

1. Teoretická východiska

Jednoduchá myšlenka nazývaná „zákon jedné ceny“ říká: „Jestliže země vyrábějí identické zboží, pak by cena tohoto zboží měla být všude ve světě stejná, bez ohledu na to, která země zboží vyrábí.“ Realita je složitější. V mezinárodním obchodě se běžně setkáváme s rozdílnými cenami výrobků, které lze považovat za identické.

Rozdílné ceny výrobků odrážejí jejich rozdílnou kvalitu, cena je funkcí kvality (Freudenberg M., Lemoine F., 1999). Vztah mezi kvalitou a cenou výrobků není proporcionální. Zvýšení (pokles) kvality vyvolává podstatně progresivnější zvýšení (pokles) cen. Kvalitativní rozdíly mají za následek ostrou diferenciaci cen výrobků (Kolanda, 1968, 1989, 2001).

Produkty prodávané na daném trhu za značně rozdílné ceny mohou být považovány za výsledky odlišných produkčních funkcí. Klíčovou roli při cenově-kvalitativní diferenciaci výrobků hrají: lidský kapitál (kvalifikace pracovní síly), výzkumně-vývojový potenciál, technologická úroveň, kapitálová intenzita, úroveň organizace a řízení firem. V důsledku rozdílného vybavení uvedenými faktory se mohou vyspělé země specializovat na zboží vysoké kvality a méně vyspělým zemím nezbyvá, než se orientovat na zboží podřadného ranku (hovoří se o jejich „reziduální specializaci“). Koncepce komparativních výhod pro země s rozdílným vybavením faktory zůstává v platnosti, ale v aktualizované podobě (Helpman, Krugman, 1985).

Pojem „kvalita výrobku“ je nutno chápat komplexně. Nemůžeme chápat kvalitu jen ve smyslu užitečných vlastností výrobku. Jde o širokou množinu vlastností, zahrnující obchodní podmínky, doprovodné služby, možná rizika (včetně rizik plynoucích z pohybu kurzových relací), goodwill dodavatele, image výrobku. Rozdíly cen docilovaných jednotlivými zeměmi na určitém trhu bývají způsobeny rozdílnou kvalitou, ale také, významnou měrou, rozdílnými systémově-institucionálními podmínkami, za kterých se uskutečňuje výroba a obchod (Dietz R., 1999). **Cenové relace souvisí se systémovými a institucionálními rozdíly. Zboží vyvážené zeměmi se systémově-institucionálním handicapem má tendenci být směňováno pod cenami světových trhů i v případě, že jde o zboží shodných technických kvalit.**

S rozdílnými cenami identického zboží se setkáváme zejména v případě obchodu mezi vyspělými a méně vyspělými, tedy i tranzitivními zeměmi. Zatímco ve vyspělých zemích se lze spolehnout na efektivně pracující instituce a dobře zavedené rutinní postupy, méně vyspělé země teprve musí vytvářet instituce nezbytné pro nastolení racionálního systému a dotvoření trhu.

Transakční náklady se liší nejen podle zemí, ale také podle komoditních skupin. Mohou být zanedbatelné v případě brambor nebo jednoduchých produktů metalurgie, významnou roli hrají v případě automobilů nebo počítačů. **Sofistikované zboží je citlivější na systémově-institucionální podmínky než jednoduché zboží** (Dietz, 1999).

Příčiny rozdílných cen docilovaných v obchodě s daným výrobkem na daném trhu nejsou podmíněny jen dispozicemi výrobců v zemi původu zboží, ale také obchodní zdatností účastníků jednání. Základem každého obchodu je arbitráž, která se řídí pravidlem „kupuj levně a prodej drazé“. Vzájemná interakce všech účastníků na trhu je nesmírně spleťtá (Benáček V., 1999). Země, národy a státy vstoupily do historie často spíše zásluhou svých obchodníků než výrobců (Fénicie, Kréta, Benátky). Nejde jen o to něco kvalitně vyrobit, ale také kvalifikovaně prodat. Dnes to platí stejně jako ve starověku a středověku. **I prodejní technologie má svou marketingovou infrastrukturu, která je neméně náročná na „factor endowments“ – na vybavení země potřebnými předpoklady.** K těm patří marketingová síť, doprovodné služby, kvalifikované informace o trhu, v neposlední řadě informace o cenách.

Ekonomická teorie má i další vysvětlení rozdílnosti cen identických výrobků. **Ceny výrobku bývají ovlivněny rozdílnou preferencí domácího versus zahraničního zboží na straně země – dovozce.** I kdyby technické parametry daného výrobku pocházejícího z různých zemí byly totožné, nemusí být poptávka po nich a jejich výsledná cena shodná.

Analýza vývoje cen v zahraničním obchodě se zeměmi EU

Japonské zboží bylo ještě v 60. letech považováno za podřadné, a proto bylo levné. Během historicky velmi krátké doby se pojem japonské zboží stal synonymem kvalitního zboží. Se značkou „Made in Japan“ se prosazují na náročných trzích a za důstojné ceny například i obráběcí stroje nebo hudební nástroje, tedy výrobky pro Japonsko netradiční. Naproti tomu socialistické Československo bylo nuceno někdy skrývat provenienci svých výrobků pod značkou „Made in Europe“.

Podstatná část mezinárodního obchodu, zejména obchodu s výrobky zpracovatelského průmyslu mezi vyspělejšími zeměmi, má povahu obousměrného obchodu – simultánní vývoz a dovoz podobných výrobků. Jeho smyslem a obsahem bývá obohacení sortimentu (například směnou automobilů shodných technických parametrů a uživatelských kvalit). Jde o směnu výrobků shodné povahy, lišící se detaily, jejich jednotkové ceny jsou si blízké - hovoříme o „horizontální diferenciaci výrobků“. **Naprosto většinu obousměrného obchodu však tvoří směna „vertikálně diferencovaných výrobků“ - výrobků, jejichž diferenciaci je založena na rozdílné kvalitě a ceně.** Tato směna je hnací silou mezinárodního obchodu.

Horizontální diferenciaci výrobků se týká variant výrobků podobné kvality (například rozdílné barvy a vzoru bot téže kvality). Vertikální diferenciaci se vztahuje k rozdílným variantám lišícím se kvalitou (například boty z kůže nebo z plastické hmoty).

Modely horizontální diferenciaci předpokládají, že podobnosti v poptávce a úrovni příjmů upřednostňují horizontální specializaci; čím větší je trh dané země, tím větší bude objem obousměrného obchodu. Modely vertikální diferenciaci výrobků naproti tomu předpokládají pozitivní vztah mezi vyspělostí země a vertikální obousměrnou směnou, jakož i pozitivní korelaci mezi úrovní příjmů na obyvatele a vertikální obousměrnou směnou (Falvey 1981, Falvey, Kierzowski 1985, Greenaway, Milner 1986, Flam, Helpmann, 1987, Havlik, Landesmann, Urban, Wiesner, 2003).

Výchozí teze vysvětlující rozdílnost cen určitého výrobku rozdílné proveniencí rozdílnou kvalitou je podmíněná. Nicméně kvalita je nepochybně rozhodujícím faktorem určujícím cenu. V tomto pojetí se cenami v mezinárodním obchodě zabývá mnoho studií (Greenaway, Hine, Milner 1994, Fontagné, Freudenberg 1997, Jansen, Landesmann 1999). Tyto studie prokazují, že přístup založený na vertikální diferenciaci výrobků v obousměrné směně je relevantní pro vztahy mezi východní a západní Evropou (Aturupane, Djanov, Hoeckman 1999, Burgstaller, Landesmann 1999, Havlik, Landesmann, Stehrer 2001).

Růst relativních cen na zahraničních trzích vytváří tlak na zhodnocení nominálního měnového kurzu a tím i na růst komparativní cenové úrovně (Taušer 2004).

Počátkem 90. let země střední a východní Evropy vykazovaly často specializaci obchodu na obory nízké technické a kvalifikační úrovně. Model specializace se však v posledních letech změnil, v mnoha případech rychle (Havlik, 2001; Landesmann, Stehrer, 2002; Wörz, 2003; Dulleck, Foster, Stehrer, Wörz, 2004). Tyto země dosáhly posunu exportu k oborům s vyšší technickou úrovní. Největší růst exportních cen nových zemí vykazovaly technicky náročné výrobky (Landesmann, Stehrer, 2002).

Ke strukturální přestavbě rozhodující měrou přispěl příliv zahraničního kapitálu. V roce 2001 činil podíl podniků se zahraniční účastí ve zpracovatelském průmyslu na vývozu v případě Maďarska téměř 90 %, v případě Slovenska přes 75 % (Hunya G., 2004). Strukturální přestavba má tři fáze: (1) přechod od dovozu přes domácí produkci k exportu, (2) přechod od výroby spotřebního zboží k investičnímu, jakož i od surovin a jednoduchých výrobků ke komplexním a rafinovaným výrobkům, (3) přesun výroby z vyspělých do méně vyspělých zemí (Bellak, 2003).

Flying Geese Growth Model (FGM) popisuje úlohu přímých zahraničních investic při strukturální přestavbě stádií (Dowling, Cheang, 2000): (1) nové výrobky jsou uváděny prostřednictvím dovozu z vedoucí země a začíná jejich domácí výroba; (2) domácí výroba nahrazuje dovoz a začínají investovat zahraniční investoři, obvykle v malém rozsahu; (3) roste domácí výroba, značně roste vývoz a zahraniční investice se stávají významnými - dané odvětví ve vedoucí zemi ztrácí své komparativní výhody, výroba se přemísťuje; (4) domácí výroba se zpomaluje vlivem rostoucích nákladů a rostoucí konkurence „později startujících“ zemí, vývoz se zpomaluje nebo klesá, zahraniční investice klesají, investoři jsou lákáni „později startujícími zeměmi“; (5) země ztrácí konkurenční

Analýza vývoje cen v zahraničním obchodě se zeměmi EU

schopnost a výroba se přesunuje do „později startujících“ zemí. Vývoz země prošel restrukturalizací ve prospěch high-tech a medium-high-tech odvětví. Tím je vysvětleno extrémní exportní chování maďarské ekonomiky (toto vysvětlení se vztahuje i k extrémnímu vývoji vývozních cen Maďarska - viz část 5.).

Při této strukturální přestavbě roste obousměrná směna. Je to v souladu s „novou“ teorií zahraničního obchodu, která tvrdí, že obchod mezi průmyslovými zeměmi je motivován diferenciací výrobků a výhodami hromadnosti. Nejvýznamnější je obousměrná směna v obchodě Evropské unie s Českou republikou, Slovenskem a Maďarskem (Havlik, Landesmann, Stehrer, 2001).

Přímé zahraniční investice a strategie nadnárodních společností (multinational corporations – MNCs) jsou důležitými kanály strukturální přestavby při ekonomické integraci (Havlik, P., Landesmann, M., Urban, W., Wiesner, R., 2003). Je otázkou, zda mezinárodní výrobní systémy vytvářené těmito společnostmi nevedou k tomu, že východoevropští výrobci jsou spíše ekonomickými komplementy než rivaly. Teoretická literatura rozlišuje dva krajní případy multinacionální aktivity: horizontální a vertikální. Horizontální MNCs jsou firmy, které geograficky člení výrobní proces, aby získaly výhodu rozdílných cen výrobních faktorů. Naproti tomu vertikální jsou určovány komparativními výhodami zemí. Exportní specializace je tažena technologicky náročnými odvětvími. Nositeli uvedené tendence jsou výrobky farmaceutického průmyslu, telekomunikační zařízení výrobky leteckého a kosmického průmyslu, kancelářská technika a počítače, elektronické komponenty a automobily. Česká republika vykazuje velmi nízkou míru specializace (největší vykazuje Irsko).

Příznivý vývoj cen na zahraničních trzích vytváří tlak na zhodnocení nominálního měnového kurzu a na růst domácí komparativní cenové úrovně (Taušer 2004). **Přispívá ke konvergenci cenových úrovní a struktur, je patrně podmínkou této konvergence.**