberné množství, jejich názvosloví se může u jednotlivých autorů lišit. Mezi jednotlivými riziky existují vazby a souvislosti, některá se vzájemně doplňují nebo se dokonce vyskytují společně. Proto je nutné komplexní posuzování a respektování souvislostí mezi nimi.

Prakticky každý den se podnik utkává s velkým množství rizik. Mezi hlavní typy rizik patří zejména:

- **rizika tržní** – toto riziko se týká každého podnikatelského subjektu a ovlivňuje zejména hospodářské výsledky podniků. V zahraničním obchodě se však mění díky rozdílnému vývoji na různých trzích. Změna tržní situace může být způsobena velkým množstvím příčin, jedná se například o konjunkturní změny v určité zemi nebo skupině zemí, změnu vztahu nabídky a poptávky, postavení dodavatelů nebo odběratelů; změny v technologii či sezónní výkyvy apod. Dotýká se realizace firemních záměrů do budoucna a všech rozhodnutí s dlouhodobými účinky, ochrana zde neexistuje (Machková, H., Černohlávková, E., Sato, A., a kol., 2003).;
- **rizika teritoriální** – jedná se o nejistoty politického a makroekonomického vývoje jednotlivých zemí, mohou být i důsledkem přírodních katastrof či administrativních opatření a většinou mají negativní vliv na hospodaření podnikatelských subjektů (Černohlávková, E., Böhm, A., Krčová, M., Sato, A., Žabža, J., 2000);
- **rizika komerční** – vyplývají z nesplnění závazku obchodním partnerem, dotýkají se obchodních vztahů mezi exportérem a importérem, ale i průvodních služeb využívaných v obchodě, např. vztahů k dopravcům, zasílatelům, kontrolním společnostem, pojišťovnám apod. Zvýšená rizikovost ovlivňuje dosažené výsledky většinou negativně a to tak, že obchodník buď vůbec neuskuteční předpokládanou transakci nebo dosáhne při její realizaci horšího výsledku než očekával (http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-prostredi-celni-problematika/rizika-v-mezinarodnim-obchode/1000487/51171/; 2010).

- **rizika přepravní** – jsou spojena s mezinárodními obchodními operacemi s hmotným zbožím. Během dopravy může dojít k různým nahodilým událostem, mezi nejčastější újmy patří ztráta nebo poškození zboží a škodu utrpí ten, kdo v daném okamžiku toto riziko nesl;
- **rizika kurzová** – jsou spojena se všemi formami mezinárodních hospodářských vztahů a vyplývají z proměnlivého vývoje kurzů jednotlivých měn. V důsledku vývoje měnových kurzů může podnik ztratit výhodnou pozici na trhu a tudíž přestane konkurovat ostatním exportním společnostem, někdy ale může vést k snadnějšímu přístupu na určitý trh (Machková, H., Černohlávková, E., Sato, A., a kol., 2003).

Mezi moderní rizika nebo spíše rizika vyskytující se v souvislosti s finanční krizí patří:

- **riziko manažerské neodpovědnosti** – toto riziko bylo vyvoláno novými společenskými změnami, vývojem majetkových vztahů či změnou vlastnických standardů;
- **rizika politická** – pod tímto pojmem rozumíme především dopady jednotlivých rozhodnutí legislativního a exekutivního řádu, která se dotýkají ekonomických subjektů, mění jejich přirozené prostředí a předepisují nebo zakazují určité metody či postupy v podnikání, jedná se zejména o různé regulace, změny daňových předpisů, omezování volného zahraničního obchodu, omezování obchodních a prodejních postupů a jiné cenové regulace;
- **rizika moderních trhů** – například riziko alokace trhů;
- **rizika pohybu úrokových měr** – riziko spojená s měnovou politikou;
- **riziko nelikvidity** – vede k poklesu hodnoty aktiv, a to například k poklesu cen projektů apod.;
- **riziko platební neschopnosti** – obchodní partneři neplatí firmě závazky, neschopnost dlužníka dostát svým závazků včas a v plném rozsahu (Kislingerová, E., 2010).

Současná globální ekonomická krize přináší pro podnikovou sféru velké množství poučení a podnětů, tím hlavním je zcela nový pohled na oblast, která jinak patří k tradičním oborům firemního managementu, a to oblasti hodnocení rizik.

4 PRAKTICKÁ ČÁST

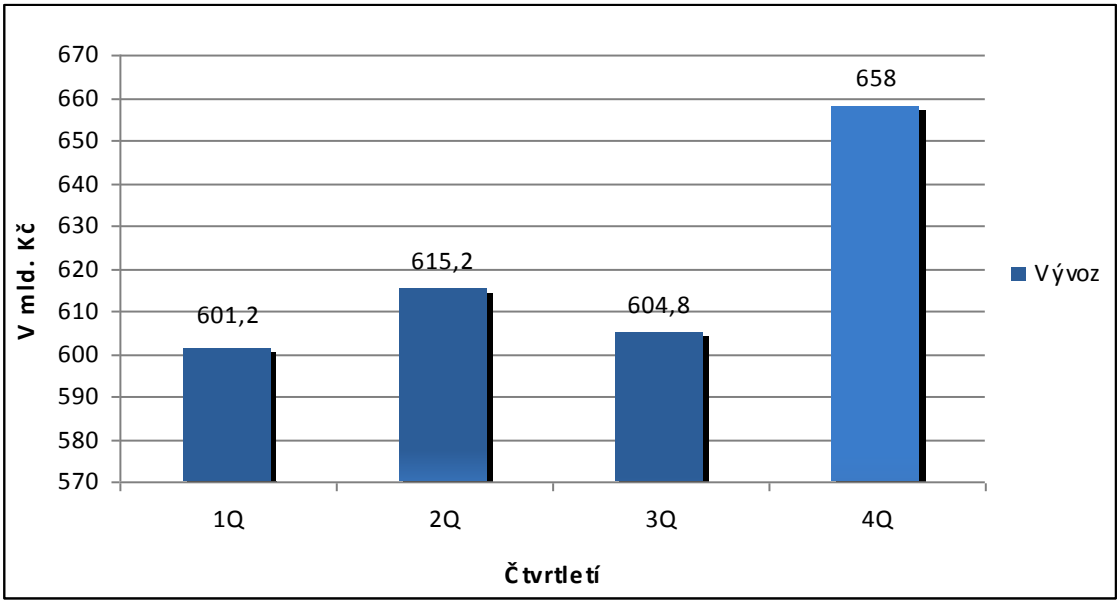
4.1 Analýza vývoje českého exportu v období hospodářské krize v letech 2007 - 2010

Analýza situace exportu České republiky v 1. polovině sledovaného období

V prvním analyzovaném roce, tedy v roce 2007, dosáhl zahraniční obchod rekordních výsledků. K tomu přispěly jak růst ekonomiky a její otevřenost, tak pokračující konkurenceschopnost produkce. To dokládá také příznivý dopad vstupu České republiky do Evropské unie a význam zahraničního obchodu pro vývoj ekonomiky. Česká ekonomika se tak stala jednou z nejotevřenějších v EU. České republice se tak jako jediné z nových zemí Evropské unie podařilo více zboží vyvézt než dovézt a tento přebytek dokázala meziročně zdvojnásobit.

Celou situaci v období roku 2007 dokládá následující graf 1, ze kterého je patrné, že největší nárůst zaznamenal český export především v posledním čtvrtletí tohoto roku. Nic na tom nezměnily ani první známky očekávané hospodářské krize, která již v tomto roce zasáhla některé důležité vývozní partnery České republiky, například sousední zemi Německo. To mělo za důsledek zvýšení cen průmyslových výrobců a předstih růstu vývozních cen (14,5 %) před dovozními (13,7 %). Tento vývoj svědčí o dobré exportní kondici české ekonomiky, ale i o její značné dovozní náročnosti. Převaha vývozu nad dovozem vyústila v rekordní přebytek obchodní bilance (85 mld. Kč v běžných cenách), obrat dosáhl 4 859,7 mld. Kč, z toho vývoz činil 2 479,2 mld. Kč a dovoz 2 380,5 mld. Kč, a tak Česká republika jako jediná z nových členských států Evropské unie vykázala kladné saldo zahraničního obchodu.

Graf 1: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2007 (v mld. Kč)



Zdroj: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/analyzy_csu?opendocument&:2008; 4. 3. 2011

V podmínkách globální soutěže se také zvýšil podíl českého exportu na celkovém světovém vývozu. Mimořádně rychle se zvyšuje i hodnota exportu připadající v přepočtu na jednoho obyvatele. V roce 2007 dosáhla 11,8 tis. USD.

Z jednotlivých zemí Evropské unie si pozici největšího obchodního partnera udrželo Německo**,** kam směřovalo 30,8 % tuzemského vývozu, na druhé pozici bylo Slovensko s podílem 8,8 %. Mezi další významná exportní teritoria patří Velká Británie, Rusko, Francie, Polsko, Itálie a Norsko.

V komoditní struktuře českého exportu si dominantní postavení upevnila třída SITC 7 – Stroje a dopravní prostředky, když její podíl na celkovém vývozu dosáhl 54,2 % (objem činil 1 339,9 mld. Kč).

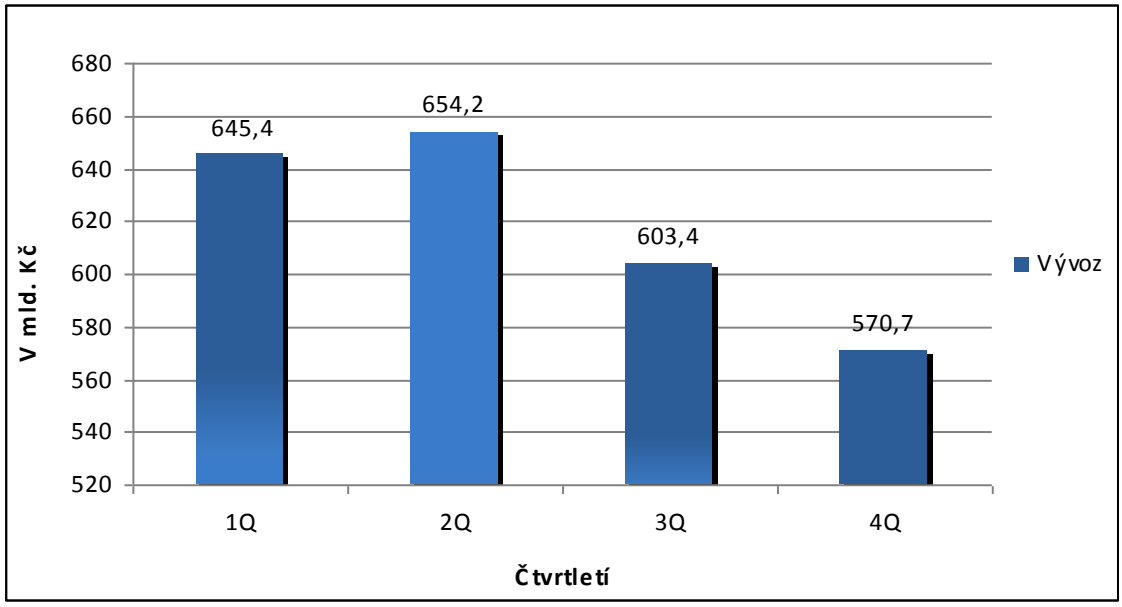
Regionální rozložení exportní výkonnosti poskytuje přehled vývozu z jednotlivých krajů. Hlavní postavení má Středočeský a Moravskoslezský kraj, kde již dříve zakotvily zahraniční investice. Na vývozu posílil především Plzeňský kraj, když dosáhl nejvyššího meziročního růstu. Jde zejména o to, že dobré podmínky v této lokalitě motivovaly řadu zahraničních investorů k umístění exportně orientovaných provozů (např. Panasonic AVC Network Czech).

V následujícím roce 2008 prošla globální ekonomika dramatickým vývojem, který se nevyhnul ani České republice. Ta je výrazně orientována na export a hospodářskou krizí byla hluboce zasažena. Český hrubý domácí produkt vzrostl v roce 2008 meziročně o 3,1 %, z toho ve 4. čtvrtletí o 0,7 %.

Hloubka dopadu na Českou republiku byla ovlivněna především tím, že se již od 2. čtvrtletí roku 2008 nacházela v recesi Evropská unie, která je nejvýznamnějším vývozním teritoriem tuzemské produkce. V závěru tohoto roku došlo ke zpomalení růstu ve všech zemích Evropské unie.

I přes očekávanou krizi byl celkový výsledek zahraničního obchodu ČR docela příznivý. Výrazné ochlazení přinesl až závěr roku, kdy se plně projevily negativní důsledky hospodářské krize. To dokládá i graf 2, na kterém je patrné výrazné snížení exportu v posledním čtvrtletí tohoto roku. Příčinou byl především pokles zahraniční poptávky v zemích Evropské unie, kam směřuje 85 % českého exportu.

Graf 2: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2008 (v mld. Kč)



Zdroj: http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cvzo020509analyza09.doc; 4. 3. 2011

Největším obchodním partnerem pro tento rok zůstalo Německo, jehož přebytek obchodní bilance vzrostl na 118,1 mld. Kč. Mezi další významná teritoria patří Slovensko, Velká Británie, Rakousko, Rumunsko, Francie, Nizozemsko, Švédsko, Polsko či Belgie.

V komoditní struktuře českého exportu si vedoucí postavení udržela třída SITC 7 – Stroje a dopravní prostředky, kdy se jejich obchodní přebytek se zvýšil o 14,1 mld. Kč na 329,5 mld. Kč, i když došlo k meziročnímu poklesu hodnoty vývozu o 1,7 %.

Nepříznivá dynamika vývozu většiny krajů ČR v roce 2008 oproti roku 2007 negativně ovlivnila postavení vývozu na celkovém vývozu České republiky. Největší podíl na celkovém českém exportu si zachoval Středočeský kraj, což bylo ovlivněno především umístěním výroby dopravních prostředků. Druhá pozice patřila Moravskoslezskému kraji, kde je významná převážně těžba uhlí, výroba koksu, hutních a kovodělných výrobků a také výroba motorových vozidel i s jejich díly a

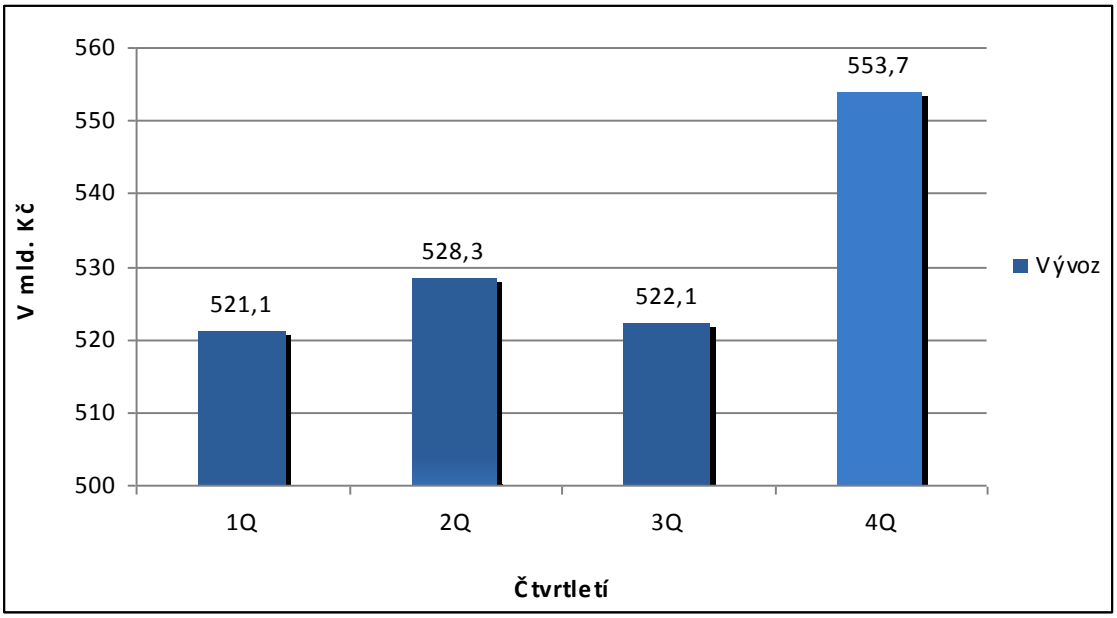
příslušenstvím. Třetí místo připadlo Plzeňskému kraji, který jako jeden z mála krajů svůj podíl na celkovém vývozu ČR meziročně posílil. Zato Karlovarský kraj se v tomto roce nacházel na opačném konci pořadí, tedy na posledním místě. To je způsobeno zejména malým počtem průmyslových výrobních kapacit a také zaměření více na sektor služeb. Nejmenší podíl vývozu Karlovarského kraje je způsoben i velmi negativními dopady světové hospodářské krize, která v tomto roce ochromila většinu sektorů ČR. Krize se zde podepsala hlavně na sklářském a keramickém průmyslu, který měl v Karlovarském kraji silné zastoupení v průmyslu a tudíž podíl na celkovém vývozu ČR výrazně klesl.

Analýza situace exportu České republiky ve 2. polovině sledovaného období

V dalším roce, tedy v roce 2009, čelili čeští vývozci snížení vnější koupěschopné poptávky a poklesu ekonomického výkonu na všech klíčových zahraničních trzích. Tak došlo k meziročnímu oslabení českého exportu o 13,8 % a dosáhl 2 125,2 mld. Kč.

Negativní vliv stávající hospodářské krize na obchodní bilanci ČR byl patrný především v 1. čtvrtletí 2009, kdy přebytek obchodní bilance meziročně vzrostl pouze o 0,5 mld. Kč. Změna k lepšímu nastala již ve 2. čtvrtletí, kdy saldo obchodní bilance vykázalo meziroční růst (o 15,3 mld. Kč), v dalším čtvrtletí byl zaznamenán malý pokles, ale v posledním čtvrtletí došlo k výraznému zlepšení celé situace, hlavně díky zavedení šrotovací prémie v okolních zemích. Celou situaci v tomto roce zobrazuje následující graf 3.

Graf 3: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2009 (v mld. Kč)



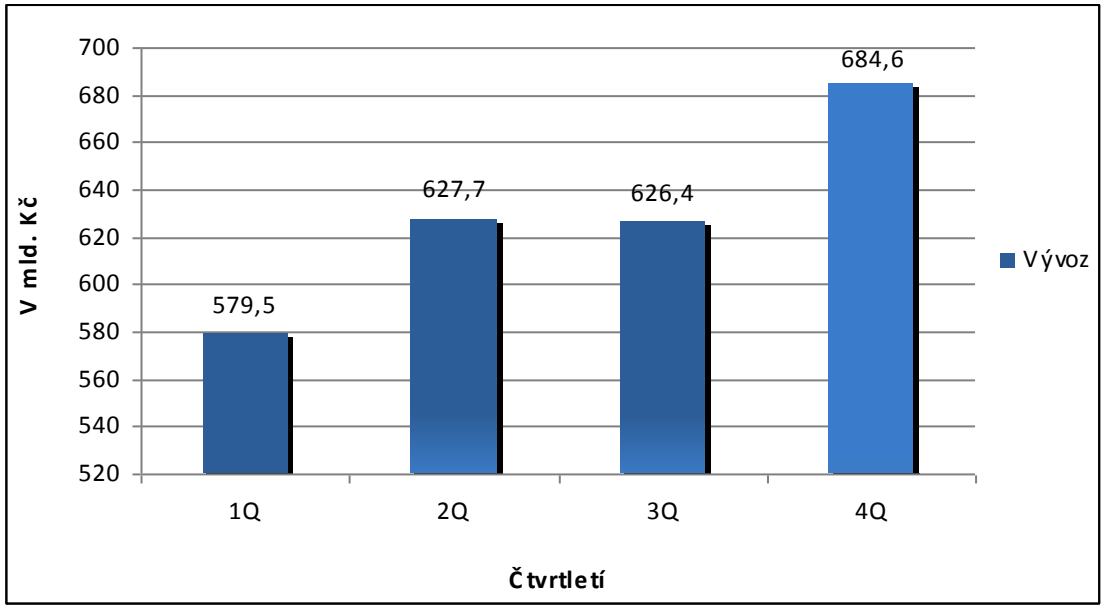
Zdroj: http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/p/6008-10; 4.3. 2011

V komoditní struktuře si i přes výrazný pokles udržela třída SITC 7 (stroje a dopravní prostředky) největší obchodní přebytek. Saldo obchodní bilance se u této komoditní třídy snížilo a zaznamenalo tak největší pokles ze všech SITC tříd. Ale ani tento pokles neohrozil její dominantní postavení a vykázal největší přebytek ve výši 320,4 mld. Kč.

Struktura významných vývozních teritorií se oproti roku 2008 skoro nezměnila. Vedoucí pozici si i nadále udrželo Německo, druhé místo Slovensko, na třetím místě se umístila Velká Británie, poté následovala Francie, Rakousko, Nizozemsko, Belgie, Švédsko, Rumunsko a do první desítky důležitých zahraničních partnerů se pro tento rok dostalo i Španělsko, které nahradilo Polsko, u kterého došlo k výraznému poklesu. Všechny tyto státy jsou členy Evropské unie, mimo ni Česká republika obchoduje převážně se státy Východní Asie (Čína, Malajsie, Japonsko apod.), Ruskem, Kanadou, Spojenými státy, Tureckem a dalšími.

Podle nejnovějších údajů, zveřejněných na Českém statistickém úřadě, se v roce 2010 zvýšil vývoz o 2 %, meziročně o 27 % (44,5 mld. Kč) a dosáhl 2 518,2 mld. Kč. Z následujícího grafu 4 je patrné výrazné navýšení především v posledním čtvrtletí tohoto roku. To už se totiž převážná část okolních států vzpamatovala ze vzniklé hospodářské krize.

Graf 4: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2010 (v mld. Kč)



Zdroj: http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/p/6001-10; 4.3. 2011

Největší přírůstky v rámci vývozu byly zaznamenány u strojů a dopravních prostředků, a to o 29,6 % (26,9 mld. Kč). Zvýšil se převážně vývoz výpočetní techniky, elektrických zařízení, přístrojů a spotřebičů a také silničních vozidel.

Nejvýznamnější pozici mezi exportními teritorii stále drží sousední Německo (803 mld. Kč), poté následuje Slovensko (220,7 mld. Kč), Polsko (155,1 mld. Kč), Francie, Spojené království, Rakousko, Itálie, Nizozemsko, Rusko a Belgie. Španělsko se pro tento rok do první desítky vývozních zemí nevešlo.

V tomto roce byli čeští vývozci úspěšní nejen na trzích v rámci Evropské unie, ale své možnosti zaměřili více i na mimoevropské trhy, své obchody směřovali především do Číny a Indie. A přesně tohle česká ekonomika potřebuje. Tedy rozvíjet dosažené pozice v oblasti EU a zároveň hledat nové obchodní příležitosti také na globálních trzích.

Mezi kraji stále drží první místo vývoz Středočeského kraje (487,3 mld. Kč), i když se jeho tržní podíl v porovnání s rokem 2009 snížil téměř o 1 %. Druhé místo připadlo Moravskoslezskému kraji (278,1 mld. Kč), který naopak svůj tržní podíl navýšil, a to na 11 %. Na třetím místě je s podílem 9,4 % kraj Pardubický (235,9 mld. Kč). Nejméně exportující kraj je Karlovarský (51,8 mld. Kč), což představuje 2,1% podíl na trhu.

Všechny údaje, které jsou uvedeny v tomto segmentu praktické části, byly převzaty z Českého statistického úřadu dne 4. 3. 2011. Data jsou veřejně přístupná na internetové adrese http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zahranicni_obchod_ekon.

.

Ze sledované analýzy z let 2007 - 2010 vyplývá, že nejhorší situace v oblasti českého exportu nastala v roce 2009, ale první známky dopadů hospodářské krize se objevily již v závěru roku 2008. Největším obchodním partnerem zůstalo po celou dobu Německo, sousední země České republiky, dále se jedná o Slovensko, Polsko, Francii a Spojené království. Mimo Evropskou unii obchodovala Česká republika také s Čínou, Indií, Japonskem, Ruskem nebo Spojenými státy. V komoditní struktuře si po celou dobu sledovaného období udržela vedoucí pozici třída SITC 7 – Stroje a dopravní prostředky. Hlavní postavení z pohledu regionálního rozložení exportní výkonnosti má především Středočeský kraj, poté Moravskoslezský, Pardubický a Plzeňský kraj. Naopak nejméně vyvážející je Karlovarský kraj, což je způsobeno zejména krachem podniků, zaměřených na sklářský průmysl, který zde má velmi silné zastoupení.

4.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření proběhlo formou on-line dotazníků, které byly zpracovány za pomoci internetové služby na www.google.com a posléze rozeslány prostřednictvím e-mailové schránky jednotlivým respondentům. Ti byly vybíráni na základě nepravděpodobnostního vzorkování. To znamená, že pravděpodobnost výběru není u každého respondenta stejná.

Dotazník obsahoval celkem 15 otázek. První otázka měla pouze informativní charakter, další 4 otázky se týkaly všeobecných informací o jednotlivých společnostech, jako délka působnosti na českém trhu, počet zaměstnanců, právní forma podnikání a kraj, ve kterém sídlí. Zbylé otázky byly zaměřeny na zkoumaný problém týkající se vzniklých dopadů hospodářské krize na dotazované podniky v České republice.

Během šetření bylo osloveno 194 českých společností, které se zabývají strojírenstvím, převážně výrobou různých strojů a zařízení a také konstrukcemi z kovů. Kontaktní e-mailové adresy byly získány ze seznamu firem a institucí, který je veřejně přístupný na internetové adrese www.firmy.cz. Z celkového počtu oslovených společností poskytlo informace 59 z nich, což odpovídá zhruba 30% míře návratnosti.

4.2.1 Analýza dat

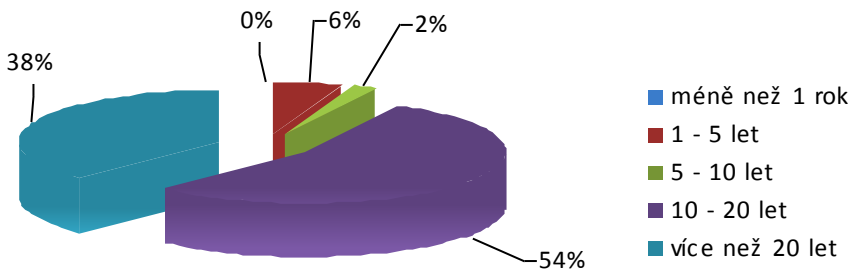
Otázka 1: Zabýváte se exportem?

Účelem bylo pouze zjistit, zda dotazované společnosti vyváží své produkty do zahraničí. 6 společností z celkového počtu 59 reagujících společností uvedlo zápornou odpověď, to znamená, že své produkty neexportují do zahraničí a zaměřují se pouze na tuzemský trh. Jejich odpovědi proto nemohly být součástí tohoto výzkumu a byly automaticky vyřazeny. V dalším šetření se již pracuje jen s 53 kladně odpovídajícími respondenty.

Otázka 2: Jak dlouho působíte v této oblasti na českém trhu?

Na základě zjištěných informací vyšlo najevo, že exportní firmy zabývající se strojírenským průmyslem, zejména výrobou nejrůznějších strojů a zařízení, mají v České republice dlouholetou tradici. 92 % oslovených společností působí v této oblasti více než 10 let. Žádná z dotázaných společností není na trhu méně než 1 rok. Je to docela logické, tyto společnosti si musí nejprve udělat dobré jméno na trhu nebo se zaměřit na méně obsazenou oblast, aby se posléze mohly v tomto oboru prorazit a být úspěšní, a to nějakou dobu trvá (viz graf 5).

Graf 5: Délka působnosti na českém trhu



Zdroj: vlastní šetření, 2011

Otázka 3: Jaká jsou Vaše nejdůležitější vývozní teritoria?

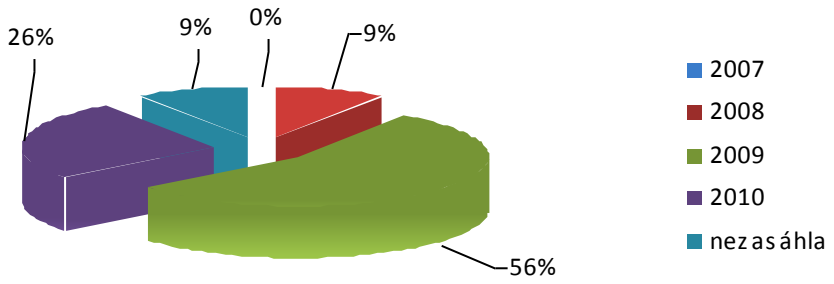
Zde se jednalo o otázku s volnou odpovědí. Mezi nejdůležitější vývozní teritoria jsou považovány především země v rámci Evropské unie, nejvíce pak Německo, které ve své odpovědi uvedlo 68 % odpovídajících společností, dále pak Slovensko, Polsko a Rakousko. Všechny tyto čtyři nejvíce zmiňované státy jsou sousední země České republiky. Do Evropské unie se ještě vyváží především do Francie, Itálie, Španělska či Velké Británie. Mimo Evropskou unii byly uváděny země Balkánského poloostrova,

východní Evropa. K vzdálenějším zemím lze zařadit také Spojené státy americké, Kanadu, Argentinu, Austrálii, Indii a Čínu.

Otázka 4: V jakém roce Vás hospodářská krize zasáhla nejvíce?

Na tuto otázku bylo nejvíce odpovědí u roku 2009, a to 56 % dotázaných společností. 26 %, tedy 14 firem, označilo rok 2010. Jen nepatrná část společností, přesně 9 %, zůstala ušetřena a hospodářská krize jí nezasáhla (viz graf 6).

Graf 6: Četnost zásahů hospodářské krize v jednotlivých letech



Zdroj: vlastní šetření, 2011

Též Český statistický úřad ve svých průzkumech zjistil, že nejvíce Českou republiku zasáhla krize v roce 2009, kdy došlo k největšímu útlumu. Co se týká komoditní struktury, tak právě tato zkoumaná oblast strojírenství, která spadá do 7. SITC třídy, což jsou stroje a dopravní prostředky, zaznamenala nejvyšší propad ze všech SITC tříd.

Z následující tabulky 1 je patrné, že četnost zásahů v jednotlivých letech nijak zvlášť nezávisí na délce působnosti exportních společností na českém trhu. Jedná se spíše o individuální reakci daného podniku na vzniklou tržní situaci a záleží spíše

na mnoho dalších faktorech, například zda má podnik k dispozici dostatek finančních prostředků apod.

Tabulka 1: Závislost četnosti zásahů v jednotlivých letech na délce působnosti firem v oblasti českého exportu

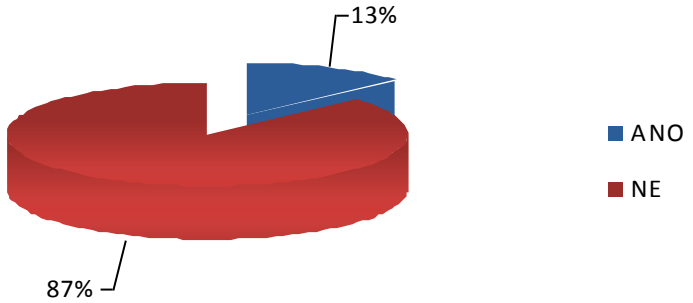
	Délka působnosti	absolutní	relativní
2007	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	0	0%
	5 - 10 let	0	0%
	10 - 20 let	0	0%
	více než 20 let	0	0%
2008	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	0	0%
	5 - 10 let	0	0%
	10 - 20 let	5	100%
	více než 20 let	0	0%
2009	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	1	4%
	5 - 10 let	0	0%
	10 - 20 let	14	48%
	více než 20 let	14	48%
2010	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	1	7%
	5 - 10 let	1	7%
	10 - 20 let	7	50%
	více než 20 let	5	36%
nezasáhla	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	1	20%
	5 - 10 let	0	0%
	10 - 20 let	3	60%
	více než 20 let	1	20%

Zdroj: vlastní šetření, 2011

Otázka 5: Museli jste během krize zvýšit ceny Vašich exportních produktů?

Téměř 90 % společností nemuselo zvýšit ceny svých exportních produktů. Z toho vyplývá, že je nejspíš musely snížit nebo cenu vůbec neměnily. Převahu záporných odpovědí dokládá i graf 7.

Graf 7: Zvýšení ceny exportních produktů během krize

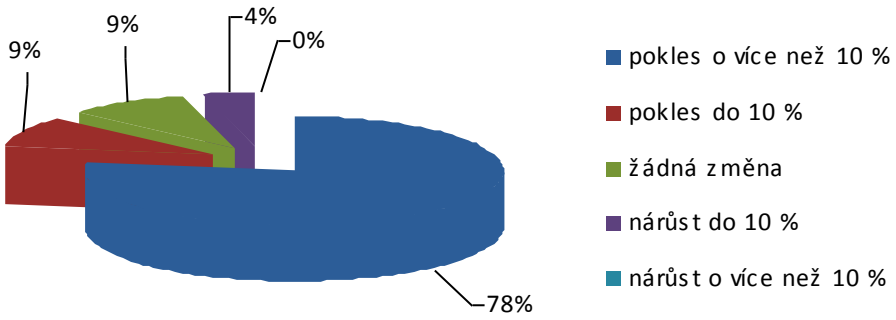


Zdroj: vlastní šetření, 2011

Otázka 6: Došlo ve Vaší společnosti ke změně ve výrobě v důsledku krize?

Podle očekávání nejvíce odpovědí zaznamenala možnost – pokles o více než 10 %, a to 78 %, což značí 41 společností z celkových 53. Po 9 % obdržely odpovědi – pokles max. o 10 % a žádná změna. Pouze 2 společnosti zaznamenaly během hospodářské krize nárůst do 10 % (viz graf 8).

Graf 8: Změna v objemu výroby jednotlivých společností

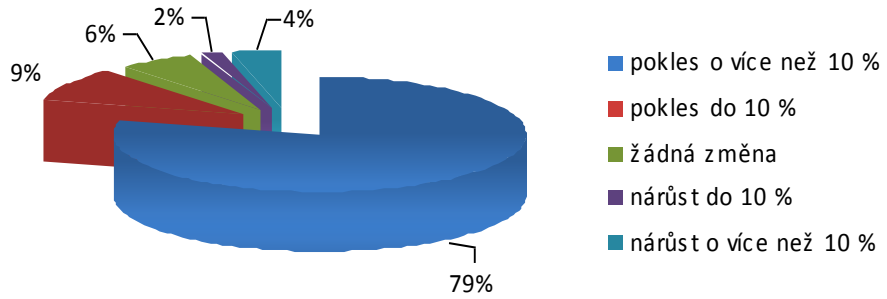


Zdroj: vlastní šetření, 2011

Otázka 7: Změnil se obrat společnosti v důsledku krize?

Většina dotázaných společností odpověděla v této otázce stejně jako v otázce předchozí a bylo to i velmi pravděpodobné. Pokud se zásadně sníží objem výroby, nedá se očekávat, že by to mělo nějaký pozitivní vliv na obrat společnosti. V tomto případě dokonce 2 společnosti zaznamenaly nárůst o více než 10 %, ale významnou převahu zde má opět nejhorší možná odpověď, to znamená pokles o více než 10 %, kterou označilo 79 % odpovídajících společností. Pokles do 10 % mělo 5 podniků, naopak nárůst do 10 % 1 podnik a žádnou změnu nepocítily 3 společnosti. To dokládá i graf 9.

Graf 9: Změna v obratu společností



Zdroj: vlastní šetření, 2011

Tabulka 2: Závislost změny ve výrobě na změnu v obratu v důsledku krize

	Změna ve výrobě	absolutní	relativní
pokles o více než 10 %	pokles o více než 10 %	39	93%
	pokles do 10 %	2	5%
	žádná změna	1	2%
	nárůst do 10 %	0	0%
	nárůst o více než 10 %	0	0%
pokles do 10 %	pokles o více než 10 %	1	20%
	pokles do 10 %	2	40%
	žádná změna	2	40%
	nárůst do 10 %	0	0%
	nárůst o více než 10 %	0	0%
žádná změna	pokles o více než 10 %	0	0%
	pokles do 10 %	1	33%
	žádná změna	2	67%
	nárůst do 10 %	0	0%
	nárůst o více než 10 %	0	0%
nárůst do 10 %	pokles o více než 10 %	1	100%
	pokles do 10 %	0	0%
	žádná změna	0	0%
	nárůst do 10 %	0	0%
	nárůst o více než 10 %	0	0%

nárůst o více než 10 %	pokles o více než 10 %	0	0%
	pokles do 10 %	0	0%
	žádná změna	0	0%
	nárůst do 10 %	2	100%
	nárůst o více než 10 %	0	0%

Zdroj: vlastní šetření, 2011

Z tabulky 2 vyplývá, že změna ve výrobě podstatně ovlivňuje pozdější velikost obratu. Převážná část společností odpověděla na obě dvě otázky stejně a je to i logické. Pokud totiž dojde ke snížení objemu výroby, nemůže se očekávat, že by se obrat zvýšil. Může však vzniknout situace, kdy podnik zaznamená pokles ve výrobě, ale nijak výrazně se to ve velikosti obratu neprojeví.

Otázka 8: Museli jste propustit nějaké zaměstnance?

Kladnou odpověď označilo 74 % dotazovaných respondentů, zbylých 26 % nemuselo ke snižování stavů svých zaměstnanců přistoupit.

Hospodářská krize se nějakým způsobem dotkla většiny sektorů národního hospodářství. Z nedávného průzkumu Hospodářské komory ČR pro Hospodářské noviny vyplynulo, že každá druhá malá nebo střední firma v České republice musela kvůli špatné ekonomické situaci propouštět.

Otázka 9: Bylo nutné omezit některé výdaje?

Z této otázky vyplývá, že většina oslovených společností, přesně 83 %, musela omezit své výdaje. Konkrétní oblasti, ve kterých museli respondenti šetřit, uvádí následující otázka 10.

Otázka 10: Ve kterých oblastech jste museli omezit své výdaje?

Účelem této otázky bylo zjistit, v jakých oblastech podnikání došlo ke snížení výdajů kvůli vzniklé hospodářské krizi. Jednalo se o volnou otázku, která navazovala na otázku předcházející a to v případě, pokud společnosti uvedly kladnou odpověď, v opačném případě tuto otázku vynechaly.

Většina dotazovaných společností uvedla, že musela omezit své výdaje prakticky ve všech oblastech, počínající výrobou, zásobami materiálu, marketingem, logistikou a končící v oblasti řízení lidských zdrojů, kde se převážně jednalo o snížení stavu a mezd zaměstnanců a omezení nebo dokonce zrušení některých jejich benefitů. Dále se jednalo i o investice do budoucna, kde došlo k výraznému omezení z důvodu udržení na trhu. Z uvedených odpovědí vyplývá, že se šetřilo převážně v personální, marketingové a logistické oblasti.

Otázka 11: Provádíte hodnocení rizik?

Cílem této otázky bylo zjistit, zda exportní společnosti spadající do strojírenského průmyslu, provádí hodnocení rizik nebo naopak. Z celkového počtu dotázaných téměř tři čtvrtiny (74 %) uvedlo kladnou odpověď. Tímto krokem by měly být připraveni na vzniklé potíže a umět je řešit. To se ale většinou neděje a má to své důvody. Mezi nejčastější patří špatné nebo nedostatečné hodnocení rizik a nejistot. To znamená, že podniky hodnocení rizik sice provádí, ale například na teď již doznívající krizi reagují velmi pomalu. To vše pak vede ke špatnému zhodnocení vlastního postavení na trhu během vzniklé situace. Důsledky mluví samy za sebe, o tom se mohly společnosti samy přesvědčit.

Otázka 12: Využíváte nějaké formy podpory exportu?

Účelem této otázky bylo zjistit, zda v oblasti českého exportu dochází k využívání různých podpor exportu, ať už se jedná o státní nebo nestátní formu. Z celkového počtu 53 reagujících společností, 33 z nich využívá některé z forem podpory. Podle dotazníkového šetření se jedná o zcela individuální záležitost, na využívání nemá vliv ani právní forma podnikání, ani velikost dané firmy či délka působnosti na trhu (viz tabulky 3 – 5).

Tabulka 3: Závislost právní formy podnikání na využívání podpor v oblasti exportu

	Právní forma	absolutní	relativní
ANO	a. s.	13	42%
	s. r. o.	18	58%
	k. s.	0	0%
	v. o. s.	0	0%
NE	a. s.	7	32%
	s. r. o.	14	64%
	k. s.	1	4%
	v. o. s.	0	0%

Zdroj: vlastní šetření, 2011

Tabulka 3 ukazuje, zda právní forma podnikání nějak ovlivňuje využívání podpor v oblasti exportu. Na první pohled je patrné, že zde převažují především společnosti s ručením omezeným. Ovšem nelze s jistotou tvrdit, že právní forma závisí na tom, zda daná společnost využije nějakou formu podpory exportu.

Tabulka 4: Závislost délky působení na trhu na využívání podpor v oblasti exportu

	Délka působení	absolutní	relativní
ANO	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	3	9%
	5 - 10 let	1	3%
	10 - 20 let	14	43%
	více než 20 let	15	45%
NE	méně než 1 rok	0	0%
	1 - 5 let	0	0%
	5 - 10 let	0	0%
	10 - 20 let	15	75%
	více než 20 let	5	25%

Zdroj. Vlastní šetření, 2011

Z tabulky 4 je patrné, že podpor v oblasti exportu využívají i nevyužívají převážně podniky, které jsou na trhu více než 10 let. Vzhledem ke kladné odpovědi, může být důsledkem značná znalost trhu v této oblasti, naopak záporná odpověď respondentů poukazuje nejspíš na malou informovanost v oblasti podpory exportu. Není vyloučeno, že podniky, které nyní žádnou z podpor nevyužívají, někdy v minulosti tak neučinily.

Tabulka 5: Závislost velikosti podniku na využívání podpor v oblasti exportu

	Počet zaměstnanců	absolutní	relativní
ANO	do 10	5	15%
	do 50	8	24%
	do 250	14	43%
	více než 250	6	18%
NE	do 10	3	15%
	do 50	4	20%
	do 250	11	55%
	více než 250	2	10%

Zdroj: vlastní šetření, 2011

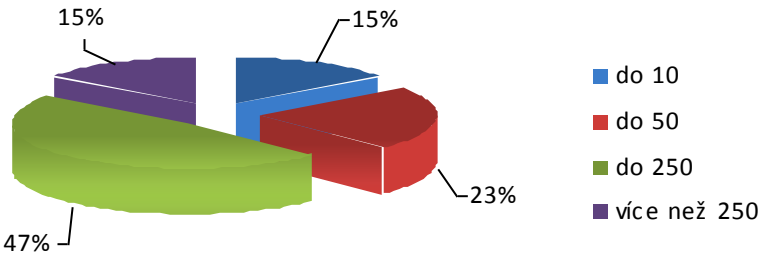
Z předcházející tabulky 5 vyplývá, že velikost firmy nijak nezávisí na možnosti využívání podpory exportu. Převažují společnosti do 250 zaměstnanců. To je ale dáno tím, že jich nejvíce působí v oblasti strojírenství se zaměřením na výrobu různých strojů a zařízení. Jinak v každé kategorii podle počtu zaměstnanců se najde společnost, která podporu státní nebo nestátní využívá.

Česká republika patří mezi státy s vyspělou tržní ekonomikou, a proto nabízí široké spektrum jak služeb státu, tak i dalších institucí na podporu exportu. Jedná se zejména o poradenství, informační služby, účast na státem podporovaných zahraničních výstavách a veletrzích, pojištění různých typů rizik apod. Proexportní politika spadá do kompetencí Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, které zřídilo 2 významné agentury podporující české podnikatelské subjekty. Jedná se o Českou agenturu na podporu obchodu CzechTrade a Agenturu pro podporu podnikání a investic CzechInvest. Dále toto ministerstvo podporuje provozování Zelené linky pro export a důležité internetové portály pro podnikání a export BusinessInfo.cz a Export.cz. Dalšími důležitými subjekty na podporu mezinárodních aktivit jsou Česká exportní banka a Exportní garanční a pojišťovací společnost.

Otázka 13: Počet zaměstnanců?

Z níže uvedeného grafu 14 je patrné, že největší část respondentů tvořily především malé a střední podniky s počtem do 50 a do 250 zaměstnanců. Naopak nejméně firem zahrnují kritéria do 10 zaměstnanců a též společnosti s více než 250 zaměstnanci. To je dáno například tím, že menším podnikům nevadí poskytnout požadované informace, jsou více vstřícnější než velké podniky, ale nedá se to tak jednoznačně tvrdit, nýbrž záleží také na ochotě samotných vedoucích pracovníků.

Graf 10: Počet zaměstnanců

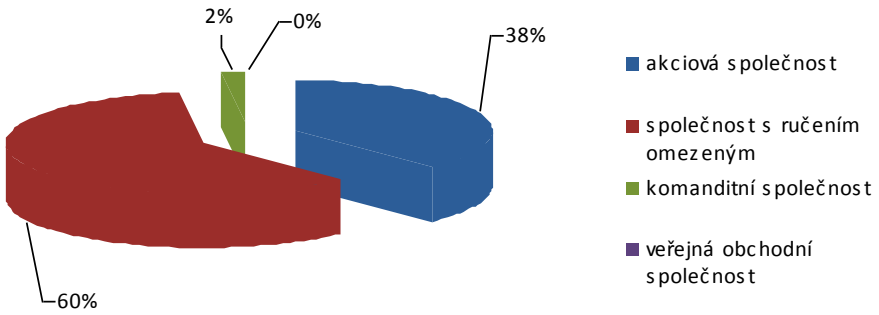


Zdroj: vlastní šetření, 2011

. Otázka 14: Právní forma podnikání?

Nejvíce dotázaných společností spadá do společností s ručením omezeným, a to celých 60 %. O něco méně (38 %) zaujímají akciové společnosti. Zbylá 2 % tvoří komanditní společnosti. V tomto šetření neposkytla informace žádná veřejná obchodní společnost, neboť jsou v oblasti strojírenství málo zastoupeny.

Graf 11: Právní forma podnikání

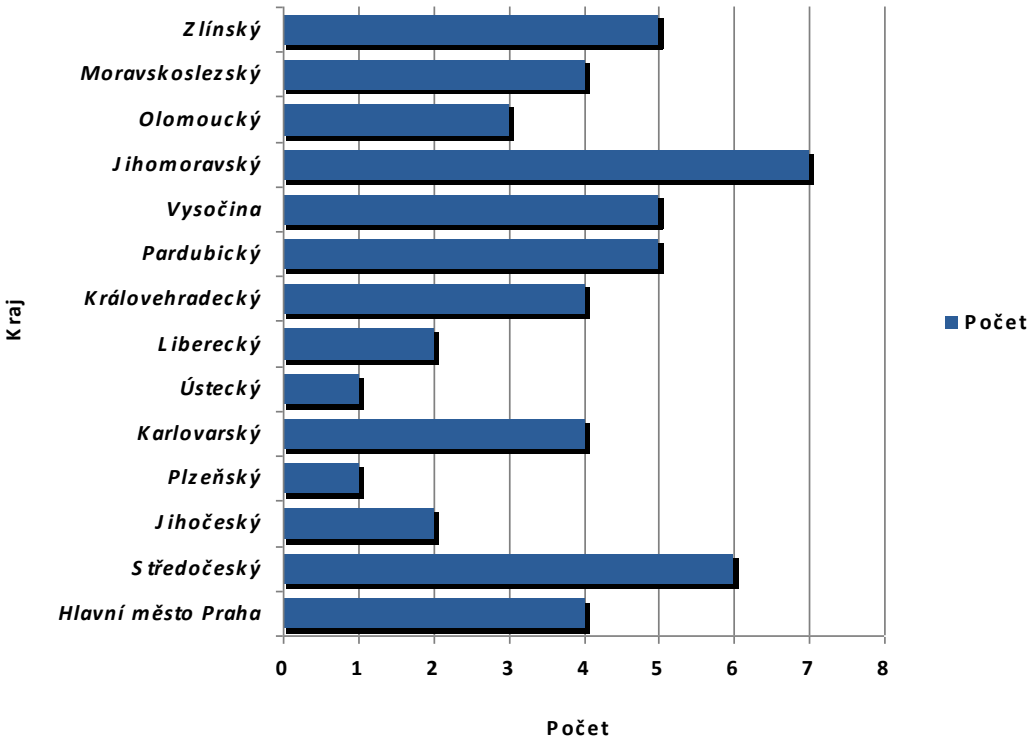


Zdroj: vlastní šetření, 2011

Otázka 15: Ve kterém kraji má sídlo Vaše firma?

Cílem této otázky bylo zjistit, ve kterém kraji sídlí dotazovaní respondenti. Jak je patrné z grafu 17, nejvíce ochotni podávat informace o svém podnikání v oblasti exportu byli respondenti sídlící v Jihomoravském kraji, kde vyplnilo dotazník celkem 7 společností. Je to dáno také tím, že v tomto kraji sídlí převážná část firem zabývajících se výrobou strojů a různých zařízení spadající pod strojírenský průmysl. Mezi další významné kraje patří kraj Středočeský, Zlínský, Pardubický a kraj Vysočina. Ve všech jmenovaných krajích se nachází převážná část exportujících společností. Kraje s málo rozšířeným strojírenským průmyslem, které se zaměřují na výrobu strojů a zařízení, jsou především Karlovarský, Liberecký a Ústecký kraj. U prvně jmenovaného je situace nejhorší, protože během hospodářské krize zde došlo k uzavření mnoha firem, a to mělo za následek výrazný pokles také v oblasti vývozu. Karlovarský kraj tak patří k nejméně exportujícím krajům v rámci celé České republiky.

Graf 12: Kraje



Zdroj: vlastní šetření, 2011

4.3 Komparace s vybranými členskými státy Evropské unie

V této části práce bylo cílem porovnat situaci českého exportu s jinými členskými státy Evropské unie. Pro srovnání byly vybrány následující země - Slovensko, Polsko, Maďarsko a Německo. U prvních tří zemí je důvodem stejný rok vstupu do Evropské unie, tedy 2004. Dále se jedná o velmi podobné ekonomiky a jejich vývoz je závislý především na hospodářském vývoji hlavních obchodních partnerů. S ohledem na podobné typy zemí, by srovnání situace České republiky a těchto vybraných států mohlo být navzájem lépe porovnatelné. Poslední vybraná země je důležitým obchodním partnerem zemí předcházejících a stejně jako Slovensko a Polsko patří k sousedním zemím České republiky.

4.3.1 Analýza exportní situace na Slovensku a následné srovnání s Českou republikou

Slovensko patří mezi sousední země České republiky a ekonomiky obou zemí jsou si velmi podobné, jak svojí otevřeností, tak i zaměřením na automobilový průmysl. V Evropské unii není více podobný stát.

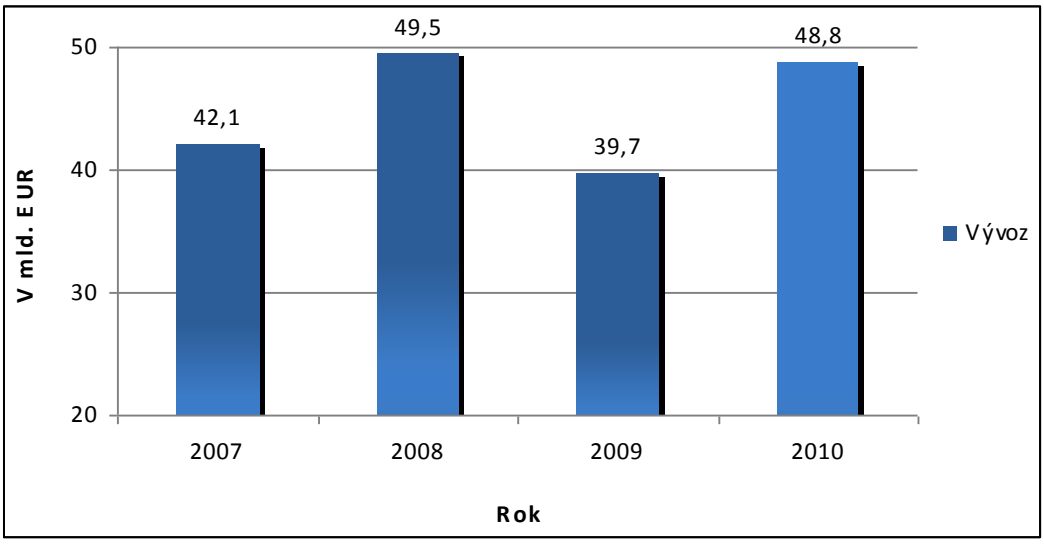
Export je veličinou, která určuje do značné míry i vývoj průmyslové výroby a HDP. Současná ekonomická krize přitom vede spíše k narušení setrvačných ekonomických vazeb a tím i k vyšší citlivosti zákazníků na relativní cenu.

Významnými vývozními teritorii jsou členské státy Evropská unie, kde nejdůležitějším obchodním partnerem je Německo, kam se vyváží přes 20 % z celkového vývozu Slovenska. Druhým státem je bezpochyby Česká republika, sousední země Slovenska. Dále se jedná o Francii, Itálii, Polsko, Maďarsko, Rakousko, Spojené království a Španělsko. Mimo Evropskou unii je to zejména Rusko. Mezi nejvíce vyvážené komodity patřily elektrické stroje a dopravní zařízení.

Lze usuzovat, že začátek roku 2007 přinesl pomalé prohlubující se hospodářské zpomalení. V tomto a následujícím roce sice růst pokračoval, ale jeho intenzita postupně klesala. Oslabení ekonomické aktivity pak vyústilo v hospodářský pokles, který trval od 4. čtvrtletí 2008 do 3. čtvrtletí 2009. Podle předpokladů bude v letošním roce vývoj slovenské ekonomiky postaven především na zahraniční poptávce.

Z následujícího grafu 17 je patrné, že v roce 2009 oproti roku 2008 došlo k výraznému poklesu slovenského exportu, a to téměř o 20 %. Rok 2009 přinesl jednoznačný razantní útlum a došlo tak ke snížení všech důležitých vývozních příležitostí. V roce 2010 již došlo opět k nárůstu, o 22,9 %, při srovnání s rokem předcházejícím.

Graf 13: Vývoj slovenského exportu v letech 2007 – 2010 (v mld. EUR)



Zdroj: http://www.mhsr.sk/vysledky-zahranicneho-obchodu-6739/128424s;
21. 3. 2010

V důsledku globální krize přijalo Slovensko několik balíků opatření, které byly postupně aplikovány v roce 2009 a měly zmírnit negativní dopady hospodářské krize na ekonomiku této země. Jednalo se především o oblast, týkající se veřejných financí,

investičních stimul, mezinárodního obchodu či daní. Většina přijatých opatření proti krizi měla platnost pouze do konce roku 2010. Hlavním cílem slovenské vlády bylo udržet konsolidaci veřejných financí spolu s udržením sociálních jistot (zavedení příspěvku na podporu udržení zaměstnání, vytváření nových pracovních míst a samostatně výdělečné činnosti nebo příspěvek ke mzdě zaměstnance). V rámci mezinárodního obchodu došlo k zpřísnění úvěrových pravidel finančních institucí s cílem podpořit zejména oblast exportu, která je pro Slovensko velmi důležitá. Podporou vývozních aktivit tohoto státu se zabývá Exportno-importná banka Slovenskej republiky (EXIMBANKA SR), která zajišťuje financování a pojištění vývozních a dovozních úvěrů s cílem zvýšit konkurenceschopnost tuzemských výrobců. Z důvodu vzniklé situace na trhu v roce 2009 přijala opatření na eliminaci rizik vyplývající z předcházejících strategických a obchodních rozhodnutí, především se jednalo o navýšení základního jmění a bankovních a pojišťovacích činností. Novinkou bylo poskytnutí komplexního pojistného produktu ABT (Pojištění krátkodobého dodavatelského úvěru proti riziku nezaplacení), a to s cílem snížit administrativní náročnost zpracování a uspořit náklady spojené se správou pojištění a komfortu klienta.

Srovnání exportní situace Slovenska a České republiky

Česká a Slovenská republika jsou si v této oblasti velmi podobné. Mezi nejdůležitější vývozní teritoria patří Německo, Polsko a Francie, nejvíce se exportují strojírenské produkty a dopravní zařízení. Hospodářská krize oba státy zasáhla převážně v roce 2009, kdy byla samozřejmě přijata i různá opatření, která měla zabránit dopadům této globální krize. Jejich účinek se s největší pravděpodobností projevil až v roce 2010, kdy došlo k oživení zahraničního obchodu.

Snad jediným rozdílem mezi těmito dvěma státy je skutečnost, že Slovenská republika v roce 2009 vstoupila do Eurozóny. Tímto krokem změnila svojí měnu ze slovenské koruny na euro, a to se výrazně podepsalo na situaci, týkající se nejen exportu, ale celého hospodářství této země.

4.3.2 Analýza exportní situace v Polsku a následné srovnání s Českou republikou

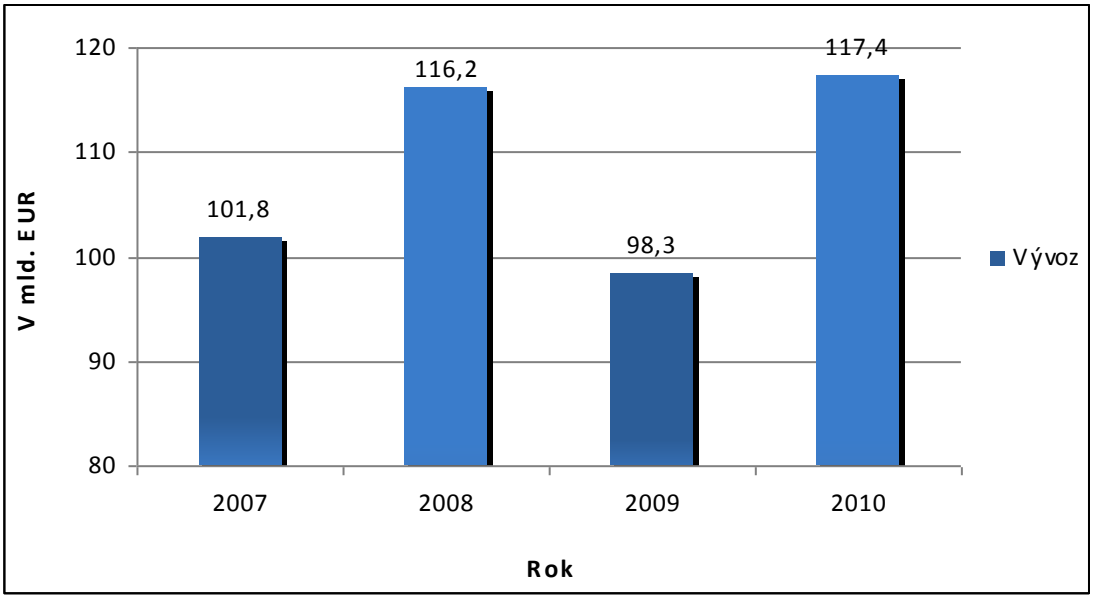
Polsko je další analyzovanou zemí a stejně jako Slovensko je jednou ze sousedních zemí České republiky. Tato země se příliš nezapojuje do mezinárodní výměny zboží, podíl vývozu na hrubém domácím produktu proto dosahuje daleko menší hodnoty než v případě České republiky. Důvodem je především velikost ekonomiky, která je šestou největší v rámci Evropské unie a geografickou polohou.

Mezi důležité exportní partnery patří Německo, kam se vyváží většina polské produkce. Dále se jedná o Slovensko, Švédsko, Maďarsko, Českou republiku, Francii, Nizozemsko, Velkou Británii, Španělsko a Itálii. Všechny tyto země jsou členy Evropské unie. V rámci třetích zemí jsou důležitými obchodními partnery Rusko a Ukrajina.

Komoditní struktura se orientuje převážně na průmyslové a zemědělské produkty. Nechybí zde ale ani automobily a automobilové díly, ocel a výrobky z oceli, mědi, uhlí, elektronické přístroje, nábytek, lodě a čluny.

Graf 18 zobrazuje vývoj polského exportu po dobu 4 minulých let. K největšímu poklesu došlo v roce 2009, kdy se vývoz snížil o 15,4 %. V následujícím roce ale nastal opět nárůst a export dosáhl dokonce vyšší hodnoty než v roce 2008, a to 117,4 mld. EUR. Byly obnoveny trendy polského vývozu a zvýšila se i konkurenceschopnost na zahraničních trzích.

Graf 14: Vývoj polského exportu v letech 2007 – 2010 (v mld. EUR)



Zdroj: http://www.stat.gov.pl/gus/fulltext_search_ENG_HTML.htm; 21. 3. 2011

V krizovém období přijalo Polsko stejně jako ostatní země protikrizová opatření, která byla většinou součástí určitých balíčků, zaměřujících se na jednotlivé oblasti polské ekonomiky. Důležitou organizací v oblasti zahraničního obchodu je Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK), specializující se na propagaci polského exportu prostřednictvím řízení specializovaných vládních fondů a programů zaměřených na podporu polských vývozců. Dne 28. 7. 2009 byl schválen program na podporu exportu s názvem „Vládní plán“, který měl eliminovat negativní dopady hospodářské krize v této oblasti. Program obsahoval úvěry na financování nákupu polského zboží a služeb, financování dokumentárních akreditivů, diskontování pohledávek z dokumentárních akreditivů, odběratelské úvěry apod. U všech zmíněných nástrojů byly upraveny úrokové sazby a prodloužena doba splatnosti.

Prognózy na rok 2011 jsou velmi optimistické. Očekává se další nárůst. Národní banka Polska předpokládá zvýšení hodnoty exportu zhruba o 12,7 %.

Srovnání exportní situace Polska a České republiky

Mezi těmito dvěma státy je v oblasti exportu podobná situace jako tomu bylo mezi Slovenskem a Českou republikou. K významným exportním partnerům patří především Německo, které sousedí s oběma srovnávanými státy, dále se jedná o Slovensko, Francii a Nizozemsko. K nejvíce vyváženým produktům lze zařadit produkty a komponenty strojního, elektrotechnického a chemického průmyslu. Také hospodářská krize zasáhla oba státy především v roce 2009, kdy došlo k závratnému poklesu polského i českého exportu, a to díky menšímu přílivu investic a odchodu části zahraničního kapitálu. Naopak rok 2010 zaznamenal hodnoty exportu vyšší než se nacházely před samotnou krizí. To platí převážně pro Polsko. Dále je spojuje fakt, že zatím nejsou členy Eurozóny, avšak podle polských ekonomů by si tamní firmy vedly vůči západu mnohem lépe, kdyby tomu bylo naopak, protože proměnlivý kurz eura sráží hodnotu jejich zahraničního obchodu. Rozdílnost lze spatřovat snad pouze v intenzitě otevřenosti jednotlivých ekonomik. Česká republika patří mezi malé otevřené ekonomiky, naopak Polsko lze zařadit k více uzavřeným hospodářstvím.

4.3.3 Analýza exportní situace v Maďarsku a následné srovnání s Českou republikou

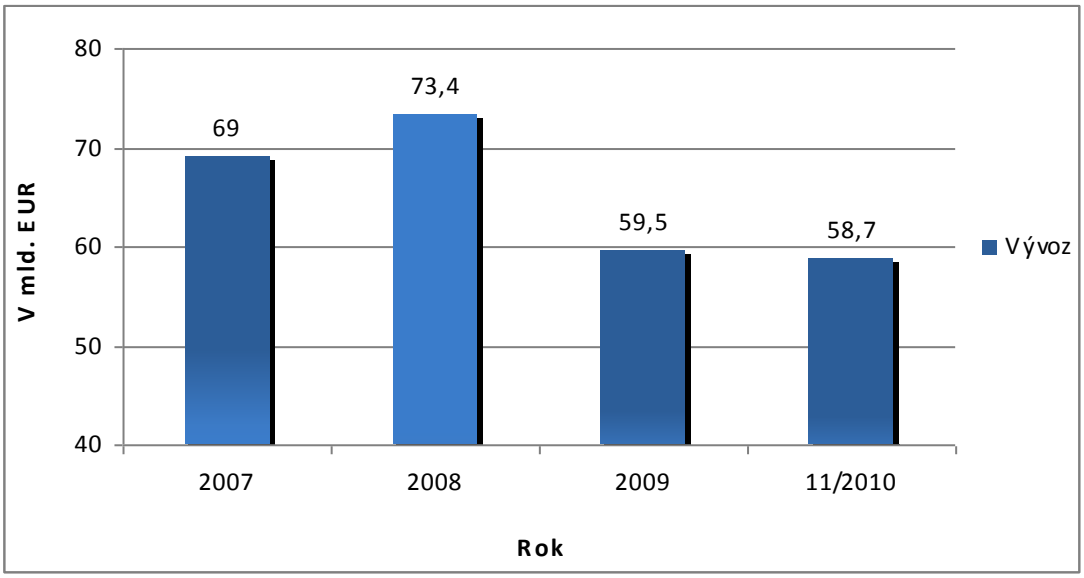
Maďarsko patří mezi státy s velmi otevřenou ekonomikou a zahraniční obchod je pro tuto zemi nepostradatelný. Vzhledem ke geografické poloze se dá říci, že zde hlavní úlohu hraje tranzitivní obchod mezi Východem a Západem.

Mezi důležitá exportní teritoria patří především členské státy Evropské unie - Německo, Itálie, Rakousko, Francie, Velká Británie, Švédsko a Nizozemsko. Kromě toho Maďarko vyváží i do Spojených států amerických, Ruska a Japonska.

Podniky se soustřeďují převážně na zpracovatelský průmysl, na vývoz strojírenských výrobků, elektrotechnických a telekomunikačních zařízení, dopravních prostředků a v neposlední řadě i energetických strojů.

První známky hospodářské krize se objevily již v roce 2008, ale na celkové hodnotě exportu to ještě nebylo příliš patrné. Největší pokles nastal, jako u většiny zemí, v roce 2009 (snížení o 18,9 %), a to zejména v důsledku hospodářského poklesu cílových trhů, především toho německého. Celou situaci dokládá graf 19. Bohužel zatím nejsou k dispozici definitivní údaje za rok 2010, proto graf není úplný. Dá se ale předpokládat, že v roce 2010 došlo ke zvýšení exportu, tudíž hodnota u tohoto roku je ve skutečnosti vyšší.

Graf 15: Vývoj maďarského exportu v letech 2007 – 11/2010 (v mld. EUR)



Zdroj: www.businessinfo.cz/cz/sti/madarsko-zahranicni-obchod-zeme/6/1000690/; 21. 3. 2011

Také Maďarsko muselo přistoupit k přijetí různých opatření proti hospodářské krizi, protože dopady na ekonomiku byly opravdu obrovské. Opatření se dotkla všech oblastí národního hospodářství této země. V rámci maďarského zahraničního obchodu se angažovala především specializovaná finanční instituce Eximbank Hungary PTE LTD, která nabízí širokou škálu proexportních produktů. Jedná se zejména

o poskytování finančních prostředků a záruk, získaných ze státního rozpočtu na podporu vývozních operací maďarských podniků.

Srovnání exportní situace České republiky a Maďarska

Maďarsko je jediná z vybraných zemí, která nepatří mezi sousední státy České republiky, ale i přesto mají mnoho společného. Patří mezi nejvíce otevřené ekonomiky, zaměřují se především na teritoria v rámci Evropské unie, nejvíce na německý trh a v komoditní struktuře vedou dopravní prostředky, dále strojírenské a elektrotechnické produkty. Absolutní dno zaznamenaly obě země opět v roce 2009, kdy došlo hlavně u Maďarska ke snížení vývozních příležitostí.

4.3.4 Analýza exportní situace v Německu a následné srovnání s Českou republikou

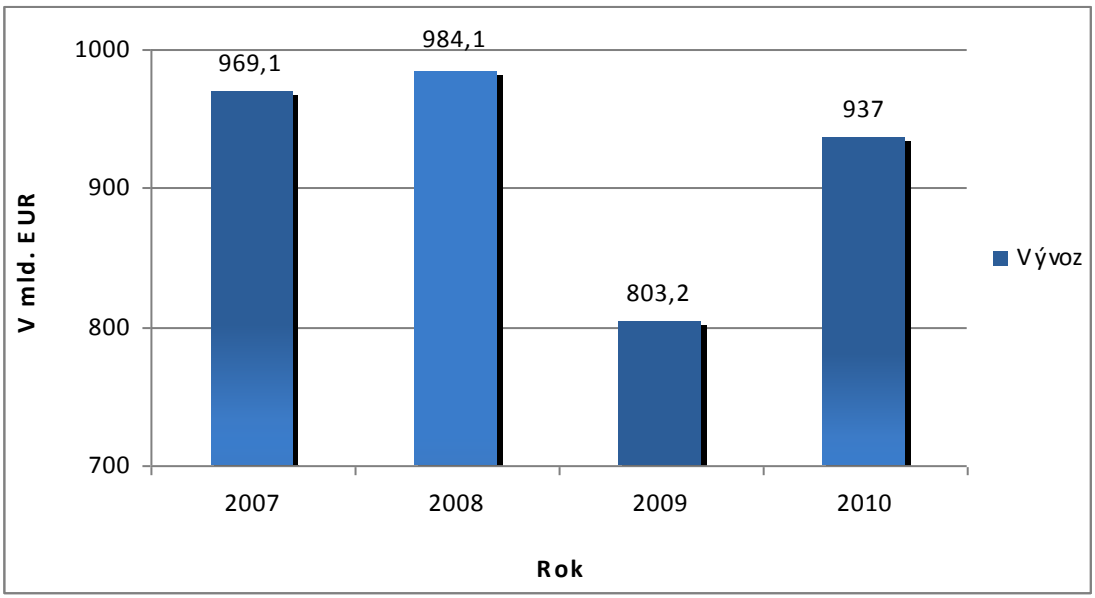
Německo patří k nejdůležitějším obchodním partnerům všech předchozích zemí. Pokud se dostane do problémů, má to vliv i na ně, protože tyto země jsou na něm velmi závislé. Zahraniční obchod patří spolu se zahraničními investicemi k nejdůležitějším předpokladům hospodářského růstu, zaměstnanosti a ekonomické prosperity Německa.

Teritoriální skladba německého exportu se během krize téměř nezměnila. Potvrdila jen význam vnitrounijního obchodu. Hlavními obchodními partnery ve vývozu byly opět členské státy Evropské unie. Nejdůležitějším teritoriem v rámci Evropské unie je již více než dvacet let Francie. Dále je německé zboží exportováno do Nizozemí, České republiky a v poslední době i do Číny.

Zbožová struktura je v posledních deseti letech neměnná. Nejvýznamnějšími exportními položkami jsou dopravní technika, dále elektrotechnické přístroje a zařízení včetně sdělovací techniky a též stroje včetně kancelářské techniky a obráběcích strojů.

Německo pocítilo první známky hospodářské krize již v roce 2007, ale v následujícím roce se mu podařilo vývoz ještě zvednout. Největší propad nastal opět v roce 2009, kdy export klesl o 18,4 %, ale již ve druhém čtvrtletí tohoto roku se Německu podařilo z nejhorší situace vymanit. Export je zde zásadním motorem hospodářského růstu, ale díky světové krizi se stal také brzdícím elementem celé ekonomiky. Oživení v posledních měsících roku 2010 zrychlilo, stále však přetrvávají obavy, zda bude ekonomika schopná v růstu dále pokračovat s ohledem na dluhovou krizi v Eurozóně.

Graf 16: Vývoj německého exportu v letech 2007 – 2010 (v mld. EUR)



Zdroj: http://www.businessinfo.cz/cz/sti/nemecko-zahranicni-obchod-zeme/6/1000636/; 21. 3. 2011

Předcházející graf 20 zobrazuje situaci německého exportu po dobu 4 let. Jak je z grafu patrné, téměř kopíruje předešlé státy i Českou republiku, ale jeho exportní hodnoty v prvních dvou letech jsou téměř totožné, což se nedá říci v případě Slovenska nebo Polska. V roce 2010 došlo opět k nárůstu, a to o 16,7 %. Ovšem údaje z tohoto roku nejsou zatím plně k dispozici, takže skutečná hodnota je ještě o něco vyšší.

Podle předpovědí německých analytiků by se v letošním roce mohl export zvýšit nad úroveň před ekonomickou krizí. Exportéry však bude provázet zvýšení kurzu eura a další rizika vyplývající z aktuální situace na trhu.

Na zmírnění dopadů světové hospodářské krize přijala německá vláda řadu opatření. V říjnu 2008 se zaměřila na opatření ke stabilizaci finančních trhů, v listopadu téhož roku pak následoval konjukturální balíček č.1 s názvem „Zajištění zaměstnanosti posílením růstu" a po něm v lednu 2009 balíček č. 2 – „Odhodlaně v krizi, silní v příštím rozvoji". Mezi opatření prvního balíčku v oblasti zahraničního obchodu lze zařadit zvýšení podpory německého exportu ve formě poskytování výhodnějších úvěrů a pojištění, zmírnění různých rizik vyplývající z aktuální situace na trhu. Druhý balíček obsahuje úlevy pro občany, cílené posilování ekonomiky a zabezpečování zaměstnanosti, opatření dlouhodobé finanční politiky a rozsáhlé investice do oblasti vzdělávání, infrastruktury a ochrany klimatu, které mají zároveň sloužit k dlouhodobému posílení a modernizaci země.

K důležitým institucím napomáhající k podpoře zahraničního obchodu patří AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft mbH a KfW IPEX-Bank GmbH (široká škála poskytovaných produktů, od standardních úvěrů až po složité modely financování připravené přímo podle zájmu daného podniku). Novinkou bylo vytvoření programu pro refinancování vývozních úvěrů, což bylo opatření schváleno Evropskou komisí a později prodlouženo až do konce roku 2010. Přínosem byl především flexibilnější způsob placení a omezení poplatků za vyřízení.

Srovnání exportní situace České republiky a Německa

Německo je další sousední zemí České republiky a naše země je na něm velmi závislá. Podobnost obou zemí lze spatřovat ve zbožové struktuře vyvážených produktů, mezi které patří dopravní zařízení a elektrotechnické přístroje. Důležitým obchodním partnerem Německa je již řadu let Francie. I ona zaujímá první místa mezi vývozními teritorii České republiky. Razantní útlum v hospodářství těchto zemí nastal v roce 2009,

kdy byla zahraniční situace opravdu kritická. Německo však začalo pociťovat negativní dopady globální krize mnohem dříve (již v roce 2008) než naše země, a to z důvodu více vyspělé ekonomiky. Z výzkumů vyplývá, že situace u našeho západního souseda se projeví většinou do té české se zpožděním 3 – 4 měsíců. Proto se lze určitým způsobem poučit z chyb jiných zemí a částečně se i na tuto situaci řádně připravit a hlavně jí nepodceňovat.

5 NÁVRHY OPATŘENÍ

Světová hospodářská krize a její dopady na světovou ekonomiku potvrdily závislost České republiky na mezinárodních vztazích. Důležitým předpokladem pro úspěch českých podnikatelských subjektů je rozvoj odborných kompetencí a zvládnutí celkové techniky týkající se zahraničního obchodu.

Předpokladem úspěšného překonání a oddálení krizových situací je nalezení a následná realizace vhodně zvolené strategie, která bude znamenat vybudování jedinečnosti a konkurenční pozice podniku na trhu.

Globalizací světa vzniká vzájemná provázanost podnikatelských subjektů v různých teritoriích a tím dochází někdy k rychlému přenášení krizových stavů na jiné světadíly. Působení hospodářské krize mělo negativní důsledky na většinu oblastí národního hospodářství. Podniky se proto snaží o eliminaci jejích následků a snaží se dostat na úroveň, ve které se nacházely před vznikem krize.

Nejspíš neexistuje žádný nejlepší návrh opatření, který by zabránil blížící se krizi, ale může částečně eliminovat negativní dopady, které by mohly díky ní vzniknout. Obecně platí, že čím přesněji je poznána historie čísel, čím detailněji jsou hodnocena minulá rizika a jejich vliv na další vývoj společnosti, tím přesnější jsou pak i předpovědi dalšího vývoje. Pochopitelně nelze nikdy vyloučit možnost objevení nepředvídatelného zásahu nějakého rizika, ale i v takovém případě bude firma sledující pozorně svůj vlastní vývoj v lepším postavení než konkurence, která se například touto problematikou vůbec nezabývá.

Dále je vhodné mít dostatečné množství rezerv, aby se podniky hned po vypuknutí krize nedostaly do vážných problémů s cash flow, a hlavně nepodceňovat okamžitou situaci na trhu, protože to pak může mít fatální důsledky, které si podniky ani neumí představit.

V době krize je vhodné disponovat také dostatkem vlastních zdrojů a hlavně se nespoléhat na banky a jiné finanční instituce s půjčením peněz nebo poskytování úvěrů, protože ty se většinou potýkají s podobnými problémy jako samotné podniky. Díky vlastním zdrojům lze zvyšovat podíl na trhu a využít tak finanční slabosti konkurenčních podnikatelských subjektů.

Česká republika přijala zejména v roce 2009 prostřednictvím různých institucí protikrizová opatření, týkající se téměř všech oblastí hospodaření země, s cílem zmírnit dopady hospodářské krize. Nejvíce se v oblasti zahraničního obchodu angažovala Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP), která upravila nebo dokonce zavedla nová opatření, podporující český export, a to i za předpokladu zvýšení svých nákladů, které kryla z vlastních zdrojů.

Přehled protikrizových opatření a produktů EGAP:

- **zvýšení pojistného krytí akreditivů** – jde o zvýšení z 80 % na 95 %, to znamená trvalé snížení spoluúčasti z 20 na 5 %, hlavním přínosem je snížení spoluúčasti bank, rychlejší vyřizování krátkodobého financování od zahraničních bank a zvýšení limitů zahraničních bank u českých bank;
- **zlevnění pojištění výrobního rizika** – snížení ceny tohoto pojištění o 30 %, při souběhu s pojištěním vývozního úvěru až o 50 %, výhodou je především snížení nákladů vývozce;
- **zlevnění pojištění investic** - při souběhu pojištění úvěru na financování investice a vlastního vkladu investora, výhoda spočívá ve snížení investičních nákladů;
- **zlevnění procedury posuzování vlivu vývozu a investic na životní prostředí** - snížení nákladů u vývozců i investorů, kdy prvotní náklady spojené s expertízou hradí EGAP;
- **zjednodušení režimu pojišťování předexportních úvěrů a záruk pro malé a střední podniky** – rovněž se jedná o snížení nákladů, ale pouze

v oblasti malých a středních vývozců, výhodou je především podstatné zkrácení doby vyřízení;

- **pojištění projektového financování nově vybudovaných výrobních kapacit v zahraničí** - pojišťovna kryje riziko splacení úvěru, které není založeno na zárukách exportéra či investora, ale na výnosech určitého projektu, splácení je rozloženo do nepravidelných splátek a existuje zde i možnost prodloužení splatnosti úvěru až na 14 let;
- **pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce** - podpora vývozců při hledání nových trhů, krytí jejich nákladů spojených se vstupem na zahraniční trhy, marketingem apod., toto pojištění je určeno zejména pro malé a střední podniky;
- **pojištění vývozních pohledávek pro nejmenší vývozce** – zahrnuje podporu vývozců s vývozem do 2 mil. EUR/rok, přínosem je zejména rozšíření kapacity a kultivace pojistného trhu v ČR.

6 ZÁVĚR

Mezinárodní obchod je nepostradatelným segmentem v rámci hospodářství každé země. Zvláště zahraniční obchod, který je významnou součástí mezinárodních ekonomických vztahů přináší řadu výhod, které jsou s ním spojeny. Kladně přispívá k růstu HDP, růstu zaměstnanosti a tak roste i koupěschopná zahraniční poptávka, ale tím roste i konkurenceschopnost mezi různými trhy.

Důležitý faktor, který se promítl do ekonomiky snad každé země světa, byla hospodářská krize, která vznikla v roce 2007. Nejprve zasáhla více vyspělé státy a až poté se rozšířila na ostatní země, které jsou většinou na těchto svých velmi významných obchodních partnerech závislé. Krize zde ukázala, že v budoucnosti nezbývá než přehodnotit vztah k veřejně publikovaným údajům o fungování ekonomických subjektů a v některých případech nelze zcela spoléhat na zveřejňovaná hodnocení jako na rozhodující doklad kvality.

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit vývoj českého exportu v letech 2007 – 2010 a na základě získaných informací navrhnout vhodná opatření ke zlepšení zjištěné situace českého exportu do dalších let. Dílčím cílem byla analýza situace českého exportu v době hospodářské krize, následné srovnání s vybranými členskými zeměmi Evropské unie a průzkum trhu zaměřený na exportní firmy z oblasti strojírenství, převážně pak výrobou různých strojů a zařízení.

Výsledkem bakalářské práce bylo zjištění velmi špatné situace českého exportu zejména v roce 2009, kdy došlo k velkému propadu. Export klesl až na 521,1 mld. Kč, což je nejméně za 17 let. Začátkem následujícího roku 2010 se již začala situace na trhu zlepšovat a na konci tohoto roku dosáhl export hodnoty 684,6 mld. Kč. Z dotazníkového šetření vyplývá, že exportní firmy, zaměřující se na výrobu různých strojů a zařízení, nejvíce vyváží do zemí Evropské unie, konkrétně do Německa a na Slovensko. Nejvíce byly společnosti postiženy právě v roce 2009. V důsledku

krizové situace na trhu, musela většina společností přistoupit k propouštění svých zaměstnanců a omezit některé další výdaje spojené s podnikáním. Nejvíce se šetřilo v oblastech výroby, zásob materiálu, marketingu, logistiky a investic do budoucna. Poslední analýza, která se týkala exportní situace vybraných států Evropské unie v letech 2007 - 2010, konkrétně Slovenska, Polska, Maďarska a Německa, dokládá podobnost těchto sledovaných zemí s Českou republikou v době hospodářské krize. Stejně jako Česká republika i ony musely přijmout různá opatření na zmírnění negativních dopadů hospodářské krize. Nejčastěji docházelo k poskytování výhodnějších vývozních úvěrů a pojištění a také k prodloužení lhůt splatnosti.

První hypotézou, ze které tato práce vychází, bylo zjistit, zda hospodářská krize ovlivnila negativně oblast českého exportu, který pak zaznamenal největší útlum od vzniku samostatné České republiky. Český export na konci roku 2009 dosáhl pouze hodnoty 521,1 mld. Kč. Na základě těchto údajů, získaných jak z Českého statistického úřadu, tak i v rámci vlastního šetření, se tato hypotéza potvrzuje.

Druhá hypotéza se týkala podobnosti exportu České republiky a Slovenské republiky v době hospodářské krize, a to v letech 2007 – 2010. Z publikovaných informací lze říci, že jsou situace obou zemí téměř shodné. Největší propad exportu u těchto zemí nastal především v roce 2009, kdy došlo k největšímu útlumu, jak dokládá hypotéza první. Slovensko se liší pouze v jedné věci, a to vstoupením do Evropské měnové unie a přijetím Eura za svojí měnu, což se také docela negativně projevilo do vzniklé situace na trhu. Tím se i tato hypotéza potvrdila.

Poslední hypotéza měla zjistit, zda české podniky pomalu reagují a neumí se dostatečně připravit na vznikající krizové situace. Z různých výzkumů vyplývá, že podniky krizi relativně dlouho podceňovaly a její opravdovou závažnost začaly řešit až v prvních měsících roku 2009, což je velmi pozdě. V tomto období začínaly přijímat krizová opatření, která se však pozitivně projevila až v roce 2010, kdy už krize s největší pravděpodobností víceméně odezněla. I o této hypotéze se dá říci, že se potvrdila.

Dopady hospodářské krize byly opravdu alarmující. Proto by si podniky z této doby měly vzít poučení, jak se vyhnout podobným situacím v budoucnosti. Záleží na každém podniku, jak se k dané skutečnosti postaví. Hlavně by neměly zapomínat na dlouhodobé sledování finančních ukazatelů, mít dostatek vlastních zdrojů a nespoléhat se jen na cizí zdroje. Takže je potřeba pečlivě a hlavně detailně zkoumat všechny náznaky, které se vyskytnou v různých částech světa, neboť právě ty mohou znamenat počátek další rozsáhlé recese v reálné ekonomice.

7 SUMMARY

The Czech Republic is an integral part of the global world economy. Globalization brings a number of different options for integration into the international business activities for many Czech enterprises. It brings along also a number of threats, which concern especially an ever-intensifying competition in international markets.

The international trade is an essential segment in the economy of each country. Especially foreign trade, which is an important part of international economic relations, brings many advantages, which are connected with it. It contribute positively to the growth of GDP, growth of employment and so the foreign effective demand is also growing, but by it the competitiveness between different markets incerases.

An important factor that has been reflected in the economy of almost every country in the world was the economic crisis, which came into existence in 2007. First it hit the more advanced coutries and then it spread to other countries, which are generally dependent on these major trading partners. The crisis has shown here that in the future it is important to revalue the relationship to publicly published data about the functioning of businesses subjects and in some case it is not possible to rely on made public evaluation as a crucial document of quality.

The aim of this thesis was to evaluate the development of Czech export in the years 2007 – 2010 and on the basis of the acquired information to propose appropriate measures to improve the ascertained situation of the Czech export in the coming years. A partial aim of this work was to analyze the situation of the Czech export at the time of economic crisis, then the comparison with chosen member countries of European Union and the market research intent on companies focused on export in the area of engineering, mainly the production of various machinery and gadgets.

The impacts of the economic crisis were really alarming. Therefore, the companies should take the learning from this time how to avoid similar situations in the future. It depends on each company how it take stand to the reality. Mainly they should not forget the long-term monitoring of financial indicators, they should have sufficient number of own resources and not just rely on foreign sources. So it is necessary to examine carefully and mainly in detail all the hints, which occur in different parts of the world, because they may indicate the beginning of another large recession in the real economy.

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní publikace

1. BENÁČEK, V. *Ekonomie mezinárodního obchodu.* 1. vydání. Praha: VŠE, 1997. 77 s. ISBN 80-7079-105-5.

2. BENEŠ, Vlastislav, a kol. *Zahraniční obchod*. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2004. 328 s. ISBN 80-247-0558-3.

3. ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva, a kol. *Finanční strategie v mezinárodním podnikání*. Praha : VŠE v Praze, 2000. 192 s. ISBN 80-245-0055-8.

4. DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku.* 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2001. 256 s. ISBN 80-7179-603-4.

5. DVOŘÁK, Pavel. *Základy mezinárodní obchodní politiky*. 1. vydání. Praha : VŠE v Praze, 2001. 221 s. ISBN 80-7079-658-8.

6. JIRGES, Tibor; PLCHOVÁ, Božena . *Zahraniční obchod a národní hospodářství České republiky*. 1. vydání. Praha : VŠE v Praze, 1995. 116 s. ISBN 80-7079-867-X.

7. KACHLÍK, Alfons; KACHLÍKOVÁ, Hana. *Podnik v zahraničním obchodě*. Praha : Institut moderního průmyslu, 1993. 304 s**.** ISBN 80-85021-74-9.

8. KALÍNSKÁ, Emilie, a kol. *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. 232 s. ISBN 978-80-247-3396-8.

9. KISLINGEROVÁ, Eva. *Podnik v časech krize : Jak se nedostat do potíží a jak se dostat z potíží: zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009*. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. 208 s. ISBN 978-80-247-3136-0.

10. LUKÁŠ, Z., PETŘÍČEK, V. *Mezinárodní obchodní politika.* 1. vydání. Praha: Oeconomica, 2003. 40 s. ISBN 80-245-0541-X.

11. MACHKOVÁ, Hana, a kol. *Mezinárodní konkurenceschopnost podniků po vstupu do EU*. 1. vydání. Praha : Oeconomica, 2007. 206 s. ISBN 978-80-245-1228-0.

12. MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing.* 1. vydání. Praha: Oeconomica, 2003. 151 s. ISBN 80-245-0496-0.

13. MACHKOVÁ, Hana, a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2003. 240 s. ISBN 80-247-0686-5.

14. MIRVALD, Stanislav; NOVOTNÁ, Marie . *Geografie zahraničního obchodu*. 2. vydání. Plzeň : Vydavatelství Západočeské univerzity, 1998. 48 s. ISBN 80-7082-441-7.

15. PIPEK, Josef, a kol. *Mezinárodní obchod*. 2. vydání. Praha : VŠE v Praze, 1996. 149 s. ISBN 80-7079-595-6.

16. PLCHOVÁ, Božena. *Zahraničně obchodní politika ČR v procesu asociace s EU*. Praha : VŠE v Praze, 2001. 122 s. ISBN 80-245-0195-3.

17. SVATOŠ, Miroslav, a kol. *Zahraniční obchod : teorie a praxe*. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. 368 s. ISBN 978-80-247-2708-0.

18. TICHÁ, Lucie. *Vnější obchodní vztahy ČR*. 1. vydání. České Budějovice : JČU v ČB, 2007. 167 s. ISBN 978-80-7394-015-7.

19. ZUZÁK, Roman; KÖNIGOVÁ, Martina. *Krizové řízení podniku*. 2. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. 256 s. ISBN 978-80-247-3156-8.

Internetové zdroje

1. *BusinessInfo.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-12-11]. Rizika v mezinárodním obchodě. Dostupné z WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-prostredi-celni-problematika/rizika-v-mezinarodnim-obchode/1000487/51171/>.

2. *Česká exportní banka* [online]. 2006 [cit. 2010-12-11]. O nás. Dostupné z WWW: <http://www.ceb.cz/content/view/92/35/>.

3. *CzechTrade : Partner pro Váš export* [online]. 2009 - 2010 [cit. 2010-12-11]. Představení CzechTrade. Dostupné z WWW: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni>.

4. *Egap : Podporujeme český export* [online]. 2010 [cit. 2010-12-11]. Profil společnosti. Dostupné z WWW: <http://www.egap.cz/o-nas/profil-spolecnosti/index.php>.

5. *Český statistický úřad* [online]. 2008 [cit. 2011-03-04]. Analýzy, komentáře. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/analyzy_csu?opendocument&:2008>.

6. *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2011-03-04]. Vývoj zahraničního obchodu v roce 2008. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cvzo020509analyza09.doc>.

7. *Český statistický úřad* [online]. 2010 [cit. 2011-03-04]. Zahraniční obchod České republiky v roce 2009. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/p/6008-10>.

8. *Český statistický úřad* [online]. 2011 [cit. 2011-03-04]. Zahraniční obchod České republiky leden až prosinec 2010. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/p/6001-10>.

9. *Český statistický úřad* [online]. 2011 [cit. 2011-03-04]. Zahraniční obchod. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zahranicni_obchod_ekon>.

10. *Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky* [online]. 2007 - 2010 [cit. 2011-03-21]. Výsledky zahraničného obchodu. Dostupné z WWW: <http://www.mhsr.sk/vysledky-zahranicneho-obchodu-6739/128424s>.

11. *Central Statistical Office* [online]. 2011 [cit. 2011-04-14]. Foreign trade. Dostupné z WWW: <http://www.stat.gov.pl/gus/fulltext_search_ENG_HTML.htm>.

12. *BusinessInfo.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-03-21]. Maďarsko: Zahraniční obchod země . Dostupné z WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/sti/madarsko-zahranicni-obchod-zeme/6/1000690>.

13. *BusinessInfo.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-03-21]. Německo: Zahraniční obchod země . Dostupné z WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/sti/nemecko-zahranicni-obchod-zeme/6/1000636>.

14. *Evropská komise : Vaše Evropa* [online]. 2010 [cit. 2011-04-13]. Pomoc podnikům. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/youreurope/business/finance-support/business-support/index_cs.htm>.

15. *Evropská komise : Vaše Evropa* [online]. 2010 [cit. 2011-04-13]. Jak zajistit finance. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/youreurope/business/finance-support/access-to-finance/index_cs.htm>.

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tabulka 1: Závislost četnosti zásahů v jednotlivých letech na délce působnosti firem v oblasti českého exportu …… 35
Tabulka 2: Závislost změny ve výrobě na změnu v obratu v důsledku krize …… 38
Tabulka 3: Závislost právní formy podnikání na využívání podpor v oblasti exportu .. 41
Tabulka 4: Závislost délky působení na trhu na využívání podpor v oblasti exportu ... 42
Tabulka 5: Závislost velikosti podniku na využívání podpor v oblasti exportu …… 42

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2007 (v mld. Kč) …… 25
Graf 2: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2008 (v mld. Kč) …… 27
Graf 3: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2009 (v mld. Kč) …… 29
Graf 4: Vývoj českého exportu v jednotlivých čtvrtletích roku 2010 (v mld. Kč) …… 30
Graf 5: Délka působnosti na českém trhu …….. 33
Graf 6: Četnost zásahů hospodářské krize v jednotlivých letech …….. 34
Graf 7: Zvýšení ceny exportních produktů během krize ……..… 36
Graf 8: Změna objemu výroby jednotlivých společností …….. 37
Graf 9: Změna v obratu společností …….. 38
Graf 10: Počet zaměstnanců …….. 44
Graf 11: Právní forma podnikání ……... 44
Graf 12: Kraje …… 45
Graf 13: Vývoj slovenského exportu v letech 2007 – 2010 (v mld. EUR) ……... 47
Graf 14: Vývoj polského exportu v letech 2007 – 2010 (v mld. EUR) ……. 50
Graf 15: Vývoj maďarského exportu v letech 2007 – 11/2010 (v mld. EUR) …….. 52
Graf 16: Vývoj německého exportu v letech 2007 – 2010 (v mld. EUR) ……. 54

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník

Příloha 1:

DOTAZNÍK

1) <u>Zabýváte se exportem?</u>
- ANO
- NE

2) <u>Jak dlouho působíte v této oblasti na českém trhu?</u>
- méně než 1 rok
- 1 – 5 let
- 5 – 10 let
- 10 – 20 let
- více než 20 let

3) <u>Jaká jsou Vaše nejdůležitější vývozní teritoria?</u>

4) <u>V jakém roce Vás hospodářská krize zasáhla nejvíce:</u>
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- nezasáhla

5) <u>Museli jste během krize zvýšit ceny Vašich exportních produktů?</u>
- ANO
- NE

6) <u>Došlo ve Vaší společnosti ke změně ve výrobě v důsledku krize?</u>
- nárůst o více než 10 %
- nárůst do 10 %
- žádná změna
- pokles max. o 10 %
- pokles o více než 10 %

7) <u>Změnil se obrat společnosti v důsledku krize?</u>
- nárůst o více než 10 %
- nárůst do 10 %
- žádná změna
- pokles max. o 10 %
- pokles o více než 10 %

8) <u>Museli jste propustit nějaké zaměstnance?</u>

- ANO
- NE

9) <u>Bylo nutné omezit některé výdaje?</u>

- ANO – na co: ……
- NE

10) <u>Provádíte hodnocení rizik?</u>

- ANO
- NE

11) <u>Využíváte nějaké formy podpory exportu?</u>

- ANO
- NE

<u>Počet zaměstnanců:</u>

- do 10
- do 50
- do 250
- více než 250

<u>Právní forma podnikání:</u>

- akciová společnost
- společnost s ručením omezeným
- komanditní společnost
- veřejná obchodní společnost

<u>Kraj:</u>

- hl. m. Praha
- Středočeský
- Jihočeský
- Plzeňský
- Karlovarský
- Ústecký
- Liberecký
- Královehradecký
- Pardubický
- Vysočina
- Jihomoravský
- Olomoucký
- Moravskoslezský
- Zlínský

Zdroj: vlastní zpracování, 2011