

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Analýza překážek exportu služeb v ČR

Vedoucí diplomové práce
Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

Autor
Bc. Stanislav Jirkal

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Stanislav JIRKAL**
Osobní číslo: **E09566**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Analýza překážek exportu služeb v ČR**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Analýza překážek exportu služeb v ČR, její zhodnocení a návrh konkrétních opatření a doporučení na odstranění těchto překážek pro vybraný podnik.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a sběr dat ze sekundárních zdrojů
2. Popis hlavních překážek exportu služeb v ČR
3. Sběr dat v terénu - dotazování
4. Analýza a zhodnocení překážek exportu služeb v ČR
5. Analýza vybraného podniku exportujícího služby
6. Vymezení konkrétních opatření a doporučení pro odstranění překážek exportu služeb ve vybraném podniku

Rámcová osnova:

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

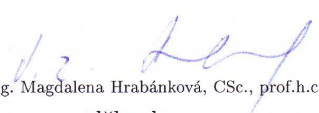
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:


Beneš, V. Zahraniční obchod. Praha: Grada Publishing, 2004.
Machková, H., Sato, A., Zamykalová, M. Mezinárodní obchod a marketing. Praha: Grada Publishing, 2002.
Payne, A. Marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 1996.
Svatoš, M. Zahraniční obchod: teorie a praxe. Praha: Grada Publishing, 2009.
Vašítková, M. Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha: Grada Publishing, 2008

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lucie Tichá, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2010**
Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2011**


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (25)
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 8. března 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Analýza překážek exportu služeb v ČR vypracoval samostatně pouze 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 diplomové 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.

V Českých Budějovicích 14.4.2011

Stanislav Jirkal

Poděkování

Děkuji vedoucí práce Ing. Lucii Tiché, Ph.D. za odborné vedení, užitečné připomínky a cenné rady při zpracovávání mé diplomové práce. Děkuji manažerovi firmy LKW Budweiser Spedition Kratochvíl Ing. Ivanu Nestávalovi za ochotu a spolupráci při analýze hodnocené dopravní firmy. Dále děkuji všem osloveným mezinárodním dopravcům, kteří vyplnili předložený dotazník. Děkuji také mé rodině a přítelkyni za podporu po celou dobu mého studia.

Obsah

1. Úvod	7
2. Metodika a cíle práce.....	9
2.1 Cíle práce	9
2.2 Hypotézy	9
2.3 Metodika	9
3. Literární rešerše.....	12
3.1 Služby	12
3.1.1 <i>Vlastnosti a klasifikace služeb</i>	13
3.2 Zahraniční a mezinárodní obchod.....	15
3.2.1 <i>Zahraniční a mezinárodní obchod dle různých autorů</i>	16
3.2.2 <i>Služby v zahraničním obchodě ČR</i>	18
Vývoj zahraničního obchodu se službami v ČR	19
Teritoriální struktura zahraničního obchodu se službami v ČR	22
Nejvýznamnější partneři ČR v oblasti služeb	25
Odvětvová struktura zahraničního obchodu se službami v ČR.....	26
3.3 Překážky exportu služeb	28
3.3.1 <i>Druhy překážek</i>	28
3.3.2 <i>Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb</i> <i>v zemích EU</i>	29
3.3.3 <i>Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb</i> <i>ve třetích zemích</i>	30
3.4 Doprava.....	32
3.4.1 <i>Mezinárodní silniční doprava (kamionová doprava)</i>	32
4. Vlastní práce.....	35
4.1 Dotazníkové šetření	35
4.1.1 <i>Vyhodnocení dotazníků</i>	35
4.2 Zhodnocení stanovených hypotéz.....	47

4.3 Analýza vybraného podniku	48
4.3.1 Popis společnosti	48
4.3.2 Finanční analýza.....	50
Hospodářský výsledek	50
Tržby za prodej služeb	51
Poměrové ukazatele	52
4.3.3 Analýza konkurence – Porterův model	54
4.3.4 STEP analýza.....	56
4.3.5 SWOT analýza.....	61
Hodnocení SWOT analýzy metodou párového srovnávání	64
4.3.6 Strukturovaný řízený rozhovor o překážkách firmy.....	68
4.4 Návrh doporučení k eliminaci překážek	70
5. Závěr	73
6. Summary.....	78
7. Přehled použité literatury	80
Seznam grafů a tabulek	
Seznam příloh a přílohy	

1. Úvod

Současným celosvětovým trendem je nárůst významu služeb. Tento růst byl umožněn především zrušením státních regulací na trzích finančních a profesionálních služeb a rozvojem nových technologií. V nejvíce rozvinutých tržních ekonomikách převládá podíl služeb na HDP nad zpracovatelským průmyslem i zemědělstvím. V těchto ekonomikách činí podíl služeb na HDP přibližně 70 – 75 %, podíl zpracovatelského průmyslu se pohybuje v rozmezí 20 – 25 % a zemědělství se na vytvořeném HDP podílí asi z 5 %. Z tohoto a jiných důvodů je rozvoj služeb v ekonomikách jednotlivých zemí tak významný.

V mezinárodním obchodě dochází ke směně výrobků a služeb různých subjektů, přičemž tato směna přesahuje hranice jednotlivých států. Důvodem pro zapojení jednotlivých států do mezinárodního obchodu je hned několik. Nejvýznamnějšími jsou odlišnost výrobních podmínek, rostoucí výnosy z rozsahu nebo například rozdíly ve spotřebitelském vkusu. Z těchto a mnoha dalších důvodů je i česká ekonomika zapojena do mezinárodního obchodu. Mezinárodní směna výrobků a služeb může probíhat dvojím směrem z pohledu zúčastněného státu. Jedná se buď o vývoz nebo dovoz výrobků či služeb.

Diplomová práce bude zaměřena na české podnikatelské subjekty, kteří se zabývají vývozem služeb. Ze sektoru služeb budou řešeni poskytovatelé mezinárodní dopravy silniční, železniční, námořní i letecké. Mezinárodní dopravci se při realizaci své podnikatelské činnosti setkávají s mnoha překážkami, které jim brání v efektivním podnikání. Práce se bude především snažit identifikovat a popsat tyto překážky. Překážek existuje mnoho druhů, je možné je rozdělit dle následujícího členění: překážky administrativně/legislativní, obchodní, při průniku na trh, překážky nedostatečné podnikatelské výkonnosti, překážky související s kvalitou lidských zdrojů nebo jiné překážky.

V rámci diplomové práce bude také vybrán konkrétní podnik zabývající se mezinárodní dopravou. Tento podnik bude detailně hodnocen a analyzován. Na základě provedených analýz a strukturovaného rozhovoru s představitelem společnosti mu bude navrhnout postup, kterým by tento podnik mohl odstranit nebo alespoň eliminovat některé překážky, se kterými se při realizaci své činnosti setkává.

2. Metodika a cíle práce

2.1 Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je analýza vybraného podniku zabývajícího se exportem služeb a vymezení konkrétních opatření a doporučení pro eliminaci překážek, se kterými se podnik setkává. Vybraným podnikem bude podnik zabývající se mezinárodní silniční dopravou. Dílčím cílem diplomové práce je analýza překážek při exportu služeb českých podnikatelských subjektů zabývajících se mezinárodní dopravou.

2.2 Hypotézy

1. Mezi českými mezinárodními dopravci převažují ti, kteří při realizaci své činnosti narážejí na nějaké překážky.
2. Nejčastější překážkou v mezinárodní dopravě je překážka obchodního charakteru, především vysoká konkurence.
3. Malé a střední podniky disponují nedostatečnou podnikatelskou výkonností častěji než velké podniky.

2.3 Metodika

K úspěšnému naplnění vytčených cílů se bude v diplomové práci postupovat dle následující metodiky.

Při zpracovávání diplomové práce bude nejprve věnována pozornost studiu odborné literatury a sběru dat ze sekundárních zdrojů. Sekundárními zdroji budou instituce zabývající se podporou českých podniků exportujících služby, jako je např. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Na základě získaných informací bude provedena literární rešerše, která poslouží jako podklad pro řešení praktické části práce.

Dalším krokem bude získávání dat z primárních zdrojů prostřednictvím marketingového výzkumu metodou dotazování. Za tímto účelem bude vytvořen dotazník. Dotazník bude předložen vybraným českým podnikům zabývajících se mezinárodní dopravou. Dotazník bude složen z kombinace 10 otevřených a uzavřených otázek. Výběr respondentů se provede na základě nepravděpodobnostního vzorkování - nahodilým výběrem. Z těchto dotazníků budou získány informace o jednotlivých překážkách, se kterými se české podniky setkávají při exportu služeb. Dotazníky budou podnikům zasílány elektronickou poštou. Firmy budou vyhledávány prostřednictvím internetového portálu Převravec.cz a Seznam.cz. Na internetových stránkách konkrétních firem budou vyhledávány a upřednostňovány e-mailové kontakty na vedoucí představitele společnosti. Data získaná z dotazníkového šetření budou analyzována a zhodnocena. Tato operace bude provedena pomocí výpočetního programu Microsoft Office Excel.

Dále bude v rámci diplomové práce provedena analýza konkrétního vybraného podniku. Hodnoceným podnikem bude společnost zabývající se mezinárodní silniční dopravou. Nejprve bude podnik obecně charakterizován. Většina informací bude čerpána z internetových stránek společnosti. Dále bude provedena finanční analýza podniku spočívající v ohodnocení vybraných finančních ukazatelů. Poté bude provedena analýza konkurence – Porterův model. Porterův model znázorňuje působení a charakteristiky základních pěti sil (stávající konkurence, odběratelé, dodavatelé, substituty a nově vstupující konkurence) na nichž závisí stav konkurence v odvětví. Výsledkem jejich společného působení je ziskový potenciál odvětví. Další analýzou bude STEP analýza, ta zkoumá podnik z hlediska jeho vnějšího prostředí, konkrétně jde o vlivy sociálně-kulturní, technicko-technologické, ekonomické a politicko-právní. Po provedení STEP analýzy bude provedena SWOT analýza, ta zkoumá podnik jak z vnějšího prostředí (příležitosti, ohrožení), tak vnitřního prostředí (silné, slabé stránky). Jako poslední krok bude proveden strukturovaný rozhovor s představitelem hodnocené firmy, ve kterém budou definovány jednotlivé překážky, se kterými se firma při realizaci své činnosti setkává.

Na základě získaných dat a provedených analýz dojde k návrhu možných konkrétních opatření a doporučení vedoucích k odstranění nebo snížení vlivu některých překážek, se kterými se hodnocený podnik setkává při exportu svých služeb.

3. Literární rešerše

3.1 Služby

„Služby představují nehmotné statky ve formě různých aktivit či poskytování jiného užítku jedním subjektem druhému subjektu, u kterých při koupi či prodeji nedochází k převodu vlastnictví (Kotler, P., Armstrong, G., 2004, s. 382).“

„Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmotnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem (Payne, A., 1996, s. 14).“

„Služby je možné charakterizovat jako určité schopnosti, činnosti nebo výkony, které mohou být nabízeny a směňovány. Služby jsou nehmotné povahy a neznamenaají pro zákazníky nabyté hmotné vlastnictví. S materiálním produktem ale mohou (i nemusí) být spojeny (Machková, H., Sato, A., Zamykalová, M., 2002, s. 207).“

Autorka Parmová (Parmová, D., 2004) uvádí hned několik definicí pro služby, jež některé z nich se vztahují k oblasti ryzích služeb jako hlavní činnosti podnikání a některé definují oblast služeb zákazníkům, která je úzce provázána s výrobou:

1. Poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeb za úplatu. (rozdíl mezi výrobkem a službou).
2. Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.
3. Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost nabídky.

3.1.1 Vlastnosti a klasifikace služeb

Vlastnosti služeb

- Nehmatatelnost – služby jsou do značné míry abstraktní a nehmatatelné.
- Proměnlivost – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé.
- Nedělitelnost – výroba a spotřeba služeb většinou probíhá současně a za účasti zákazníka.
- Pomíjivost – služby nelze skladovat (Payne, A., 1996).

Dle autorek Bednářové, D. a Parmové, D. (2003) rozlišujeme následující vlastnosti služeb:

- Nehmotnost – služba je komplexem určitých úkonů, které poskytovatel zákazníkům většinou nemůže demonstrovat, ani před jejich poskytováním skladovat.
- Nedělitelnost – jelikož se jedná o komplex úkonů, který až v celkovém souhrnu uspokojí potřebu zákazníka, je nutné předem se zákazníkem sjednat jeho individuální požadavky a ty se pak snažit co nejlépe splnit. Až po poskytnutí celé služby dochází u zákazníka k pocitu uspokojení a k vnímání užitku ze služby.
- Neoddělitelnost od poskytovatele – služba je vázána na schopnosti jejího poskytovatele, na jeho kapacity a hlavně na schopnosti spolupracovníků poskytovatele, kteří přicházejí do kontaktu se zákazníkem a službu přímo provádějí.
- Pomíjivost – z nehmotnosti služeb vyplývá též jejich pomíjivost, neboť po poskytnutí služby dochází k uspokojení zákazníka, které však po určité době odeznívá a zákazník službu požaduje opětovně. Pokud je služba poskytnuta kvalitně, zákazník se vrací, naopak nekvalitně poskytnutá služba odradí od dalších pokusů kontaktovat daného poskytovatele.

Autorka Vašítková, M. (2008) ve své knize identifikuje tyto vlastnosti služeb:

- Nehmotnost
- Neoddělitelnost
- Heterogenita
- Zničitelnost
- Vlastnictví

Klasifikace služeb

- Tržní – služby nabízené na trhu, podléhající tržním mechanismům.
- Netržní – podléhající netržním mechanismům, rozdělení podle potřeb sociálního a ekonomického prostředí
- Pro spotřebitele – služby určené ryze spotřebitelům (služby pro volný čas apod.) nebo sem mohou patřit i služby pro firmy/organizace a v tom případě se liší pouze kvantita čerpaných služeb
- Pro firmy/organizace – služby určené pouze pro firmy/organizace (spediční, celní služby apod.) nebo sem mohou patřit i služby pro spotřebitele a v tom případě se liší pouze kvantita čerpaných služeb
- Interní – služby spojené s koupí hmotného produktu (dodávka, montáž, zaškolení, záruční a pozáruční servis apod.)
- Externí – služby čerpané samostatně, jež firmy poskytují jako svou hlavní nabídku (bankovní služby, vzdělávání, zábava, poradenství apod.) (Parmová, D., 2004)

Autorka Vašítková M. (2008) uvádí ve své knize odvětvové třídění služeb podle ekonomů Foota a Hatta:

- Terciální – mezi typické zástupce těchto služeb patří restaurace a hotely, holičství a kadeřnictví, kosmetické služby, prádelny a čistírny, opravy a údržba domácích přístrojů a domácností, rukodělné a řemeslnické práce dříve prováděné doma a další domácí služby.

- Kvartérní – sem se řadí doprava, obchod, komunikace, finance a správa. Charakteristickým rysem těchto služeb je usnadňování, rozdělování činností a tím i zefektivnění práce.
- Kvinterní – do této kategorie patří služby zdravotní péče, vzdělávání a rekreace. Hlavním rysem tohoto sektoru je, že poskytované služby své příjemce mění a určitým způsobem zdokonalují.

3.2 Zahraniční a mezinárodní obchod

Po vstupu České republiky do Evropské unie je zahraniční obchod České republiky souhrnem vnitroujního obchodu (tj. obchodu se členskými státy EU) a obchodu se zeměmi mimo EU (<<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zo>>, 2010, ČSÚ).

„Mezinárodní obchod je obchod, jehož aktivity překračují národní hranice. Tato definice nezahrnuje pouze mezinárodní obchod se zbožím a zahraniční výrobu, ale také rostoucí služby průmyslu v oblastech jako jsou doprava, cestovní ruch, bankovníctví, propagace, výstavba, maloobchod, velkoobchod a masová komunikace (Ball, Donald A., McCulloch, Wendell H., 1990, s. 19).“

Mezinárodní obchod je oborem, který se zaměřuje na obchodní aktivity překračující národní hranice. Zahrnuje jak export a import - témata již tradičních diskusí v oblasti mezinárodního obchodu - tak i zahraniční přímé investice, mezinárodní bankovníctví, mezinárodní transfer technologií, globální obchodní strategie a mnoho dalších témat (Grosse, R., Kujawa, D., 1988).

3.2.1 Zahraniční a mezinárodní obchod dle různých autorů

Zahraniční a mezinárodní obchod podle Tiché

Autorka Tichá L. (2007) říká, že význam zahraničního obchodu spočívá nejen v tom, jak ovlivňuje výkonnost národního hospodářství, ale také v tom jak působí na platební vztahy země k zahraničí, což se promítá do vývoje platební bilance. V České republice působí negativně na její běžný účet trvale deficitní obchodní bilance, jejíž vliv je však částečně eliminován trvale aktivním saldem bilance služeb. Saldo finančního účtu je v posledních letech také aktivní především v důsledku trvajících přílivů přímých zahraničních investic a převyšuje deficit běžného účtu, takže platební bilance v konečném důsledku je kladná a přispívá ke zvyšování devizových rezerv. Tak jak vliv privatizačních příjmů, které dosud ovlivňují finanční účet pozitivně, bude slábnout, současně s tím poroste vliv běžného účtu a pro udržení vyrovnané platební bilance bude prvořadým cílem snižování deficitu obchodní bilance a zvyšování aktiva bilance služeb.

Mezinárodní obchod zažívá v současnosti prudký rozvoj, který je ovlivněn zejména procesy internacionalizace a globalizace světové ekonomiky a využíváním nových technologií. Tyto procesy otevírají firmám nové možnosti podnikání a zároveň zvyšují celosvětovou konkurenci. Většina podniků je dnes buď přímo nebo alespoň zprostředkovaně zapojena do procesu mezinárodního podnikání.

Od prvního dne členství v Evropské unii zaznamenáváme jako občané, podnikatelé, zaměstnanci a spotřebitelé řadu změn. Jedna ze zásadních se odehrává v oblasti tvorby a provádění zahraničněobchodní politiky vůči partnerským státům, které nejsou členy Evropské unie. Nástroje, s kterými pracovala česká obchodní politika – cla, celkový dovozní a vývozní režim, ochranná opatření, opatření proti nekalým obchodním praktikám, kvantitativní omezení, zahraničně politicky motivované obchodní zákazy, obchodní smlouvy a dohody, nahradily autonomní a smluvní prostředky EU. V důsledku toho jsou základní podmínky pro zahraničně obchodní operace českých vývozců a dovozců shodné s podmínkami nastavenými pro obchodníky z ostatních členských států EU.

Zahraniční obchod podle Beneše

Autor Beneš V. (2004) definuje vnější ekonomické vztahy jako veškeré ekonomické pohyby, které svým rozsahem přesahují hranice státu.

Základnou, z níž se různé formy vnějších ekonomických vztahů nebo mezinárodní ekonomické spolupráce vyvinuly, byl zahraniční obchod. Jak docházelo k rozvoji výrobních sil v jednotlivých etapách historie společnosti, tak se postupně rozšiřovaly, prohlubovaly a diverzifikovaly i vnější ekonomické vztahy.

Pro hodnocení zahraničního obchodu v ekonomice každé země užíváme několik hledisek:

Efektivnost – to je snaha soustředit úsilí v exportní politice na ty výrobky, kde může země dosáhnout maximálních úspor společenské práce. Na tyto produkty je pak soustředěn výzkum, vývoj, propagační úsilí a další. I tak vyspělá země, jakou je bezpochyby Japonsko se svou komplexní ekonomikou, již dávno v minulosti zaměřila své proexportní priority pouze na několik oborů, jakými byla elektronika a optika, výroba dopravních prostředků (automobily, motocykly, lodě), robotizace. Čím je ekonomika menší a tím otevřenější, mělo by být soustředění sil na udržení vývozní schopnosti vybraných výrobků důraznější.

Proporcionalita – naprostá většina zemí má ekonomiku nekomplexní a jejich ekonomický rozvoj je diktován nezbytností zajistit potřebné zboží v zahraničí. Je jenom velmi málo zemí na světě, které mají dostatečně velký domácí trh a průmyslovou základnu schopnou do značné míry autarkního, to znamená soběstačného vývoje. Jsou to země, které mají komplexní surovinovou základnu a jsou schopné pokrýt potřeby vlastní domácí průmyslové výroby. Mezi tyto země patří USA, Ruská federace, Čína, Indie, zčásti i další lidnaté země (Indonésie, Brazílie...). Přesto tyto země jsou významnými účastníky mezinárodního obchodu.

Demonstrativní efekt – vývozní program každé země představuje určitou vizitku stavu a úrovně rozvoje výrobních sil dané země. A naopak dovozní program znamená způsob řešení nejen problému proporcionality – to je opatření těch užitečných hodnot, které z nejrůznějších důvodů zemi scházejí, ale také zajištění zrychlení rozvoje výrobních sil

dovážející země. Jde tedy o určitou demonstraci světového technického, designového, módního trendu, který může působit stimulačně na společenský a ekonomický pokrok. Zároveň je cílem i jistý transfer světových trendů, jakými může být například šíření ekologických prvků, bezpečnost práce, nové tendence v balení, náhrada energetických a využívání netradičních zdrojů a podobně.

Význam zahraničního obchodu lze spatřovat také ve zjištění, že čím větší je vzájemná hospodářská provázanost dvou nebo více zemí, tím jsou celkové vztahy těchto zemí stabilnější. Proto je možné označit zahraniční obchod jako formu vztahů, která silně podporuje mírovou spolupráci a snižuje riziko konfliktu. U sousedících zemí není frází, když se řekne, že zahraniční obchod je prostředkem budování trvalých a kvalitních sousedských vztahů.

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

3.2.2 Služby v zahraničním obchodě ČR

Služby se v posledních dvaceti až třiceti letech stávají významným prvkem mezinárodního obchodu. Vzhledem k tomu, že sektor služeb se dříve uplatňoval spíše v národním měřítku, hovoří se o procesu internacionalizace služeb. Ve srovnání s dynamikou světového obchodu se zbožím dosahují služby na světových trzích obecně vyšších meziročních přírůstků a jejich podíl na světovém obchodním obratu se stále zvyšuje. (<<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>>, 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Vývoj zahraničního obchodu se službami v ČR

Celkový objem zahraničního obchodu se službami

V tabulce 1 je zobrazen vývoj zahraničního obchodu ČR se službami v letech 2001 – 2007. V posledním sledovaném roce 2007 dosáhl zahraniční obchod se službami hodnoty cca 628 miliard Kč. Export služeb dosáhl hodnoty 341 miliard Kč, což je 54,4 % celkové obchodní výměny se službami, import služeb dosáhl cca 286 miliard Kč.

Tabulka 1: Zahraniční obchod ČR se službami v letech 2001 – 2007 (v mil. Kč)

	export	import	obrat	saldo
2001	265 655,7	207 670,8	473 326,5	57 984,9
2002	228 356,3	206 505,5	434 861,8	21 850,8
2003	219 151,1	205 914,4	425 065,5	13 236,7
2004	247 084,8	230 520,4	477 605,2	16 564,4
2005	282 016,4	245 474,3	527 490,7	36 542,1
2006	309 814,0	267 628,5	336 582,5	42 185,5
2007	341 470,9	286 049,0	627 519,9	55 421,9

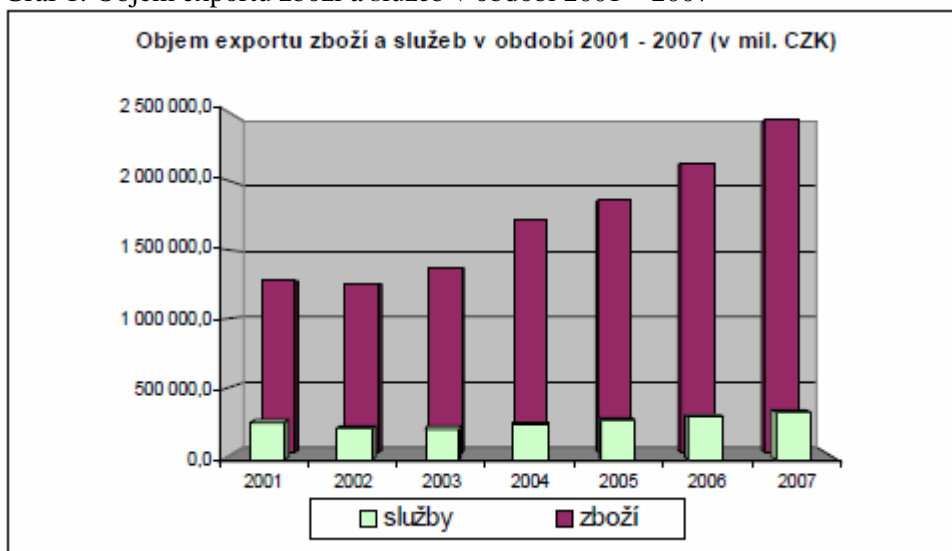
Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Jak je z tabulky 1 patrné, celkový obrat zahraničního obchodu se službami nemá od roku 2001 jednoznačně růstovou tendenci. Objem obchodu se službami v letech 2001 – 2003 klesal, od roku 2004 však již zaznamenává pozitivní růstovou tendenci. Tento trend je společný jak pro export služeb tak i pro jejich import (<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>), 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Podíl exportu služeb na celkovém exportu ČR

V České republice zaznamenává export služeb v posledních letech poměrně stabilní tempo růstu, nicméně celková hodnota exportovaného zboží a její nárůst je tak vysoký, že podíl služeb na celkovém exportu spíše klesá. Tento vývoj je zachycen v grafu 1.

Graf 1: Objem exportu zboží a služeb v období 2001 – 2007



Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Podíl služeb na celkovém exportu ČR za období 2001 – 2007 je uveden v tabulce 2.

Tabulka 2: Podíl služeb na celkovém exportu ČR v období 2001 – 2007

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
17,30 %	15,40 %	13,78 %	12,54 %	13,11 %	12,62 %	12,14 %

Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Z tabulky 3 vyplývá, že podíl vývozu služeb na celkovém exportu je v ČR podstatně nižší než je v členských zemích EU a ostatních vyspělých zemích zaostává dokonce i za celosvětovým průměrem, který je 18,9 % (<<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>>, 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Tabulka 3: Podíl vývozu služeb na celkovém vývozu v roce 2006

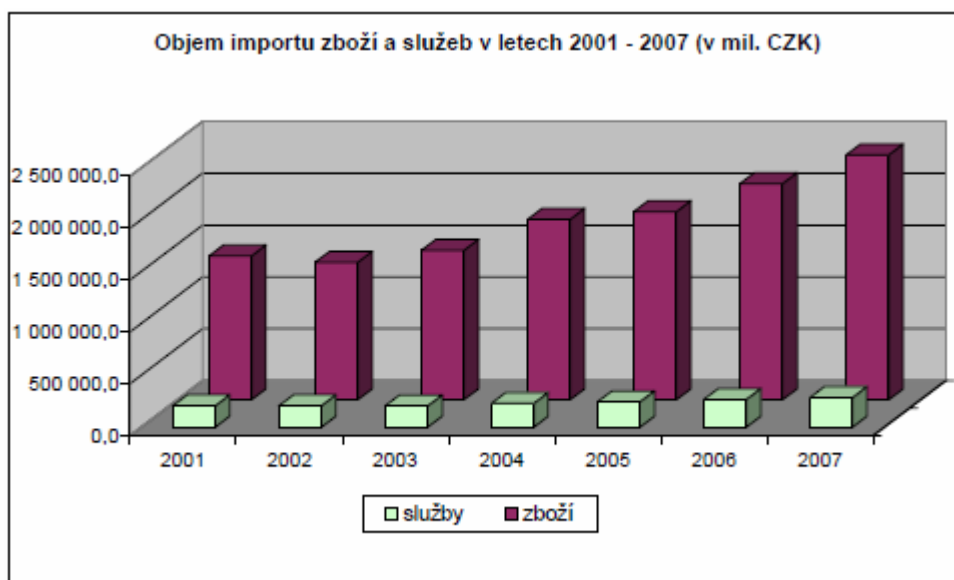
ČR	12,6 %
EU (EU-25)	27 %
USA	27,7 %
Japonsko	15,4 %
Svět	18,9 %

Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Podíl importu služeb na celkovém importu ČR

Z grafu 2, který nám znázorňuje vývoj dovozu zboží a služeb do ČR je patrné, že podíl importu služeb na celkovém importu se pohybuje přibližně kolem stejných hodnot jako podíl exportu služeb na celkovém exportu.

Graf 2: Objem importu zboží a služeb v období 2001 – 2007



Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Podíl importu služeb na celkovém importu ČR v letech 2001 – 2007 je uveden v tabulce 4.

Tabulka 4: Podíl služeb na celkovém importu ČR v období 2001 – 2007

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
13,03 %	13,48 %	12,51 %	11,70 %	11,92 %	11,38 %	10,80 %

Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

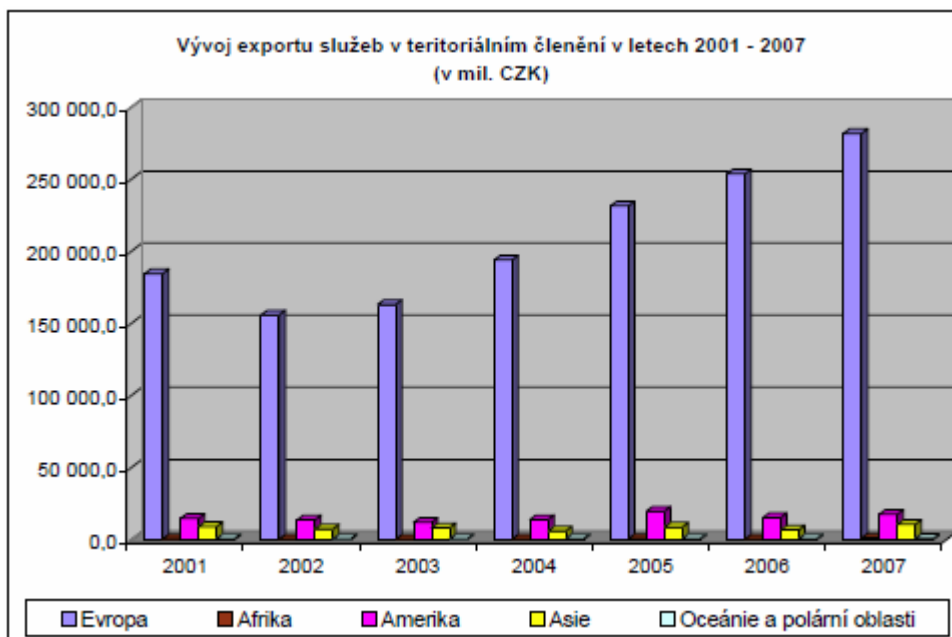
Hodnoty jsou ve srovnání s ostatními vyspělými zeměmi, stejně jako v případě exportu, opět podstatně nižší. Celosvětový průměr v roce 2006 činil 17,6 %, v ČR to bylo pouze 11,38 % (<<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>>, 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Teritoriální struktura zahraničního obchodu se službami v ČR

Vývoj teritoriální struktury exportu služeb dle geografických zón

Graf 3 ukazuje, že teritoriální struktura exportu služeb ČR zůstává v posledních 7 letech poměrně stabilní s jednoznačnou tendencí nárůstu exportu služeb do evropských zemí.

Graf 3: Vývoj exportu služeb v teritoriálním členění v letech 2001 – 2007



Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Přesný podíl jednotlivých teritoriálních skupin zemí na celkovém exportu služeb ČR v roce 2007 je zobrazen v grafu 4.

Graf 4: Teritoriální struktura exportu služeb v roce 2007



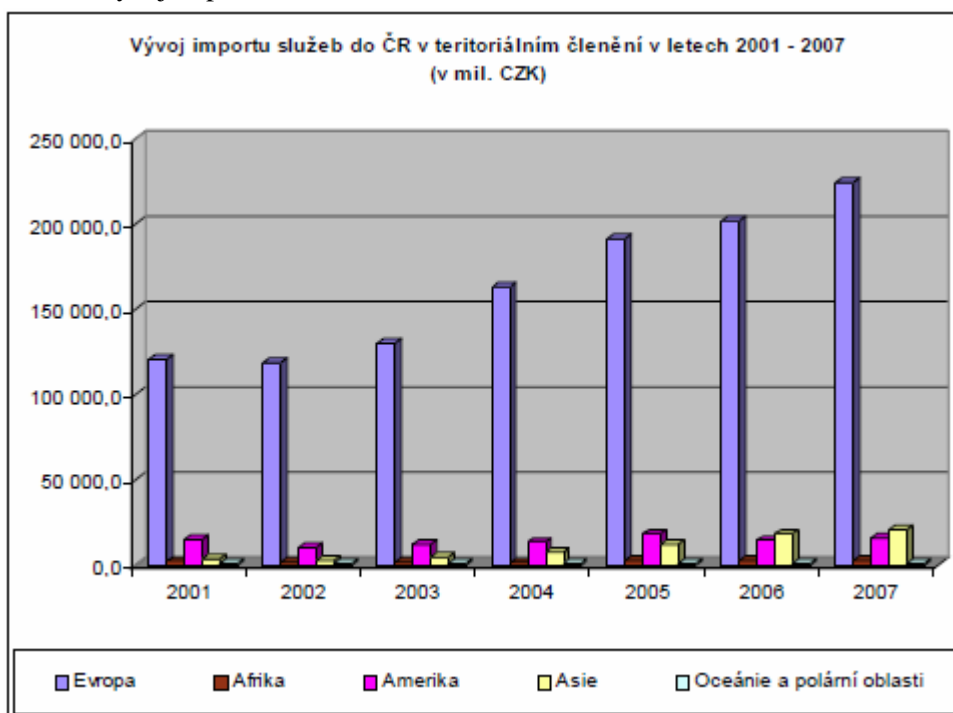
Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Největší podíl exportu služeb ČR připadá na země EU, a to 80 %. Do ostatních evropských zemí je exportováno 11 % z celkové hodnoty služeb, následuje Amerika se 6 % a Asie se 3 %. Podíl Afriky a Austrálie je téměř nulový (<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>), 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Vývoj teritoriální struktury importu služeb dle geografických zón

Teritoriální struktura importu služeb zůstává v posledních 7 letech, stejně jako v případě exportu služeb, bez jakýchkoliv významnějších výkyvů, s majoritním podílem evropských zemí. Dále můžeme v posledních letech zaznamenat poměrně dynamický nárůst importu z asijských zemí. Situace je znázorněna v grafu 5.

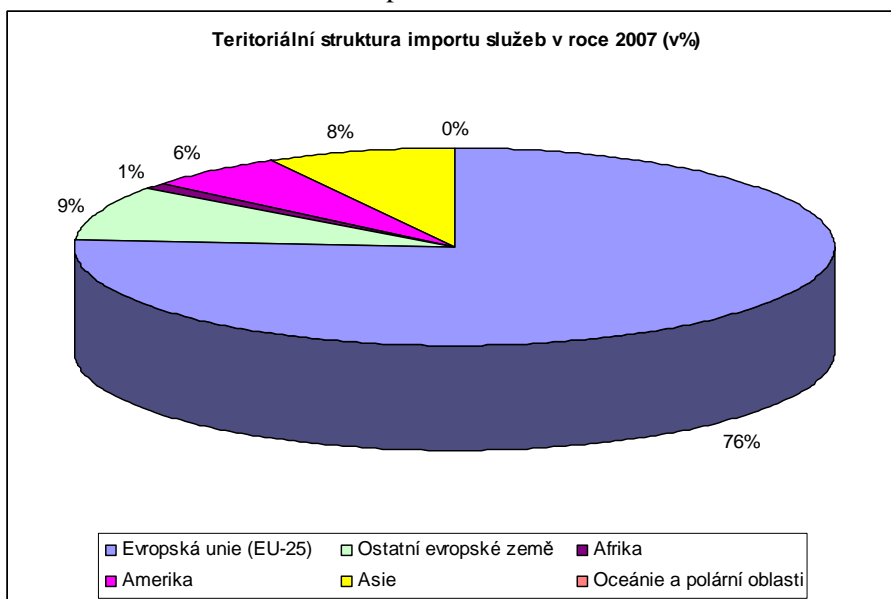
Graf 5: Vývoj importu služeb v teritoriálním členění v letech 2001 – 2007



Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Přesný podíl jednotlivých teritoriálních skupin zemí podléjících se na celkovém importu služeb ČR v roce 2007 ukazuje následující graf 6.

Graf 6: Teritoriální struktura importu služeb v roce 2007



Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Největší podíl služeb je do ČR importován ze zemí Evropské unie, a to 76 %. Na druhém místě jsou ostatní evropské země s 9% podílem a země Asie s podílem 8 %. Následuje Amerika (6 %) a Afrika (1 %). Stejně jako v případě exportu služeb, mají dominantní postavení země Evropské unie, významnost dalších geografických skupin se však již mírně liší (<<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>>, 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Nejvýznamnější partneři ČR v oblasti služeb

Tabulka 5 zobrazuje nejvýznamnější partnery ČR v oblasti služeb. Jednotlivé země jsou seřazeny podle výše objemu exportu služeb.

Tabulka 5: Nejvýznamnější partneři ČR v oblasti služeb v roce 2007

Nejvýznamnější partneři ČR v exportu služeb v roce 2007				
Země		export	import	obrat
(v mil. CZK)				
1	Německo	85 389,2	61 766,5	23 622,7
2	Slovensko	26 421,5	23 533,2	2 888,3
3	Velká Británie	24 128,2	15 971,3	8 156,9
4	Rusko	17 989,9	5 183,6	12 806,3
5	Nizozemí	14 940,0	12 133,3	2 806,7
6	USA	13 641,9	13 235,8	406,1
7	Francie	13 146,6	14 864,6	-1 718,0
8	Rakousko	13 170,9	16 173,9	-3 003,0
9	Itálie	10 682,3	8 798,8	1 883,5
10	Belgie	10 042,3	4 621,2	5 421,1
11	Polsko	8 809,2	13 970,4	-5 161,1
12	Švýcarsko	7 786,9	7 670,4	116,5
13	Španělsko	6 907,4	5 498,3	1 409,0
14	Maďarsko	5 822,6	4 183,1	1 639,5
15	Švédsko	4 927,0	3 643,5	1 283,6
16	Irsko	4 727,6	4 068,2	659,4
17	Dánsko	4 221,4	1 616,9	2 604,5
18	Ukrajina	4 219,0	1 178,4	-3 040,6
19	Japonsko	2 199,7	6 118,2	-3 918,5
20	Finsko	2 026,7	1 150,5	876,2

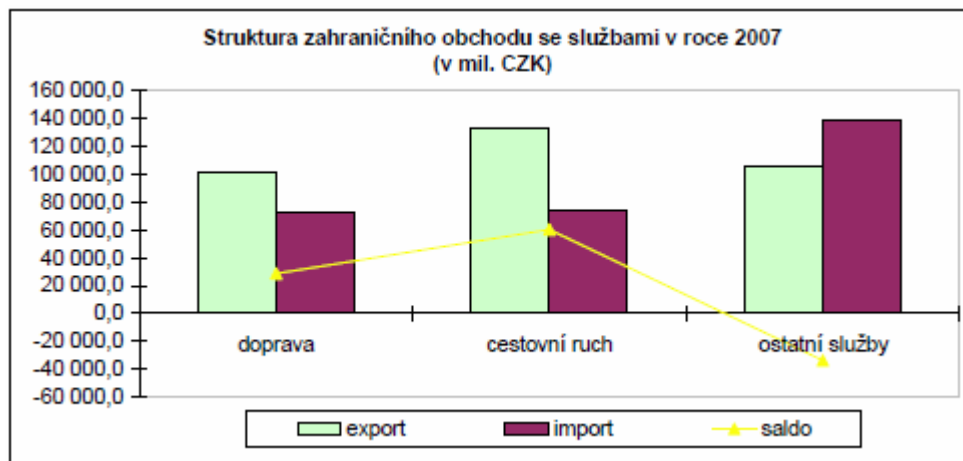
Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Jak z tabulky 5 vyplývá, nejvýznamnějším exportním partnerem ČR je jednoznačně Německo, jehož postavení je dominantní jak v exportu, tak i importu služeb. Na druhém místě je dle objemu exportovaných služeb Slovensko a na třetím Velká Británie. Do první desítky nejvýznamnějších obchodních partnerů ČR ve službách patří kromě zemí EU i Rusko a USA. Jak z uvedených údajů vyplývá, USA jsou významným partnerem ČR jak v exportu, tak i importu služeb, zatímco v případě Ruska přesahuje objem exportovaných služeb několikanásobně jejich import (<<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>>, 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

Odvětvová struktura zahraničního obchodu se službami v ČR

Podle odvětvové struktury dělíme služby na dopravu, cestovní ruch a ostatní služby. Objem vývozu a dovozu dle jednotlivých odvětvových struktur v roce 2007 ukazuje graf 7.

Graf 7: Struktura zahraničního obchodu se službami v roce 2007



Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Z grafu 7 je patrné, že jednoznačně nejvýznamnější podíl na českém exportu mají služby v oblasti cestovního ruchu, jejichž export dosáhl v roce 2007 hodnoty 133.772 mil. Kč. Následují ostatní služby, které s celkovou hodnotou exportu 105.922 mil. Kč předstihly služby v oblasti dopravy (101.692 mil. Kč).

Mezi nejvíce dováženou skupinu služeb patří ostatní služby. Hodnota jejich dovozu byla 139.611 mil. Kč. Následují služby v oblasti cestovního ruchu (73.450 mil. Kč) a dopravy (72.973 mil. Kč).

ČR dosahuje přebytku obchodní bilance ve službách v oblasti cestovního ruchu (60.322 mil. Kč) a dopravy (28.719 mil. Kč). Oblast ostatních služeb vykázala deficit, a to ve výši 33.689 mil. Kč (<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>), 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

V tabulce 6 je zobrazen zahraniční obchod s ostatními službami v roce 2007.

Tabulka 6: Zahraniční obchod s ostatními službami v roce 2007

Zahraniční obchod s ostatními službami v roce 2007 (v mil. CZK)			
položka	export	import	saldo
Spoje	11 626,1	10 627,0	999,1
Stavebnictví	6 264,1	3 665,6	2 598,5
v zahraničí	5 858,4	2 001,9	3 856,5
v tuzemsku	405,7	1 663,7	-1 258,0
Pojišťovací služby	236,6	4 979,3	-4 742,7
zajištění	48,8	4 515,2	-4 466,4
Finanční služby	6 058,5	15 164,6	-9 106,1
Služby výpočetní techniky a informační služby	12 804,2	13 285,8	-481,6
Autorské a jiné odměny a licenční poplatky	673,4	13 104,3	-12 430,9
Ostatní služby obchodní povahy	63 637,8	73 768,8	-10 131,0
Obchodní operace se zbožím a ostatní služby související s obchodem	-3 215,9	7 126,1	-10 342,0
Služby operativního leasingu	2 863,2	5 490,6	-2 627,4
Různé obchodní, odborné a technické služby	63 990,5	61 152,1	2 838,4
Osobní, kulturní a rekreační služby	3 894,1	3 178,7	715,4
Vládní služby	727,1	1 836,8	-1 109,7
Nezařazené služby	85,1	14,9	70,2

Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

Největší podíl na exportu ostatních služeb měly v roce 2007 ostatní služby obchodní povahy, a to 59 %. V rámci této skupiny mají jednoznačně dominantní postavení různé obchodní, odborné a technické služby jako např. poradenství v oblasti podnikání a public relations, reklamní služby a průzkum trhu, výzkum a vývoj apod. Další skupinou nejvíce exportovaných služeb byly služby výpočetní techniky a informační služby,

jejichž podíl na celkovém exportu ostatních služeb byl 12 %. Významnější podíl na exportu měli i služby v oblasti spojů (11 %), finanční služby (6 %) a stavebnictví (6 %).

V oblasti importu ostatních služeb zaujímají největší podíl, stejně jako v případě exportu, ostatní služby obchodní povahy, a to 52 %. V rámci této skupiny byly nejvíce dováženy, stejně jako v případě exportu, různé obchodní, odborné a technické služby. Významnější místo v dovozu služeb mají i služby finanční (11 %), služby výpočetní techniky a informační služby (10 %), autorské odměny a licenční poplatky (9 %) a pojišťovací služby (4 %).

Zahraniční obchod ČR s ostatními službami vykázal v roce 2007 deficit ve výši cca 34 mld. Kč. Největší zápornou hodnotu obchodní výměny zaznamenala oblast autorských odměn a licenčních poplatků, ostatních služeb obchodní povahy a finančních služeb. Naopak výrazný přebytek byl zaznamenán u služeb stavebnictví. Kladné saldo obchodní bilance zaznamenaly rovněž spoje a osobní, kulturní a rekreační služby (<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>), 2008, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

3.3 Překážky exportu služeb

3.3.1 Druhy překážek

Na základě dostupných analýz Ministerstva průmyslu a obchodu ČR mohou být definovány tyto základní formy bariér vstupu a prosazení na zahraničních trzích:

- **Administrativní/legislativní** (certifikace, clo, kvóty počtu fyzických osob, regulovaný trh práce, ...)
- **Obchodní** (vysoká konkurence, kurzovní výkyvy, nesplácení faktur, ...)
- **Při průniku na trh** (neznalost místního prostředí, vysoké vstupní náklady, ...)
- **Nedostatečná podnikatelská výkonnost** (nedostatečná finanční síla, personální vybavení, ...)
- **Kvalita lidských zdrojů** (jazyková vybavenost, manažerské schopnosti, ...)

- **Jiné** (nedůvěra vůči zemím bývalého východního bloku, špatné vztahy, ...)

Rozlišují se bariéry, které mohou být eliminovány státní pomocí a bariéry, kde je vyloučena angažovanost státu. Mezi bariéry, které mohou být státní pomocí eliminovány patří např. jednání na půdě mezinárodních organizací jako je WTO, OECD a samozřejmě EU. Také státní podpora směřovaná na podnikatele v domácí zemi je účinným nástrojem eliminace některých typů bariér. Bariéry, kde je vyloučena angažovanost státu, jsou většinou bariérami vznikajícími uvnitř podniku. Jedná se např. o nedostatek kapitálu nebo překážky související s oblastí lidských zdrojů, jako je jazyková vybavenost či manažerské dovednosti (<<http://download.mpo.cz/get/34695/38949/447961/priloha001.pdf>, 2006>, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR).

3.3.2 Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb v zemích EU

V tabulce 7 jsou zobrazeny překážky, které se mohou vyskytovat při exportu služeb v rámci EU.

Tabulka 7: Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb v zemích EU

Překážky	ZÚ	Exportéři
Administrativní/ legislativní	přechodné období pro volný pohyb osob, nutnost opatření si pracovního povolení, byrokracie – zdoluhavé administrativní procesy, nutnost registrace, kapitálové omezení, kvóty na počet fyzických osob, které mohou v dané oblasti služeb podnikat, nutnost překladu dokumentů do místního úředního jazyka, získávání certifikace, regulované profese, regulovaný trh práce apod.	schvalování nového produktu při rozšiřování sortimentu (musí se 2x - v ČR i v zahraničí), certifikace, zápočty DPH, odlišná sazba DPH, registrace firem, kvóty počtu fyzických osob, které mohou být v daném sektoru zaměstnány; kvóty na zastoupení zahraničního kapitálu; časové povolení na pracovních vízech
Obchodní	vysoká cenová hladina, tvrdá konkurence, přesycenost trhu, nedostupnost informací o obchodních partnerech (neexistence obchodního rejstříku), příliš malý trh, vysoké daňové zatížení, vysoké mzdové náklady či ochranný Zákoník práce	vysoká konkurence na zahraničním trhu, regulace dodacích podmínek; kurz koruny při přepočtu na Euro/pohyb měny, kurzovní výkyvy; nesplácení faktur – vymahatelnost pohledávek

Při průniku na trh	neznalost místního prostředí, příliš vysoké vstupní náklady, nedostatečné kapacity pro marketingové činnosti, protekcionistický přístup vlády k místnímu trhu; potřeba mít na trhu stálého zástupce; monopolizace některé oblasti služeb, aj.	nedostatečná znalost trhu cizích zemí
Nedostatečná podnikatelská výkonnost	nedostatečná finanční síla, nedostatečné kapitálové a personální vybavení podniku, nedostatečné exportní zkušenosti, netrpělivost; nekonkurenceschopnost dané služby	nedostatečné finanční prostředky pro realizaci a zlepšování podmínek, nedostatek financí na vývoj nových technologií
Kvalita lidských zdrojů	jazyková vybavenost, manažerské schopnosti, neochota pracovat s informacemi, a to i těmi snadno dostupnými; slabá vlastní iniciativa zástupců firem; nedostatečná praxe či vzdělání; podcenění marketingových aktivit	horší manažerská aktivita u menších podniků, jazyková bariéra, nedostatečná kapacita kvalifikovaných pracovníků; náboženské důvody
Jiné	zatěžující daňový a sociální systém, vysoké nároky na zaměstnavatele; konzervativní spotřebitelé, punc „východní nedokonalosti“ aj.	upřednostňování tuzemských poskytovatelů služeb; špatné vztahy: nedůvěra vůči zemím bývalého východního bloku

Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2006

3.3.3 Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb ve třetích zemích

V tabulce 8 jsou zobrazeny překážky, které se mohou vyskytovat při exportu služeb do třetích zemí.

Tabulka 8: Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb ve třetích zemích

Překážky	ZÚ	Exportéři
Administrativní/legislativní	Kvóty počtu fyzických osob, které mohou být v daném sektoru zaměstnány; kvóty na zastoupení zahraničního kapitálu; korupce (k tomu se vztahuje omezený přístup ke státním zakázkám) a byrokracie. Pokud je služba součástí dodávky zboží, nebo na ni navazuje, může být překážkou i clo spojené s dodávkou tohoto zboží. Certifikace; neprůhlednost místní legislativy; vízový režim, pracovní povolení, uznávání profesních kvalifikací; zdlouhavé vstupní procedury; nutnost překladu všech dokumentů, komplikovaná administrativa; najmutí místního advokáta, překážky ústavního rámce; nepřehlednost daňové soustavy; existence právních předpisů určujících podíl černošských zaměstnanců ve firmě, dvojí zdanění zisků.	zápočty DPH, odlišná sazba DPH, registrace firem, ochranné známky, certifikace, potvrzení od hospodářské komory, problémy s převozem starších strojů do zemí, platební podmínky

Obchodní	nízká koupěschopnost obyvatel, konkurence asijských firem; složitost obchodní legislativy; právní nejistota v případě ochrany investic; špatný přístup k obchodním informacím (v některých zemích např. neexistuje obchodní rejstřík); neuznání úvěrové historie, levná pracovní síla na místním trhu, vysoká cenová hladina, nejednotnost systému daňových úlev, cenová regulace na trhu, ochránářský trh, nedokončená privatizace některých odvětví aj.	pohyb pracovních sil; problémy s daněmi, cly a technickými normami; ochrana pracovních míst, neplatící země/vymahatelnost pohledávek/nesplácení faktur, kurzovní výkyvy, platební morálka, nespokojenost s průběhem reklamací
Při průniku na trh	existence monopolů a neoficiálních kartelů; neznalost daného tržního prostředí; nedostatečné kapacity pro marketingové činnosti; problémy s nalezením vhodného místního partnera; nutná osobní účast; geografická vzdálenost a velikost teritoria; vysoké vstupní investice; omezení místních bank, jazyková a kulturní odlišnost, vysoká cena nemovitostí i nájmu; neznalost trhu, orientace na cenu; nedostatečné kapacity pro marketingové činnosti	nedostatečná znalost trhu cizích zemí
Nedostatečná podnikatelská výkonnost	neochota proniknout na vzdálené trhy, nedostatečná finanční síla; proniknutí na trh vyžaduje vysoké investice, nezbytná osobní účast – také finančně náročné; nepřípravenost českých firem vytvářet národní konsorcia; nedostatek trpělivosti a financí; na trhu jsou preferovány silné firmy; nízká konkurenceschopnost českých služeb	nedostatečné finanční prostředky pro realizaci a zlepšování podmínek/nedostatek financí na vývoj nových technologií
Kvalita lidských zdrojů	nedostatečná jazyková vybavenost; špatně zvolená obchodní strategie, nepřípravenost firem na export; podcenění propagace; neznalost podnikatelského prostředí a kultury v dané zemi, neznalost nástrojů zahraničního obchodu, komunikační dovednosti, neochota vyhledat si potřebné informace, nedostatečná kvalifikace	částečná jazyková neznalost; horší manažerská aktivita u menších podniků
Jiné	přístup ke kancelářské technice (v některých zemích není rozšířeno užívání faxu či e-mailové korespondence); náročné podmínky ve výběrových řízeních; nedostatečná připravenost českých investorů, amatérismus; obava z bezpečnostní situace; politické vztahy s ČR, podceňování specifík teritoria, nejasná pravomoc centrálních a regionálních vlád, politická nestabilita, terorismus, předpoklad špatné platební kázně, nedůvěra vůči cizincům	na zahraničním trhu mají přednost země s větší podporou exportu; problém zjistit plátce DPH v cizí zemi, politické problémy, nejasnost co lze vyvážet a s jakými podklady

Pramen: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2006

3.4 Doprava

Logistiku bychom mohli definovat jako komplexní, systematický přístup k optimalizaci nákladů a minimalizaci rizik. Logistika zahrnuje celý tok zboží od dopravy surovin k výrobci po odevzdání zboží konečnému spotřebiteli. Podnětem pro rozvoj logistiky je rozvoj výrobních sil a jejich internacionalizace, rostoucí nabídka zboží a s ní související růst konkurence. Jde o průřezový obor, který zasahuje do všech oblastí ekonomiky a životního prostředí. Prudký rozvoj logistiky je úzce spjat s rozvojem telekomunikačních technologií a výpočetní techniky. Doprava je osou logistiky (Beneš, V., 2004).

Jednotlivá odvětví mezinárodní dopravy:

- Železniční doprava
- Letecká nákladní doprava
- Mezinárodní silniční doprava (kamionová doprava)
- Námořní doprava
- Kombinovaná doprava
 - přeprava nákladů v téže přepravní jednotce nebo silničním vozidle s využitím několika druhů dopravy, kde nedochází k přepravě zboží (nákladů), ale pouze přepravní jednotky nebo silničního vozidla
- Multimodální doprava
 - způsob dopravy, kde jsou zapojeny alespoň dva nebo více dopravních prostředků a na celou dopravu je jedním organizátorem vystaven jediný dopravní dokument (Svatoš, M., 2009)

3.4.1 Mezinárodní silniční doprava (kamionová doprava)

Nejvýznamnějšími přednostmi silniční přepravy je její relativní rychlost, dostupnost, operativnost, rychlá přizpůsobivost změnám poptávky a schopnost realizovat systém přeprav „Z domu do domu“. (Novák, R., 2003)

Vrcholným orgánem pro rozvoj mezinárodní silniční dopravy je Mezinárodní silniční unie (IRU) se sídlem v Ženevě. Její funkce spočívá ve sjednocování zájmů silničních dopravců, jejich obhajobě a v zabezpečování informovanosti o změnách a opatřeních ovlivňujících rozvoj mezinárodní silniční dopravy prostřednictvím národních zájmových svazů a sdružení. Takovým zájmovým svazem je sdružení ČESMAD BOHEMIA (Svatoš, M., 2009).

Mezinárodní doprava je prováděna na podkladě Úmluvy o přepravní smlouvě v mezinárodní silniční dopravě (CMR). Úmluva se vztahuje na všechny smlouvy o přepravě zboží silničním nákladním vozidlem za úplatu, pokud místo převzetí a místo dodání jsou v různých státech, z nichž alespoň jeden je signatářem Úmluvy. Na rozdíl od vnitrostátní přepravy Úmluva CMR nepřipouští smluvní volnost při sjednávání podmínek přepravní smlouvy.

Dokladem o uzavření smlouvy je nákladní list (CMR). U zásilek přepravovaných několika vozidly mají odesílatel a dopravce právo, aby bylo vystaveno tolik nákladních listů, kolik vozidel má být použito, nebo kolik druhů nebo samostatných částí nákladu má být přepravováno. Vyhotovuje se ve třech exemplářích. Originál dostane odesílatel, jeden duplikát provází zásilku a je vydán příjemci, další si ponechává dopravce. Nákladní list vyplňuje odesílatel a potvrzuje dopravce nebo zasílatel. (Beneš, V., 2004).

Úmluva CMR stanoví odpovědnost dopravce za úplnou ztrátu, částečnou ztrátu nebo poškození zásilky od jejího převzetí do předání oprávněnému příjemci. Dopravce nenese odpovědnost, pokud ke ztrátě nebo poškození došlo vadou zásilky nebo okolnostmi, které nemohl odvrátit. Odpovědnost dopravce je stanovena hranicí 8,33 SDR za 1 kg chybějící váhy (1 SDR je cca 27 Kč). Reklamace zjevných vad musí být uplatněna ihned při předání zásilky, u skrytých vad nejpozději do 7 dnů po jejím převzetí. Zásilka se považuje za ztracenou, nebyla-li vydána do 30 dnů po uplynutí sjednané lhůty nebo do 60 dnů, jestliže lhůta nebyla dohodnuta (Svatoš, M., 2009).

K rozvoji mezinárodní silniční dopravy zboží výrazně přispělo zavedení systému karnetu TIR, na jehož podkladě zboží nepodléhá u pohraničních celnic placení a skládání dovozních a vývozních poplatků a není zpravidla podrobováno celní prohlídce. Operace TIR může být provedena přes více celnic odeslání a určení, ale celkový počet celnic odeslání a určení nesmí překročit čtyři. Všechny celnice odeslání musí být z téže země a celnice určení nesmí být ve více než dvou zemích. Vzhledem k tomu, že výhod TIR bylo často zneužíváno, přistoupilo se k určitému omezení, které se v současné době vztahuje na přepravu některých druhů zboží, zejména alkoholu a tabáku (Beneš, V., 2004).

4. Vlastní práce

4.1 Dotazníkové šetření

Pro potřeby řešení vlastní části diplomové práce bylo zapotřebí oslovit jednotlivé dopravce zabývající se mezinárodní dopravou. Kontaktní údaje byly získávány především prostřednictvím internetových vyhledávačů Seznam.cz a Převpravce.cz, které jsou dostupné na internetových adresách: <http://www.seznam.cz> a <http://www.prepravce.cz>. Vyhledaným subjektům byl zaslán email s průvodním dopisem a přiloženým dotazníkem.

Dotazník obsahoval 9 + 1 identifikační otázku. Otázky byly jak uzavřeného, tak otevřeného typu. Celkem bylo osloveno cca 330 respondentů. Návratnost činila 41 vyplněných dotazníků.

Pro vyhodnocení dotazníků byl vytvořen kódovací rámec. Samotné vyhodnocení bude uskutečněno pomocí popisné statistiky (procentní vyjádření hodnot, četnosti, tabulky, grafy, atd.) prostřednictvím výpočetního programu Microsoft Office Excel.

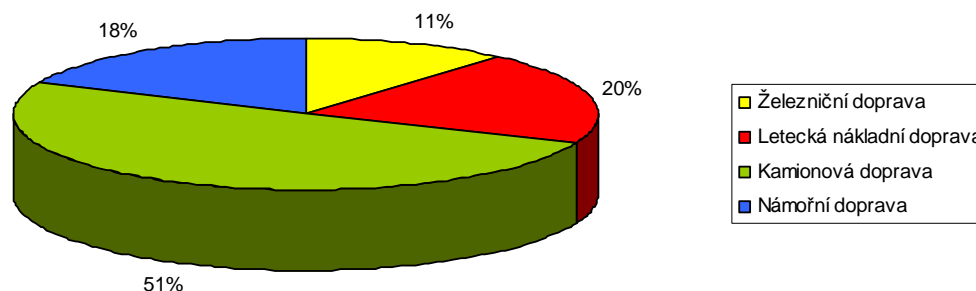
4.1.1 Vyhodnocení dotazníků

Otázka č. 1: Jakým druhem dopravy se vaše firma zabývá?

V úvodní otázce dotazníku byli respondenti tázáni, jakým druhem nebo druhy dopravy se zabývají. Na výběr byly čtyři možnosti a to železniční, letecká nákladní, kamionová a námořní doprava. Respondenti mohli vybírat z více možností. Jak znázorňuje graf 8, kamionová doprava se mezi odpověďmi objevila v 51 % případech, následována leteckou nákladní dopravou s podílem 20 %, s 18% podílem zaujímá třetí místo doprava námořní a nejmenší podíl o hodnotě 11 % představuje železniční doprava. Podle předpokladů

byla nejčastěji uváděným druhem dopravy doprava kamionová, která je počtem subjektů nejrozšířenějším druhem dopravy v ČR.

Graf 8: Druh dopravy

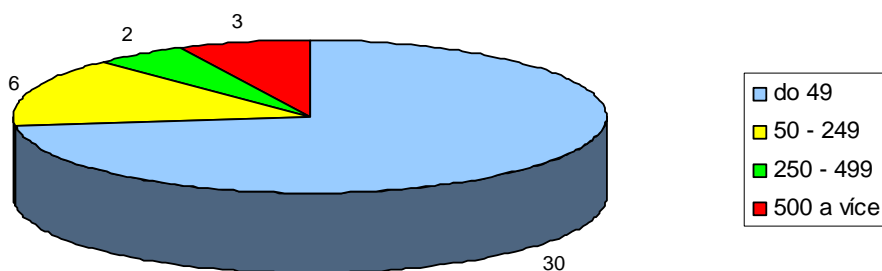


Pramen: vlastní výzkum, 2011

Otázka č. 2: Kolik máte zaměstnanců?

Ve druhé otázce byl zjišťován počet zaměstnanců. Byly stanoveny čtyři intervaly, 1 – 49, 50 – 249, 250 – 499 a 500 a více zaměstnanců. Tyto intervaly byly stanoveny na základě klasifikace malých a středních podniků. Podle této klasifikace se podniky do 49 zaměstnanců označují jako malé podniky, tato kategorie se ještě může dělit na tzv. mikropodniky, což jsou podniky s méně než 10 zaměstnanci. Pro zjednodušení toto dělení nebylo již uvažováno. Podniky s 50 až 249 zaměstnanci se označují jako střední podniky a podniky, které mají 250 a více zaměstnanců se řadí do kategorie velkých podniků. Pro vyjádření opravdu velkých podniků byl do dotazníku zaveden ještě interval, který označoval podniky s 500 a více zaměstnanci. 30 respondentů odpovědělo, že má od 1 – 49 zaměstnanců, 50 – 249 zaměstnanců má 6 dotázaných, 2 respondenti zaměstnávají od 250 – 499 osob a 3 společnosti mají 500 a více zaměstnanců. Vše je graficky vyjádřeno v grafu 9.

Graf 9: Počet zaměstnanců

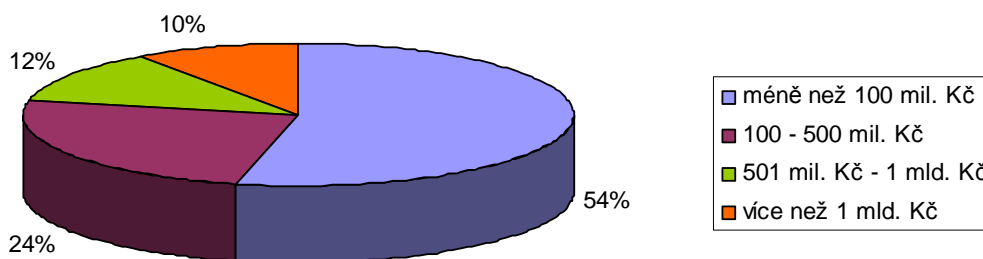


Pramen: vlastní výzkum, 2011

Otázka č. 3: Jakého celkového obratu jste dosáhli v roce 2009?

V této otázce byly společnosti tázány na výši obratu, kterého dosáhly v roce 2009. Jako možné odpovědi byly stanoveny čtyři intervaly v rozmezí méně než 100 mil. Kč, 100 – 500 mil. Kč, 501 mil. Kč – 1 mld. Kč a více než 1 mld. Kč. Nejmenší celkový obrat do 100 mil. Kč uvedlo 22 oslovených firem (54 %), 10 společností (24 %) uvedlo výši svého obratu v rozmezí 100 – 500 mil. Kč, 5 respondentů (12 %) se pohybovalo v intervalu 501 mil. Kč až 1 mld. Kč a 4 dotazovaní (10 %) uvedli obrat vyšší než 1 mld. Kč. Grafické procentní vyjádření představuje graf 10.

Graf 10: Obrat v roce 2009

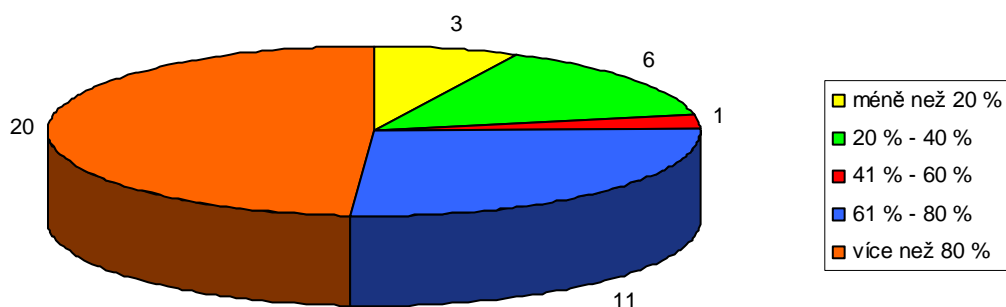


Pramen: vlastní výzkum, 2011

Otázka č. 4: Jakou část vašeho obrátu tvoří mezinárodní doprava?

Ve čtvrté otázce dotazníku byly společnosti tázány na podíl mezinárodní dopravy na jejich celkovém obrátu. Firmy měly na výběr z pěti možných odpovědí a to takových, že podíl mezinárodní dopravy na obrátu firmy je menší než 20 %, 20 % - 40 %, 41 % - 60 %, 61 % - 80 % a více než 80 %. Jak vyjadřuje tabulka 11, tak 3 dopravci uvedli, že mezinárodní doprava se na jejich obrátu podílí méně než 20 %, 6 dopravců uvedlo podíl 20 % - 40 %, 1 respondent uvedl podíl 41 % - 60 %, 11 firem uvedlo podíl v rozmezí 61 % - 80 % a největší podíl více než 80 % mezinárodní dopravy na obrátu společnosti uvedlo 20 firem. Z uvedených odpovědí vyplývá, že u většiny firem činí mezinárodní doprava dominantní složku jejího celkového obrátu. Grafické vyjádření uvedených údajů zobrazuje graf 11.

Graf 11: Podíl mezinárodní dopravy na obrátu



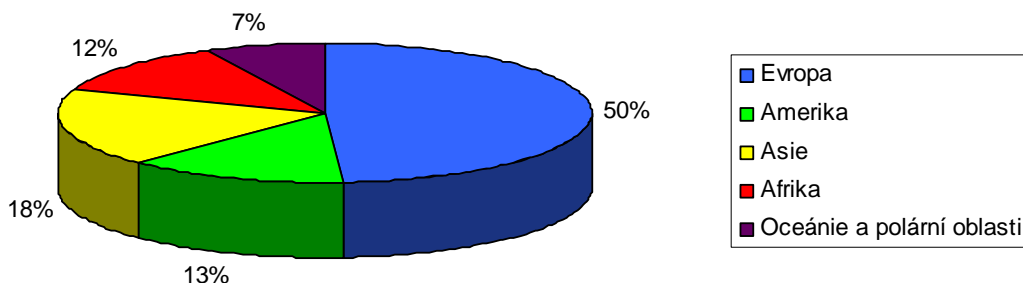
Pramen: vlastní výzkum, 2011

Otázka č. 5: Do kterých geografických oblastí realizujete mezinárodní dopravu?

V této otázce byli respondenti tázáni, do kterých geografických oblastí realizují mezinárodní dopravu. Na výběr bylo z následujících oblastí: Evropa, Amerika, Asie, Afrika, Oceánie a polární oblasti. Graf 12 zobrazuje zjištěná data. 40 dotazovaných realizuje dopravu do Evropy (50 %), 11 do Ameriky (13 %), 15 respondentů do Asie (18 %), 10 do Afriky (12 %) a 6 subjektů exportuje do Oceánie a polárních oblastí (7 %). Z uvedených výsledků jasně vyplývá orientace na evropské destinace. To je ovlivněno hned několika faktory, jednak tím, že Česká republika je součástí střední Evropy, takže evropské destinace jsou pro ni prioritními teritorii a jednak proto, že

nejčastěji realizovaným druhem dopravy je mezinárodní silniční doprava a pro tuto dopravu mohou existovat různá limitující omezení v obslužnosti dalších kontinentů.

Graf 12: Využívané geografické oblasti



Pramen: vlastní výzkum, 2011

Otázka č. 6: Jmenujte 3 země, které se nejvíce podílejí na vašem obratu.

V této otázce byly společnosti dotazovány na 3 země, které se nejvíce podílejí na jejich obratu. Odpovědi byly různé, ale jak uvádí tabulka 9, tak nejčastěji jmenovanou zemí bylo Německo (24), následováno Rakouskem (13) a na třetím místě se umístila Itálie (12). Potvrdil se předpoklad, že Německo je nejdůležitějším partnerem českých exportérů. Umístění Rakouska a Itálie v první trojici zemí je překvapivé, vzhledem k faktu, že tyto země se v rámci exportu služeb ČR umisťují až na konci první desítky nejvýznamnějších partnerů. Lze předpokládat, že pro odvětví dopravy jsou tyto dvě země velmi významné, ale pro odvětví cestovního ruchu a ostatních služeb hrají méně důležitou roli.

Tabulka 9: Země s největším podílem na obratu

Země	Počet firem
Německo	24
Rakousko	13
Itálie	12

Pramen: vlastní výzkum, 2011

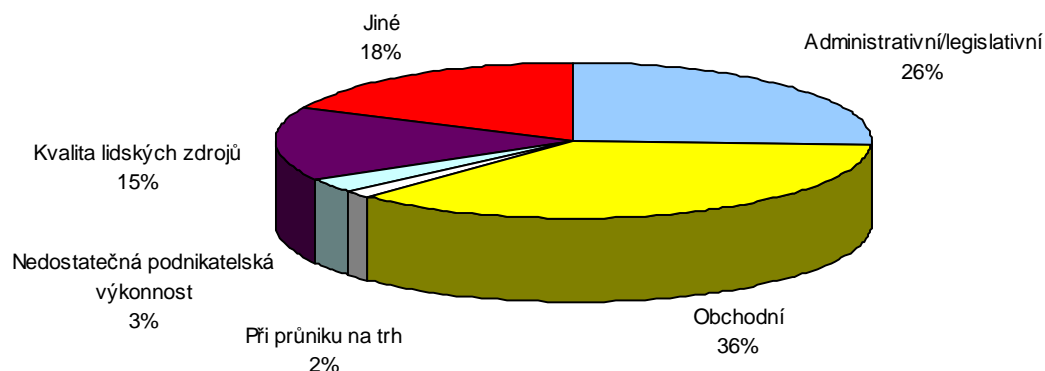
Otázka č. 7: Narážíte při exportu na nějaké překážky?

V této otázce byli respondenti tázáni, zdali při realizaci exportu služeb narážejí na nějaké překážky. 27 respondentů uvedlo, že se při realizaci své činnosti setkává s určitými překážkami, zbylých 14 nikoliv. Potvrdil se předpoklad, že většina dotazovaných subjektů se při své činnosti setkává s určitými překážkami. U subjektů, kteří uvedli, že na žádné překážky nenarážejí, lze v některých případech předpokládat uvedení lživé odpovědi a neochotu zamýšlet se nad navazujícími otázkami.

Otázka č. 8: S jakými druhy překážek se při své činnosti setkáváte? Uveďte konkrétně jaké.

Na otázku reagovali pouze ti respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že při své činnosti narážejí na určité překážky. V této otázce odpovídali na jaké druhy překážek konkrétně narážejí. Na výběr bylo z šesti možností a ke každému druhu překážky mohl respondent napsat konkrétní překážku. Mezi jednotlivé druhy překážek patří administrativní/legislativní, obchodní, při průniku na trh, nedostatečná podnikatelská výkonnost, kvalita lidských zdrojů a jiné překážky. 17 respondentů (26 %) odpovědělo, že se setkává s administrativními/legislativními překážkami, 24 oslovených firem (36 %) naráží na obchodní překážky, pouze 1 společnost (2 %) uvedla překážku při průniku na trh, 2 firmy (3 %) vyplnily nedostatečnou podnikatelskou výkonnost, 10 respondentů (15 %) uvedlo nedostatečnou kvalitu lidských zdrojů a 12 firem (18 %) uvedlo jiné překážky. Podle předpokladu jsou nejčastěji uváděny obchodní překážky, jejich velký podíl lze přisuzovat existenci vysoké konkurence v oboru. Vše shrnuje následující graf 13.

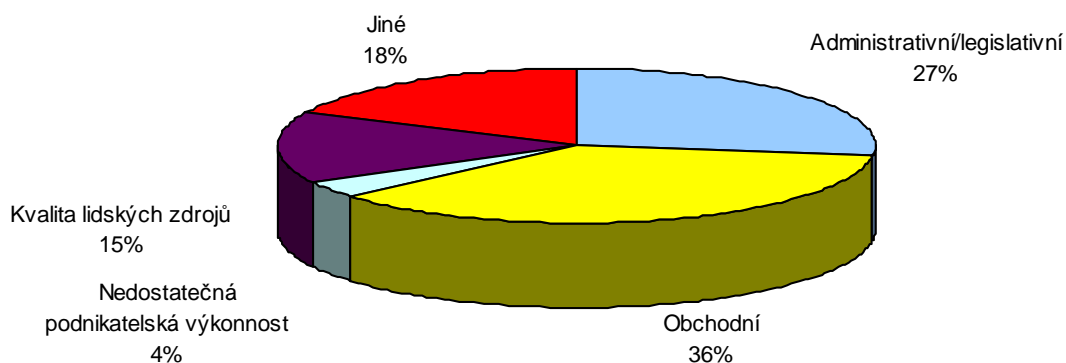
Graf 13: Druhy překážek



Pramen: vlastní výzkum, 2011

V grafu 14 je znázorněn jednotlivý podíl druhů překážek podle vyjádření malých a středních podniků (podniky do 249 zaměstnanců). Z 30 dotázaných malých podniků pouze 19 uvedlo, že při realizaci své podnikatelské činnosti narážejí na určité překážky. Z oslovených 6 středních podniků pouze 3 podniky uvedly, že se setkávají s určitými překážkami. 15 podniků (27 %) uvedlo, že se potýká s administrativními/legislativními překážkami, nejvíce a to 20 podniků (36 %) naráží na obchodní překážky, ani jedna z oslovených firem se nepotýká s překážkami při průniku na trh, 2 podniky (4 %) uvedly jako svou překážku nedostatečnou podnikatelskou výkonnost, kvalitu lidských zdrojů jako svou překážku zmínilo 8 dotázaných podniků (15 %) a 10 firem (18 %) své překážky zařadilo do kategorie jiných překážek.

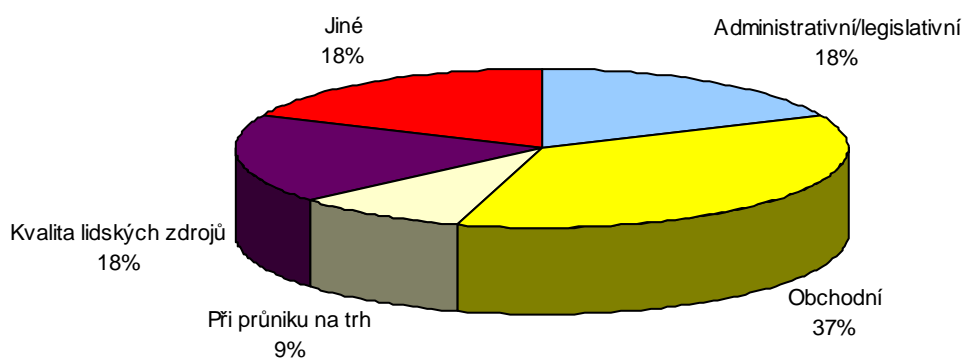
Graf 14: Druhy překážek dle malých a středních podniků



Pramen: vlastní výzkum, 2011

Graf 15 znázorňuje podíl druhů překážek ve velkých podnicích (podniky s 250 a více zaměstnanci). Dotazníkem bylo osloveno 5 velkých podniků a všechny uvedly, že se potýkají s určitými překážkami. 2 podniky (18 %) uvedly, že se potýkají s administrativními/legislativními překážkami, 4 podniky se potýkají s obchodními překážkami (37 %), 1 podnik naráží na překážky při průniku na trh (9 %), ani jeden podnik se nepotýká s nedostatečnou podnikatelskou výkonností, 2 podniky narážejí na překážky spojené s kvalitou lidských zdrojů (18 %) a 2 podniky na jiné překážky (18 %).

Graf 15: Druhy překážek dle velkých podniků



Pramen: vlastní výzkum, 2011

Z porovnání malých a středních podniků s velkými podniky vyplynulo, že nejčastěji vyskytovaným druhem překážek jsou obchodní překážky. Podstatnější rozdíl byl zaznamenán u překážek administrativně/legislativních, kde tento druh překážek se častěji vyskytoval u malých a středních podniků, než u velkých podniků. Překážka nedostatečné podnikatelské výkonnosti se objevila pouze u malých a středních podniků, u velkých nebyla vůbec zaznamenána. Výsledek může být ovlivněn nedostatečně velkým vzorkem počtu oslovených velkých podniků, ale jedním z možných vysvětlení může být větší finanční síla velkých podniků oproti podnikům menším. Překážka průniku na trh se zase objevila pouze u velkých podniků. U malých a středních podniků nebyl její výskyt zaznamenán. Tento výsledek může vycházet ze snahy velkých podniků expandovat na nové neznámé trhy.

Uváděné překážky v kategorii administrativně/legislativních překážek

Nejčastěji zmiňovanými překážkami byly clo a celní procedury, certifikace a legislativa, následovány překážkami v podobě zákazů jízd. V dotaznících bylo také zmíněno zvyšování mýtných poplatků, regulovaný trh práce, vysoké pokuty dopravní policie, administrativa, různá povolení, limity váhy leteckých carg pro osobní věci, přeprava na akreditiv.

Uváděné překážky v kategorii obchodních překážek

Mezi nejčastěji uváděnými překážkami byla konkurence a dlouhá doba splatnosti faktur, případně i jejich nezaplacení. Pouze okrajově byly uváděny kurzové rozdíly a malé množství zakázek.

Uváděné překážky v kategorii překážek při průniku na trh

Ukrajina - velmi protektivní k místním firmám, např. létat charterové lety na Ukrajinu jiným, než ukrajinským letadlem je prakticky nemožné. Neakceptují ani náhradní leteckou přepravu, o kterou se musí žádat u Civil Aviation Authority (Úřad pro civilní letectví) - vždy zamítnou. V Bělorusku je situace naprosto totožná s tím, že se navíc státní struktury a národní dopravce značně personálně a funkčně prolínají a bez dohody

a jejich podpory zmaří jakýkoliv pokus o navýšení kapacit či zlepšení servisu. V Rusku je situace uvolněnější, ale přesto velmi záleží na budování vztahů ve všech směrech od populární vodky po úplatky.

Uváděné překážky v kategorii nedostatečné podnikatelské výkonnosti

Jmenovány byly pouze nedostatečná finanční síla a vysoké provozní náklady.

Uváděné překážky v kategorii kvality lidských zdrojů

Nejčastěji uváděnou překážkou je nedostatečná jazyková vybavenost, která se především týká řidičů kamionů, další překážky se objevily jen okrajově a byly to nízká vzdělanost řidičů, sdílení informací, problematická komunikace s partnery z důvodu odlišné mentality, špatné fyzické zacházení se zbožím – škody při manipulaci a vybalování, někteří manažeři ze západní části EU neumí improvizovat (umí řešit problémy pouze přes instrukce v manuálech).

Uváděné překážky v kategorii jiných překážek

Nejčastěji jmenovanou překážkou byla korupce, po té následovala překážka v podobě šikany ze strany policistů a celníků, okrajově uváděnými překážkami byla bezohlednost a nezodpovědnost pracovníků celní správy při namátkových kontrolách zboží, arogance, byrokracie, diskriminace českých dopravců, špatný stav komunikací, špatný personál, nedůvěra k východoevropským podnikatelům, obavy z kvality poskytovaných služeb, u přeprav do Afriky - nerozvinutá infrastruktura a legislativa, neschopnost USA a některých evropských zemí se přizpůsobit.

Otázka č. 9: Uveďte zemi, ve které se setkáváte s největšími překážkami a uveďte konkrétní překážku/y.

Dále bylo od dopravců zjišťováno, v jaké zemi narážejí na největší překážku/y a o jakou konkrétní překážku/y se jedná. Nejvíce dopravců zmiňovalo pouze dva státy, konkrétně Rusko a Rakousko. Po těchto dvou státech s malým odstupem následovalo Německo,

Čína a Itálie. Ještě menší počet firem uváděl Slovensko, Francii, Turecko a Maďarsko. Jen okrajově byly zmíněny USA, Brazílie, Ukrajina, Polsko, Rumunsko a Bulharsko.

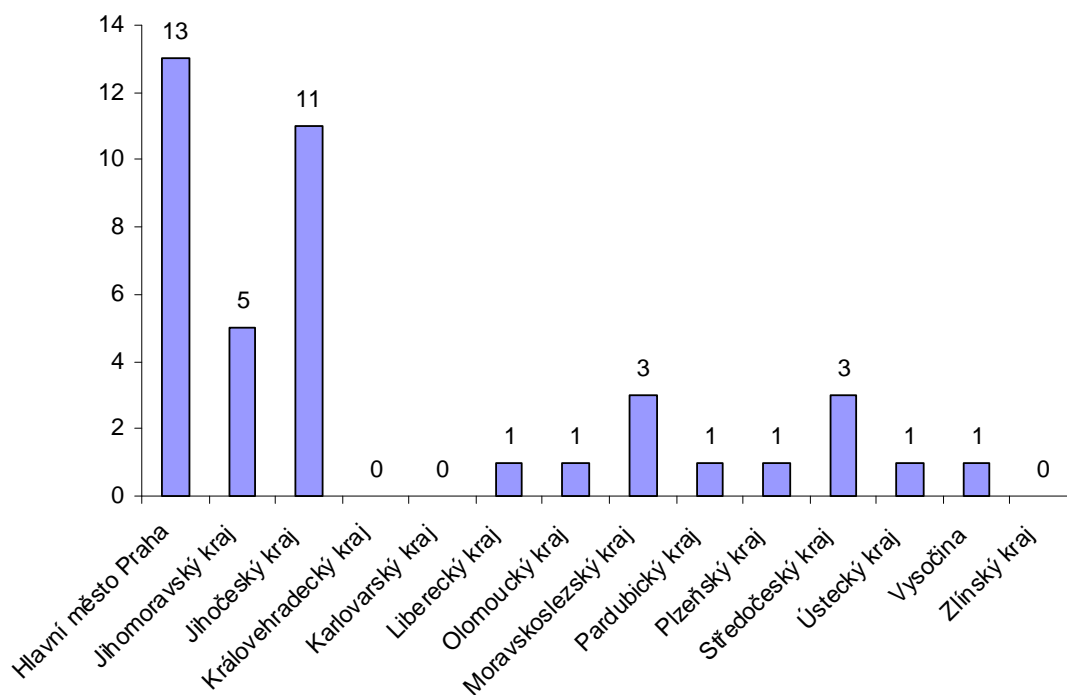
Dále jsou uvedeny všechny zmíněné země a jim příslušné překážky:

- **Rusko** - celní správa, legislativní zjednodušení pro místní dopravce na úkor konkurentů (např. povolení pro Aeroflot provádět transity přes Ruskou federaci bez omezení, kdežto konkurence z Evropy musí projít celním řízením a uhradit poplatek, požadavek na deklarování názvů zboží na leteckém nákladním listu a faktuře v ruském jazyce).
- **Rakousko** - šikana a vysoké pokuty dopravní policie, vysoké mýtné poplatky, nízká cena za přepravy, regionální zákazy jízd.
- **Německo** - konkurence, šikana a vysoké pokuty dopravní policie, regionální zákazy jízd.
- **Čína** - limit hmotnosti dováženého zboží v letecké nákladní dopravě, konkurence, legislativa.
- **Itálie** – administrativa, povolení, vymahatelnost pohledávek, nesplácení faktur, vysoké provozní náklady.
- **Slovensko** - konkurence, administrativa.
- **Francie** - arogance, ČR považována za méněcennou, byrokracie, nepřístupnost vůči cizím subjektům, korupce.
- **Turecko** - clo, korupce, špatný stav komunikací, špatný personál.
- **Maďarsko** - šikana řidičů od policie a celníků, nesplácení faktur.
- **USA** – kurzovní výkyvy.
- **Brazílie** – celní procedury.
- **Ukrajina** - pozdní splácení faktur.
- **Polsko** - dlouhé čekání na vykládkách a nakládkách.
- **Rumunsko** - korupce, špatný stav komunikací, špatný personál.
- **Bulharsko** - korupce, špatný stav komunikací, špatný personál.
- **Česká republika** – „levá ruka neví, co dělá pravá“ – nesystematičnost především v případech celních úřadů, korupce, nesplácení faktur.

Otázka č. 10: Ve kterém kraji sídlí vaše společnost?

Poslední otázka dotazníku byla identifikační otázkou, ve které byli dopravci tázáni, ve kterém kraji má sídlo jejich společnost. Nejvíce respondentů (13) odpovědělo, že má své sídlo v Praze, 11 firem sídlí v Jihočeském kraji, 5 společností v Jihomoravském kraji, 3 firmy v Moravskoslezském a Středočeském kraji, 1 firma v Libereckém, Olomouckém, Pardubickém, Plzeňském, Ústeckém kraji a na Vysočině. Ani jedna z oslovených firem nesídlí v Královéhradeckém, Karlovarském a Zlínském kraji. Grafické zobrazení poslední otázky dotazníku znázorňuje graf 16. Nejvíce respondentů sídlí v Praze a Jihočeském kraji. Vysoký počet firem z Jihočeského kraje vychází z preferování těchto respondentů z důvodu předpokladu vyšší návratnosti předložených dotazníků.

Graf 16: Sídlo společnosti



Pramen: vlastní výzkum, 2011

4.2 Zhodnocení stanovených hypotéz

1. Mezi českými mezinárodními dopravci převažují ti, kteří při realizaci své činnosti narážejí na nějaké překážky.

Z provedeného dotazníkového šetření vyplývá, že z 41 dotázaných firem, 27 naráží při realizaci své činnosti na nějaké překážky a 14 nikoliv. Hypotéza byla potvrzena.

2. Nejčastější překážkou v mezinárodní dopravě je překážka obchodního charakteru, především vysoká konkurence.

Nejvíce oslovených firem uvedlo, jako svou nejčastější překážku, překážku obchodní. Tento druh překážek se na všech překážkách podílí 36 %. Pokud bychom respondenty rozdělili na dvě skupiny podle počtu zaměstnanců, na malé a střední podniky a velké podniky, tak dostaneme následující výsledky. Mezi malými a středními podniky opět převládá překážka obchodního charakteru (36 %). U velkých podniků je nejčastěji se vyskytující překážkou také překážka obchodního charakteru s podílem 37 %.

Z dotazníků také vyplývá, že nejčastější konkrétní obchodní překážkou je konkurence, která ale jen těsně převládla nad překážkou týkající se dlouhé doby splatnosti faktur. Hypotéza byla potvrzena.

3. Malé a střední podniky disponují nedostatečnou podnikatelskou výkonností častěji než velké podniky.

Tuto překážku uvedly 2 podniky v kategorii malých a středních podniků, což odpovídá 4% podílu. V kategorii velkých podniků tuto překážku neuvedla ani jedna z oslovených firem. Hypotéza byla potvrzena.

4.3 Analýza vybraného podniku

Pro účely diplomové práce byla vybrána firma z odvětví mezinárodní silniční dopravy. Analyzovanou firmou se stala společnost LKW Budweiser Spedition Kratochvíl.

4.3.1 Popis společnosti

Společnost LKW Budweiser Spedition Kratochvíl, spol. s r.o. byla založena v roce 1991 a sídlí v Kamenném Újezdě. Firma má 30 zaměstnanců. Organizační struktura firmy se člení na „divizi dispečink“ a „divizi UNIE“. Konkrétními pracovními pozicemi jsou jednatel a ředitel v jedné osobě, manažer, vedoucí logistických služeb, dispečer, administrativní pracovníci a řidiči nákladních vozidel. Společnost je členem Sdružení automobilových dopravců ČESMAD BOHEMIA a spolupracuje s Jihočeskou hospodářskou komorou.

Hlavními zásadami vedení společnosti jsou:

- Profesionální poskytování komplexních dopravních a logistických služeb.
- Součinnost při řešení dopravních a logistických problémů zákazníka.
- Operativnost bez výhrad.
- Příprava pracovních podmínek pro tvorbu výjimečně kvalitního a spolehlivého týmu zaměstnanců.
- Citlivý přístup k ochraně životního prostředí.

Firma LKW Budweiser Spedition Kratochvíl, spol. s r.o. je respektovanou, konkurenceschopnou a stále se rozvíjející společností. Úzkým propojením s dceřinou společností Autopůjčovna-Autodoprava M. Kratochvíl jsou komplexně uspokojeny veškeré potřeby jejich zákazníků.

Společnost se zabývá kamionovou dopravou - mezinárodní a tuzemskou kamionovou přepravou plachtovými návěsy, celovozovými i kusovými zásilkami v zahraničí i

tuzemsku, specializací především na destinace Německo, Velká Británie, Španělsko, Rakousko, Itálie, Francie, Slovensko, Maďarsko, Česká republika.

Mezinárodní doprava zaujímá 80% podíl na celkovém obratu firmy. K nejvýznamnějším obchodním partnerům co do realizované výše obratu patří zákazníci z Rakouska a České republiky. Nejčastějšími cílovými destinacemi jsou Velká Británie, Německo, Španělsko, Česká republika a Rakousko.

Další poskytovanou službou je mezinárodní a tuzemská doprava nadrozměrných nákladů, specializace na dopravu stavebních strojů, společnost disponuje permanentními povoleními k dopravě nadrozměrných nákladů, řidiči souprav jsou oprávněni k obsluze stavebních strojů a zajišťují potřebné manipulace.

Firma se dále zabývá odtahovou službou osobních a nákladních vozidel v tuzemsku i zahraničí.

K dalším činnostem firmy patří skladování - skladovací objekty o kapacitě 3 600 m², šterkové a asfaltové odstavné plochy o rozloze 15 000 m² vhodné pro skladování stavebních strojů včetně pásových a stavebních materiálů, možnost dlouhodobého i dočasného skladování nebo využití jako překladiště, zajištění manipulační techniky.

Mezi poskytované služby patří také půjčovna stavebních strojů značky Volvo, realizace přípravných zemních prací, smluvní prodej motorové nafty 1 km od hlavního tahu Rakousko – ČR a provoz myčky určené k ručnímu mytí osobních i nákladních vozidel a stavebních strojů.

Dceřiná společnost Autopůjčovna Kratochvíl se zabývá poskytováním následujících služeb: půjčovna osobních vozidel a mikrobusů, doprava osob, doprava nákladu do 3 tun, kurýrní zásilky, stěhování a linková doprava.

Vozový park firmy tvoří 16 tahačů značky Volvo FH, 2 tahače Scania a 1 souprava Volvo FL. Společnost dále vlastní 16 návěsů značky Schmitz, 2 návěsy Krone a 2 podvalníky značky Nootboom. Při rozšiřování vozového parku se firma soustředí především na spolehlivost, prověřenou kvalitu a minimalizaci zátěže životního prostředí. 10 vozů splňuje emisní normu EURO 3, 2 vozy EURO 4 a 7 vozů odpovídá normě EURO 5, kterou musejí splňovat nově prodávaná nákladní vozidla od října roku 2009. Tato norma stanovuje následující limity: CO = 0,50 g/km, NOx = 0,18 g/km, HC + NOx = 0,23 g/km a PM = 0,005 g/km. Společnost disponuje dopravní technikou o nosnosti od 1,5 tuny do 65 tun hmotnosti nákladu.

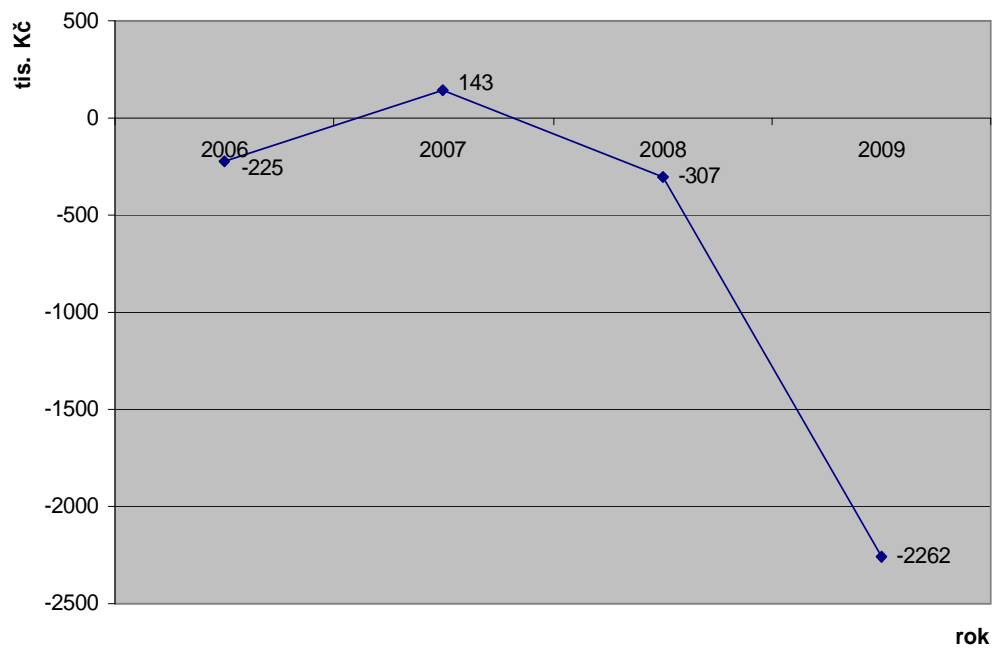
4.3.2 Finanční analýza

Níže jsou představeny vybrané finanční ukazatele zobrazující stav ve sledované firmě v letech 2006 - 2009. Z nich je zřejmé, že se firma potýká s celosvětovou ekonomickou krizí.

Hospodářský výsledek

Hospodářský výsledek firmy je všech letech kromě roku 2007 záporný. Podepsala se na tom především celosvětová ekonomická krize. Firma se snaží vzniklou situaci ustát a věří v pozitivní obrat. Trend vývoje hospodářského výsledku za období 2006 – 2009 je uveden v grafu 17.

Graf 17: Hospodářský výsledek firmy v letech 2006 – 2009

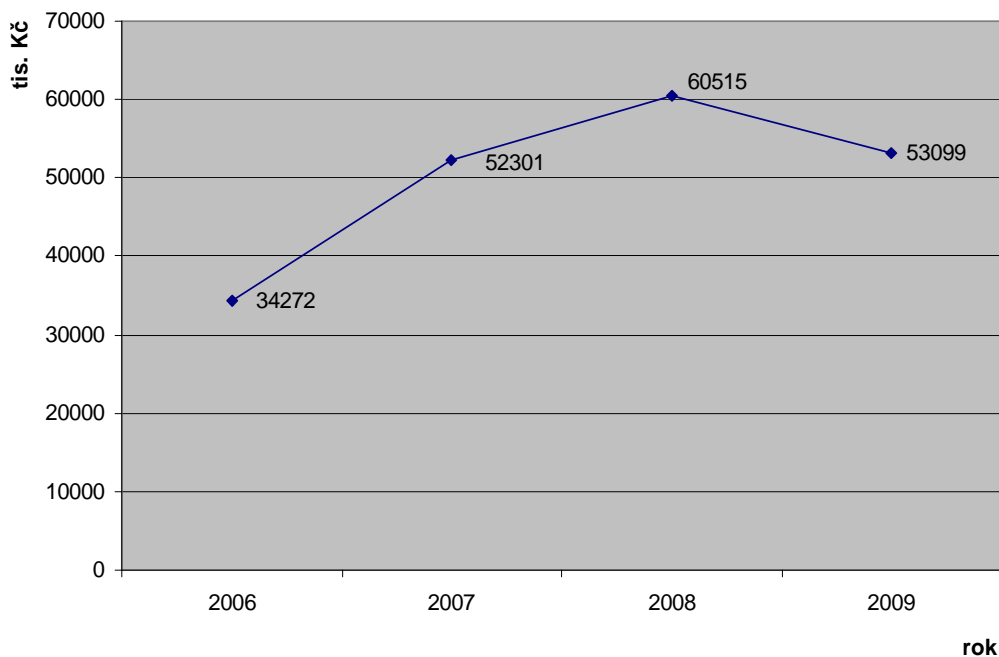


Pramen: vlastní výzkum, 2011

Tržby za prodej služeb

Tržby za prodej služeb u firmy v letech 2006 – 2008 neustále rostly, pouze v roce 2009 byl zaznamenán jejich pokles. Trend vývoje tržeb za prodej služeb za období 2006 – 2009 je uveden v grafu 18.

Graf 18: Tržby za prodej služeb v letech 2006 – 2009



Pramen: vlastní výzkum, 2011

Poměrové ukazatele

Pro finanční ohodnocení firmy byly vybrány 4 poměrové ukazatele: doba inkasa pohledávek, doba inkasa závazků, koeficient zadluženosti a celková likvidita. Ukazatele budou porovnávány za období 4 let, od roku 2006 do roku 2009.

Doba inkasa pohledávek

Tento ukazatel vyjadřuje za jakou průměrnou dobu jsou firmě spláceny její pohledávky. Čím je hodnota tohoto ukazatele nižší, tím dříve dostane firma za prodané výrobky a služby zapláceno. Tato doba by standardně měla být 30 dní, ovšem to je pouze teoretický předpoklad, který v praxi většinou neplatí. Jak prokázalo dotazníkové šetření, platební morálka, tedy včasné nesplácení faktur je jednou z největších překážek, se kterými se čeští mezinárodní dopravci setkávají. Tato negativní zkušenost se potvrdila i u šetřené firmy, i když je třeba podotknout, že situace může být i horší.

Vývoj doby inkasa pohledávek má kolísavý průběh. V roce 2006 byla tato doba přibližně 63 dní, v roce 2007 se snížila na 54 dní, v roce 2008 opět vzrostla na 74 dní a v posledním sledovaném roce 2009 činila 62 dní.

Doba splatnosti krátkodobých závazků

Tento ukazatel vyjadřuje za jakou průměrnou dobu firma splatí své krátkodobé závazky. Čím je tedy hodnota ukazatele nižší, tím dříve firma dostojí svým závazkům a zaplatí. Standardně by to opět mělo být 30 dní, ale realita bývá naprosto odlišná. I tento negativní aspekt se u sledované firmy potvrdil, ale nutno podotknout, že zjištěné hodnoty jsou velmi blízko k požadovanému standardu 30-ti dní a to v době stále probíhající celosvětové ekonomické krize je poměrně pozitivní údaj.

Doba splatnosti krátkodobých závazků činila v roce 2006 přibližně 31 dní, v roce 2007 vzrostla na hodnotu 42 dní, kterou si v podstatě udržovala až do roku 2009. Pro upřesnění, v roce 2008 byla doba splatnosti krátkodobých závazků 43 dní a v posledním sledovaném roce 2009 činila 42 dní.

Koeficient zadluženosti

Koeficient zadluženosti vyjadřuje poměr mezi cizím a vlastním kapitálem. Čím má koeficient vyšší hodnotu, tím více má podnik dluhů vzhledem k vlastnímu kapitálu. Je tedy lepší, čím je koeficient zadluženosti nižší. U sledované firmy měl tento koeficient rostoucí tendenci.

V roce 2006 měl koeficient zadluženosti hodnotu 0,36, v roce 2007 vzrostl a dosáhl hodnoty 0,72. V roce 2008 opět vzrostl a to na hodnotu 0,95. V roce 2009 se také zvýšil a dosáhl hodnoty 1,33.

Celková likvidita

Ukazatel likvidity zobrazuje schopnost firmy dostát svým závazkům. Likvidita je definována jako souhrn všech potenciálně likvidních prostředků, které má firma k dispozici pro úhradu svých splatných závazků. Celková likvidita ukazuje, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky. Ukazatel je měřítkem budoucí solventnosti firmy a je postačující pro hodnotu vyšší než 1,5.

Celková likvidita sledované firmy dosáhla v roce 2006 hodnoty 2,46, v roce 2007 ukazatel poklesl na hodnotu 1,75. Další pokles zaznamenal ukazatel i v roce 2008, kdy se dostal na hodnotu 1,63. Ve všech zmíněných letech byl ukazatel ovšem stále nad hodnotou 1,5. Pouze v posledním roce 2009 se hodnota celkové likvidity dostala pod úroveň 1,5 a to konkrétně na hodnotu 1,33.

Provedená finanční analýza potvrdila trend posledních let – klesající hospodářské výsledky - způsobený celosvětovou hospodářskou krizí. I přes tuto skutečnost je pozitivem pro firmu, že její tržby až do roku 2009 neustále stoupaly. Velké ohrožení pro firmu představuje dlouhá doba inkasa pohledávek, se kterou se musí setkávat většina podniků tohoto odvětví. Závěrem lze tedy konstatovat, že firma i přes zhoršené stavy některých ukazatelů, je stabilním a silným podnikem na dopravním trhu a má předpoklad dále úspěšně podnikat.

4.3.3 Analýza konkurence – Porterův model

Porterův model znázorňuje působení a charakteristiky základních pěti sil (stávající konkurence, odběratelé, dodavatelé, substituty a nově vstupující konkurence) na nichž závisí stav konkurence v odvětví. Výsledkem jejich společného působení je ziskový potenciál odvětví. Na přání firmy nebyly uvedeny identifikační údaje většiny partnerů.

Rivalita mezi stávajícími konkurenty

Hodnocená firma se potýká s velkým množstvím konkurentů. Jelikož firmy podnikající v odvětví dopravy nejsou nijak silně vázány na sídlo své společnosti, tak konkurenci představují jak další firmy nacházející se v Jihočeském kraji, tak i firmy v rámci celé České republiky nebo Evropské unie. Přesto všechno firma identifikovala 5 největších konkurentů, kteří sídlí stejně jako ona v Jihočeském kraji.

Firma se snaží od svých konkurentů odlišit především velkým důrazem na kvalitu poskytovaných služeb, individuálním přístupem k potřebám zákazníka a vysokou flexibilitou poskytovaných služeb.

Smluvní síla odběratelů

Odběratele hodnocené firmy tvoří rakouské spediční firmy a pak výrobci z odvětví průmyslu, především zpracovatelé kovů. Rakouské spedice se na realizovaných tržbách podílejí zhruba z 65 %. Firma poskytuje dopravní služby asi 50 odběratelům ročně. Z tohoto počtu je pouze 7 – 8 stálých odběratelů, zbytek tvoří jednorázoví zákazníci. Nicméně těchto 7 – 8 stálých odběratelů generuje 70 % všech tržeb. Poměr zahraničních a tuzemských odběratelů je 80 % ku 20 %. Vyjednávací síla odběratelů, především jejich tlaky na snižování cen, jsou vysoké. Je to způsobeno především velkou konkurencí v oboru.

Smluvní síla dodavatelů

V oboru dopravy se nedá uplatnit klasický dodavatelsko-odběratelský řetězec jako v případě prodeje výrobků. Za dodavatele firmy by se daly označit společnosti zabývající se prodejem tahačů, návěsů, podvalníků, náhradních dílů, pneumatik, pohonných hmot, olejů nebo informačních systémů. Tahače dodává hodnocené firmě společnost Volvo a Scania, návěsy firma Schmitz a Krone a podvalníky firma Nooteboom. Vyjednávací síla dodavatelů je omezena smluvními cenami a možností volby konkurenčních dodavatelů.

Ohrožení substituty

Substituty jsou takové statky, které mohou být nahrazeny statky jinými. Hodnocená firma se zabývá mezinárodní silniční dopravou. V případě tohoto druhu dopravy by se za substituty mohly považovat jiné druhy dopravy, např. doprava železniční, letecká nákladní nebo námořní. Každý druh dopravy má své výhody a nevýhody. Vzhledem k silniční nákladní dopravě je doprava železniční levnější, umožňuje přepravovat velké množství nákladu, ale je méně dopravně dostupná. Letecká nákladní doprava je rychlá, bezpečná, umožňuje přepravovat větší množství nákladu na dlouhé vzdálenosti, ale je drahá a stejně jako železniční doprava méně dopravně dostupná. Námořní doprava umožňuje přepravovat velké množství nákladu na velké vzdálenosti, je levná, ale také méně dopravně dostupná a pomalá.

Riziko vstupu potenciálních konkurentů

Riziko vstupu nových konkurentů samozřejmě existuje, ale není tak vysoké, jako v případě jiných odvětví. Hlavním důvodem je především to, že začít podnikat v mezinárodní silniční dopravě je kapitálově velmi náročné a trh je již nasycen. Jen pořízení tahačů a návěsů vyjde dopravce na několik milionů Kč. Snazší vstup na trh mají přepravci – spedice, kteří přepravu pouze zprostředkují, ale sami ji nerealizují, takže nemusí vlastnit žádné tahače či návěsy. Hodnocená firma podniká pouze jako dopravce, takže disponuje vlastním vozovým parkem a sama realizuje dopravu.

4.3.4 STEP analýza

STEP analýza zkoumá podnik z hlediska jeho vnějšího prostředí. Jednotlivá písmena z názvu analýzy představují skupiny vlivů, které na podnik působí. Jedná se o vlivy sociálně-kulturní, technicko-technologické, ekonomické a politicko-právní.

V STEP analýze budou zmíněny pouze konkrétní faktory, které bezprostředně působí na hodnocený podnik.

Sociálně-kulturní vlivy

Vzdělanost

Nedostatečná úroveň vzdělanosti je pro firmy provozující mezinárodní dopravu poměrně velkým problémem. Tento handicap se projevuje hned na několika stranách. V první řadě je to u řidičů. Zde je velkým problémem jejich nedostatečná jazyková vybavenost. Jazyková bariéra se může promítat i u zákazníků firmy, např. u skladníků, kteří se pak jen obtížně domlouvají s řidičem při přebírání nákladu. V některých případech by bylo také výhodou, kdyby řidiči měli znalosti z oblasti servisu vozidel. Problém vzdělanosti se ovšem může vyskytovat i u některých vedoucích představitelů dopravních firem. V některých případech vedou a řídí firmu ne manažeři, ale bývalí řidiči. Mají samozřejmě výhodu v praxi v dopravní sféře, ale absence ekonomických nebo logistických znalostí může firmě ublížit. Pokud je takový člověk v pozici zákazníka dopravní firmy a nedostatečně vidí do fungování logistiky a ekonomických záležitostí, může po firmě vyžadovat nereálné služby nebo požadovat velmi nízkou cenu za přepravu, které firma nemůže dosáhnout.

Technicko-technologické vlivy

Technologický pokrok

Vývoj technologií nabírá v posledních letech vysoké tempo. Vývoj se samozřejmě nevyhýbá ani dopravní sféře. V současné době se začínají čím dál častěji objevovat osobní automobily na elektrický pohon z baterií. V souvislosti s tím se začínají v některých zemích stavět první čerpací stanice, kde bude možno na počkání vyměnit vybitou baterii za novou. Dojezd i výkon takových automobilů se neustále zvyšuje. I když se v současné době hovoří jen o osobních automobilech, dá se očekávat, že se tento způsob pohonu přesune i do nákladních automobilů či autobusů. Výhodou tohoto způsobu pohonu je odstranění vzniku emisních škodlivin, doprava se tak stává více šetrnou k životnímu prostředí a zároveň by došlo ke snížení těžby ropy, jejíž zásoby jsou již značně omezeny.

V současné době je snižování emisní zátěže řešeno zavedením norem EURO, které stanovují limitní hodnoty výfukových exhalací.

Nové objevy

Důležitou inovací, která se v poslední době prosazuje do dopravních firem je zavedení využívání lokalizačního systému GPS, díky kterému má dispečink okamžitě informaci o tom, kde se nachází sledované vozidlo a klient firmy může online sledovat pohyb jeho zásilky.

Ekonomické vlivy

Nezaměstnanost

Nezaměstnanost je v současné době poměrně vysoká. Hlavním důvodem je především trvání celosvětové ekonomické krize a jí způsobený pokles výkonnosti jednotlivých národních ekonomik. Nicméně i přes tuto skutečnost se mnohé firmy potýkají s nedostatkem kvalifikovaných pracovních sil, především řidičů. Nedostatek řidičů je co do počtu, tak kvality. U kvalitativního hlediska je to vzdělání, především jazyková vybavenost. Míra nezaměstnanosti v Jihočeském kraji činí v současné době přibližně 8,5 % (dle ČSÚ k 31.12.2010).

Inflace

Inflace v obecném slova smyslu znamená růst cenové hladiny v čase. Dotýká se běžného života lidí i podnikání firem. Pokud se ekonomice daří, nezaměstnanost je nízká, tak je vysoká inflace. Obráceně, pokud se ekonomice příliš nedaří, nezaměstnanost je poměrně vysoká, tak je nízká míra inflace nebo může dojít i k deflaci, což je pokles cenové hladiny. Inflace v České republice se v současné době pohybuje kolem 1,5 % (dle ČSÚ k 31.12.2010).

Devizové kurzy

Devizové kurzy mají pro podniky zabývající se mezinárodním obchodem velký význam. Když česká koruna bude k určité měně posilovat, stane se výhodnou pro import výrobků nebo služeb ze zahraničí. Naopak tento stav bude nepříznivý právě pro české exportéry, neboť budeme pro zahraničního partnera draží. Pokud česká měna k cizí měně oslabí, tak tento stav bude výhodný pro české exportéry, neboť budeme pro

zahraniční partnery levnější. Nevýhoda to ale bude pro české podniky, které importují zboží či služby ze zahraničí. Nákup bude pro ně dražší.

Neustálé změny devizových kurzů a přechodná doba mezi vydáním faktury a skutečným zaplacením může způsobit rozdíl mezi vyfakturovanou částkou a skutečně obdrženou částkou. Rozdíl může být pro podnik kladný nebo záporný.

Ceny vstupů

Všechny podniky jsou ovlivněny cenami svých vstupů. U podniků působících v odvětví silniční nákladní dopravy představují jejich vstupy především náklady na pohonné hmoty, mzdy, odpisy apod. V současné době dochází k velmi rapidnímu nárůstu cen pohonných hmot, takže tato změna se zcela jistě musí projevit na cenové úrovni poskytovaných služeb.

Politicko-právní vlivy

Legislativa

Provozování silniční nákladní dopravy je upraveno řadou zákonů, vyhlášek či nařízení. Nejdůležitější zákon v odvětví silniční nákladní dopravy je zákon č. 111/1994 Sb., o silniční dopravě, ve znění pozdějších předpisů. Tento zákon stanovuje podmínky pro provozování silniční nákladní dopravy obecně včetně podmínek pro získání oprávnění k provozování silniční dopravy, práva a povinnosti fyzických a právnických osob s tím spojené a působnost orgánů státní správy na tomto úseku.

Při provozování silniční nákladní dopravy je nutné dbát na dodržování zejména následujících předpisů:

- nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 561/2006, o harmonizaci některých předpisů v sociální oblasti týkajících se silniční dopravy, o změně nařízení Rady (EHS) č. 3821/85 a (ES) č. 2135/98 a o zrušení nařízení Rady (EHS) č. 3820/85
- nařízení Rady (EHS) č. 3821/85, o záznamovém zařízení v silniční dopravě
- Evropská dohoda o práci osádek vozidel v mezinárodní silniční dopravě AETR - (82/2010 Sb.m.s)

- prováděcí vyhláška č. 478/2000 Sb., k zákonu o silniční dopravě, ve znění vyhlášky č. 281/2007 Sb.
- rozhodnutí Komise č. 2007/230/ES, o formuláři o předpisech v sociální oblasti týkajících se činností v silniční dopravě
- vyhláška č. 522/2006 Sb., o státním odborném dozoru a kontrolách v silniční dopravě
- nařízení Rady (EHS) č. 881/1992, o přístupu na trh silniční přepravy zboží uvnitř Společenství na území nebo z území členského státu nebo procházející územím jednoho nebo více členských států
- nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č.1071/2009, kterým se zavádějí společná pravidla týkající se závazných podmínek pro výkon povolání podnikatele v silniční dopravě
- nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č.1072/2009, o společných pravidlech pro přístup na trh mezinárodní silniční nákladní dopravy
- nařízení Komise (EU) č. 581/2010, o stanovení maximálních časových úseků pro stahování příslušných údajů z přístroje ve vozidle a z karty řidiče

Daně a poplatky

Podniky působící v oblasti silniční nákladní dopravy musejí odvádět řadu daní a poplatků. Mezi daňové povinnosti, které těmto firmám vyplývají pouze z důvodu realizace podnikatelské činnosti patří např. daň z příjmu a daň z přidané hodnoty. K daním a poplatkům, které jsou speciálně určené pro poskytovatele mezinárodní silniční dopravy patří především silniční daň, spotřební daň z uhlovodíkových paliv a maziv a poplatky za užívání dálnic a rychlostních silnic, tzv. mýtné.

Ochrana životního prostředí

Stále větší rozvoj dopravy, především silniční, má nepříznivý vliv na životní prostředí. Tyto negativní vlivy jsou způsobeny vznikajícími emisemi výfukových plynů, které znečišťují ovzduší a také vznikem vyšší hladiny hluku.

Česká republika, jakožto člen Evropské unie, se také zavazuje k dodržování stanovených emisních norem EURO, které ukládají maximální možné hodnoty

výfukových plynů. Nejnověji vydanou normou je norma EURO V, kterou musí plnit všechna vyrobená vozidla od roku 2009.

Silniční doprava je též velkým zdrojem vyprodukovaného hluku. V současnosti dochází ke snižování hlučnosti budováním protihlukových zábran, obchvatů, ale také vývojem nízkohlukových pneumatik.

4.3.5 SWOT analýza

SWOT analýza spočívá v hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí firmy. Ve vnitřním prostředí identifikuje a hodnotí silné a slabé stránky společnosti. Ve vnějším prostředí identifikuje a hodnotí příležitosti a ohrožení pro firmu.

Silné stránky

- Kvalita poskytovaných služeb
- Dobré jméno podniku
- Tradice zavedené značky
- Individuální přístup k zákazníkovi
- Vysoká flexibilita
- Nízká fluktuace zaměstnanců
- Vlastní skladové prostory

Slabé stránky

- Nedokončený proces certifikačních norem
- Nízká úroveň informačního systému
- Nedostatek jazykově vybavených řidičů
- Úzké destinační zaměření

Ve firmě převládají silné stránky nad slabými. Mezi silné stránky patří kvalita poskytovaných služeb, které se neřadí k nejlevnějším, ale při jejich poskytování je největší důraz kladen na vysokou kvalitu, flexibilitu při jejich poskytování a

individuální přístup k zákazníkům. Firma může přepravovat od dopisních zásilek po náklad do hmotnosti 65 tun. Specializací společnosti je přeprava nadrozměrných nákladů. Jelikož firma působí na trhu již od roku 1991, tak představuje tradici zavedené značky a v očích zákazníků má dobré jméno. Společnost se také pyšní nízkou fluktuací zaměstnanců, kteří pobírají vzhledem k oboru podnikání nadprůměrné mzdy. Silnou stránkou firmy je též vlastnictví skladových prostor.

K slabým stránkám společnosti patří nedokončený proces certifikačních norem kvality ISO 9001 a životního prostředí ISO 14001. Tento proces začal v roce 2008, ale stále nebyl dokončen. Další slabou stránkou je nízká úroveň informačního systému. Firma využívá informačního systému typu O2 Car Control. Tento systém disponuje omezenými možnostmi použití. Tomu ovšem odpovídá nízká pořizovací cena a firma si při zakoupení byla těchto nedostatků vědoma. Další nevýhodou informačního systému je jeho častá poruchovost. Firma by ráda zakoupila kvalitnější a vybavenější systém od společnosti TomTom, ovšem pořizovací a provozní cena tohoto systému je velmi vysoká. Další identifikovanou slabou stránkou je nedostatek jazykově vybavených řidičů. Pouhých 20 % řidičů má odpovídající jazykové vybavení. Firma se tuto slabou stránku snaží řešit. Ve spolupráci s Jihočeskou hospodářskou komorou využívá možnosti jazykových kurzů německého jazyka. Tyto kurzy probíhají každý víkend zhruba po dobu 2 hodin. Jsou pro řidiče nepovinné a účastní se jich zhruba 40 % z jazykově nevybavených řidičů. Poslední uvedenou slabou stránkou je poměrně úzké zaměření na vybrané evropské destinace.

Příležitosti

- Vstup na nové trhy
- Nové obchodní příležitosti na stávajících trzích
- Moderní technologie
- Zavedení jednotné měny

Ohrožení

- Dlouhá splatnost faktur
- Konkurence
- Ceny vstupů
- Vysoké mýtné poplatky
- Kurzové rozdíly

Ve firmě těsně převažují možná ohrožení nad příležitostmi. Mezi identifikované příležitosti patří vstup na nové trhy. Firma by ráda vstoupila na nějaký nový trh, nejlépe do vzdálenější destinace, ve které by mohla realizovat týdenní dojezd 3 500 km . Zároveň by firma uvítala rozšíření obchodních příležitostí na stávajících trzích. K další možné příležitosti patří rozvoj moderních technologií, kdy by firma mohla např. využít ve svých vozidlech nové pohonné jednotky – elektromotory. Další příležitostí v oblasti moderních technologií by byl přechod na lepší informační systém, který by předvídal zácpy na silnicích, objížďky, uzavírky apod. a tím pádem snižoval provozní náklady firmy. Zavedení jednotné měny EURO by jistě bylo přínosem nejen pro firmy podnikající v dopravě, ale celkově pro všechny firmy obchodující se státy eurozóny.

V kategorii možných ohrožení pro firmu byla identifikována dlouhá splatnost vydaných faktur. Tato doba má být standardně 30 dnů, firma měla v roce 2009 průměrnou dobu inkasa pohledávek 62 dní. Podle představitele firmy, dobu splatnosti navyšují nejčastěji odběratelé z České republiky a Slovenska. U těchto odběratelů činí průměrná doba zaplacení vydaných faktur 90 dní. Pro srovnání, rakouští odběratelé mají průměrnou dobu splatnosti 32 dní. Dalším možným ohrožením je vliv konkurence. Ta je v tomto oboru vysoká. Firma svou konkurenci chápe a respektuje, ale vadí jí tzv. spedice, které vše řídí pouze od stolu, hledí spíše na cenu, místo kvality a nepotýkají se s téměř žádným rizikem, které dopravní firma musí podstupovat. Dalším potenciálním ohrožením je cena vstupů, především nafty. Ta v poslední době nepřetržitě roste a znamená to pro firmu velký problém, kterému musí čelit a zvýšení cen vstupů promítnout do svých koncových cen. Nutno podotknout, že na cenu nafty má významný vliv spotřební daň z minerálních olejů, která tvoří přibližně 48 % ceny pohonných hmot.

Dalším ohrožením je jak současná, tak možná budoucí vyšší cena mýtných poplatků. Kurzové rozdíly jsou dalším potenciálním ohrožením pro hodnocenou firmu. Obchody se zahraničním partnerem se často domlouvají dlouhou dobu předem a při kalkulaci cen se vychází ze současného směnného kurzu obou měn. V době realizace obchodu ovšem může být kurz jiný a tak dopravce na kurzovém rozdílu může buď něco vydělat nebo naopak prodělat. Celkově to ale obnáší velké riziko, které by se zavedením společné měny vymizelo.

Hodnocení SWOT analýzy metodou párového srovnávání

Metoda párového srovnávání hodnotí vždy vzájemně dva faktory. Metoda určí, který z faktorů je pro firmu významnější. Pro provedení této metody budou všechny faktory rozděleny do dvou skupin a očíslovány. V jedné skupině budou zařazeny všechny silné a slabé stránky, ve druhé skupině všechny příležitosti a ohrožení. V trojúhelníkové matici bude každý faktor porovnáván z hlediska významnosti s každým dalším faktorem v dané skupině. Významnější faktor bude označen modrou barvou. Metoda také určí, která skupina faktorů má na podnik větší vliv. Získané výsledky budou použity pro sestavení SWOT matice, která určí, jakou strategií by se měl řídit hodnocený podnik.

Silné a slabé stránky

1. Kvalita poskytovaných služeb
2. Dobré jméno podniku
3. Tradice zavedené značky
4. Individuální přístup k zákazníkovi
5. Vysoká flexibilita
6. Nízká fluktuace zaměstnanců
7. Vlastní skladové prostory
8. Nedokončený proces certifikačních norem
9. Nízká úroveň informačního systému
10. Nedostatek jazykově vybavených řidičů
11. Úzké destinační zaměření

Tabulka 10: Porovnání významnosti silných a slabých stránek

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		3	3	3	3	3	3	3	3
		4	5	6	7	8	9	10	11
			4	4	4	4	4	4	4
			5	6	7	8	9	10	11
				5	5	5	5	5	5
				6	7	8	9	10	11
					6	6	6	6	6
					7	8	9	10	11
						7	7	7	7
						8	9	10	11
							8	8	8
							9	10	11
								9	9
								10	11
									10
									11

Pramen: vlastní výzkum, 2011

Tabulka 11: Určení pořadí silných a slabých stránek

Faktor	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Pořadí
1	10	18,2	1.
2	7	12,7	4.
3	5	9,1	5. – 7.
4	9	16,4	2.
5	8	14,5	3.
6	0	0	11.
7	3	5,5	8.
8	1	1,8	10.
9	2	3,6	9.
10	5	9,1	5. – 7.
11	5	9,1	5. – 7.
Součet	55	100	-

Pramen: vlastní výzkum, 2011

Příležitosti a ohrožení

1. Vstup na nové trhy
2. Nové obchodní příležitosti na stávajících trzích
3. Moderní technologie
4. Zavedení jednotné měny
5. Dlouhá splatnost faktur
6. Konkurence
7. Ceny vstupů
8. Vysoké mýtné poplatky
9. Kurzové rozdíly

Tabulka 12: Porovnání významnosti příležitostí a ohrožení

1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	4	5	6	7	8	9
	2	2	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9
		3	3	3	3	3	3
		4	5	6	7	8	9
			4	4	4	4	4
			5	6	7	8	9
				5	5	5	5
				6	7	8	9
					6	6	6
					7	8	9
						7	7
						8	9
							8
							9

Pramen: vlastní výzkum, 2011

Tabulka 13: Určení pořadí příležitostí a ohrožení

Faktor	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Pořadí
1	4	11,1	5.
2	5	13,9	4.
3	0	0	9.
4	2	5,6	7.
5	8	22,2	1.
6	3	8,3	6.
7	7	19,4	2.
8	6	16,7	3.
9	1	2,8	8.
Součet	36	100	-

Pramen: vlastní výzkum, 2011

Všechny hodnocené faktory v trojúhelníkové matici byly přepsány do tabulky, která byla zvlášť pro skupinu silných a slabých stránek a zvlášť pro skupinu příležitostí a ohrožení. U každého faktoru se hodnotila jeho absolutní četnost, tzn. počet, kolikrát byl faktor shledán významnějším pro podnik než druhý hodnocený faktor. Na základě absolutní četnosti byla ještě informativně uvedena četnost relativní. Ve sloupci pořadí byly jednotlivé faktory seřazeny na základě jejich četnosti. Faktor s nejvyšší četností obsadil 1. místo, faktor s nejnižší četností pak místo poslední. Na základě výsledného pořadí jednotlivých faktorů byly faktory obodovány. Faktor s nejvyšší četností dostal nejvyšší počet bodů, který byl roven počtu všech prvků v dané skupině. Tzn. nejčetnější faktor ve skupině silných a slabých stránek dostal 11 bodů a ve skupině příležitostí a ohrožení 9 bodů. Naopak, faktor z nejnižší četností dostal pouze 1 bod. Pokud byla četnost u několika faktorů shodná, tak se o pořadí rozhodlo na základě subjektivního hodnocení jejich vzájemné významnosti.

Pro vytvoření SWOT matice bylo třeba sečíst body zvlášť ve skupině silných stránek, slabých stránek, příležitostí a ohrožení. Výsledné hodnoty se podělily celkovým počtem prvků v dané skupině.

Tabulka 14: SWOT matice

	Silné stránky (S) Průměrný počet bodů = 7	Slabé stránky (W) Průměrný počet bodů = 4,25
Příležitosti (O) Průměrný počet bodů = 3,75	SO strategie (maxi – maxi)	WO strategie (mini – maxi)
Ohrožení (T) Průměrný počet bodů = 6	ST strategie (maxi – mini)	WT strategie (mini – mini)

Pramen: vlastní výzkum, 2011

Z výsledné SWOT matice vyplynulo, že z hlediska významnosti převyšují silné stránky slabé a ohrožení příležitosti. Na základě těchto údajů by se firma měla primárně snažit o aplikaci ST strategie (maxi – mini). Tato strategie říká, že firma by měla využít svých silných stránek, aby jimi eliminovala potenciální hrozby.

4.3.6 Strukturovaný řízený rozhovor o překážkách firmy

Po strukturovaném řízeném rozhovoru s představitelem firmy LKW Budweiser Spedition Kratochvíl byly identifikovány překážky z kategorie administrativně/legislativních překážek, obchodních překážek, dále překážky z kategorie kvality lidských zdrojů a jiných překážek. Velká část těchto překážek byla také zmíněna při identifikaci slabých stránek a potenciálních ohrožení.

Mezi uváděnými překážkami byla certifikace. Firma sice v roce 2008 začala s procesem zavádění norem kvality ISO 9001 a ochrany životního prostředí ISO 14001. Do současné doby ovšem tento proces nedokončila. Nemá na to časové možnosti a nevidí pro to akutní potřebu. K dalším překážkám patří regionální zákazy jízd, vysoké pokuty dopravní policie především v Rakousku a Německu, zvyšování cen vstupů (nafta), mýtných poplatků, vysoké daňové zatížení (spotřební daň, daň z přidané hodnoty). Částečnou kompenzaci mýtných poplatků nyní umožňuje Ministerstvo dopravy České republiky. Podle slov představitele firmy dostávají od ministerstva dotaci 20.000 Kč/rok na každý automobil, což v případě firmy tvoří ročně 380.000 Kč. Tato finanční kompenzace je ovšem limitována způsobem jejího využití. Firma si za ní může pořídit pouze omezený okruh zboží nebo služeb. Může ji využít například na koupi satelitní navigace, pneumatik aj., avšak firma by si z těchto finančních prostředků chtěla pořídit

jiné zboží nebo služby, než ty, které jsou umožněné. Především by finanční prostředky využila na zakoupení pohonných hmot.

Dalšími jmenovanými překážkami byla konkurence. Firma svou konkurenci samozřejmě vnímá a uznává ji. Nejvíce firmě vadí méně kvalitní konkurence a spedice. Důvod je v tom, že spedice přepravu pouze zprostředkovávají, ale sami o sobě nerealizují a tím pádem se neseťkávají s tolika překážkami, problémy a riziky jako skuteční dopravci. Spedice si často najme nějakou firmu pouze z hlediska ceny a vůbec neřeší výslednou kvalitu poskytnuté služby. Další zmíněnou překážkou je dlouhá doba splatnosti vydaných faktur, případně i jejich nezaplacení. Tento problém je obecně mezi dopravci velmi rozšířený. Standardně má tato doba být 30 dnů, firma měla v roce 2009 průměrnou dobu inkasa pohledávek 62 dní. Doba splatnosti faktur navyšují nejčastěji odběratelé z České republiky a Slovenska. U těchto odběratelů činí průměrná doba zaplacení vydaných faktur 90 dní. Kdežto např. rakouští odběratelé mají průměrnou dobu splatnosti 32 dní. Další překážkou se kterou se firma setkává jsou kurzové rozdíly. Mnoho obchodních transakcí se domlouvá již dlouhou dobu před jejich samotnou realizací a to včetně cenových podmínek, což s sebou nese určitá rizika, kdy v době skutečné realizace obchodu může být jiný směnný kurz a firma za provedenou službu dostane v přepočtu buď vyšší nebo nižší finanční částku.

Nedostatečná jazyková vybavenost řidičů firmy byla další uvedenou překážkou. Pouze 20 % ze současných řidičů má znalost alespoň jednoho cizího jazyka, především německého. Firma tuto situaci již řeší. Svým zaměstnancům nabízí ve spolupráci s Jihočeskou hospodářskou komorou jazykový kurz německého jazyka. Tento kurz je pro řidiče dobrovolný a probíhá vždy o víkendů po dobu 2 hodin. Asi 40 % jazykově nevybavených řidičů využívá této možnosti vzdělávání.

Firma také definovala jako své překážky korupci, byrokracii a aroganci. Např. rakouští odběratelé jsou sice nejčastějšími zákazníky hodnocené firmy, firmu za provedené služby chválí, platí včas a velmi dobře, ale domluva je s nimi poměrně problematická. Cokoliv rakouský odběratel řekne, tak na svém názoru trvá a není příliš ochotný

k nějakým ústupkům. Ve Francii je situace podobná, možná ještě více se zde projevuje nadřazenost vůči českému národu. I když Česká republika leží v srdci Střední Evropy, tak jsme mnoha západoevropskými zeměmi brány spíše jako stát ve Východní Evropě a nahlíží se na nás s určitou nadřazeností a nedůvěrou v kvalitu poskytovaných služeb. Firma též zaznamenává od svých řidičů ohlasy ohledně šikany ze strany dopravních policistů a to především v Rakousku a Německu.

4.4 Návrh doporučení k eliminaci překážek

Při strukturovaném rozhovoru s představitelem firmy zaznělo několik důležitých skutečností, které mají na fungování firmy největší vliv. Vysoce pozitivní na firmě je, že má dobré jméno v očích i myslích svých zákazníků a dlouholetou tradici v poskytování mezinárodní dopravy. Vozový park je také dostatečně veliký a především velmi variabilní, od dodávkových automobilů po tahače. Firma se navíc pyšní vysokou flexibilitou poskytovaných služeb, kdy poskytuje přepravu od dopisových zásilek po nadrozměrné náklady. Firma by těchto předností měla co nejvíce využít.

Z rozhovoru vyplynulo, že firma by ráda získala větší množství zakázek a to především takových, na kterých by mohla realizovat týdenní dojezd 3 500 km. V současné době firma uskutečňuje takových vzdáleností při exportu do Velké Británie a Španělska.

Vhodným doporučením by pro firmu bylo získání nových exportních příležitostí na stávajících trzích nebo expanze na nové trhy. Pokud jsou pro firmu nejpřínosnější vzdálené trhy Velké Británie nebo Španělska, tak by bylo vhodné hledat nové příležitosti právě na těchto trzích, případně zkusit trhy nové, jako je např. Francie, Švédsko, Finsko, Norsko, země Východní Evropy aj. Na pomoc při hledání nových exportních příležitostí by bylo výhodné oslovit agenturu CzechTrade (www.czechtrade.cz). Jednou z nejzákladnějších služeb agentury, kterou by firma mohla využít je Adresář exportérů. Adresář exportérů je jediný oficiální katalog českých exportérů, který bývá prezentován na mezinárodních výstavách a veletrzích po celém světě, internetovém portále exporters.czechtrade.cz a stránkách všech 200

zastupitelských úřadů ČR a více než 30 zahraničních kanceláří CzechTrade. Více než 75 % návštěvníků Adresáře exportérů je ze zahraničí. Firma by se též stala více viditelnou na internetových vyhledávacích, díky moderním technologiím, které zvyšují úspěšnost vyhledání klíčových slov obsažených ve firemní prezentaci. Zápis ve firemním adresáři též šetří náklady za překlad a správu firemních internetových stránek. Zápisem do Adresáře exportérů CzechTrade zajistí profesionální překlad internetových stránek do angličtiny a dalších 5 světových jazyků. Na výběr je celkem ze 13 jazyků. Zápis může obsahovat informace o firmě a až o 10 nabízených výrobcích nebo poskytovaných službách. Cena tohoto tzv. Kompletního zápisu při uvedení firemního profilu a 1 výrobku (služby) a překladu do angličtiny a dalších 5 jazyků činí 9 900 Kč bez DPH na 12 měsíců. Přidání každého dalšího výrobku (služby), opět s překladem do angličtiny a dalších 5 jazyků stojí 2 900 Kč bez DPH na 12 měsíců. Existuje také varianta bezplatného firemního zápisu, tzv. Základní zápis. Jedná se sice o bezplatnou, ale velmi omezenou prezentaci firmy v Adresáři exportérů, která obsahuje základní kontaktní údaje, oborové zařazení firmy a krátký základní popis činnosti firmy v češtině, angličtině, němčině a ruštině, překlady ovšem nejsou zajištěny.

Na internetových stránkách této agentury lze také nalézt odkaz na internetovou databázi exportních příležitostí, která se nachází na vládním portálu BusinessInfo (www.businessinfo.cz), což je oficiální portál pro podnikání a export. Na internetových stránkách tohoto portálu se nacházejí veškeré nabídky zahraničních poptávek, projektů a tendrů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem. Hodnocená firma by zde mohla nalézt potenciální obchodní příležitost.

Poslední vhodnou nabízenou službou, kterou by firma mohla u agentury CzechTrade využít jsou tzv. Individuální služby v zahraničí. Agentura CzechTrade má 33 zahraničních kanceláří s působností pro 38 zemí. Tamní odborníci mohou firmě pomoci v několika směrech. Ať už se jedná o vyhledání obchodních kontaktů, průzkum trhu, ověření zájmu o produkt, organizaci obchodních jednání, dlouhodobou exportní asistenci nebo další asistenční služby. Pro hodnocenou firmu by jistě mohlo být zajímavou službou vyhledání obchodních kontaktů. Tuto činnost provádějí odborníci

agentury, kteří mají výborné znalosti místního prostředí. Hodinová sazba služeb zahraničních kanceláří činí 700 Kč bez DPH. Jedná se o státem dotovanou sazbu. Celková cena zakázky se odvíjí od jejího rozsahu a pracnosti, v návaznosti na specifika cílové země a oboru podnikání firmy.

Dalším navrženým doporučením je dokončení procesu zavádění normy kvality ISO 9001 a normy ochrany životního prostředí ISO 14001. Představitel firmy tvrdí, že význam a prestiž vlastnictví těchto norem není již nijak velké, neboť se obecně ví, že se normy mohou zavést částečně nepoctivým způsobem a vlastnictví norem nic nevyovídá o fungování procesů firmy. Je to jistě možná skutečnost, nicméně pokud chce firma být konkurenceschopnou a to nejen na mezinárodních trzích, tak by minimálně tyto dvě základní normy měla zavést. Jejich absence, především normy kvality, může pro firmu znamenat zavřené dveře k různým výběrovým řízením při ucházení se o potenciální zakázku.

5. Závěr

Hlavní cílem diplomové práce byla analýza vybraného podniku zabývajícího se exportem služeb a vymezení konkrétních opatření a doporučení pro eliminaci překážek, se kterými se podnik setkává. Analyzován byl podnik zabývající se mezinárodní silniční dopravou. Odvětví dopravy zaujímá velký podíl v exportu služeb.

Dílčím cílem práce byla analýza a zhodnocení překážek, se kterými se potýkají čeští exportéři služeb. Za tímto účelem byl sestaven dotazník, který byl předložen českým mezinárodním dopravcům. Dotazník obsahoval 10 otázek otevřeného i uzavřeného typu. Výběr respondentů byl proveden na základě nepravděpodobnostního vzorkování – nahodilým výběrem. Dotazníky byly firmám zasílány elektronickou poštou. Kontaktní údaje na jednotlivé firmy byly vyhledávány pomocí internetových portálů Přepravce.cz a Seznam.cz. Celkově bylo odesláno 330 dotazníků, navráceno jich bylo 41. Úspěšnost tedy činila 12,42 %. Získaná data byla analyzována a zhodnocena prostřednictvím výpočetního programu Microsoft Office Excel.

Z provedeného dotazníkového šetření vzešlo, že většina oslovených firem se při exportu služeb setkává s určitými překážkami. Nejčastěji uváděným druhem překážek byly překážky obchodní. Další často uváděné byly překážky administrativně/legislativní, kvality lidských zdrojů a nespecifikované jiné překážky. Nejvíce uváděnými překážkami v kategorii administrativně/legislativních překážek byly clo a celní procedury, certifikace, legislativa nebo zákazy jízd. V kategorii obchodních překážek byla nejčastěji zmiňována konkurence a dlouhá splatnost vydaných faktur, případně i jejich nezaplacení. S překážkami vyskytujícími se při průniku na trh se setkal pouhý jeden respondent a týkaly se především protekcionistického chování, personální a funkční provázanosti národních firem s politickou sférou nebo korupce. Překážky nedostatečné podnikatelské výkonnosti byly jmenovány také velice zřídka a vždy se jednalo o nedostatečnou finanční sílu nebo vysoké provozní náklady. V kategorii překážek kvality lidských zdrojů bylo nejvíce poukazováno na nedostatečnou jazykovou vybavenost, především řidičů. Z poslední kategorie tzv. jiných překážek byla nejvíce

rozšířenou odpovědí korupce, následována šikanou ze strany policistů a celníků. V další otázce dotazníku bylo od firem zjišťováno, ve které zemi narážejí na největší překážky a jaké to konkrétně jsou. Nejvíce dopravců zmiňovalo pouze dva státy a to Rusko a Rakousko, s malým odstupem následovalo Německo, Čína a Itálie. Uvedené překážky byly velmi individuální, ale nejčastěji se jednalo o překážky legislativní, dlouhou dobu splatnosti vydaných faktur, zákazy jízd, špatné chování policie nebo vysoké pokuty.

V diplomové práci byly stanoveny 3 různé hypotézy. První stanovenou hypotézou bylo, že mezi českými mezinárodními dopravci převažují ti, kteří při realizaci své činnosti narážejí na nějaké překážky. Tato hypotéza se potvrdila, neboť ze 41 dotázaných respondentů, 27 odpovědělo, že na určité překážky skutečně naráží a pouhých 14 respondentů uvedlo, že se s žádnými překážkami neseťkává. Druhá hypotéza předpokládala, že nejčastější překážkou mezi českými mezinárodními dopravci je překážka obchodního charakteru, především vysoká konkurence. Překážky obchodního charakteru zaujaly mezi odpověďmi největší podíl (36 %). Z dotazníků také vyplynulo, že nejčastější překážkou z kategorie obchodních překážek je konkurence, která ale jen těsně předstihla překážku dlouhé doby splatnosti faktur. Hypotéza byla potvrzena. Třetí hypotéza tvrdila, že malé a střední podniky disponují nedostatečnou podnikatelskou výkonností častěji, než velké podniky. Hypotéza se potvrdila, neboť tuto překážku uvedla 4 % malých a středních podniků, nýbrž z velkých podniků tuto překážku neuvedl ani jeden jediný.

Dalším krokem byla analýza konkrétní firmy z odvětví mezinárodní silniční nákladní dopravy. Vybranou firmou se stala společnost LKW Budweiser Spedition Kratochvíl. Tato firma byla založena v roce 1991 a sídlí v obci Kamenný Újezd, nedaleko Českých Budějovic. Firma má 30 zaměstnanců. Hlavní činností firmy je poskytování tuzemské a mezinárodní kamionové dopravy. Nejčastějšími cílovými destinacemi jsou Velká Británie, Německo, Rakousko, Španělsko a Česká republika.

Z finanční analýzy hodnocené firmy vyplynulo, že v letech 2008 – 2009 dosáhla ztráty. Velký vliv na hospodářský výsledek měla zcela jistě celosvětová hospodářská krize. Tržby za prodej služeb se v roce 2009 snížily vzhledem k předchozímu roku. Doba inkasa pohledávek přináší firmě nemalé problémy, neboť dostává pozdě zapláceno. Koeficient zadluženosti měl za sledované roky rostoucí tendenci, což znamená, že firma má stále více dluhů vzhledem k vlastnímu kapitálu. Celková likvidita zobrazuje schopnost firmy dostát svým závazkům. Do roku 2008 byla její hodnota nad doporučenou hranicí, ale v roce 2009 pod ní poklesla. Pozitivem je, že se stále drží v její těsné blízkosti.

Dále byla provedena analýza konkurence – Porterův model. Ten znázorňuje působení a charakteristiky základních pěti sil na nichž závisí stav konkurence v odvětví. Firma se potýká s velkým množstvím tuzemských i zahraničních konkurentů. Firma se snaží prosadit velkým důrazem na kvalitu nabízených služeb, individuálním přístupem k zákazníkovi a vysokou flexibilitou poskytovaných služeb. Odběratele tvoří především rakouské spediční firmy a výrobci z odvětví průmyslu, hlavně zpracovatelé kovů. Dodavateli jsou firmy zabývající se prodejem tahačů, návěsů, náhradních dílů, pohonných hmot apod. Za substituty lze považovat ostatní druhy doprav. Vstup potenciálních konkurentů limituje vysoká kapitálová náročnost a nasycenost trhu.

V rámci provedené STEP analýzy bylo popsáno vnější prostředí podniku z hlediska čtyř segmentů. Ze sociálně-kulturních vlivů má nejvýznamnější vliv faktor vzdělanosti, který se týká především řidičů, ale také skladníků či vedoucích představitelů firem. Z technicko-technologických vlivů má velký význam technologický pokrok v podobě vývoje automobilů na ekologický elektrický pohon a nové objevy, kde důležitou inovací je stále větší zdokonalování schopností satelitních navigačních systémů. Z ekonomických vlivů má na podnik vliv nezaměstnanost, inflace, pohyby devizových kurzů nebo změny cen vstupů. Z politicko-právních vlivů má na podnik vliv legislativa týkající se odvětví dopravy, odvody daní a poplatků nebo ochrana životního prostředí.

Poslední provedenou analýzou byla SWOT analýza. Ta popisuje podnik z hlediska vnějšího i vnitřního prostředí podniku. Nejvýznamnějšími silnými stránkami podniku jsou kvalita poskytovaných služeb, individuální přístup k zákazníkovi a vysoká flexibilita nabízených služeb. Mezi nejvýznamnější slabé stránky patří nedostatek jazykově vybavených řidičů a úzké destinační zaměření exportu služeb. K nejvýznamnějším příležitostem pro podnik patří možnost nových obchodních příležitostí na stávajících trzích a vstup na nové trhy. Nejvýznamnějšími ohroženími jsou dlouhá splatnost vydaných faktur, ceny vstupů a vysoké mýtné poplatky. Z hlediska významnosti silné stránky podniku převládly nad slabými a ohrožení nad příležitostmi. Z provedené SWOT matice vzešlo doporučení na aplikaci ST strategie (maxi – mini). Ta říká, že firma by měla využít svých silných stránek, aby jimi eliminovala potenciální hrozby.

V provedeném strukturovaném řízeném rozhovoru s představitelem firmy byly identifikovány a popsány překážky, se kterými se firma potýká. Jmenovanými překážkami byly nedokončený proces certifikace norem kvality ISO 9001 a ochrany životního prostředí ISO 14001, regionální zákazy jízd, šikana a vysoké pokuty dopravní policie, zvyšování cen vstupů (především pohonných hmot), mýtných poplatků a vysoké daňové zatížení. K dalším uvedeným překážkám patřila konkurence, především firmě vadí přepravci, kteří dopravu pouze zařizují, ale sami nerealizují. Významnou překážkou je pro firmu dlouhá doba splatnosti vydaných faktur, případně i jejich nezaplacení. Důležitými překážkami jsou též kurzové rozdíly a nedostatečná jazyková vybavenost řidičů. Mezi překážkami byly také uvedeny korupce, byrokracie a arogance vůči českým firmám.

Poslední částí diplomové práce byl návrh konkrétních doporučení, které by vedly k eliminaci některých uvedených překážek. Jelikož se firma potýká s konkurencí a konkrétně uvedla, že by ráda získala větší množství zakázek na vzdálených trzích, tak bylo firmě doporučeno, aby při hledání nových obchodních příležitostí na stávajících trzích nebo expanzi na nové trhy využila služeb agentury CzechTrade. Agentura nabízí celou řadu služeb, ale vhodnými službami by byl Adresář exportérů, což je oficiální

katalog českých exportérů prezentovaný v zahraničí. Na internetových stránkách agentury lze nalézt odkaz na internetovou databázi exportních příležitostí. Zde se nacházejí veškeré nabídky zahraničních poptávek, projektů a tendrů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem. Firma by zde mohla nalézt potenciální obchodní příležitost. Poslední nabízenou službou jsou tzv. Individuální služby v zahraničí. Agenturní odborníci mohou firmě pomoci v mnoha směrech, ovšem nejvhodnější by pro firmu byla pomoc s vyhledáním obchodních kontaktů. Dalším doporučením by pro firmu bylo dokončení procesu zavádění norem kvality ISO 9001 a ochrany životního prostředí ISO 14001, neboť chce-li být firma konkurenceschopná v mezinárodním měřítku, tak by vlastnictví těchto norem, především normy kvality, mělo být nutným standardem.

6. Summary

The current global trend is the growth importance of services. International exchange of goods and services proceed in two directions from the perspective of a participating state. It's either export or import of goods and services.

The title of this thesis is “Barriers Analysis Export of Services in The Czech Republic“. The thesis is focused on the Czech business entities engaged in the export of services.

The main aim of the thesis is an analysis of selected company dealing with exports of services and defining specific measures and recommendations for eliminating the barriers with which the company meets. The selected firm is from the area of international road transport. Transport is an important part of the service sector. The partial aim of the thesis is an analysis of barriers to exports of services of Czech business entities involved in international transport.

International transport providers meet with many barriers. For filling of partial aim was compiled questionnaire and was performed survey. The questionnaire was sent via e-mail to 330 transport companies. Return of completed questionnaires was 41. The questionnaire contained 10 questions. Responses were analyzed and evaluated. This operation was performed using computer software Microsoft Office Excel. Based on the questionnaire were answered defined hypotheses.

For filling of main aim was analyzed selected company from the area of international road transport. The company was founded in 1991. The firm specializes in European destinations. The company was described and characterized. The first performed analysis was financial analysis. The second performed analysis was competition analysis – Porter’s model five forces: competitors, customers, suppliers, substitutes and potential competitors. Further performed analysis was STEP analysis. This analysis evaluates external environment of company. Last analysis was SWOT analysis. It evaluates external and internal environment of company. It identifies the most important

strengths, weaknesses, opportunities and threats. From this SWOT analysis was identified recommended strategy for rated company. Further was performed structured interview with company representative about barriers to exports of services.

The final output of this thesis was proposal specific measures and recommendations for this company for elimination barriers by export of services. For company were recommended services to support export implemented by the agency CzechTrade and complete implementation of ISO standards.

7. Přehled použité literatury

Odborné publikace

BALL, Donald A.; MCCULLOCH, Wendell H. *International business: Introduction and Essentials*. Homewood: BPI IRWIN, 1990. 774 s. ISBN 0-256-08010-0.

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

GROSSE, Robert; KUJAWA, Duane. *International business: Theory and Managerial Applications*. Homewood: IRWIN, 1988. 764 s. ISBN 0-256-03281-5.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.

MACHKOVÁ, Hana; SATO, Alexej; ZAMYKALOVÁ, Miroslava a kol. *Mezinárodní obchod a marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002. 268 s. ISBN 80-247-0364-5.

NOVÁK, Radek. *Mezinárodní kamionová doprava plus*. Praha: ASPI Publishing, 2003. 252 s. ISBN 80-86395-53-7.

PARMOVÁ, Dagmar. *Řízení služeb*. České Budějovice: ZF JČU, 2004. 96 s.

PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-276-X.

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

TICHÁ, Lucie. *Vnější obchodní vztahy ČR*. České Budějovice: EF JČU, 2007. 167 s. ISBN 978-80-7394-015-7

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Internetové zdroje

Analýza struktury exportu služeb [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008 [cit. 2011-01-29]. Dostupné z WWW: <<http://download.mpo.cz/get/34464/40254/476916/priloha001.pdf>>.

Český statistický úřad [online]. 8.3.2010 [cit. 2011-01-28]. Zahraniční obchod. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zo>>.

Doporučení pro podporu exportu služeb [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2006 [cit. 2011-01-30]. Dostupné z WWW:
<<http://download.mpo.cz/get/34695/38949/447961/priloha001.pdf>>.

Seznam grafů a tabulek

Seznam grafů	Strana
Graf 1: Objem exportu zboží a služeb v období 2001 – 2007	20
Graf 2: Objem importu zboží a služeb v období 2001 – 2007	21
Graf 3: Vývoj exportu služeb v teritoriálním členění v letech 2001 – 2007	22
Graf 4: Teritoriální struktura exportu služeb v roce 2007	23
Graf 5: Vývoj importu služeb v teritoriálním členění v letech 2001 – 2007	24
Graf 6: Teritoriální struktura importu služeb v roce 2007	24
Graf 7: Struktura zahraničního obchodu se službami v roce 2007	26
Graf 8: Druh dopravy	36
Graf 9: Počet zaměstnanců	37
Graf 10: Obrat v roce 2009	37
Graf 11: Podíl mezinárodní dopravy na obratu	38
Graf 12: Využívané geografické oblasti	39
Graf 13: Druhy překážek	41
Graf 14: Druhy překážek dle malých a středních podniků	42
Graf 15: Druhy překážek dle velkých podniků	42
Graf 16: Sídlo společnosti	46
Graf 17: Hospodářský výsledek firmy v letech 2006 – 2009	51
Graf 18: Tržby za prodej služeb v letech 2006 – 2009	52
Seznam tabulek	Strana
Tabulka 1: Zahraniční obchod ČR se službami v letech 2001 – 2007	19
Tabulka 2: Podíl služeb na celkovém exportu ČR v období 2001 – 2007	20
Tabulka 3: Podíl vývozu služeb na celkovém vývozu v roce 2006	20
Tabulka 4: Podíl služeb na celkovém importu ČR v období 2001 – 2007	21
Tabulka 5: Nejvýznamnější partneři ČR v oblasti služeb v roce 2007	25
Tabulka 6: Zahraniční obchod s ostatními službami v roce 2007	27

Tabulka 7: Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb v zemích EU	29
Tabulka 8: Překážky z pohledu zastupitelských úřadů a českých exportérů služeb ve třetích zemích	30
Tabulka 9: Země s největším podílem na obratu	39
Tabulka 10: Porovnání významnosti silných a slabých stránek	65
Tabulka 11: Určení pořadí silných a slabých stránek	65
Tabulka 12: Porovnání významnosti příležitostí a ohrožení	66
Tabulka 13: Určení pořadí příležitostí a ohrožení	67
Tabulka 14: SWOT matice	68

Seznam příloh a přílohy

Příloha 1: Průvodní dopis k dotazníku

Příloha 2: Dotazník

Příloha 3: Nákladní list CMR

Příloha 1: Průvodní dopis k dotazníku

Dobrý den,

jmenuji se Stanislav Jirkal a jsem studentem 5. ročníku oboru Obchodní podnikání Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Zpracovávám diplomovou práci na téma: Analýza překážek exportu služeb v ČR.

V rámci této práce provádím u podnikatelských subjektů provozujících mezinárodní dopravu průzkum v oblasti překážek exportu služeb.

Chtěl bych Vás touto cestou požádat o vyplnění krátkého dotazníku, který zasílám v příloze.

Všechny Vámi uvedené informace slouží výhradně pro potřeby mé diplomové práce, budou zpracovány anonymně a nebudou jednotlivě uveřejněny.

Vyplněný dotazník zašlete prosím zpět na emailovou adresu: jirkas00@ef.jcu.cz

Předem děkuji za Vaši ochotu a čas spojený s vyplněním a zasláním dotazníku.

S pozdravem

Bc. Stanislav Jirkal
email: jirkas00@ef.jcu.cz
mobil: 774 557 301

Kontakt na vedoucí diplomové práce:

Ing. Lucie Tichá, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu
Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích
Studentská 13
370 05 České Budějovice
email: ticha@ef.jcu.cz
tel: 387 772 689

Příloha 2: Dotazník

Dotazník – podnikatelské subjekty provozující mezinárodní dopravu

Pokyny k vyplnění:

- označte X do prázdných žlutých kolonek, pokud uvedená odpověď odpovídá situaci ve vaší firmě
- v případě otevřené otázky vypište vaší odpověď do prázdných modrých kolonek
- pokud není uvedeno jinak, je možná jen jedna odpověď

* * *

1. Jakým druhem dopravy se vaše firma zabývá? (možno zaškrtnout více než jednu odpověď)

<input type="checkbox"/>	Železniční doprava
<input type="checkbox"/>	Letecká nákladní doprava
<input type="checkbox"/>	Kamionová doprava
<input type="checkbox"/>	Námořní doprava

2. Kolik máte zaměstnanců?

<input type="checkbox"/>	1 - 49
<input type="checkbox"/>	50 - 249
<input type="checkbox"/>	250 - 499
<input type="checkbox"/>	500 a více

3. Jakého celkového obrátu jste dosáhli v roce 2009?

<input type="checkbox"/>	méně než 100 mil. Kč
<input type="checkbox"/>	100 – 500 mil. Kč
<input type="checkbox"/>	501 – 1 mld. Kč
<input type="checkbox"/>	více než 1 mld. Kč

4. Jakou část vašeho obrátu tvoří mezinárodní doprava?

<input type="checkbox"/>	méně než 20 %
<input type="checkbox"/>	20 – 40 %
<input type="checkbox"/>	41 – 60 %
<input type="checkbox"/>	61 – 80 %
<input type="checkbox"/>	více než 80 %

5. Do kterých geografických oblastí realizujete mezinárodní dopravu? (možno zaškrtnout více než jednu odpověď)

<input type="checkbox"/>	Evropa
<input type="checkbox"/>	Amerika
<input type="checkbox"/>	Asie
<input type="checkbox"/>	Afrika
<input type="checkbox"/>	Oceánie a polární oblasti

6. Jmenujte 3 země, které se nejvíce podílejí na vašem obratu.

a)	
b)	
c)	

7. Narážíte při exportu na nějaké překážky?

<input type="checkbox"/>	Ano
<input type="checkbox"/>	Ne (pokračujte otázkou č.10)

8. S jakými druhy překážek se při své činnosti setkáváte? + vypište konkrétně jaké (možno zaškrtnout více než jednu odpověď)

<input type="checkbox"/>	Administrativní/legislativní (certifikace, kvóty počtu fyzických osob, regulovaný trh práce,...)
<input type="checkbox"/>	Obchodní (vysoká konkurence, kurzovní výkyvy, nesplácení faktur, ...)
<input type="checkbox"/>	Při průniku na trh (neznalost místního prostředí, vysoké vstupní náklady, ...)
<input type="checkbox"/>	Nedostatečná podnikatelská výkonnost (nedostatečná finanční síla, personální vybavení, ...)
<input type="checkbox"/>	Kvalita lidských zdrojů (jazyková vybavenost, manažerské schopnosti,...)
<input type="checkbox"/>	Jiné (nedůvěra vůči zemím bývalého východního bloku, špatné vztahy, ...)

9. Uveďte zemi, ve které se setkáváte s největšími překážkami + uveďte konkrétní překážku/y.

Země	
Překážka/y	

10. V kterém kraji sídlí vaše společnost?

<input type="checkbox"/>	Hlavní město Praha
<input type="checkbox"/>	Jihomoravský kraj
<input type="checkbox"/>	Jihočeský kraj
<input type="checkbox"/>	Královéhradecký kraj
<input type="checkbox"/>	Karlovarský kraj
<input type="checkbox"/>	Liberecký kraj
<input type="checkbox"/>	Olomoucký kraj
<input type="checkbox"/>	Moravskoslezský kraj
<input type="checkbox"/>	Pardubický kraj
<input type="checkbox"/>	Plzeňský kraj
<input type="checkbox"/>	Středočeský kraj
<input type="checkbox"/>	Ústecký kraj
<input type="checkbox"/>	Vysočina
<input type="checkbox"/>	Zlínský kraj

* * *

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Příloha 3: Nákladní list CMR

1 Odesílatel (jméno, adresa, země) Absender (Name, Adresse, Land)		MEZINÁRODNÍ NÁKLADNÍ LIST č. INTERNATIONALER FRACHTBRIEF Nr. CZ X 0228926					
2 Příjemce (jméno, adresa, země) Empfänger (Name, Adresse, Land)		16 Dopravce (jméno, adresa, země) Frachtführer (Name, Adresse, Land)					
3 Místo vydání zboží Ausladestelle des Gutes		17 Další doprava (jméno, adresa, země) Folgende Frachtführer (Name, Adresse, Land)					
4 Místo a datum nahlášení zboží Entladestelle des Gutes und Datum		18 Vyhraď a poznámky dopravce Vorbehalt und Bemerkungen des Frachtführers					
5 Příložené doklady Beigefugte Dokumente							
6 Signa a číslo Zeichen und Nr.	7 Počet kolů Anzahl der Räder	8 Druh obalu Art der Verpackung	9 Označení zboží Bezeichnung des Gutes	10 Statistické číslo Statistische Nr.	11 Hř. hmot. v kg Ettergewicht kg	12 Objem m³ Linhäng m³	
19 Kód Zu zahlen vom	odesílatel Absender	měna/Währung		příjemce Empfänger			
14 Důvěra Nachnahme		19 Kód Zu zahlen vom		odesílatel Absender			
15 Podmínky odeslání zboží Anweisungen über die Frachtrechnung		19 Kód Zu zahlen vom		odesílatel Absender			
21 Vystaveno v / Ausfertigt in		23		24 Zveřejněno Datum			
25 SPZ vozidla / tažba		23		24 Zveřejněno Datum			
26 Uložení zboží		23		24 Zveřejněno Datum			
27 Číslo DVV		23		24 Zveřejněno Datum			
29 Hranice přechodu		23		24 Zveřejněno Datum			
30 Všechny příhradní doklady		23		24 Zveřejněno Datum			
31 Různé		23		24 Zveřejněno Datum			

Pramen: Novák, R., 2003