

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta tělesné výchovy a sportu

Postoje a povědomí o daňových rájích mezi studenty

FTVS UK oborů TVS a MNG

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

Doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.

Vypracoval:

Jiří Sládek

Praha, srpen 2019

Prohlašuji, že jsem závěrečnou bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, dne

.....

.....

Jiří Sládek

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval panu Doc. RNDr. Bohumíru Štědroňovi, CSc. Za odborné vedení této bakalářské práce a za jeho cenné rady a připomínky. Dále bych rád poděkoval všem studentům, kteří ochotně vyplnili dotazník, na jehož základě jsem mohl napsat tuto práci.

Abstrakt

Název: Postoje a povědomí o daňových rájích mezi studenty UK FTVS oborů TVS a MNG

Cíl: Cílem této bakalářské práce je zjistit postoje a povědomí o daňových rájích mezi studenty Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy, a to konkrétně mezi oborem Tělesná výchova a sport a oborem Management tělesné výchovy a sportu, a porovnat případné rozdíly v odpovědích, které budou sesbírány na základě kvantitativního výzkumu. Přínosem práce bude zjištění, zda existuje rozdíl v postojích a povědomí o daňových rájích u studentů sportovního a ekonomického oboru a zda mají studenti vůbec zájem se o tomto problému dozvědět více.

Metody: V práci je využívána metoda kvantitativního výzkumu, a to konkrétně elektronické dotazování, jehož cílem je zjistit postoje a povědomí minimálně 40 studentů z každého oboru. Soubor respondentů byl tedy určen částečně ovlivněným výběrem.

Výsledky: Výzkum postojů a povědomí o daňových rájích mezi studenty dvou rozdílných oborů na UK FTVS odhalil, že studenti z oboru Management mají větší povědomí a zároveň k danému problému i negativnější postoj. Na druhou stranu studenti oboru Tělesná výchova a sport projeví větší zájem se o daňových rájích dozvědět více, a to především proto, že jejich znalosti o tomto tématu nejsou nikterak velké.

Klíčová slova: povědomí, postoje, daňový ráj

Abstract

Name: Attitudes and awareness of tax havens among students of Charles University FPES majoring in PES and MNG

Target: The aim of this bachelor thesis is to find out attitudes and awareness of tax havens among students of the Faculty of Physical Education and Sport of Charles University, namely between the field of Physical Education and Sport and the field of Physical Education and Sport Management and compare possible differences in answers that will be collected based on quantitative research. The contribution of this work will be to learn whether there is a difference in attitudes and awareness of tax havens among students of sports and economics and whether students are even interested in learning more about this problem.

Methods: The thesis uses the method of quantitative research, namely electronic questioning, whose aim is to determine the attitudes and awareness of at least 40 students from each field. The sample of respondents was thus determined by the partially influenced selection.

Results: Research on attitudes and awareness of tax havens among students of two different fields of study at Charles University FPES has shown that Management students have greater awareness and also a more negative attitude to the problem. On the other hand, students of Physical Education and Sport have shown greater interest in learning more about tax havens, mainly because their knowledge of the subject is not so great.

Keywords: awareness, attitudes, tax haven

OBSAH

1	ÚVOD.....	8
2	CÍLE A ÚKOLY PRÁCE.....	9
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA	10
3.1	Povědomí.....	10
3.2	Postoje	10
3.3	Fakulta tělesné výchovy a sportu UK	11
3.3.1	UK FTVS Tělesná výchova a sport	11
3.3.2	UK FTVS Management tělesné výchovy a sportu	12
3.4	Přehled do roku 2017	12
3.5	Definice daňových rájů	13
3.6	Tlak na potírání daňových úniků	16
3.7	Seznam daňových rájů OECD	19
3.8	Popis mechanismu fungování daňových rájů	21
4	METODOLOGIE	24
4.1	Výzkumné otázky	24
4.2	Výzkumné hypotézy.....	24
4.3	Metody a techniky sběru dat.....	24
4.3.1	Seznam informací	24
4.3.2	Cílová skupina	25
4.3.3	Stanovení velikosti souboru respondentů.....	25
4.3.4	Sběr dat.....	26
4.3.5	Sestavení dotazníku.....	26
4.3.6	Pilotáž.....	28
5	PRAKTICKÁ ČÁST	29

5.1	Vyhodnocení otázek na povědomí	29
5.1.1	Setkali jste se s pojmem daňový ráj?	29
5.1.2	Co si pod pojmem daňový ráj představíte?	30
5.1.3	Který daňový ráj je podle vás nejvyhledávanější u českých firem?	31
5.1.4	Znáte nějaký negativní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?	32
5.1.5	Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.....	33
5.1.6	Znáte nějaký pozitivní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?.....	34
5.1.7	Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.....	34
5.2	Vyhodnocení otázek na postoje	35
5.2.1	Uvítali byste v médiích více informací o této problematice?.....	35
5.2.2	Uveďte důvod své odpovědi na předchozí otázku.....	36
5.2.3	Využili byste v budoucnu daňový ráj pro své podnikání?	38
5.2.4	Využili byste výhod daňových rájů za předpokladu, že jste profesionální sportovec?	39
5.2.5	Považujete užívání daňových rájů za nemorální?.....	40
5.2.6	Klesla by vaše důvěra ve firmu po zjištění, že užívá výhod daňových rájů? 41	
5.2.7	Změnili byste názor na vašeho oblíbeného sportovce po zjištění, že daní v daňovém ráji?	42
5.2.8	Souhlasíte s mezinárodními iniciativami bojovat proti daňovým rájům?	43
5.3	Socio-demografické otázky	45
5.3.1	Uveďte obor vašeho studia na UK FTVS.....	45
5.3.2	Uveďte ročník, ve kterém aktuálně studujete	45
5.3.3	Uveďte vaše pohlaví.....	46
6	DISKUZE	47
7	ZÁVĚR	49
	Seznam literatury	51

Seznam grafů	53
Seznam obrázků	53
Seznam tabulek	53
Seznam příloh	54
Příloha 1: Dotazník	

1 ÚVOD

Daňový ráj je stát nebo území, v němž jsou sazby daně z příjmů právnických a fyzických osob tak nízké, že zahraniční společnosti nebo jednotlivci mají zájem o založení společnosti za účelem ochrany svých příjmů před vyšším zdaněním v zemích jejich původu. Výhod daňových rájů využívá velké množství společností po celém světě a stejně tomu je i v České republice. V roce 2018 byl počet českých firem v daňových rájích 12 805. Mezi jednotlivce, kteří často přesouvají své bydliště do daňových rájů, pak můžeme zařadit především profesionální sportovce a celebrity, kteří mají astronomické příjmy, a tím pádem odvádějí na daních ve své rodné zemi obrovské částky. I přesto, že se jedná o významný problém, který je celosvětově řešen některými mezinárodními iniciativami, pouze malá část populace skutečně ví, jaké dopady daňové ráje na ostatní ekonomiky mají. Obecné povědomí tedy není nikterak velké.

Tento problém je hlavním motivem k vytvoření výzkumu, který bude popsán v této bakalářské práci. Výzkum by měl zjistit, jaké znalosti respondenti mají či nemají o daném problému a zároveň zjistit i jejich postoje k užívání daňových rájů. Autor bude porovnávat znalosti čili povědomí a postoje u dvou rozdílných skupin, u kterých se předpokládá rozdílná úroveň znalostí i jiné postoje. První skupinou budou studenti oboru Tělesné výchovy a sportu na FTVS UK, u kterých se nepředpokládají nějaké hlubší znalosti, a druhou skupinou budou studenti Managementu na FTVS UK, kteří v průběhu studia mají několik ekonomických oborů a tím pádem by měli mít o tomto problému daleko větší znalosti než studenti TVS. Tyto dvě rozdílné skupiny byly vybrány proto, že se u nich předpokládá rozdílný pohled na věc. U studentů MNG by se mělo jednat o pohled ekonomický. Což znamená, že postoje by měly být spíše negativní. U studentů oboru TVS se předpokládá podobný přístup, jako mají profesionální sportovci, jimiž se studenti tohoto oboru mohou skutečně stát nebo jimi již jsou. Zde lze očekávat postoje naopak spíše pozitivní.

Jelikož jsou znalosti a postoje většinou provázané, předpokládá se, že čím vyšší budou mít studenti znalosti, tím budou mít negativnější postoj k užívání daňových rájů. Tato skutečnost samozřejmě nezáleží pouze na znalostech, ale také na morálce respondentů.

Tato práce vedle porovnání povědomí a postojů mezi studenty dvou různých oborů také poskytne stručný popis daňových rájů, a také odhalí mechanismus jejich fungování.

2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Hlavním cílem této bakalářské práce je porovnat postoje a povědomí studentů sportovního a ekonomického oboru Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy. Součástí práce je i několik dílčích úkolů, které jsou následující:

- Studium literatury.
- Na základě sesbíraných informací definovat daňové ráje.
- Popsat mechanismus fungování daňových rájů.
- Formulace hypotéz a výzkumných otázek.
- Tvorba dotazníku.
- Sběr a analýza dat.
- Zjistit, zda je mezi studenty zájem se o tomto problému dozvědět více.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

V této práci se pracuje s několika základními pojmy, které je třeba vysvětlit, aby měl čtenář možnost pochopit celý výzkumný problém. Popisu těchto pojmů se věnuje první část této kapitoly. Dále jsou zde popsány charakteristické znaky daňových rájů, jejich historický vývoj a popis mechanismu jejich fungování daň. V závěru kapitoly je popsán proces výzkumu.

3.1 Povědomí

Povědomí je chápáno jako všeobecná znalost či známost. Havránek (1989) ho ve svém Slovníku spisovného jazyka českého (s. 716) popisuje jako „*jistý (nižší) stupeň uvědomění, uvědomování si něčeho, vědění něčeho, vědomosti o něčem, jistá povšechná znalost něčeho*“. [8]

Pojem povědomí popisuje i internetový portál Mediaguru, který ho s anglickým označením Brand awareness označuje přímo jako povědomí o značce, neboli „*kolik procent lidí z cílové skupiny zná danou značku*“. [2]

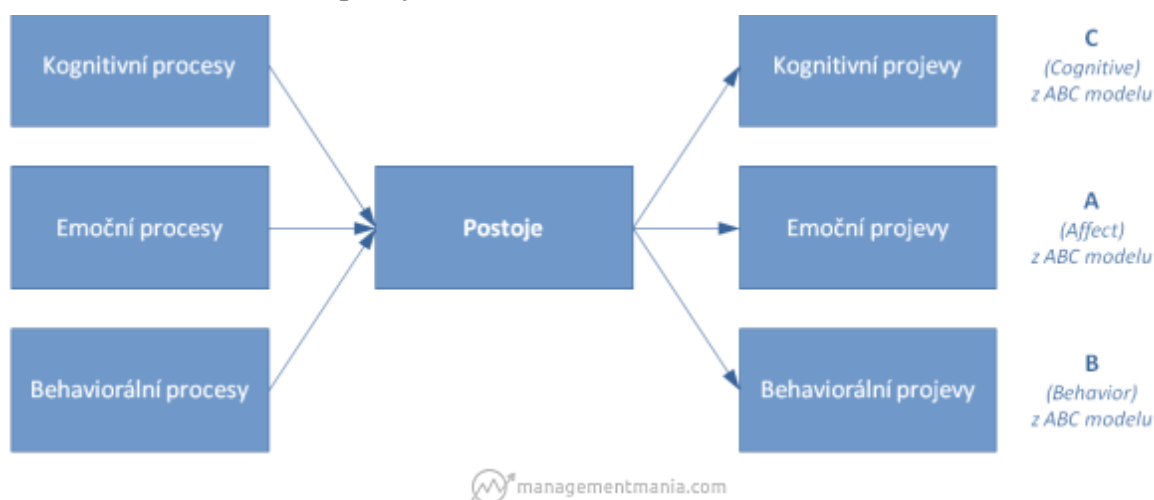
Povědomí subjektů tak můžeme zvětšovat zvýšením jejich informovanosti o daném problému. V případě problému užívání daňových rájů především větší medializací.

3.2 Postoje

Postoj patří mezi jeden z hlavních pojmů sociální psychologie. Internetový portál Managementmania ho definuje jako „*hypotetický konstrukt reprezentující pozitivní nebo negativní přístup někoho k někomu nebo k něčemu*“. [17]

Rosenberg a Hovland (1960) navrhli tříkomponentový model postojů, který můžeme vidět na obrázku 1.

Obrázek 1: Schéma modelu postojů



Zdroj: Postoj (Attitude) [17]

Autoři Secord a Backman (1964) uvádí ve svém díle *Social Psychology*, že jde o „Určité pravidelnosti v pocitech a myšlenkách jednotlivce a v jeho predispozicích jednat vůči některým aspektům svého prostředí.“ [18]

3.3 Fakulta tělesné výchovy a sportu UK

Fakulta tělesné výchovy a sportu funguje od roku 1953. Byla založena pod jménem Institut tělesné výchovy a sportu jako samostatná vysoká tělovýchovná škola. Součástí Univerzity Karlovy se stala o šest let později roku 1959 ovšem stále pod původním názvem. Po dalších šesti letech už vystupovala jako jedna z fakult Univerzity Karlovy a to už pod současným názvem.

Současná fakulta otevírá od roku 2019/20 nově akreditované bakalářské obory. Jsou jimi: Tělesná výchova a sport se zaměřením na vzdělání, Tělesná výchova a sport, Management tělesné výchovy a sportu, Trenér, Kondiční trenér, Aplikovaná tělesná výchova osob se specifickými potřebami, Vojenská tělovýchova, Fyzioterapie a Ortotik-protetik. Mnoho z těchto oborů lze studovat i na navazujícím magisterském studiu. [15]

3.3.1 FTVS UK Tělesná výchova a sport

Studiem tohoto oboru získávají jeho absolventi vysokoškolskou kvalifikaci a kompetence pro působení v široké škále sportovních a tělovýchovných oborů. Studenti si mohou zvolit jeden ze tří směrů studia: Aktivita podporující zdraví, Aktivita

v přírodě a Sportovní specializaci. Studenti tak mají možnost pokrýt celou sféru jejich profesionálních zájmů. [20]

3.3.2 FTVS UK Management tělesné výchovy a sportu

Studiem tohoto oboru získávají jeho absolventi kvalifikaci pro organizační a ekonomickou činnost v ziskových i neziskových organizacích v oblasti sportu. Tento obor je zaměřen na všeobecné znalosti univerzitního základu, všeobecné a odborné znalosti z oblasti ekonomie a dále odborné a speciální znalosti a dovednosti z oblasti sportu. [13]

3.4 Přehled do roku 2017

Podle Mezinárodního měnového fondu přicházejí bohaté státy v důsledku přesunu zisků do daňových rájů až o 509 miliard USD za rok, což představuje až 0,57 % HDP; rozvojové země přichází o 213 miliard USD, což představuje ztrátu ve výši 1,7 % HDP. V poměru k DPH tak rozvojové země přicházejí o třikrát vyšší částku než daňové ráje.

Z odhadů výzkumné služby Evropského parlamentu ztráta v důsledku přesunu zisků do daňových rájů pro EU28 činí až 190 miliard EUR za rok. Ztráty České republiky pak podle přepočtu Glopolisu činí od 21 do 57 miliard CZK za rok. Podle nejnovější studie ekonomů Petra Janského činí výše ztráty ČR okolo 20 miliard CZK za rok. [9]

Mezinárodní měnový fond v roce uvedl, že na Kajmanských ostrovech bylo v roce 2015 realizováno sedmkrát víc přímých zahraničních investic, než v Brazílii a třikrát více než v Číně (na základě dat OECD z roku 2015). Daňový ráj Lucembursko představuje jednoho z největších světových investorů. Existence daňových rájů tak vede k narušení důvěryhodnosti ekonomických údajů v oblasti investičních toků a vývoje globální ekonomiky. Z výše uvedeného vyplývá, že údaje o výši investic neodpovídají reálným ekonomickým aktivitám firem evidovaných v těchto zemích.

Podle poradenské společnosti Bisnode ke konci roku 2017 činil počet českých společností, jejichž vlastníci mají sídlo v daňovém ráji celkem 13 031, čímž došlo k meziročnímu poklesu o 1,2 % (154 firem). Majitelé firem v destinacích považovaných za daňový ráj disponují kontrolou nad 2,7 % českých firem; základní kapitál těchto firem činí více než 409 mld. Kč. Největší pokles byl zaznamenán u destinací, jakými

jsou Nizozemí či Seychely. Nárůst společností naopak zaznamenal Hongkong či Spojené arabské emiráty. [19]

Tabulka 1: Vývoj počtu českých firem se sídlem v daňových rájích

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bahamy	35	35	39	39	42	41	39	37
Belize	83	94	118	145	161	194	203	196
Bermudské ostrovy	5	5	7	7	5	5	5	4
Britské Pan. ostrovy	422	438	455	453	452	433	414	384
Gibraltar	66	66	74	74	75	72	72	69
Guernsey (GB)	28	29	30	29	28	31	25	23
Hongkong	59	69	80	91	102	97	137	191
Jersey (GB)	59	59	57	56	43	43	39	38
Kajmanské ostrovy	32	38	37	33	30	20	18	14
Kypr	1 550	1 705	1 904	2 018	2 097	2 151	2 175	2 205
Lichtenštejnsko	245	255	261	237	226	225	216	210
Lucembursko	1 254	1 192	1 173	1 144	1 120	1 068	968	929
Malta	92	102	122	149	177	223	259	302
Monako	64	54	51	60	72	61	63	67
Marshallovy ostrovy	5	5	14	31	55	90	133	150
Nizozemské Antily	14	15	16	15	15	17	13	9
Nizozemí	4 519	4 501	4 443	4 368	4 208	4 194	3 912	3 755
Panama	170	190	199	216	243	247	239	224
Ostrov Man	35	34	35	33	40	39	34	32
Seychelská republika	330	414	512	717	827	886	873	803
Spojené arabské emiráty	184	214	225	255	270	292	313	342
Spojené státy americké	2 635	2 750	2 903	2 939	2 959	2 990	3 035	3 047
CELKEM	11 886	12 264	12 755	13 109	13 247	13 419	13 185	13 031

Zdroj: Českých firem v daňových rájích je nejméně za posledních pět let, momentálně tam má vlastníka necelých 13 tisíc společností. [4]

3.5 Definice daňových rájů

Daňové ráje představují země, které disponují obvykle bankovním systémem, jenž je vysoce diskretní, nulovou či nízkou úrovní zdanění, stabilním politickým prostředím, výbornou bankovní-finanční infrastrukturou a možnostmi volné směny devizových prostředků. Těmito aspekty jsou zajímavé pro střadatele či investory. Zpravidla nedisponují velkým množstvím přírodních zdrojů.

Podle Dědiny a Čejky lze dělit daňové ráje do 4 základních skupin:

- Země, které nezdaňují příjem, kam se řadí např. Kajmanské ostrovy či Bahamy,
- Země zdaňující příjem velmi nízkou sazbou, jako např. Lichtenštýnsko,
- Země nezdaňující příjmy ze zahraničí, ale zdaňující příjmy z místních zdrojů,
- Země disponující zvláštními znaky zdanění, které mohou být využity jako daňové ráje v omezené míře či za konkrétním účelem, jako jsou Kypr či Nizozemí.

Důvody pro využívání daňových rájů podnikateli jsou následující:

- nedaňová motivace využívání daňových rájů, kdy operace realizované v daňovém ráji nemají vliv na výši daňové povinnosti podnikatele v domácí zemi
- daňová motivace využívání daňových rájů, kdy operace realizované v daňové ráji ovlivňují výši daňové povinnosti v domácí zemi; často je prostředkem založení dceřiné společnosti, prostřednictvím které je prodáváno do třetích zemí; daňové zatížení je nižší ve srovnání s přímými obchody
- mezinárodní daňové strategie (International Tax Planning), tzn., že jednotlivec, podnikatel, společnosti či skupiny společností, vyhledávají místa vyznačující se nejnižšími náklady, což je založeno na vyhledávání a využívání administrativních a legislativních mezer daňového systému
- daňový podvod, což představuje aktivitu, která je realizována s cílem vyhnouti se daňové povinnosti, např. prostřednictvím nepřiznaných příjmů
- za účelem zakrytí vlastnictví společnosti, aby bylo zabráněno případnému vydírání podnikatelů
- za účelem realizace nákupu nemovitostí v České republice prostřednictvím společnosti založené v daňovém ráji, kdy cílem je nefigurovat ve veřejných dokumentech jako vlastník,

- za účelem bezpečného uložení finančních prostředků mimo území České republiky,
- hledání příležitostí k investování na světových trzích podnikateli disponujícími finančními zdroji, podle kterých ČR nenabízí dostatečné možnosti k jejich zhodnocení. [5]

Bennedsen a Zeume uvádí i další efekt daňových rájů, který spočívá ve využívání daňových rájů manažery či kontrolními vlastníky k činnostem, jež nejsou v souladu se zájmy menšinových investorů. V důsledku nedostatku transparentnosti daňových rájů může být oslabeno řízení společnosti, což kontrolním akcionářům či silným manažerům umožňuje získat soukromé výhody na úkor menšinových akcionářů. Může se jednat například o vyčlenění hotovosti v daňových rájích za účelem financování neefektivních akvizic, tunelování či přímou krádež prostřednictvím transakcí se třetími stranami v regionech, které nekladou důraz na prosazování transparentnosti, jako např. Rusko. Dle Bennedsena a Zeume se takové způsoby vyvlastnění dotýkají i korporací a akcionářů se sídlem v zemích vyznačujících se silnými standardy správy. [1]

Z geografického hlediska lze daňové ráje rozdělit do následujících teritorií:

- Evropské daňové ráje,
- daňové ráje v Karibiku, jako např. na Bahamách, Belize, Bermudách, Kajmanských ostrovech,
- daňové ráje v Tichomoří, např. na Cookových ostrovech, Nauru, Vanuatu,
- daňové ráje v Africe, Asii a ostatní, např. na Mauriciu, v Dubaji či na Kypru. [5]

Jako offshore společnosti jsou označovány společnosti, které jsou zakládány v zemi, která buď zcela nedaní příjmy těchto společností či daní úrokovou sazbou ve výši max. 12 %, a to na základě speciálního zákona či při splnění stanovených podmínek. Tyto lokality jsou v tomto kontextu často označovány jako daňové ráje. Mezi přední lokality, které nabízí daňové výhody, se v Evropě řadí např.: Lucembursko, Lichtenštejnsko, Monako, Andorra, Kypr. [14]

Daňový ráj je země, která nabízí jednotlivcům a podnikům ze zahraničí nízkou nebo žádnou daňovou povinnost v politicky a ekonomicky stabilním prostředí. Daňové ráje

také sdílí se zahraničními daňovými úřady omezené nebo žádné finanční informace; nevyžadují, aby osoby a podniky měly pobyt či obchodní přítomnost v dané zemi proto, aby mohly těžit z jejich daňové politiky. V důsledku globalizace obchodních operací se zvyšuje počet korporací ve Spojených státech, včetně společností Microsoft, Apple a Alphabet, jež drží hotovost v offshore společnostech v daňových rájích za účelem minimalizace korporátních daní. [19]

Statut daňového ráje prospívá hostitelské zemi, stejně jako společnostem a jednotlivcům, kteří v nich vedou účetnictví. Země daňového ráje mají prospěch z kapitálu uloženého ve svých bankách a finančních institucích, které tak mohou tvořit základ prosperujícího finančního sektoru. Jednotlivci a korporace těží z daňových úspor vyplývajících z daňových sazeb, které se pohybují od nuly až po nízké číslice, v porovnání s relativně vysokými daněmi v jejich státě, kde mají pobyt či sídlo.

Seznam zemí s daňovým rájem zahrnuje Andorru, Bahamy, Belize, Bermudy, Britské Panenské ostrovy, Kajmanské ostrovy, Normanské ostrovy, Cookovy ostrovy, Hongkong, ostrov Man, Mauricius, Lichtenštejnsko, Monako, Panama a Svatý Kryštof a Nevis.

3.6 Tlak na potírání daňových úniků

Aby zahraniční vlády maximalizovaly své daňové příjmy, vyvíjí relativně kontinuální tlak na daňové ráje, aby poskytly informace o offshore účtech svých občanů. K tomu, aby bylo úsilí úspěšné však země, snaží se, aby daňové ráje změnily své způsoby, obvykle potřebují v nějaké podobě finanční páku, neboť výhody vyplývající z přílivu kapitálu, usilující o daňovou úlevu, obvykle převažují nad příjmy, které by mohly být získány těmito státy z důvodu dodržování daní.

Příkladem může být finanční sektor Kypru, založený původně na statutu daňového ráje, který se však zhroutil v roce 2013. Evropská komise, Evropská centrální banka a Mezinárodní měnový fond přislíbili zemi finanční pomoc ve výši 11,8 miliardy dolarů za dohodu o dodržování daňových zpráv. Kromě zvýšení sazby daně z příjmu právnických osob se Kypr dohodl na vstupu do programu automatické výměny finančních informací v daňových záležitostech do roku 2017. Zúčastněné země automaticky předávají daňové bankovní informace o nebankovních vkladatelích s cílem usnadnit zdanění příjmů, zisky, úroky, dividendy a licenční poplatky.

Daňové ráje a offshore společnosti (OffshoreCompanies, OFC) jsou úzce spjaty, i když ne každá jurisdikce spadá do obou kategorií. Jsou také podobné v tom, že zatímco téměř každá jurisdikce může mít nějaký daňový ráj nebo funkce offshore společnosti, menší počet je obvykle označován jako "čistý" daňový ráj nebo offshore společnost. Ústředním rysem daňového ráje je to, že jeho zákony a další opatření mohou být použity k tomu, aby se jednotlivci či společnosti vyhýbaly daňovým zákonům nebo předpisům jiných jurisdikcí. Minimalizace daňové povinnosti je důležitým prvkem, který je obecně odvislý od:

1. použití papírových nebo "skořápkových" společností, trustů a jiných právnických osob,
2. směřování a řízení finančních toků. Proto je daňové a finanční řízení úzce propojené. Čisté daňové ráje nebo OFC obecně mají zákony speciálně určené pro takové účely, jejichž cílem je přilákat podnikání v oblasti finančních a podnikových služeb a tato podnikání jsou významnou součástí jejich hospodářství.

Hlavním prvkem přitažlivosti daňových rájů je tajemství, a to:

1. silné bankovní tajemství: informace nelze získat (nebo nelze snadno získat) od bank a jiných finančních institucí pro úřední účely, jako je výběr daní (včetně daní jiných zemí);
2. tajemství právnických osob: nejsou k dispozici informace týkající se společností, společností, trustů, nadací nebo jiných právnických osob, jako jsou skuteční vlastníci (např. akcionáři společnosti nebo příjemci svěření), a dále údaje o osobách s pravomocí určovat použití aktiv nebo finančních účtů.

Kromě toho obecně nabízejí nerezidentům nebo právnickým osobám v zahraničí konkrétní výhody, zejména nulovou nebo nízkou daňovou sazbu. V důsledku daňových úniků, jež trvají již desítky let, trpí řada zemí, a to kromě afrických zemí taktéž z evropských zemí zejména Řecko, Portugalsko a Itálie.

Podle organizace Tax Justice Network jsou neprůhledné finanční toky tolerovány ekonomicky vyspělými zeměmi, jako jsou USA, Německo, Švýcarsko či Lucembursko. Ačkoliv se situace postupně od roku 2009, kdy došlo k vydání prvního žebříčku indexu

finančního tajemství, zlepšuje, boj proti daňovým únikům jako celku lze označit jako selhávající.

Index FSI je složen z 20 indikátorů, a to např. bankovní tajemství, daňové zákony, zákon proti praní špinavých peněz, výměna informací mezi státy, registry firem a nadací, zveřejňování účetnictví firem či mezinárodní spolupráce v oblasti práva. [10]

Tabulka 2: Žebříček *Financial Secrecy Index (FSI)*

Pořadí	FSI 2018	FSI 2015
1.	Švýcarsko	Švýcarsko
2.	Spojené státy	Hongkong
3.	Kajmanské ostrovy	USA
4.	Hongkong	Singapur
5.	Singapur	Kajmanské ostrovy
6.	Lucembursko	Lucembursko
7.	Německo	Libanon
8.	Taiwan	Německo
9.	Spojené arabské emiráty	Bahrajn
10.	Guernsey	Spojené arabské emiráty
70.	Česká republika	Curacao
81.	Samoa	Česká republika

Zdroj: Kde nejlépe ukrýt majetek? Ve Švýcarsku a Spojených státech. [10]

Cílem FSI je identifikování hlavních jurisdikcí, umožňujících skrývání finančních prostředků získaných nezákonnými způsoby, tzn. například získaných z praní špinavých peněz, úplatkářství, daňových úniků, zpronevěr, podvodů apod.

FSI nepředstavuje jediný index zaměřený na daňové ráje, jeho výhoda však spočívá ve skutečnosti, že může být spočítán při existenci relevantních dat pro kteroukoliv zemi na světě. Výsledné FSI skóre sestává z kvalitativního a kvantitativního hodnocení. Kvalitativní část sestává z 20 kritérií, kvantitativní část hodnotí země na základě objemu finančních toků, jež zemí protečou, a významu země z hlediska globálního finančního systému.

Za posledních pět let se v první desítce zemí podle FSI objevily Švýcarsko, USA, Hong Kong, Lucembursko, Kajmanské ostrovy. Německo bylo v žebříčku čtyřikrát (v prvním ročníku v roce 2009 nebylo hodnoceno). Dvakrát se v žebříčku objevily Spojené

arabské emiráty, Libanon, Jersey, Bahrajn a Japonsko. Jednou pak Tchaj-wan, Spojené království (City of London), Irsko, Belgie, Bermudy, Guernesej. [6][12]

3.7 Seznam daňových rájů OECD

Hlavní seznamy daňových rájů byly vytvořeny Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) jako součást projektu proti "škodlivým daňovým praktikám" Výboru pro fiskální záležitosti (CFA). Zpráva OECD z roku 1998, která zahájila tento projekt, definovala daňový ráj jako jurisdikci, která:

- nemá žádné nebo pouze nominální daně (obecně nebo za zvláštních okolností) a sama se nabízí nebo je vnímána jako nabízející jako místo, které má být využito nerezidenty, aby se vyhnuli daňovým povinnostem v zemi, kde mají bydliště;
- disponuje zákony nebo správními postupy, které brání účinné výměně příslušných informací s jinými vládami o daňových poplatcích, o jednotlivcích či společnostech kteří využívají nízkého nebo žádného daňového zatížení jurisdikce;
- se vyznačuje nedostatkem transparentnosti
- nedisponuje existencí požadavku, aby byla činnost podstatná, což by naznačovalo, že soudní pravomoc se může pokoušet přilákat investice nebo transakce, které jsou čistě daňově řízené (transakce mohou být tam zaúčtovány, bez požadavku na přidání hodnoty tak, aby existovala malá skutečná aktivita, tj. tyto jurisdikce jsou v podstatě "rezervační centra").

Zpráva OECD z roku 1998 mj. navrhla identifikaci "škodlivých preferenčních daňových režimů" členských zemí OECD. Zpráva uvádí čtyři rysy škodlivých preferenčních daňových režimů:

- žádná nebo nízká efektivní daňová sazba,
- prstencová oplocení "režimu (preferenční daňové režimy jsou částečně nebo zcela izolovány od domácích trhů za účelem ochrany vlastního hospodářství),
- nedostatek transparentnosti,

- nedostatečná účinná výměna informací. [16]

Fórum pro finanční stabilitu (FSF) vypracovalo v roce 2000 zprávu, kde identifikovalo jurisdikce, které jsou offshore finančními centry (OFC). Fórum pro finanční stabilitu zvažovalo následující kritéria, která vycházejí z regulačních charakteristik jurisdikce a jsou velmi podobná kritériím OECD pro daňové ráje a škodlivé preferenční daňové režimy. *"Offshore finanční centra (OFC) nejsou snadno definovatelná, ale mohou být charakterizována jako jurisdikce, které přitahují vysokou úroveň aktivity nerezidentů. Tradičně tento termín předpokládá některé nebo všechny z následujících (ale ne všechny OFC fungují tímto způsobem):*

- žádné srážkové daně;
- lehké a flexibilní režimy přidružení a licenci;
- lehké a flexibilní režimy dohledu;
- flexibilní využívání trustů a jiných speciálních firemních vozidel;
- není třeba, aby finanční instituce a / nebo firemní struktury měly fyzickou přítomnost;
- nesprávně vysoká míra důvěrnosti klientů založená na neprostupných zákonech o utajení;
- nedostupnost podobných pobídek pro rezidenty. " [21]

Na základě materiálu, jehož autorem byl Ahmed Zoromé, zveřejnil v roce 2007 Mezinárodní měnový fond MMF pracovní dokument, jehož cílem bylo poskytnout objektivní a vyčíslitelnou metodu identifikace offshore společností. Při zjišťování různých definic předložených odborníky dospěl autor ke třem charakteristickým znakům offshorových společností, kterými jsou:

- primární orientace podnikání vůči nerezidentům;
- příznivé regulační prostředí (nízké požadavky na dohled a minimální zveřejňování informací);
- schémata s nízkým nebo nulovým daňovým zatížením.

3.8 Popis mechanismu fungování daňových rájů

Světoví vůdci, celebrity a např. fotbalisté využívají rádi skořápkové společnosti k tomu, aby se vyhnuli placení daní. 50 největších korporací v USA ukládalo za účelem snížení jejich daňové sazby v posledních letech více než bilion dolarů do zahraničních společností.

Od sedmdesátých let 20. století začal být výraz offshore využíván pro označení obchodních společností registrovaných či majících sídlo v zemi se vstřícnou daňovou politikou. Vzhledem k tomu, že se nejčastěji jednalo o malé státy situované na ostrovech, dostaly tyto společnosti označení „offshore“ tzn. „daleko od pobřeží“. V 90. letech 20. století se daňově vstřícnými zeměmi staly i státy neostrovní a z hlediska rozlohy větší, jako např. Andorra, Belize, Holandsko, Monako, Lichtenštejnsko, Švýcarsko a některé ze států USA, jako např. Delaware či Nevada.

Offshore jurisdikce disponují rozmanitou daňovou politikou. Některé země stanoví sazbu daně z příjmu nízkým procentem (např. Holandsko, Kypr), jiné jurisdikce mají daň z příjmu nulovou (např. Belize, Delaware, Nevada), některé stanovují daň z příjmu pevnou částkou bez ohledu na výši dosaženého příjmu. Skupina jurisdikcí uplatňující daň z příjmů pevnou částkou představuje největší skupinu. [11]

Podle zprávy, která analyzovala podání společností Komise pro cenné papíry a burzy (Securities and Exchange Commission) velké společnosti jako Pfizer, Walmart, IBM a Apple ukryly miliardy dolarů prostřednictvím více než 1 500 dceřiných společností v daňových rájích, jako jsou Britské panenské ostrovy a Kajmanské ostrovy. Ačkoliv tato praxe není nezákonná, udržování zisku offshore snižuje daně zaplacené ve Spojených státech, což nakonec, podle výpočtů společnosti Oxfam, bude stát americkou vládou zhruba 111 miliard dolarů ročně ve ztrátě příjmů.

Padesát největších amerických společností dosáhlo v letech 2008 až 2014 zisk ve výši 4 bilionů dolarů a přibližně čtvrtina této částky zůstala mimo tuto zemi. Analytici společnosti Oxfam vypočítali, že tyto společnosti platily průměrnou efektivní daňovou sazbu ve výši 26,5 %. To je pod zákonnou sazbou daně z příjmu právnických osob ve výši 35 % a nižší, než průměrný americký pracovník platí, což je 31,5 %.

Samozřejmě, že udržení zisku v daňových rájích není jediným způsobem, jak společnost sníží efektivní daňovou sazbu. Mnoho společností také získává daňové

úlevy a odvody od federální vlády, říká Craig Boise, děkan Clevelandské státní vysoké školy Cleveland-Marshall College of Law. Problematické ovšem je, že společnosti se silně spoléhají na mezery v mezinárodním daňovém systému. Pokaždé, když je vytvořeno nové pravidlo, které má zabránit zneužívání, společnosti najdou jiný způsob.

Výsledkem toho je skutečnost, že menší podniky, které nemají zdroje potřebné k vybudování složitých režimů vyhýbání se daňovými povinnostmi, se blíží plné sazbě daně. To znamená, že nakonec zaplatí větší část účtů za služby, jako jsou silnice, zdravotní péče a vzdělávání. [3]

Během posledních několika desetiletí platily korporace, podle analýzy Pew Research Center menší a menší podíl daní. V roce 1952 daně z příjmu právnických osob financovaly asi 32 procent činnosti federální vlády. To se zmenšilo na 10,6 procent do roku 2015. Zatímco daňové ráje nejsou jediným důvodem této změny, stojí za zmínku, že podíl firemních zisků zaznamenaných v daňových rájích se od osmdesátých let desetinásobně zvýšil.

Společnosti, které mají největší podíl offshore, zahrnují Apple se 181 miliardami dolarů uloženými v zahraničí, stejně jako společnosti Pfizer a PepsiCo, které uvádějí, že vlastní nejvíce dceřiných společností v daňových rájích - více než 100.

Společnost General Motors, vlastníci 21 dceřiných společností v offshore daňových rájích, uvedla ke svému působení v daňových rájích, že nevyužívání daňové ráje ke snížení svého daňového zatížení, ale že důvodem je prodej automobilů, dílů, autofinancování v zemích, jako jsou Kajmanské ostrovy, Irsko, Švýcarsko, Lucembursko a Nizozemsko a tyto prodeje provádí prostřednictvím firem ve vlastnictví GM v těchto zemích. [3]

Ačkoliv Evropa je domovem třetiny daňových rájů, tento kontinent vyvinul v posledních letech velké úsilí za účelem zlepšení transparentnosti. Podle výkonného ředitele společnosti TJN Alexe Cobmana vytvořila řada evropských zemí registr konečných vlastníků firem. Ačkoliv registry ještě nejsou zveřejněny, po odhalení „Paradise Papers“ v roce 2017 se EU jako celek dohodla na vytvoření zcela veřejného rejstříku do roku 2020, což je považováno za zásadní průlom.

Tabulka 3: 25 jurisdikcí s nejhodnějším indexem

Pořadí	Jurisdikce	Skóre tajemství (max 100)	Podíl na globálním offshore trhu
1.	Švýcarsko	76,45	4,50 %
2.	USA	59,83	22,30 %
3.	Kajmanské ostrovy	72,28	3,79 %
4.	Hong Kong	71,05	4,17 %
5.	Singapur	67,13	4,58 %
6.	Lucembursko	28,20	12,13 %
7.	Německo	59,10	5,17 %
8.	Taiwan	75,75	0,50 %
9.	Spojené arabské emiráty (Dubai)	83,85	0,14 %
10.	Guernsey	72,45	0,52 %
11.	Libanon	72,03	0,51 %
12.	Panama	76,63	0,27 %
13.	Japonsko	60,50	2,24 %
14.	Nizozemí	66,03	0,90 %
15.	Thajsko	79,88	0,13 %
16.	British Virgin Islands	68,65	0,38 %
17.	Bahrain	77,80	0,11 %
18.	Jersey	65,45	0,38 %
19.	Bahamy	84,50	0,04 %
20.	Malta	60,53	0,71 %
21.	Kanada	54,75	1,75 %
22.	Macao	68,25	0,24 %
23.	Spojené království	42,35	17,37 %
24.	Kypr	61,25	0,55 %
25.	Francie	51,65	2,52 %

Zdroj: HALDEVANG, M. Watch out, Switzerland. The US is now the world's number two tax haven. [7]

Spojené království pokleslo z 15. místa z roku 2015 na 23. místo v roce 2018, a to díky zavedení silných vnitrostátních opatření, jakými jsou veřejný rejstřík skutečných vlastníků. Přesto jeho podíl na trhu offshore bankovníctví lze považovat za obrovský (17,4 %). Celková částka, která je skryta na offshore bankovních účtech, je odhadována na 21 až 32 bilionů USD, což je zhruba 10 % světového bohatství. [7]

4 METODOLOGIE

V této kapitole je popsán kompletní proces výzkumu. Nejprve budou stanoveny výzkumné otázky a hypotézy a poté metody a techniky sběru dat.

4.1 Výzkumné otázky

Byly stanoveny následující výzkumné otázky: Jaký postoj mají studenti k užívání daňových rájů a existuje rozdíl v názoru mezi studenty managementu a TVS? Rozdíl v povědomí o tomto problému mezi těmito dvěma obory? Mělo by se o tomto problému více mluvit v médiích?

4.2 Výzkumné hypotézy

Formulovány byly tyto dvě hypotézy:

Hypotéza č. 1: Aspoň 80 % všech respondentů se již setkalo s pojmem daňový ráj.

Hypotéza č. 2: Daňový ráj by využilo větší procento studentů z oboru TVS než MNG.

4.3 Metody a techniky sběru dat

Jako základní technika sběru dat pro tuto bakalářskou práci bylo zvoleno dotazování. Původně měl autor v plánu získat kvantitativní data na základě dotazování písemného, nicméně z časových a nákladových důvodů byl nakonec nucen upřednostnit dotazování elektronické. Výhodami tohoto typu dotazování jsou rychlost a nízké náklady na jeho tvorbu. Na druhou stranu má elektronické dotazování i několik nevýhod, jako například nízká návratnost a malá spolehlivost.

Dříve, než mohly být sestaveny otázky a tak i celý dotazník, bylo potřeba vytvořit seznam informací, kterých by mělo být na základě tohoto dotazování dosaženo. Dále bylo rozhodnuto o způsobu dotazování, které je popsáno v předchozím odstavci. Poté bylo potřeba specifikovat cílové skupiny dotazovaných respondentů. Po dokončení všech těchto kroků bylo možné vytvořit otázky a tak konečně i celý dotazník, jehož validitu potvrdila pilotáž provedená na pár vybraných respondentech.

4.3.1 Seznam informací

Jak už název této bakalářské práce napovídá, tak hlavním úkolem dotazníkového šetření je zjistit povědomí o daňových rájích obecně a zároveň zjistit postoje respondentů

k využívání daňových rájů. Získané informace budou mapovat přehled respondentů o konkrétních dopadech fungování daňových rájů a jejich názor na tento problém.

Nejprve je ovšem zapotřebí určit zdroje dat, ta se dělí na primární a sekundární. Sekundární data vychází z již dříve provedených výzkumů, zatímco primární získáme námi provedeným výzkumem. Prvním úkolem je zjistit potenciální existenci dat sekundárních, která by napomohla k dosažení cíle této bakalářské práce. Podkladů na téma daňových rájů se našla celá řada. Všechny tyto výzkumy se ovšem zabývaly pouze řešením tohoto problému nebo obecným popisem. Žádný nezkoumal povědomí a už vůbec ne postoje k využívání daňových rájů. Proto je nutné v této bakalářské práci vycházet z dat primárních. Ta budou získána, jak už bylo uvedeno výše, na základě elektronického dotazování.

Dále můžeme data rozdělit na kvalitativní a kvantitativní. Kvalitativní jsou taková data, která se snaží řešit problém do hloubky a většinou jsou získávána od odborníků na daný problém. V této bakalářské práci budou ovšem využita data kvantitativní, která nemají za úkol probírat řešený problém dopodrobna, ale zajišťují větší množství informací od velkého množství respondentů.

4.3.2 Cílová skupina

Jedním ze základních problémů, který bylo třeba vyřešit, je výběr výzkumného vzorku. Jak již bylo uvedeno cílem práce je zjistit a porovnat postoje a povědomí o daňových rájích mezi dvěma obory Fakulty tělesné výchovy a sportu a to konkrétně u studentů Managementu sportu a u studentů Tělesné výchovy a sportu. Tyto dva obory byly vybrány na základě rozdílné úrovně jejich ekonomického vzdělání. Větší znalosti o daňových rájích se předpokládají u studentů oboru Management, především díky absolvování několika ekonomicky zaměřených předmětů v rámci studia.

4.3.3 Stanovení velikosti souboru respondentů

Vzhledem k tomu, že se jedná o výzkum povědomí a postojů studentů dvou oborů z UK FTVS, bude se jednat o soubor s částečně ovlivněným výběrem, který bude tvořen skupinou studentů právě z těchto dvou vybraných oborů. Za reprezentativní velikost vzorku bude považováno minimálně 40 respondentů z každého oboru.

4.3.4 Sběr dat

Jak již bylo uvedeno, data potřebná pro splnění cílů bakalářské práce budou sbírána za pomoci elektronického dotazování. Dotazník byl vytvořen na internetovém portálu www.surveymonkey.com, který byl zvolen jako nejvíce vyhovující autorovým potřebám. Následně byl dotazník umístěn do facebookových skupin všech ročníků obou vybraných oborů, kde autor za pomoci krátkého popisku poprosil o spolupráci. Dotazování probíhalo od 15. 5. 2019 do 30. 5. 2019.

4.3.5 Sestavení dotazníku

Na základě seznamu informací popsanych v kapitole 4.3.1, které mají být díky dotazování získány, autor dospěl k sestavení následujících otázek:

Otázka č. 1: Setkali jste se s pojmem daňový ráj?

Tato otázka zjišťuje základní informaci o daném problému a tím vytřídí respondenty, kteří mohou v dotazníku pokračovat, od těch, kteří o výzkumném problému nikdy neslyšeli, a tudíž nemá cenu, aby v dotazníku dále pokračovali. Druhé jmenované tato otázka odkáže na otázku č. 16, 17 a 18, kde respondenti vyplní socio-demografické údaje.

Otázka č. 2: Co si pod pojmem daňový ráj představíte?

Jedná se o otevřenou otázku, kde mají respondenti možnost napsat, co si konkrétně každý z nich představí, když se řekne daňový ráj.

Otázka č. 3: Který daňový ráj je podle vás nejvyužívanější u českých firem?

Zde mají respondenti na výběr z šesti uzavřených odpovědí, kde je jedna správná odpověď zjištěná na základě statistiky Českého statistického úřadu.

Otázka č. 4: Znáte nějaký negativní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?

Zde respondenti vybírají ze dvou možných odpovědí (ano-ne), v případě, že odpoví ano, pokračují otázkou č. 5

Otázka č. 5: Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.

Jedná se o doplnění otázky č. 4, kde respondenti znalí problematiky předchozí otázky konkrétně popisují negativní dopad fungování daňových rájů na ostatní ekonomiky.

Otázka č. 6: Znáte nějaký pozitivní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?

Zde respondenti vybírají ze dvou možných odpovědí (ano-ne), v případě, že odpoví ano, pokračují otázkou č. 7.

Otázka č. 7: Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.

Jedná se o to samé jako v otázce číslo 5, zde však respondenti uvádějí pozitivní dopady fungování daňových rájů na ostatní ekonomiky.

Otázka č. 8: Uvítali byste v médiích více informací o této problematice?

Respondenti v této uzavřené otázce vybírají ze tří možností (ano-nevím-ne).

Otázka č. 9: Uveďte důvod své odpovědi na předchozí otázku.

Tato otevřená otázka dává respondentovi možnost konkretizovat svojí odpověď na otázku číslo 8, ať už byla jeho odpověď jakákoli. Autor tak zkoumá zájem respondentů o tuto problematiku.

Otázka č. 10: Využili byste v budoucnu daňový ráj pro své podnikání?

Jedná se o první otázku zjišťující postoje respondentů k danému tématu. Respondenti zaznamenávají odpovědi na stupnici od 1 do 5, kde 1 znamená, že by daňový ráj určitě nevyužili a při zvolení 5 by ho určitě využili.

Otázka č. 11: Využili byste výhod daňových rájů za předpokladu, že jste profesionální sportovec?

Otázka podobná otázce č. 10, tentokrát však respondent vybírá jednu ze čtyř uzavřených odpovědí.

Otázka č. 12: Považujete užívání daňových rájů za nemorální?

Respondenti zde znovu vybírají ze čtyř uzavřených odpovědí zjišťujících jejich morální postoj k tomuto problému.

Otázka č. 13: Klesla by vaše důvěra ve firmu po zjištění, že užívá výhod daňových rájů?

Tato otázka zjišťuje, jakou váhu dávají respondenti tomuto problému v otázce důvěryhodnosti.

Otázka č. 14: Změnil by se názor na vašeho oblíbeného sportovce po zjištění, že daní v daňovém ráji?

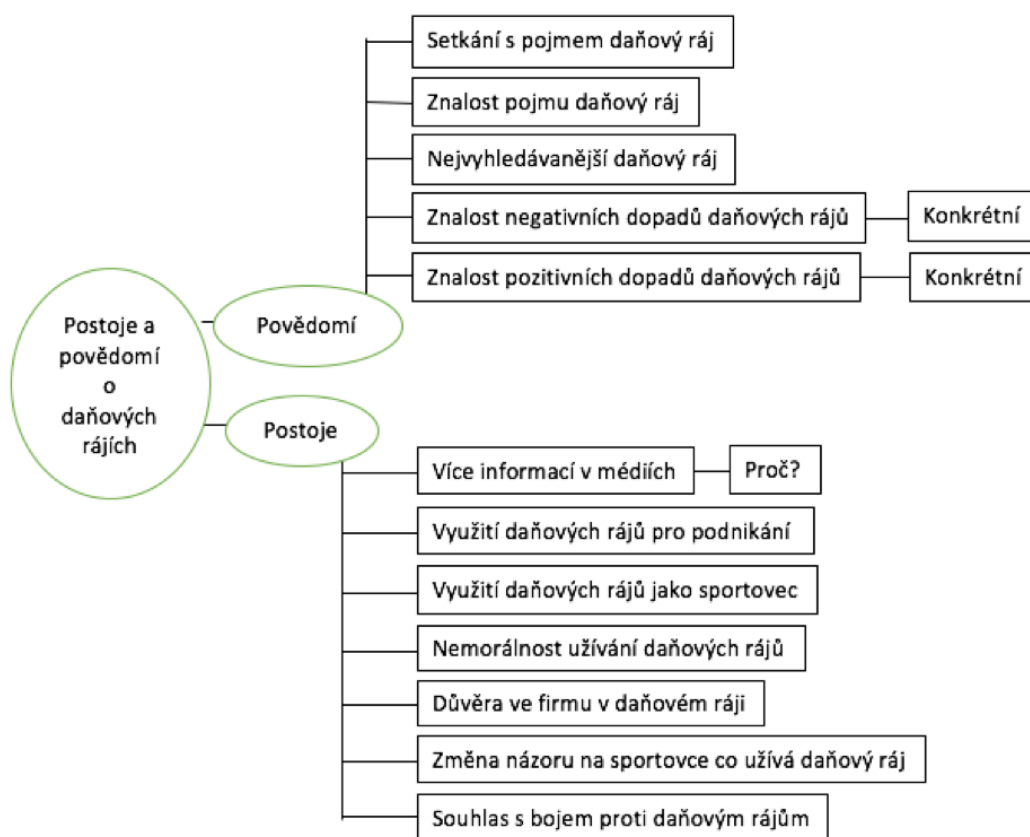
Uzavřená otázka, kde respondenti mají možnost výběru ze čtyř odpovědí zaznamenávajících případnou změnu v pohledu na určitého sportovce.

Otázka č. 15: Souhlasíte s mezinárodními iniciativami bojovat proti daňovým rájům?

Poslední otázka týkající se postojů. Jedná se o uzavřenou otázku, kde respondenti vyjadřují svůj názor k bojům proti daňovým rájům.

Otázka č. 16, 17 a 18: Jedná se o socio-demografické otázky zjišťující obor studia na UK FTVS, aktuální ročník studia a pohlaví respondenta.

Obrázek 2: Schéma rozdělení okruhu otázek



Zdroj: vlastní zpracování

4.3.6 Pilotáž

Před odesláním dotazníků respondentům bylo potřeba zjistit, zda je vytvořený dotazník validní. Dotazník byl zaslán 15 respondentům, kteří dotazník vyplnili bez větších připomínek. Díky tomu mohl být dotazník distribuován respondentům a výzkum mohl začít.

5 PRAKTICKÁ ČÁST

Tato nejdůležitější část bakalářské práce vyhodnocuje nashromážděná data. Jak již bylo uvedeno v předchozích kapitolách, data byla sbírána za pomoci elektronického dotazování přes internetový portál www.surveymonkey.com. Celkem se výzkumu zúčastnilo 93 respondentů, z toho 52 z oboru managementu a 41 z oboru TVS. Od otázky č. 2 do otázky č. 15 se pracuje s počtem respondentů, kteří odpověděli „Ano“ na otázku č. 1.

5.1 Vyhodnocení otázek na povědomí

Otázkou povědomí se zabývá prvních 7 otázek v dotazníku. Tato část se skládá jak z otevřených, tak i uzavřených otázek.

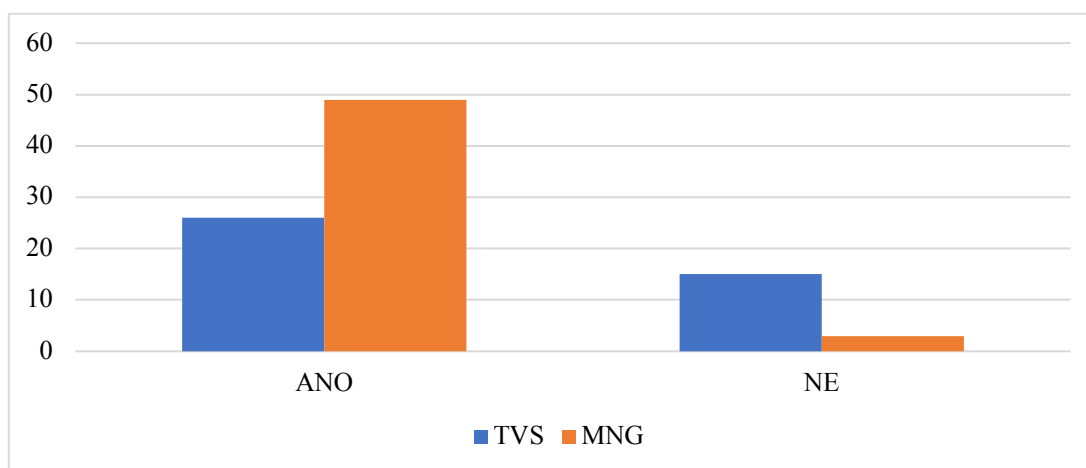
5.1.1 Setkali jste se s pojmem daňový ráj?

Jak je z grafu 1 patrné, větší povědomí o existenci daňových rájů mají podle předpokladu studenti oboru Managementu, pravděpodobně i díky ekonomickému vzdělání, kterého se jim na tomto oboru dostalo.

Z celkových 93 respondentů odpovědělo 75 z nich, že se již setkali s pojmem daňový ráj, což dělá 80,6 % odpovědí. Tím můžeme potvrdit hypotézu č. 1, která říká, že aspoň 80 % všech respondentů se již setkali s pojmem daňový ráj.

Ze 75 kladných odpovědí bylo 49 z nich od studentů oboru managementu, což ukazuje, že 94,23 % studentů tohoto oboru má ponětí o daňových rájích. U studentů oboru TVS bylo 26 kladných odpovědí, což je 63,42 % z celkového počtu 41 studentů zapojených do výzkumu.

Graf 1: Povědomí o existenci daňových rájů



Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.2 Co si pod pojmem daňový ráj představíte?

V otevřené otázce č. 2 měli respondenti možnost napsat, co si pod pojmem daňový ráj představí. Zde autor rozhodl, že jinou formulaci téže odpovědi bude považovat za tutéž odpověď.

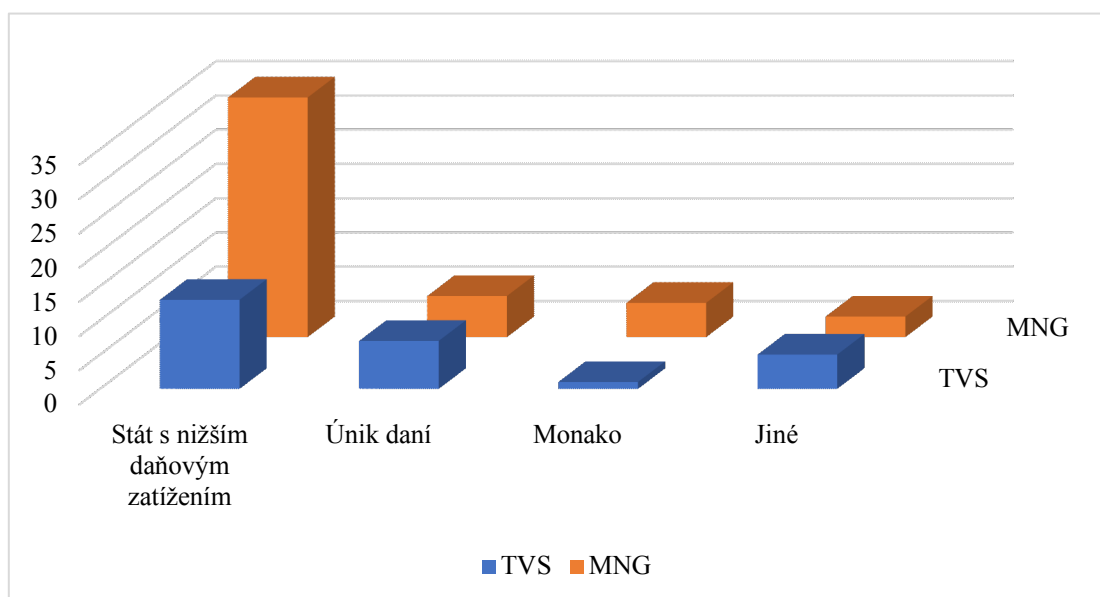
Nejčastěji uváděnou odpovědí u studentů obou oborů bylo, že se jedná o stát s nižším daňovým zatížením oproti mateřské zemi. Takto odpovídalo 71,4 % studentů managementu a 50 % studentů TVS. Důvod této odpovědi spočívá pravděpodobně už z názvu daňový ráj, ze kterého vyplývá, že se bude jednat o místo, kde se něco děje s daněmi.

Druhou nejčastější odpovědí byly úniky daní. Tuto odpověď uvedlo 12,3 % studentů oboru managementu a 26,9 % studentů oboru TVS. Zde existují dvě možnosti významu. Respondenti mohli za únik daní považovat ztrátu státního rozpočtu způsobenou placením daní v jiné ekonomice resp. v daňovém ráji. Dále mohla být touto odpovědí myšlena nelegální činnost způsobená podvodnými praktikami podnikatelů, firem, sportovců atd., která ovšem nemusí mít s existencí daňových rájů nic společného.

Dále část respondentů, celkově 6, odpověděla, že si pod tímto pojmem představí Monako, které je v České republice známé především díky sportovcům, kteří sem převedli své bydliště, a tak mohou užívat daňových výhod tohoto státu.

U této otázky existuje i pár odpovědí respondentů, které se neshodují s žádnými jinými, tuto kategorii autor označil jako „Jiné“. Jednalo se například o odpovědi tropický ostrov, pohoda či místo, kde se nemusí platit daně panu Babišovi.

Graf 2: Co si respondenti představí pod pojmem daňový ráj



Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.3 Který daňový ráj je podle vás nejvyhledávanější u českých firem?

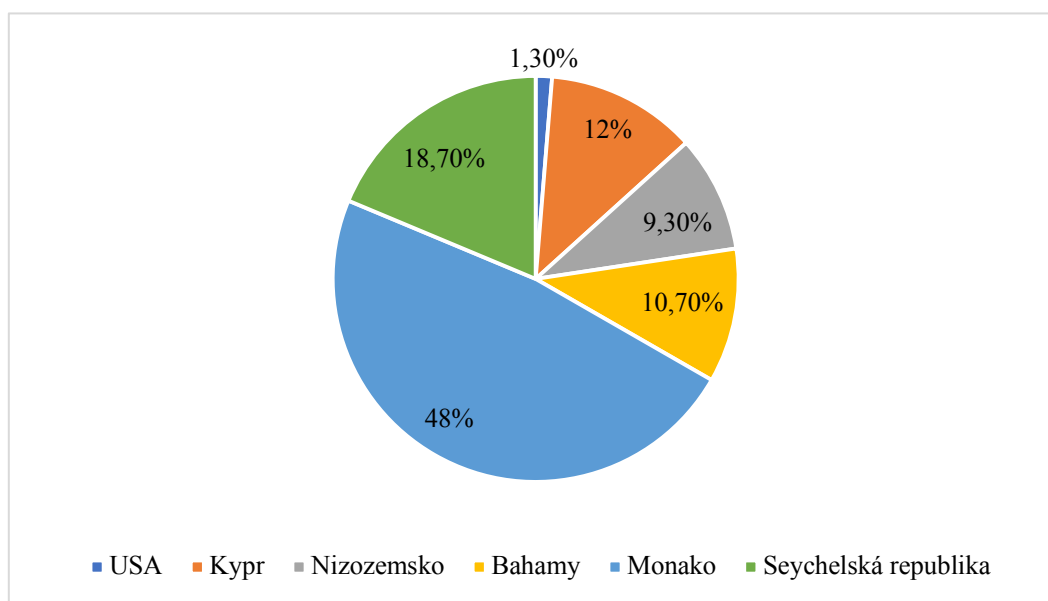
V roce 2018 byl počet českých firem působících v daňových rájích 12 805. V problematice nejvyužívanějších daňových rájů respondenti neprokázali přílišné znalosti. Celkově pouze 7 ze 75 respondentů odpovědělo na tuto otázku správně a to, že nejvyužívanější daňový ráj je Nizozemsko. Z těchto sedmi správných odpovědí jich bylo 6 od studentů oboru managementu a to znamená, že z oboru TVS odpovídal správně pouze 1 student.

Nejčastější odpovědí na tuto otázku bylo Monako, kde tuto možnost zvolila téměř polovina všech dotazovaných znalých existence daňových rájů, konkrétně 48 %. Tuto odpověď volilo 20 studentů oboru managementu, což je 40,8 % a 16 studentů z TVS, což je dokonce 61,5 %. Tato odpověď byla volena jako nejčastější pravděpodobně z toho důvodu, že se jedná o v České republice mediálně nejznámější daňový ráj. O Monaku je především slyšet díky úspěšným českým sportovcům, kteří sem přesunuli své bydliště, jak již bylo uvedeno dříve.

Ostatní respondenti volili jednu ze zbylých možností. 14 jich odpovědělo, že nejvyužívanějším daňovým rájem českých firem je Seychelská republika, 9 z nich zvolilo Kypr, 8 Bahamy a pouze 1 respondent uvedl, že se jedná o USA.

Povědomí o problematice této otázky autor označil jako malé, jelikož správně odpovídalo pouze 9,3 % respondentů. Nad důvodem takto malého počtu správných odpovědí se dá pouze polemizovat, nepravděpodobnější příčinou ovšem bude, že se o tomto problému veřejně příliš nemluví, a také možný nezájem respondentů o tento problém.

Graf 3: Nejvyužívanější daňový ráj podle respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.4 Znáte nějaký negativní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?

Zde měli respondenti možnost výběru ze dvou odpovědí (Ano-Ne). První možnost, tedy „ano“, zvolilo 45 respondentů, což je 60 % z celkového počtu respondentů. V této otázce se výrazně projevila rozdílnost v ekonomickém vzdělání, jelikož z celkového počtu 45 kladných odpovědí bylo 39 z nich od studentů oboru managementu, což je 79,6 %. Zbýlých 6 kladných odpovědí bylo tedy od studentů TVS, což je 23,1 % z nich. Druhou, tedy zápornou odpověď na tuto otázku uvedlo zbylých 30 respondentů. Zde se projevil rozdíl v ekonomickém vzdělání i mezi jednotlivými ročníky oboru Managementu, jelikož všichni, kteří z tohoto oboru volili zápornou odpověď, tedy 10 z nich, bylo z prvního ročníku.

Tabulka 4: Znalost negativních dopadů daňových rájů na ostatní ekonomiky

	ANO	NE
Obor management	79,6%	20,4%
Obor TVS	23,1%	76,9%

Zdroj: Vlastní zpracování

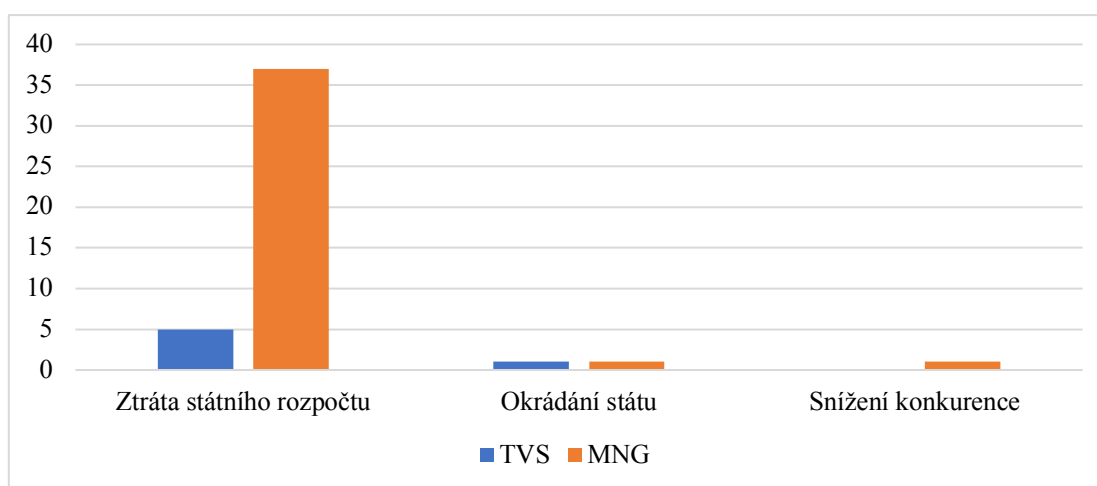
5.1.5 Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.

Respondenti v této otevřené otázce doplňovali svou odpověď na předchozí otázku a uváděli konkrétní negativní dopady daňových rájů na ostatní ekonomiky.

Naprostá většina respondentů, kteří uvedli, že znají nějaký negativní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky, uvedla ve své odpovědi ztrátu státního rozpočtu domácí ekonomiky způsobenou snížením příjmů z daní, které by firmy odvedly, kdyby zůstaly v mateřské zemi. Takto odpovídalo 37 z 39 studentů oboru managementu, tedy 94,9 %, a 5 z 6 studentů oboru TVS, což je 83,3 %.

Zbylí respondenti, kteří neodpovídali jako většina, uvedli, že negativním dopadem je přímo okrádání státu, tuto odpověď uvedli dva respondenti, jeden z každého oboru. Nakonec jeden student oboru managementu uvedl, že dochází ke snižování konkurence v domácí hospodářské soutěži. Tato odpověď ovšem není pravdivá, jelikož firmy do daňového ráje pouze přemístí své sídlo, ale stále působí na domácím trhu.

Graf 4: Negativní dopady daňových rájů podle respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.6 Znáte nějaký pozitivní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?

Podobně jako otázka č. 4 zkoumá tato otázka povědomí o dopadech daňových rájů na ostatní ekonomiky. Tentokrát však měli respondenti odpovídat na znalost pozitivních dopadů. Celkové povědomí o tomto problému je výrazně nižší než u otázky č. 4. Kladně zde odpovědělo 16 respondentů, což je 21,3 % z celkového počtu 75 respondentů. Tato otázka mohla být problematická především díky tomu, že působení daňových rájů na ostatní ekonomiky je všeobecně prezentováno spíše negativně a tak se o pozitivních dopadech tolik nemluví. To se také projevilo v odpovědích studentů oboru TVS, kteří, pokud si to sami od sebe nevyhledají, nemají moc příležitostí ke zjištění pozitivních dopadů. U studentů oboru managementu, kteří absolvovali několik ekonomických předmětů, by mělo být povědomí o tomto problému výrazně vyšší.

Z celkových 16 kladných odpovědí bylo sice 15 z nich od studentů managementu, to ale stále dělá pouhých 30,6 % z celkových 49 studentů tohoto oboru zapojených do celého výzkumu. Zde autor předpokládal minimálně dvakrát vyšší počet kladných odpovědí. Z řad studentů oboru TVS tedy odpovídal kladně 1 student. Jak již bylo řečeno v předchozím odstavci, studenti TVS se pravděpodobně neměli jak setkat s pozitivními dopady a to se projevilo i na počtu kladných odpovědí.

Tabulka 5: Znalost pozitivních dopadů daňových rájů na ostatní ekonomiky

	ANO	NE
Obor management	30,6 %	69,4 %
Obor TVS	3,8 %	96,2 %

Zdroj: Vlastní zpracování

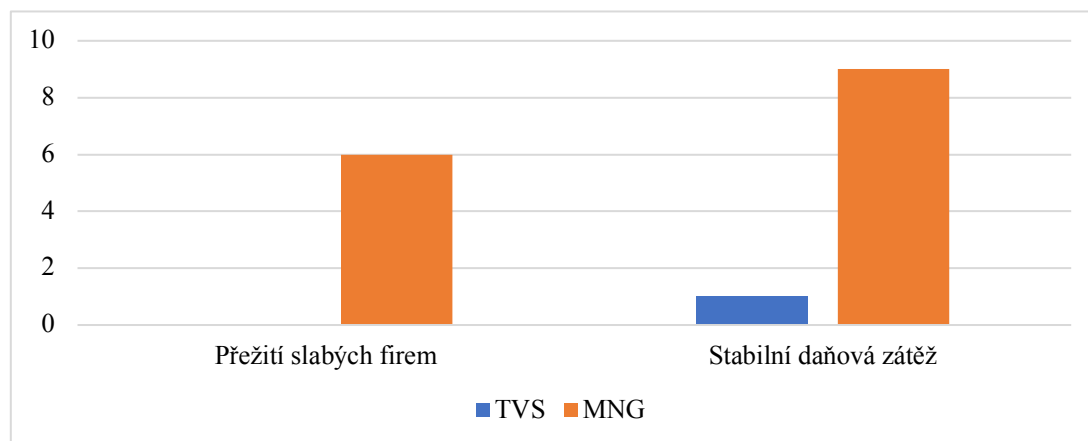
5.1.7 Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.

Tato podotázka navazující na otázku č. 6 zkoumá konkrétní odpovědi respondentů na pozitivní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky.

Od šestnácti respondentů, kteří uvedli, že znají nějaký pozitivní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky, byly získány pouze dvě rozdílné odpovědi. První z nich byla, že díky daňovým rájům přežijí firmy, kterým se zvýší zisk díky nižšímu zdanění. To znamená, že kdyby tyto firmy danily v domácí zemi, tak by díky vysokým daním nemusely disponovat dostatečným kapitálem pro udržení provozu. Tím pádem se v domácí ekonomice zvyšuje konkurence. Takto odpovídalo 6 studentů oboru managementu.

Druhá odpověď, kterou uvedlo 9 studentů z managementu a právě 1 z oboru TVS, říkala, že díky existenci daňových rájů nemůže domácí ekonomika příliš zvedat daňovou zátěž. Zvedání daňové zátěže nad její únosnou míru by totiž znamenalo odliv firem do daňových rájů a paradoxně snížení příjmů státního rozpočtu z daní.

Graf 5: Pozitivní dopady daňových rájů podle respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

5.2 Vyhodnocení otázek na postoje

Tato kapitola vyhodnocuje postoje respondentů k užívání daňových rájů na základě dalších osmi otázek. Jedná se o otevřené i uzavřené otázky.

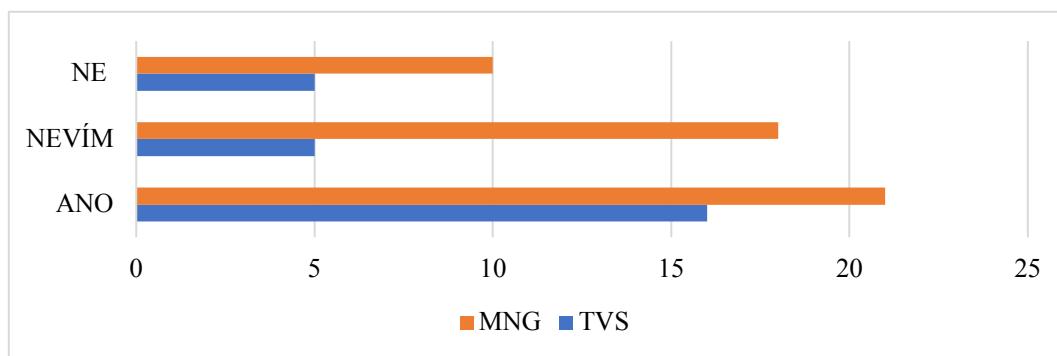
5.2.1 Uvítali byste v médiích více informací o této problematice?

První otázkou zjišťující postoje k danému problému je otázka č. 8. Ta má zjistit, jaký respondenti zaujmají postoj k současnému stupni informování o problematice daňových rájů ze strany médií a zda by uvítali větší medializaci.

Z celkového počtu 75 respondentů jich téměř polovina odpověděla, že by uvítali více informací v médiích. Konkrétně tuto možnost uvedlo 37 respondentů, což je 49,3 % z nich.

Při rozdělení na zvolené dva obory dojdeme k číslům 21 studentů z managementu a 16 z TVS. Procentuálně by uvítali více informací v médiích spíše studenti TVS, kde tuto možnost zvolilo 61,5 % z nich. U studentů managementu to nebyla ani polovina, přesněji 42,9 %. To může být dáno skutečností, že studenti TVS si těchto informací v médiích všimají méně, nebo také samozřejmě možností, že se o tomto problému chtějí dozvědět více, jelikož nemají takové ekonomické vzdělání a celkové povědomí je nižší.

Graf 6: Více informací v médiích



Zdroj: Vlastní zpracování

V této otázce je zajímavé porovnání odpovědí mužů a žen, jak ukazuje tabulka 6.

Tabulka 6: Více informací v médiích (porovnání odpovědí mužů a žen)

	MNG		TVS	
	Muži	Ženy	Muži	Ženy
ANO	23,33 %	73,7 %	40 %	75 %
NEVÍM	50,00 %	15,8 %	10 %	25 %
NE	26,67 %	10,5 %	50 %	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Procenta v tabulce 3 se vypočítávají z celkového množství respondentů daného pohlaví, zapojených do celého výzkumu, podle oborů. U studentů oboru managementu je to 19 žen a 30 mužů a u oboru TVS je to 16 žen a 10 mužů.

Jak lze vyčíst z tabulky 3, větší zájem o více informací v médiích je u obou oborů mezi ženami. U studentek oboru managementu by to uvítalo 73,7 % z nich a u studentek oboru TVS by to uvítaly přesně tři čtvrtiny z nich, tedy 75 %.

U mužů z managementu uvedlo největší procento z nich (50 %) odpověď neví, což může ukazovat na to, že jim je toto téma lhostejné. U studentů z oboru TVS jich rovněž 50% odpovědělo přímo NE, což značí, že je tento problém vůbec nezajímá a nemají touhu se jím více zabývat.

5.2.2 Uveďte důvod své odpovědi na předchozí otázku.

Tato otázka rozšiřuje a konkretizuje odpovědi respondentů na otázku č. 8. Zde se autor rozhodl, že odpovědi na tuto otázku nebudou rozděleny podle oborů, ale podle odpovědi na otázku č. 8, kde respondenti vybírali ze tří možností (ano-neví-ne).

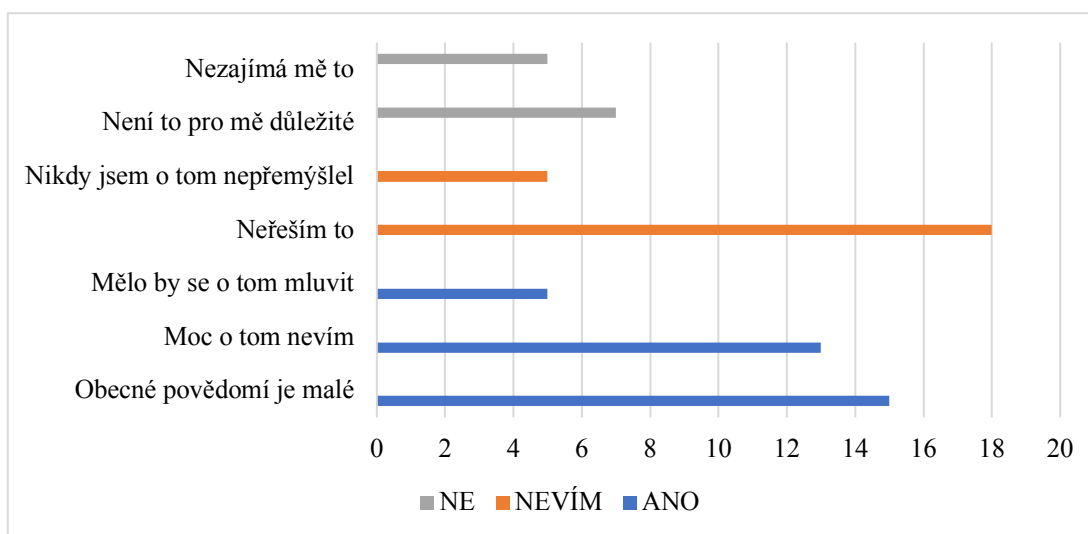
Z důvodu velkého množství různých odpovědí se autor rozhodl zaznamenat do grafu pouze ty odpovědi, které uvedlo dva a více respondentů. Odpovědi, které uvedl pouze jeden respondent, a tudíž se lišily od všech ostatních, budou popsány samostatně v dalších odstavcích.

Respondenti, kteří na otázku č. 8 odpověděli „Ano“, nejčastěji odůvodňovali tuto odpověď tím, že obecné povědomí o tomto problému je malé. Takto odpovídalo 15 z celkových 37 respondentů. „Moc o tom nevím“ byla druhá nejčastější odpověď. Na rozdíl od té první, kde respondenti uvádějí, že o tomto problému většinou nikdo nic moc neví a zaměřují se tak na veřejnost, se touto odpovědí respondenti zaměřují pouze sami na sebe a na své osobní povědomí o tomto problému. Tuto odpověď uvedlo 13 respondentů. Poslední odpověď, kterou uvedlo více respondentů, konkrétně 5, bylo, že by se o tomto problému mělo mluvit více.

Další možnou odpovědí na otázku č. 8 bylo „Nevím“, kterou, jak již bylo zmíněno výše, uvedlo celkem 27 respondentů. Zde respondenti uvedli dvě různé odpovědi. Častější, kterou zvolilo 18 z nich, bylo, že tento problém neřeší a je jim jedno, jestli se o tom v médiích mluví nebo ne. Druhou pak bylo, že nikdy nepřemýšleli nad tím se tímto problémem zabývat. Takto odpovídalo zbývajících 5 respondentů

Poslední variantou odpovědi na předchozí otázku byla odpověď „Ne“. Zde odpovědělo 7 z 15 respondentů, že pro ně osobně toto není důležité téma a tudíž není důvod, aby je média o tomto problému více informovala. Druhou odpovědí, kterou volilo více respondentů, bylo, že je to nezajímá.

Graf 7: Odůvodnění odpovědi na otázku č. 8.



Zdroj: Vlastní zpracování

Jak již bylo uvedeno výše, existuje zde pár odpovědí, které uvedl pouze jeden respondent. U respondentů odpovídajících „Ano“ to byly například tyto důvody: běžný občan si to nedokáže správně vysvětlit a vyhodnotit, získané informace bych mohl využít ve svůj prospěch, větší tlak na prosazení legislativ proti daňovým rájům a také, že by se na základě získaných informací respondent rozhodl, jestli se do daňového ráje přestěhovat. Od respondentů odpovídajících „Ne“ pak existují tyto odůvodnění: informace by mohly sloužit jako návod jak zneužívat daňových rájů, mohlo by se to projevit ve větším odlivu firem do daňových rájů a jako poslední důvod bylo uvedeno, že je to dost známá otázka, a proto není potřeba se jí více věnovat.

5.2.3 Využili byste v budoucnu daňový ráj pro své podnikání?

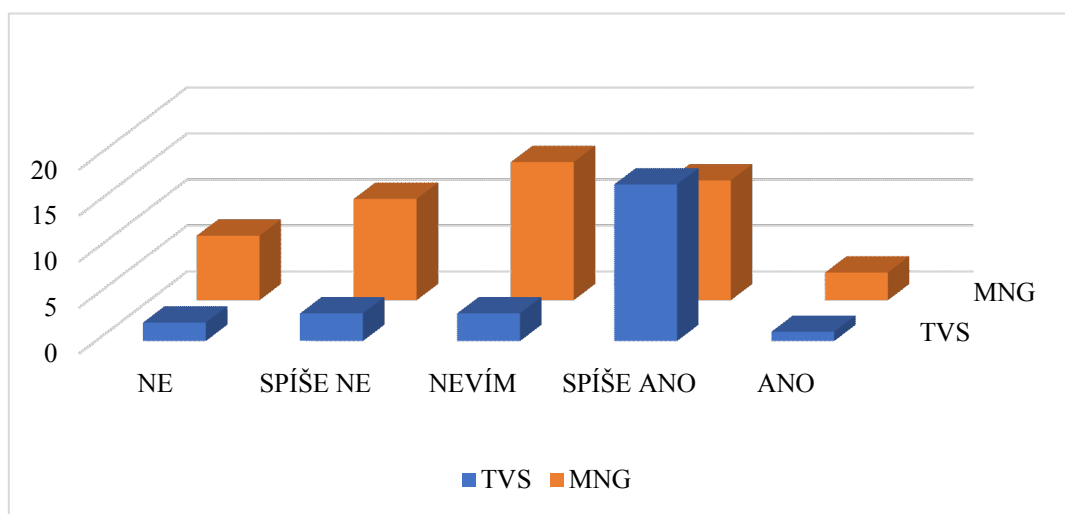
Jak lze z grafu vyzorovat, rozdílnost v postojích k tomuto problému se u obou oborů liší poměrně výrazně. Kdybychom odpovědi rozdělili na tři oblasti, kde první oblast budou odpovědi „Ne“ a „Spíše ne“, druhá oblast odpověď „Nevím“ a třetí oblastí by byly odpovědi „Spíše ano“ a „Ano“, zjistíme, že daňových rájů by využili spíše studenti TVS. Třetí oblast, tedy kladné odpovědi, byly zvoleny celkem 69,2 % z nich. Na druhou stranu studentů, kteří by daňových rájů nevyužili nebo spíše nevyužili, je z celkového počtu 26 pouze 19,2 %.

Takto výrazná rozdílnost v kladných a záporných odpovědích může být dána skutečností, že respondenti z řad studentů TVS nemají takové povědomí o negativních

dopadech daňových rájů na domácí ekonomiku, a proto je jejich postoj k využívání daňových rájů spíše kladný.

Po rozdělení odpovědí na tři oblasti u studentů oboru managementu nebyly výsledky tak jednoznačné jako u studentů oboru TVS. Studenti managementu rozdělili své odpovědi do těchto tří oblastí více méně rovnoměrně. Kladně odpovídalo 32,65 %, nerozhodných bylo 30,61 % a daňových rájů by nevyužilo 36,74 %. To znamená nejen, že odpovědi studentů managementu jsou vyrovnanější, ale jsou i v procentuální velikosti opačné než u studentů TVS.

Graf 8: Podnikání v daňovém ráji



Zdroj: Vlastní zpracování

5.2.4 Využili byste výhod daňových rájů za předpokladu, že jste profesionální sportovec?

Tato otázka zjišťuje postoje studentů k využití daňových rájů z pohledu profesionálních sportovců. Především pro studenty oboru TVS se může jednat o velmi blízkou otázku, jelikož zde existuje velká šance, že několik z nich se profesionálním sportovcem skutečně stane nebo jím již je.

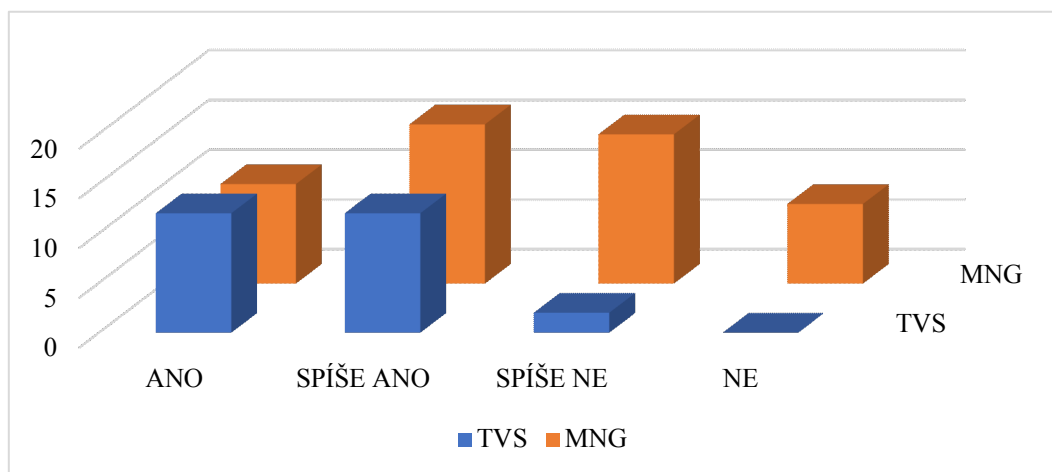
Co se týče studentů TVS tak zde byly odpovědi poměrně jednoznačné. Na tuto otázku odpovědělo (z celkových 26 respondentů) 12 „Ano“ a rovněž 12 „Spíše ano“, což dělá dohromady 92,3 %. Kladně tu tedy odpovídalo ještě o 23,1 % více studentů oboru TVS než u předchozí otázky. Může to být dáno skutečností, že toto téma je této části respondentů daleko bližší a dokáží si ho lépe představit. Vliv na to může mít také fakt,

že velká část z nejpoblárnějších sportovců světa daňové ráje využívá, tak studenti nevidí důvod, proč by oni nemohli.

U studentů oboru managementu jsou odpovědi více méně vyrovnané, jako tomu bylo i u předchozí otázky. Nejvíce z nich, tedy 16 ze 49 volilo odpověď „Spíše ano“ a druhou nejčastější odpovědí bylo „Spíše ne“, kterou uvedlo 15 respondentů z této skupiny. Celkově zde odpovídalo kladně 53 % studentů z managementu a záporně tedy 47 % z nich.

Největší nárůst oproti předchozí otázce zaznamenala odpověď „Ano“ a to celkově dokonce o 550 %.

Graf 9: Využití daňového ráje jako sportovec



Zdroj: Vlastní zpracování

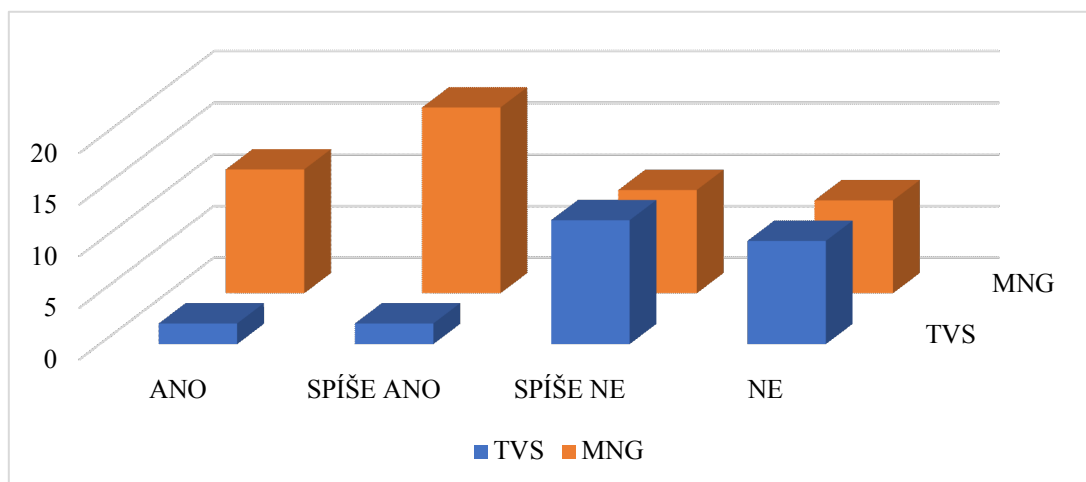
5.2.5 Považujete užívání daňových rájů za nemorální?

Primárním úkolem zde bylo porovnat odpovědi na tuto otázku s odpověďmi na předchozí otázku. Jak již z grafu vyplývá, více méně tu platí, že ti respondenti, kteří považují využívání daňových rájů za nemorální, by jich nevyužili.

Jediný větší rozdíl lze najít u studentů managementu, kde 7 z nich sice uvedlo v otázce č. 11, že by daňový ráj využili, ale v této otázce uvádějí, že to považují za nemorální. To se dá vysvětlit tím, že tito respondenti dokáží jednat proti své morálce a daňový ráj by využili pro zvýšení jejich zisku i přesto, že to nepovažují za správné. To samé platí i u dvou studentů TVS.

U všech ostatních respondentů naopak platí, jak již bylo uvedeno výše, že ti, kteří považují využití daňových rájů za nemorální, by jich nevyužili.

Graf 10: Nemorálnost užívání daňových rájů

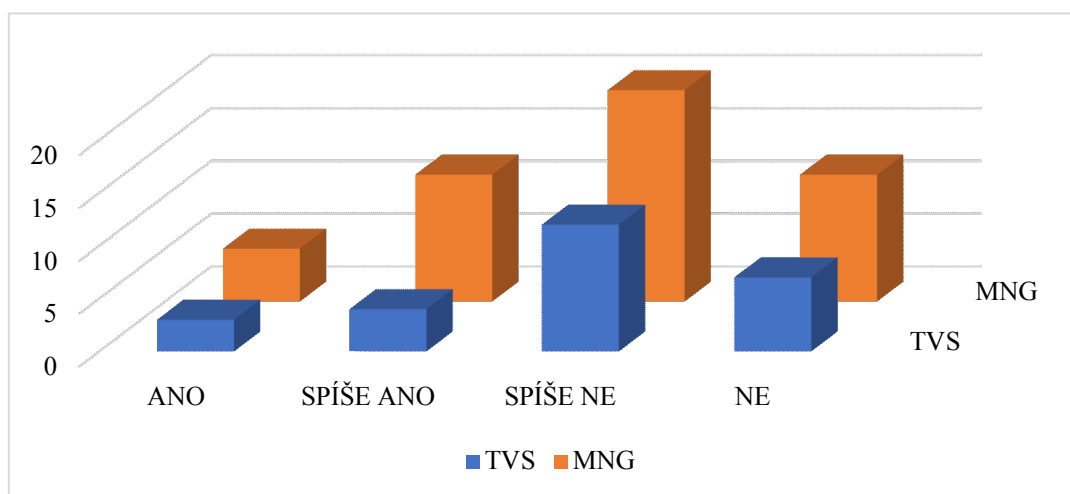


Zdroj: Vlastní zpracování

5.2.6 Klesla by vaše důvěra ve firmu po zjištění, že užívá výhod daňových rájů?

Úkolem této otázky bylo zjistit, jak velkou váhu dávají respondenti využívání daňových rájů při určování důvěry ve firmu. Z grafu je patrné, že studenti obou oborů se na toto hledisko při rozhodování o důvěře ve firmu spíše nezaměřují.

Graf 11: Důvěra ve firmu v daňovém ráji



Zdroj: Vlastní zpracování

Mezi studenty managementu má firma důvěru i přesto, že využívá daňových rájů v 65,3 % odpovědí, a u studentů TVS je to ještě o malinko víc, konkrétně 73 %. Mezi obory tu tedy není výraznější rozdíl v postoji k tomuto problému. Co se ovšem týče pohlaví, zde už se výraznější rozdíly najdou, jak ukazuje tabulka 7.

Tabulka 7: Rozdíl ve změně důvěry ve firmu podle pohlaví

	MNG		TVS	
	Muži	Ženy	Muži	Ženy
ANO	3,3 %	21 %	10 %	12,5%
SPÍŠE ANO	13,3 %	42,1 %	0 %	25 %
SPÍŠE NE	50 %	26,3 %	70 %	31,3 %
NE	33,3 %	10,5 %	20 %	31,3 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Rozdíl v postoji podle pohlaví lze vidět především u studentů managementu. Mužská část respondentů z tohoto oboru odpovídala povětšinou záporně, což znamená, že by se jejich důvěra nezměnila, a to v 83,33 % případů, což je poměrně značný rozdíl oproti ženské části, kde by se důvěra nezměnila pouze v 36,8 %.

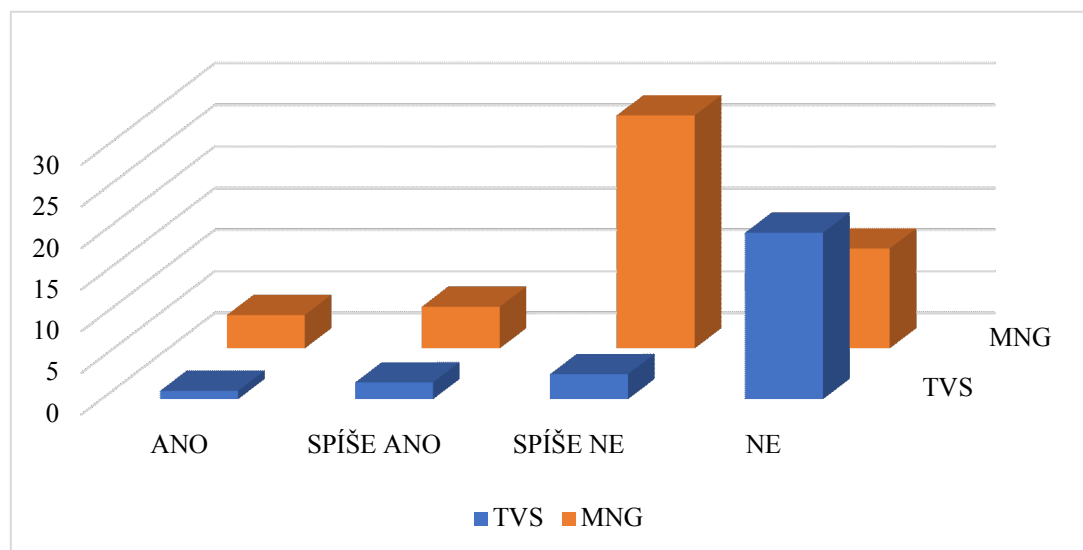
Ohledně studentů TVS, zde by v mužské části důvěra neklesla až u 90 % respondentů. U žen z oboru TVS by důvěra neklesla v 62,5 %.

Z toho lze vyvodit, že ženy jsou na pokles důvěry v důsledku zjištění, že firma užívá výhod daňových rájů, náchylnější než muži v tomto výzkumném vzorku. Především tomu tak je u studentek z oboru managementu, kde by důvěra poklesla u 63,1 % z nich.

5.2.7 Změnili byste názor na vašeho oblíbeného sportovce po zjištění, že daní v daňovém ráji?

Otázka je podobná té předchozí, tato se však zabývá změnou názoru respondentů na svého oblíbeného sportovce. Po zjištění, které bylo získáno v předchozí otázce, kde respondenti nedávali využívání daňových rájů příliš velkou váhu, při rozhodování o důvěře ve firmu se nepředpokládalo, že by to u sportovců mělo být jiné.

Graf 12: Změna názoru na oblíbeného sportovce



Zdroj: Vlastní zpracování

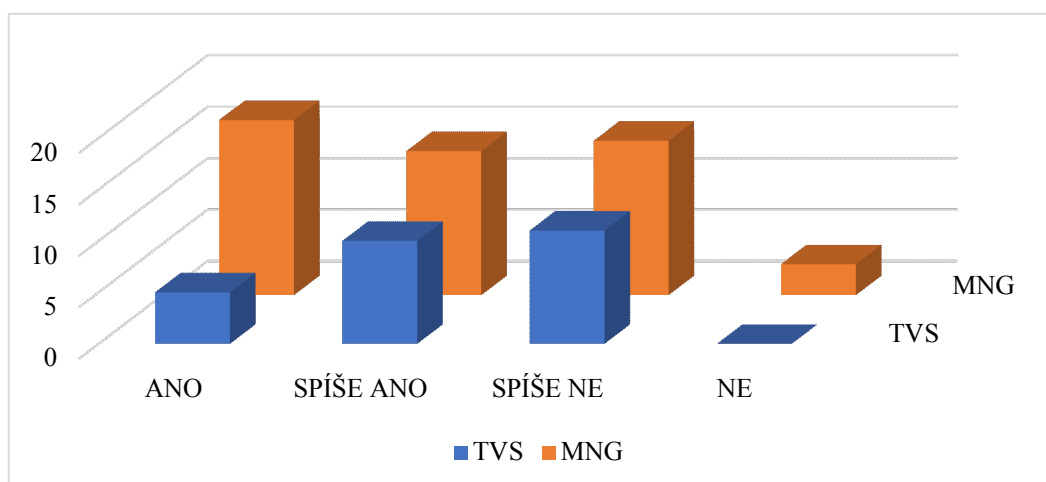
Respondenti ani v této otázce nedávají faktu, že by jejich oblíbený sportovec danil v daňovém ráji, přílišnou váhu a názor na něj by v naprosté většině neměnili. Studenti managementu by názor na svého oblíbeného sportovce neměnili až v 81,7 %, což je ještě o 16,3 % více než v předchozí otázce. U studentů TVS by se názor neměnil v 88,5 %, což je také více než ve změně důvěry ve firmu, konkrétně o 15,5 %.

Důvodem může být fakt, že řada fanoušků může mít ke svým oblíbeným sportovcům až citový vztah, a tak by názor na ně měnili až v krajních případech, což pro většinu respondentů užívání daňových rájů není.

5.2.8 Souhlasíte s mezinárodními iniciativami bojovat proti daňovým rájům?

Poslední otázka týkající se postojů k výzkumnému problému měla z úkol zjistit, jak se respondenti staví ke snaze bojovat proti daňovým rájům.

Graf 13: Souhlas s bojem proti daňovým rájům



Zdroj: Vlastní zpracování

V předchozích otázkách bylo zjištěno, jaké procento z obou oborů by daňových rájů využilo nebo naopak nevyužilo. Například u otázky č. 11 by daňový ráj nevyužilo pouze 7,7 % studentů z oboru TVS. I přesto, že by naprostá většina studentů TVS daňový ráj využila, s mezinárodními iniciativami pro boj s daňovými ráji spíše souhlasí či zcela souhlasí 57,7 % z nich. To může být odůvodněno tím, že tato část respondentů sice tuší, že existence daňových rájů je pro většinu ekonomik negativní, a proto je potřeba se s tímto problémem postupně vypořádat, ale kdyby měli tu možnost využít daňový ráj pro své potřeby, využili by ho.

U studentů managementu je tento rozdíl menší, jelikož respondenti z tohoto oboru odpovídali ve všech otázkách vyrovnaněji. U otázky č. 11, uvedlo 47 % z nich, že by daňový ráj nevyužili, ale s iniciativami bojovat proti daňovým rájům souhlasí 63,3 % těchto studentů.

U obou oborů je výsledek této otázky procentuálně více méně podobný. Celkově však s ohledem na hodnoty, které byly získány v předchozích otázkách, lze říci, že si studenti managementu více stojí za svými názory a větší část z nich odpovídá na otázky v celém průběhu výzkumu podobně.

5.3 Socio-demografické otázky

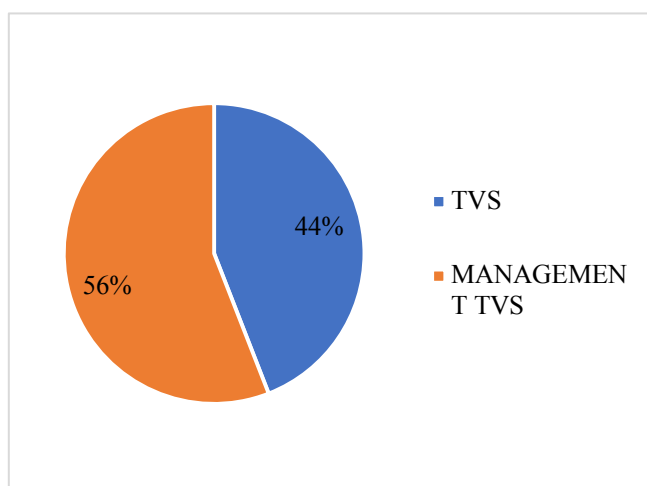
Zde jsou vyhodnoceny poslední tři otázky dotazníku.

5.3.1 Uveďte obor vašeho studia na UK FTVS.

Z celkového počtu 93 respondentů, kteří byli do výzkumu zapojeni, jich bylo 41, což je 44 %, z oboru TVS a 52, čili 56 %, z oboru managementu.

Celého výzkumu se ovšem tento počet respondentů nezúčastnil, jelikož ti, kteří odpověděli negativně na otázku č. 1, pokračovali až k otázce č. 16. Takovýchto respondentů bylo celkově 18. Z managementu byli 3 a z TVS jich bylo 15.

Graf 14: Obor studia

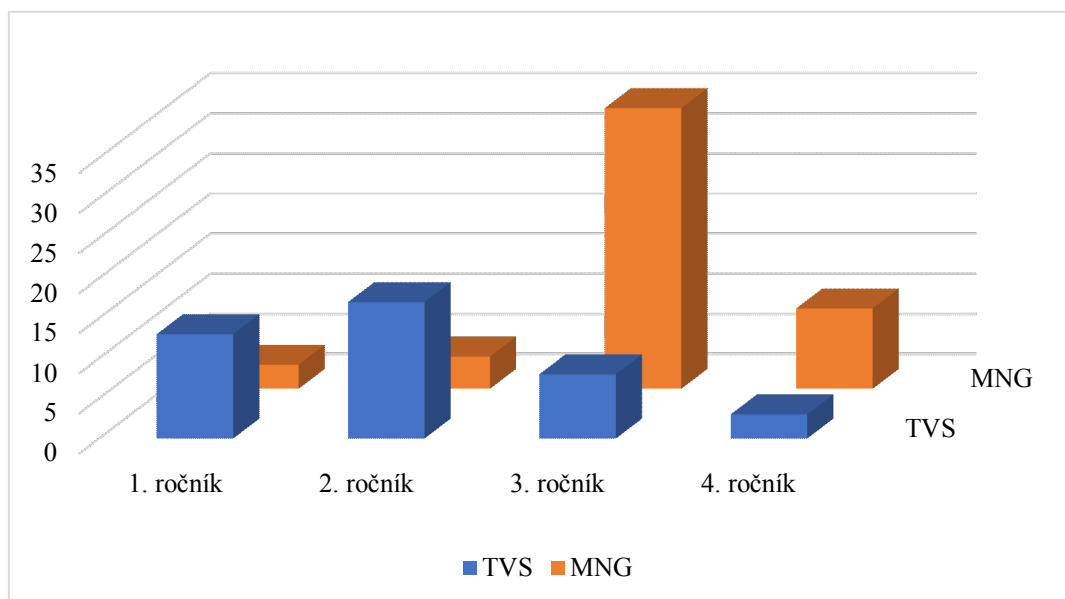


Zdroj: Vlastní zpracování

5.3.2 Uveďte ročník, ve kterém aktuálně studujete.

Z oboru managementu se výzkumu zúčastnilo nejvíce studentů z 3. ročníku, celkově 35 z 52, dále 10 studentů z navazujícího magisterského studia, 4 z 2. ročníku a 3 z 1. ročníku. Z oboru TVS měl největší zastoupení 2. ročník, ze kterého se výzkumu zúčastnilo 17 studentů, druhým nejčastějším byl 1. ročník se 13 studenty, dále 3. ročník s osmi a nakonec 3 studenti z magisterského studia.

Graf 15: Aktuální ročník studia



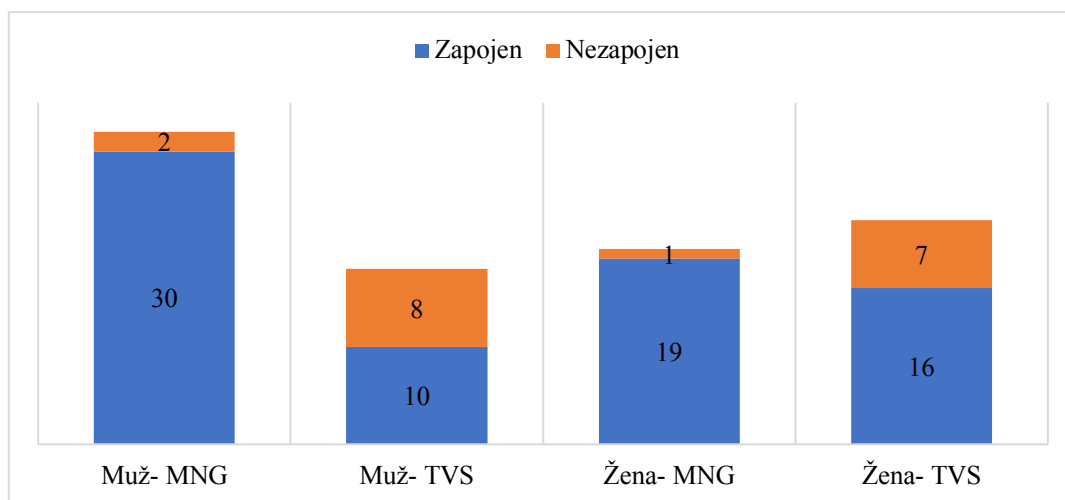
Zdroj: Vlastní zpracování

5.3.3 Uved'te vaše pohlaví.

Celkově se výzkumu zúčastnilo 50 mužů a 43 žen. Do celého výzkumu bylo ovšem zařazeno 75 respondentů, z toho 40 mužů a 35 žen. Graf 16 udává počet mužů a žen z každého oboru a také počet respondentů rozdělených podle pohlaví, kteří byli, resp. nebyli zapojeni do celého výzkumu.

Z grafu lze vypožorovat, že se celého výzkumu zúčastnilo 30 mužů a 19 žen z řad studentů managementu a 10 mužů a 16 žen z oboru TVS.

Graf 16: Pohlaví



Zdroj: Vlastní zpracování

6 DISKUZE

V této kapitole se autor ohlédne za právě zrealizovaným výzkumem a odůvodní případné nedostatky, který tento výzkum měl a kterých by se v příštích výzkumech bylo dobré vyvarovat.

Základní změnou, kterou by autor provedl je výměna elektronického dotazování za písemné. Elektronický dotazník sice vyplnilo 93 respondentů, což ke splnění cílů této bakalářské práce stačilo, ale i přesto si autor představoval vyšší číslo. Velkým problémem elektronického dotazování je nízká návratnost. To se potvrdilo i v tomto výzkumu, kde byla návratnost okolo 62 %. V tomto ohledu by písemné dotazování bylo daleko úspěšnější, jelikož u tohoto typu bývá návratnost téměř sto procentní. Kdyby dotazník vyplnili až do konce všichni respondenti, kteří si ho otevřeli, což znamená, že by byla sto procentní návratnost, došlo by se celkem až k počtu 150 respondentům. Toto číslo by se autorovým představám blížilo již mnohem více.

Důvodem nepoužití písemného dotazování byla změna tématu této bakalářské práce v době, kdy již začalo zkouškové období letního semestru na obou oborech a tudíž nemožnost rozdávat dotazníky přímo respondentům na některých přednáškách či cvičeních. To by samozřejmě vyžadovalo i spolupráci některých pedagogů, kteří by museli s takovýmto přerušáním jejich výuky souhlasit.

Autor dále počítal s tím, že oslovení studenti budou ochotni spolupracovat daleko více. Jednak se jedná o studenty nejen ze stejné fakulty, ale často i ze stejného oboru jako autor sám, a jednak také proto, že hodně z nich bude také v budoucnu potřebovat vyplnit dotazníky k jejich bakalářským pracím. Možná ale byla tato ne příliš velká ochota spolupracovat zapříčiněna i tím, že téma, které autor zkoumá, není pro většinu studentů atraktivní.

Co se týká tvorby dotazníku, což byla jedna z nejnáročnějších částí celého výzkumu, jelikož bylo potřeba zajistit jeho validitu a také relevantnost otázek, projevíly se zde určité výhody elektronického dotazování. Především šlo o ušetření času a financí spojených s tiskem dotazníků oproti písemnému dotazování.

Při zpětném ohlédnutí na vytvořený dotazník našel autor jeden nedostatek. U otázek č. 10 a č. 11, kde respondenti uvádějí, zda by využili daňový ráj buď při podnikání, a nebo

jako profesionální sportovci, neměli respondenti možnost výběru ze stejných odpovědí. U otázky č. 10 byla autorem zařazena možnost odpovědi „nevím“, ovšem u otázky č. 11 tato možnost odpovědi chybí. To mohlo ovlivnit výsledky při porovnávání odpovědí u těchto dvou otázek. Příště by se autor určitě odpovědi „nevím“ vyvaroval a do dotazníku ji nezařazoval.

Dále byly v metodologii této práce stanoveny dvě hypotézy. První hypotéza říkala, že minimálně 80 % respondentů již někdy slyšela pojem daňový ráj. Tato hypotéza byla potvrzena odpověďmi hned na první otázku. Celkem se s tímto pojmem setkala 80,6 % respondentů. Druhá hypotéza tvrdila, že by daňový ráj využili spíše studenti z oboru TVS. I tato hypotéza byla potvrzena, a to jak odpověďmi na otázkou č. 10, tak i odpověďmi na otázku č. 11. Otázka č. 10 zjišťovala, zda by respondenti využili daňový ráj pro své podnikání. Zde by daňový ráj využilo 61,2 % studentů z TVS oproti 32,65 % studentů z oboru managementu. U otázky č. 11, která zjišťovala, zda by respondenti využili daňový ráj, kdyby byli profesionálními sportovci, se rozdíl ještě prohloubil. Daňový ráj by využilo 92,3 % studentů z TVS a 33 % studentů z managementu.

7 ZÁVĚR

Cílem práce bylo porovnat postoje a povědomí o daňových rájích u studentů dvou odlišných oborů na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy. Podle očekávání mají studenti z oboru Managementu o daňový rájích širší znalosti, což se potvrdilo ve všech otázkách na povědomí, kde byli studenti managementu vždy procentuálně úspěšnější. U dvou otázek ovšem ani studenti managementu nebyli nikterak úspěšní. Především u znalostí nejvyužívanějšího daňového ráje českými firmami se projevilo obecně malé povědomí o tomto problému. Studenti managementu zastupují v celé populaci ČR ekonomicky vzdělané obyvatelstvo, jehož celkový počet je menší než obyvatel, kteří jsou ekonomii netknutí. To znamená, že u širší veřejnosti by měly být výsledky pravděpodobně podobné nebo i horší než u studentů TVS. Horší především proto, že u vysokoškoláků se předpokládají větší obecné znalosti než u lidí, kteří vysokou školu nemají, a těch je v České republice větší podíl.

Co se týká postojů k tomuto problému, zde mají negativnější pohled na věc studenti managementu, kteří odpovídali většinou vyrovnaně. U otázek na využití daňových rájů se studenti tohoto oboru rozdělili na tři téměř stejně velké skupiny u otázky č. 10, kde se odpovědi dělily do tří oblastí, popřípadě na dvě téměř stejně velké části, u otázky č. 11, kde se odpovědi dělily na dvě skupiny. U studentů TVS to takto vyrovnané není. V obou těchto otázkách se většina přiklání k využití daňového ráje, a to především pokud by byli profesionálními sportovci zde bylo pro využití až 92,3 % studentů z tohoto oboru. Důvodem takto výrazného rozdílu v odpovědích může být především fakt, že studenti TVS si negativní dopady využití daňového ráje neuvědomují tak jako studenti managementu, jak už bylo popsáno v praktické části.

Dále bylo zjištěno, že co se týká změny názoru a důvěry pro většinu respondentů nehraje užívání daňových rájů firmami či sportovci nijak významnou roli. Především na sportovce by názor neměnilo více než 80 % studentů z obou oborů. Jelikož tedy většina respondentů nedává užívání daňových rájů přílišnou váhu, byla zde položena otázka, zda by vůbec ocenili větší informování o tomto problému ze strany médií. Z otázky č. 8 vyplývá, že pro větší medializaci jsou spíše studenti TVS, a to v 61,5 % případů. U studentů managementu není pro ani polovina z nich. U studentů TVS to je dáno tím, že by se o daném problému chtěli dozvědět více, naopak u studentů managementu, kteří

odpověděli, že by chtěli větší medializaci to je z toho důvodu, aby se zvýšilo celkové povědomí u širší veřejnosti.

Problematika daňových rájů je stále tématem, o kterém se toho u širší veřejnosti mnoho neví a to potvrdil i tento výzkum. Markantně se to projevilo především u studentů oboru TVS, kteří v tomto výzkumu zastupují tu většinu populace ČR, která nemá ekonomické vzdělání.

SEZNAM LITERATURY

1. BENNEDSEN, M., ZEUME, S. Corporate Tax Havens and Transparency. 2014-2015.
2. Brand Awareness. [online] c2019 [cit. 2019-4-20]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/brand-awareness/>
3. CAMPBELL, A. F. The Cost of Corporate Tax Avoidance. [online]. 14.4. 2016 [cit. 2018-09-20]. Dostupné z: <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/04/corporate-tax-avoidance/478293>
4. ČTK. Českých firem v daňových rájích je nejméně za posledních pět let, momentálně tam má vlastníka necelých 13 tisíc společností. [online]. 8. 1. 2019 [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-66422600-ceskych-firem-v-danovych-rajich-je-nejmene-za-poslednich-pet-let-momentalne-jich-tam-ma-vlastnika-necelych-13-tisic-spolecnosti>
5. DVOŘÁČEK, J. Outsourcing a offshoring podnikatelských činností. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-010-2.
6. FSI 2018. [online] 30.1.2018 [cit. 2019-01-07]. Dostupné z: www.financialsecrecyindex.com
7. HALDEVANG, M. Watch out, Switzerland. The US is now the world's number two tax haven. [online]. 7. 2. 2018 [cit. 2018-12-20]. Dostupné z: <https://qz.com/1200096/the-us-is-the-worlds-second-worst-tax-haven-say-tax-justice-networks-ranking/>
8. HAVRÁNEK, B. *Slovník spisovného jazyka českého*. 1. vyd. Praha: Academia, 1989, 716 s. ISBN 978-80-200-1080-3
9. Jak pochopit daně v ráji?. [online]. 25. 3. 2017 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: <https://glopolis.org/997939/pochopit-dane-raji>

10. Kde nejlépe ukrýt majetek? Ve Švýcarsku a Spojených státech. [online]. 31. 1. 2018 [cit. 2018-12-20]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/byznys/kde-nejlepe-ukryt-majetek-svycarsko-spojene-staty-1392394>
11. KLIMOVIČOVÁ, D. Lesk a bída daňových rájů. [online]. 15. 6. 2016 [cit. 2018-09-20]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/lesk-a-bida-danovych-rajju-80156.html>
12. KOPEČNÝ, O. Šampioni v utajení. [online]. 13. 2. 2018 [cit. 2018-12-20]. Dostupné z: <http://www.danovereformy.eu/danove-kauzy/articles/sampioni-v-utajeni>
13. Management tělesné výchovy a sportu. [online] c2019 [cit. 2019-4-21]. Dostupné z: <https://ftvs.cuni.cz/FTVS-579.html>
14. MRKVIČKA, J. *Manažerské finance*. Praha: Institut certifikace účetních, c2014. 3. vyd. 331 s. ISBN 978-80-86716-92-3
15. O fakultě. [online] c2019 [cit. 2019-4-21]. Dostupné z: <https://ftvs.cuni.cz/FTVS-10.html>
16. OECD. Harmful tax competition. Paříž: OECD Publications, 1998, s.26-27 ISBN 92-64-16090-6
17. Postoj (Attitude). [online] c2011-2016 [cit. 2019-4-20]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/postoj>
18. SECORD, P. F. – BACKMAN, C. W. *Social Psychology*. Londýn: McGraw-Hill Book Co., 1964, 154 s. ISBN 978-007-08- 5664-6
19. ŠTĚPÁNOVÁ, P. Z daňových rájů je řízeno nejméně firem za posledních pět let. [online]. 16. 1. 2018 [cit. 2018-12-10]. Dostupné z: <https://www.bisnode.cz/o-bisnode/o-nas/novinky/z-danovych-rajju-je-rizeno-nejmene-firem-za-poslednich-5-let/>
20. Tělesná výchova a sport. [online] c2019 [cit. 2019-4-21]. Dostupné z: <https://ftvs.cuni.cz/FTVS-566.html>
21. Tax Haven. [online]. c2019 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/t/taxhaven.asp>

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: <i>Povědomí o existenci daňových rájů</i>	30
Graf 2: <i>Co si respondenti představí pod pojmem daňový ráj</i>	31
Graf 3: <i>Nejvyužívanější daňový ráj podle respondentů</i>	32
Graf 4: <i>Negativní dopady daňových rájů podle respondentů</i>	33
Graf 5: <i>Pozitivní dopady daňových rájů podle respondentů</i>	35
Graf 6: <i>Více informací v médiích</i>	36
Graf 7: <i>Odůvodnění odpovědi na otázku č.8.</i>	38
Graf 8: <i>Podnikání v daňovém ráji</i>	39
Graf 9: <i>Využití daňového ráje jako sportovec</i>	40
Graf 10: <i>Nemorálnost užívání daňových rájů</i>	41
Graf 11: <i>Důvěra ve firmu v daňovém ráji</i>	41
Graf 12: <i>Změna názoru na oblíbeného sportovce</i>	43
Graf 13: <i>Souhlas s bojem proti daňovým rájům</i>	44
Graf 14: <i>Obor studia</i>	45
Graf 15: <i>Aktuální ročník studia</i>	46
Graf 16: <i>Pohlaví</i>	46

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: <i>Schéma modelu postojů</i>	11
Obrázek 2: <i>Schéma rozdělení okruhu otázek</i>	28

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: <i>Vývoj počtu českých firem se sídlem v daňových rájích</i>	13
Tabulka 2: <i>Žebříček Financial Secrecy Index (FSI)</i>	18

Tabulka 3: 25 jurisdikcí s nejhorsím indexem	23
Tabulka 4: Znalost negativních dopadů daňových rájů na ostatní ekonomiky	33
Tabulka 5: Znalost pozitivních dopadů daňových rájů na ostatní ekonomiky.....	34
Tabulka 6: Více informací v médiích (porovnání odpovědí mužů a žen)	36
Tabulka 7: Rozdíl ve změně důvěry ve firmu podle pohlaví	42

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník

Příloha 1: Dotazník

Dobrý den,

rád bych Vás požádal o vyplnění krátkého dotazníku, na jehož základě budou porovnány postoje a povědomí o daňových rájích u studentů Fakulty tělesné výchovy a sportu UK a to konkrétně u oborů TVS a Managementu. Dotazník je anonymní a získané informace budou sloužit pouze pro zpracování mé bakalářské práce. Vyplnění dotazníku Vám zabere přibližně 5 minut.

Děkuji za Váš čas a spolupráci

Jiří Sládek (student 3. ročníku FTVS MNG)

Otázka 1: Setkali jste se s pojmem daňový ráj? (pokud ne, pokračujte na otázce č.16)

- a) Ano
- b) Ne

Otázka 2: Co si pod pojmem daňový ráj představíte?

Otázka 3: Který daňový ráj je nejvyužívanější u českých firem?

- a) USA
- b) Kypr
- c) Nizozemsko
- d) Bahamy
- e) Monako
- f) Seychelská republika

Otázka 4: Znáte nějaký negativní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?

- a) Ano
- b) Ne

Otázka 5: Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.

Otázka 6: Znáte nějaký pozitivní dopad daňových rájů na ostatní ekonomiky?

- a) Ano
- b) Ne

Otázka 7: Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ano, uveďte jaký.

Otázka 8: Uvítali byste v médiích více informací o této problematice?

- a) Ano
- b) Nevím
- c) Ne

Otázka 9: Uveďte důvod své odpovědi na předchozí otázku.

Otázka 10: Využili byste v budoucnu daňový ráj pro své podnikání?

- Ne 1 - 2. - 3. - 4. - 5 Ano

Otázka 11: Užili byste výhod daňových rájů za předpokladu, že jste profesionální sportovec?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

Otázka 12: Považujete užívání daňových rájů za nemorální?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

Otázka 13: Klesla by vaše důvěra ve firmu po zjištění, že užívá výhod daňových rájů?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

Otázka 14: Změnili byste názor na vašeho oblíbeného sportovce po zjištění, že daní v daňovém ráji?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

Otázka 15: Souhlasíte s mezinárodními iniciativami bojovat proti daňovým rájům?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

Otázka 16: Uveďte obor vašeho studia na UK FTVS.

- a) TVS
- b) Management TVS

Otázka 17: Uveďte ročník, ve kterém aktuálně studujete.

- a) 1. ročník
- b) 2. ročník
- c) 3. ročník
- d) Navazující magisterské studium

Otázka 18: Uveďte vaše pohlaví.

- a) Muž
- b) Žena

Děkuji za váš čas!