

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2014

BARBORA HOUŠKOVÁ

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

DIPLOMOVÁ PRÁCE



MANAGEMENT FIREM

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV DIPLOMOVÉ PRÁCE/TITLE OF THESIS

Podpora českého exportu se zaměřením na Brazílii, Čínu a Slovensko

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

Říjen 2014

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Bc. Barbora Houšková/PMF 02

JMÉNO VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Ing. František Janatka, Csc.

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou diplomovou práci na uvedené téma vypracoval/a samostatně a že jsem ke zpracování této diplomové práce použil/-a pouze literární prameny v práci uvedené.

Jsem si vědom/a skutečnosti, že tato práce bude v souladu s § 47b zák. o vysokých školách zveřejněna, a souhlasím s tím, aby k takovému zveřejnění bez ohledu na výsledek obhajoby práce došlo.

Prohlašuji, že informace, které jsem v práci užil/a, pocházejí z legálních zdrojů, tj. že zejména nejde o předmět státního, služebního či obchodního tajemství či o jiné důvěrné informace, k jejichž použití v práci, popř., k jejichž následné publikaci v souvislosti s předpokládanou veřejnou prezentací práce, nemám potřebné oprávnění.

Datum a místo:

*14. října 2014
Barbora Houšková*

 podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu diplomové práce, za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytl při zpracování mé diplomové práce.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SOUHRN

1. Cíl práce:

Hlavním cílem práce je vyhodnocení zahraničního obchodu České republiky z pohledu naplňování Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020 a návrh případných opatření, které by mohly napomoci k naplňování Exportní strategie.

Dílčím cílem práce je poukázat na vývoj českého zahraničního obchodu a také na jeho teritoriální a komoditní strukturu a dále poukázat na vývoj exportu do vybraných zemí – Brazílie, Číny a Slovenska a rozbor Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

2. Výzkumné metody:

V práci byly uplatněny metody komparace a analýza. Výzkumné metody byly provedeny zejména v oblasti vývoje zahraničního obchodu, ať už z hlediska komoditního či teritoriálního. Ale také z hlediska vývoje makroekonomických ukazatelů v čase.

3. Výsledky výzkumu/práce:

Výsledkem práce byla doporučení českým exportérům při pronikání na brazilský, čínský a slovenský trh. Které oblasti podnikání jsou na daných trzích zajímavé. Dále byly zjištěny výsledky plnění Exportní strategie, které byly prozatím klasifikovány jako optimální.

4. Závěry a doporučení:

Závěrem práce bylo shrnutí zjištěných informací týkajících se Exportní strategie, v čem jsou spatřovány její klady a naopak v čem záporny a jak je Strategie v současnosti naplňována. V souvislosti s tím bylo doporučeno dělat průběžné analýzy plnění Exportní strategie, jelikož na základě výsledků tohoto šetření, by bylo možné přijmout aktuální opatření, která by mohla mít pozitivní vliv na plnění Strategie. Dále bylo také doporučeno věnovat větší pozornost informovanosti o možnostech využití státní podpory malým a středním podnikům, kteří jsou pro český export stěžejní, ať už z hlediska plnění Strategie či diverzifikace exportu mezi malé, střední a velké podniky.

KLÍČOVÁ SLOVA

Exportní strategie, zahraniční obchod, import, export, teritoriální struktura, komoditní

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

struktura
SUMMARY
<p>1. Main objective:</p> <p>The aim of this theses is to evaluate the international trade of the Czech Republic in terms of repletion the Export Strategy of the Czech Republic for the period 2012-2020 and draft some possible measures, that might be helpful to the repletion of export strategy.</p> <p>The other aim is to show the evolution of Czech international trade and also on its territorial and commodity structure and further highlight the evolution of exports to the chosen countries – Brazil, China and Slovakia. Also analysis the Export Strategy of the Czech Republic for the period 2012-2020.</p>
<p>2. Research methods:</p> <p>In the theses were applicated the method of comparison and analysis. Research methods have been carried out particularly in the evolution of international trade, in terms of commodity or territorial. But also in terms of macroeconomic indicators over time.</p>
<p>3. Result of research:</p> <p>Results of the theses were recommendation to Czech exporters to get through the Brazilian, Chinese and Slovak market. Which business areas are interesting in respective markets. Further results were found the repletion of Export Strategy, which have been classified as optimal in this time.</p>
<p>4. Conclusions and recommendation:</p> <p>The conclusion of the theses were the summary of the information regarding Export strategy. What are the positives and negatives and how is the strategy currently implemented. In this regard was recommended to make continuous analysis of the repletion the Export Strategy, because based of this investigate results would be possible to accept some action, that could have a positive impact on the repletion of Strategy. It was also recommended to pay more attention to information on the use of state aid to small and middle sized company, that are crucial for Czech exports, in terms of repletion of Strategy or diversification of exports between small, middle or large companies.</p>
KEYWORDS
Export strategy, international trade, import, export, territorial structure, the commodity structure.
JEL CLASSIFICATION
F10

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vysoká škola ekonomie a managementu
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení:	Houšková Barbora
Studijní program:	Ekonomika a management (Ing.)
Studijní obor:	Management firem
Studijní skupina:	PMF 2
Téma:	Podpora čs. exportu a její formy
Zásady pro vypracování (stručná osnova práce):	<ol style="list-style-type: none">1. Podpora exportu, koncepce schválená vládou ČR2. v březnu 2012.3. Pojištění obchodně-politických rizik se státní podporou, postavení a funkce EGAP.4. Pojistné programy pro čs. vývozce.5. Exportní a před-exportní financování se státní podporou.6. Praktické využití v čs. exportu.
Seznam literatury: (alespoň 4 zdroje)	<p>Janátka, F. <i>Organizace a řízení obchodu</i>. Praha: VSEM 2012. ISBN 978-80-867730-94-3.</p> <p>Proexportní koncepce, schválená vládou ČR v březnu 2012.</p> <p>Pojistný program EGAP.</p> <p>Před-exportní a exportní financování-program České exportní banky.</p> <p>Postavení CzechTrade a formy podpory exportu (www stránky CzechTrade).</p>
Vedoucí práce:	Ing. František Janátka, CSc.

Prof. Ing. Milan Žák, CSc.
rektor

V Praze dne 1. 2. 2014

Podepsal: Milan Žák
Organizace: Vysoká škola
ekonomie a managementu, o.p.s.
Datum podpisu: 31.1.2014

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

OBSAH

1. Úvod.....	1
2. Zahraniční obchod	4
2.1. Teorie zahraničního obchodu	5
2.2. Funkce zahraničního obchodu	6
2.3. Podstata zahraničního obchodu	7
2.4. Teritoriální a komoditní struktura zahraničního obchodu	8
2.5. Mezinárodní organizace podporující zahraniční obchod	11
2.5.1. Světová obchodní organizace (WTO).....	12
2.5.2. Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD).....	12
2.5.3. Ostatní mezinárodní organizace.....	13
3. Proexportní politika	14
3.1. Institucionální podpora exportu.....	16
3.1.1. Česká exportní banka.....	16
3.1.2. Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP).....	23
3.1.3. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR	28
3.1.4. Česká rada pro obchod a investice (ČROI)	29
3.1.5. CzechTrade	29
3.1.6. CzechInvest.....	32
4. Exportní politika EU	34
5. Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020	36
5.1. Pilíře Exportní strategie ČR.....	37
5.1.1. I. pilíř – Zpravodajství pro export.....	38
5.1.2. II. pilíř – Rozvoj exportu	41
5.1.3. III. Pilíř - rozvoj obchodních příležitostí	43
5.2. Plnění Exportní strategie ČR pro období 2012-2020	44
6. Podpora českého exportu v Brazílii, Číně a na Slovensku	50
6.1. Brazílie	51
6.1.1. Příležitosti na brazilském trhu	54
6.2. Čína	56
6.2.1. Příležitosti na čínském trhu.....	59
6.3. Slovensko	60
6.3.1. Příležitosti na slovenském trhu	63
7. Zápory a klady Exportní strategie.....	65

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

7.1. Zápory Exportní strategie ČR.....	65
7.2. Klady Exportní strategie.....	66
8. Závěr	68
9. Seznam literatury	71

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Teritoriální struktura zahraničního obchodu ČR v roce 2004	9
Tabulka 2: Teritoriální struktura zahraničního obchodu ČR v roce 2013	9
Tabulka 3: Strategické cíle České exportní banky	17
Tabulka 4: Vybrané ukazatele a hodnoty České exportní banky	20
Tabulka 5: Vybrané ukazatele a hodnoty EGAP	24
Tabulka 6: Pilíře a projektové karty Exportní strategie ČR pro období 2012-2020	38
Tabulka 7: Proexportní činnosti v ČR v rámci I. pilíře	39
Tabulka 8: Proexportní činnosti v ČR v rámci II. pilíře	41
Tabulka 9: Proexportní činnosti v ČR v rámci III. pilíře	44
Tabulka 10: Implementační karty Akčního plánu pro export a internacionalizaci	45
Tabulka 11: Indikátor A – Zvýšení počtu exportérů a zvyšování objemu exportu a z něj plynoucích přínosů pro dlouhodobý udržitelný růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů	48
Tabulka 12: Indikátor B – Teritoriální diverzifikace exportu mimo EU	48
Tabulka 13: Indikátor C – Posun českých exportérů v hodnotových produkčních řetězcích do segmentů s vyšší přidanou hodnotou	48
Tabulka 14: SWOT analýza brazilského trhu	55
Tabulka 15: SWOT analýza čínského trhu	59
Tabulka 16: Plnění cílů Evropy 2020 Slovenské republiky za rok 2012	61
Tabulka 17: SWOT analýza slovenského trhu	63

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Teritoriální struktura světového exportu za rok 2013	10
Graf 2: Export ČR do Evropy podle komoditní struktury - rok 2004	10
Graf 3: Export ČR do Evropy podle komoditní struktury - rok 2013	11
Graf 4: Vývoj obchodní bilance ČR v období 1993 – 2013	14
Graf 5: Teritoriální struktura ČEB v roce 2013	21
Graf 6: Komoditní struktura ČEB v roce 2013	22
Graf 7: Produktová struktura nových pojistných smluv za rok 2013	26
Graf 8: Teritoriální struktura nově uzavřených pojistných smluv za rok 2013	27

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nároční 2600/9a, 158 00 Praha 5

Graf 9: Komoditní struktura agentury CzechTrade za rok 2013.....	31
Graf 10: Teritoriální struktura nových investičních projektů roku 2013.....	33
Graf 11: Vývoj exportu ČR do prioritních zemí v období 2010-2013.....	40
Graf 12: Závislost exportu České republiky v období 2002-2013 (v %).....	42
Graf 13: Vývoj českého exportu v období 2002-2013 (v tis. CZK).....	47
Graf 14: Vývoj českého exportu do Brazílie v období 2002-2013 (v tis. CZK).....	49
Graf 15: Vývoj českého exportu do Číny v období 2002-2013(v tis. CZK).....	49
Graf 16: Vývoj českého exportu na Slovensko v období 2002-2013(v tis. CZK).....	50
Graf 17: Vývoj komoditní struktury českého exportu do Brazílie (v %).....	51
Graf 18: Vývoj tempa růstu HDP a míry inflace Brazílie (v %).....	52
Graf 19: Vývoj salda zahraničního obchodu Brazílie (v mld. USD).....	53
Graf 20: Vývoj komoditní struktury českého exportu do Číny (v %).....	56
Graf 21: Vývoj tempa růstu HDP a míry inflace Číny (v %).....	57
Graf 22: Vývoj salda zahraničního obchodu Číny (v mil. USD).....	58
Graf 23: Vývoj komoditní struktury českého exportu na Slovensko (v %).....	60
Graf 24: Vývoj tempa růstu HDP a míry inflace Slovenska (v %).....	61
Graf 25: Vývoj salda zahraničního obchodu Slovenska (v mil. EUR).....	62

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Transformační funkce zahraničního obchodu.....	7
---	---

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

1. Úvod

Jelikož v posledních letech dochází k růstu české ekonomiky, který je způsoben zejména exportem, je právě podpora exportu velice důležitou složkou hospodářské politiky každé země, která není zastáncem protekcionismu a řadí se mezi vyspělé tržní ekonomiky. Česká republika, jakožto velmi otevřená a exportně orientovaná ekonomika je na zahraničním obchodu závislá. Je tomu z důvodu velikosti ekonomiky, ale hlavně z důvodu nedostatku přírodních a jiných zdrojů k uspokojení potřeb obyvatel. Právě zahraniční obchod se podílí na hrubém domácím produktu České republiky přibližně 80 %.

Se stále se rozšiřující globalizací a odstraňování bariér v zahraničním obchodě jsou stále větší požadavky na podporu exportu, zejména na státní podporu exportu. Tím že jsou odstraňovány bariéry v mezinárodním obchodě, roste konkurenceschopnost zemí a je nutné k této skutečnosti přistupovat tak, aby byl zajištěn stálý růst a ne pokles konkurenceschopnosti země.

Česká republika využívá několik nástrojů zahraniční politiky, přičemž nejvýznamnější jsou bezesporu bilaterální či multilaterální diplomacie, členství v organizacích jako je např. EU, NATU, OSN, atd., monitorování, analýzy, podávání informací o vývoji zahraničních trhů.

V posledních letech je zahraniční politice věnována velká pozornost, ať už je to z důvodu členství v EU, která je pro zahraniční obchod ČR určitě přínosem, ale také z již zmíněného důvodu růstu ekonomiky, globalizace, atd. Aktuální Exportní strategie pro rok 2012-2020 klasifikovala 12 prioritních zemí, které jsou pro Českou republiku strategicky výhodné. Z těchto strategicky významných trhů bude práce analyzovat 2 z nich, a sice Brazílii a Čínu. Tyto země byly vybrány z důvodu významnosti trhu pro české exportéry a dále také díky tomu, že jsou členem uskupení zemí BRIC. Dalším důvodem pro výběr Brazílie a Číny byla odlišnost teritoriální, kulturní, politická, ekonomická a sociální. Specifickým důvodem pro výběr Brazílie bylo již konané Mistrovství světa ve fotbale a nadcházející LOH, které s sebou nesou určitou atraktivitu pro české exportéry. Specifickým důvodem pro výběr Číny byla její tržní síla a rychlost, s jakou se tato země rozvíjí, respektive její východní část. Třetí zemí, kterou se práce zabývá, je Slovenská republika. Tato země byla vybraná z důvodu odlišnosti od dvou předcházejících zemí a díky podobnosti z Českou republikou. Dalším kritériem výběru bylo také to, že jedna z vybraných zemí by měla být členskou zemí Evropské unie. Práce má v úmyslu poukázat na hlavní rozdíly a v návaznosti na to upozornit na možné exportní příležitosti pro české vývozce.

Hlavním cílem Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020 je zvýšení počtu českých exportérů a také zvýšení objemu exportu a s tím spojené přínosy pro udržitelný hospodářský růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů. Dále byly stanoveny specifické cíle, které se týkají diverzifikace exportu mimo trh EU, zaměření českých exportérů na odvětví s vyšší přidanou hodnotou a dále se soustředit na maximální využití činností státu v souvislosti s exportní politikou. V praktické části této práci bude poukázáno na plnění cílů Exportní strategie a navrženo případné opatření, jak dosáhnou lepších výsledků.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

V první části práce je pozornost věnována zejména teoretické stránce zahraničního obchodu, kde je definován pojem zahraniční obchod a jeho stručná historie. Dále bude pozornost věnována teorii zahraničního obchodu, zejména merkantilistům, anglickým klasikům, neoklasické škole a dále některým z moderních teorií zahraničního obchodu. Pro pozdější analýzu plnění Exportní strategie byla kapitola teoretické části práce zaměřena na teritoriální a komoditní strukturu zahraničního obchodu, kde bude rozebírán zejména rok 2013. Tato data budou pro zajímavost srovnávána s rokem vstupu České republiky do EU, 2004. Aby byla teoretická část kompletní, budou zmíněny také funkce zahraničního obchodu. Zejména pak funkce transformační, transmisní a růstové, i když funkcí zahraničního obchodu je mnohem více.

Poslední kapitola teoretické části bude zaměřena na institucionální podporu exportu, ať už se jedná o mezinárodní organizace či organizace České republiky. V rámci Exportní strategie České republiky bude věnována pozornost zejména českým organizacím, jako je například Česká exportní banka poskytující finanční pomoc českým exportérům. Ve stručnosti bude uvedeno produktové portfolio a výsledky hospodaření za rok 2013, na kterém bude patrné, jak ČEB pomáhá českým exportérům. Zda se zvýšil počet poskytnutých úvěrů či jiných produktů. Podobně bude pojata podkapitola u Exportní garanční a pojišťovací společnosti, která, jak už název napovídá, má za úkol pojištění a garanci exportních úvěrů a jiných rizik. Těmto dvěma institucím je věnována v této práci pozornost zejména z důvodu jejich důležitosti pro české exportéry. Ovšem další neméně důležité organizace, které budou v práci zmíněny, jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Česká rada pro obchod a investice, či významný CzechTrade či CzechInvest.

Praktická část práce plyně navazuje na teoretickou, přičemž první kapitola praktické části se zabývá Exportní strategií České republiky pro období 2012-2020, která navazuje na krátkou kapitolu o exportní politice Evropské unie. V kapitole týkající se EU bude poukázáno na vytvořenou strategii Evropa 2020. Tato strategie má za cíl dosahovat pozitivního vývoje ekonomického růstu členských zemí.

V kapitole týkající se Exportní strategie budou rozebrány pilíře Exportní strategie a jejich projektové karty. Dále také bude poukázáno na prioritní trhy a strategicky významné trhy, které byly stanoveny jako významné a s vysokým potenciálem pro české exportéry. V závěru této kapitoly se práce zaměří na stanovení monitorovacích ukazatelů, přičemž výsledky naplňování Exportní strategie budou vyhodnoceny na prvním kontrolním dni, který se bude konat během roku 2014. Dle doposud zjištěných informací byla Exportní strategie ČR v prvních dvou letech svého působení relativně úspěšná.

V části věnované brazilskému trhu se práce zabývá ekonomickým postavením Brazílie v rámci Jižní Ameriky, členstvím Brazílie ve skupině BRICS. V této kapitole bude také uveden graf zobrazující vývoj českého exportu do Brazílie. Se souvisejícím vývojem exportu z časového hlediska bude zmíněn i vývoj komoditní struktury exportu do Brazílie. Mezi další zkoumané skutečnosti může být zařazen vývoj tempa růstu HDP či inflace, kde bude patrný růst brazilského trhu.

Na závěr kapitoly týkající se Brazílie bude poukázáno na příležitosti pro české exportéry.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Podobně strukturovány budou i kapitoly týkající se Číny a Slovenské republiky. Kde budou opět uvedeny základní charakteristiky trhu. Zmíněn bude také vývoj makroekonomických ukazatelů, plánované či konané veletrhy a nejdůležitější exportní příležitosti pro české podnikatele.

V závěru práce bude shrnuto plnění Exportní strategie a doporučení, aby bylo dosaženo lepších výsledků.

Hlavní cíl

Hlavním cílem práce je vyhodnocení zahraničního obchodu České republiky z pohledu naplňování Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020 a návrh případných opatření, které by mohly napomoci k naplňování Exportní strategie.

Další cíle

Dalším cílem práce bude poukázat na vývoj českého zahraničního obchodu a také na jeho teritoriální a komoditní strukturu a dále poukázat na vývoj exportu do vybraných zemí – Brazílie, Číny a Slovenska.

Dále je za cíl stanoveno rozebrat současnou Exportní strategii České republiky pro období 2012-2020.

2. Zahraniční obchod

Každá země, která se zapojuje do mezinárodního obchodu, si stanovila určitou obchodní politiku státu, díky níž je právě zahraniční obchod ovlivněn. Kalínská (2010, str. 92) definovala obchodní politiku jako prostředky, které využívá stát pro regulaci vnějších ekonomických vztahů a má za úkol také určit nástroje, které pro to budou využívány. Dále také obchodní politiku Kalínská (2010, str. 92) chápe jako sbírku záměrů, vytvořených strategií, opatření, smluv a dalších, tvořených vládou. Právě tyto vyjmenované nástroje jsou určeny domácím i zahraničním subjektům, jež jsou zainteresovány v mezinárodním obchodě.

Nástroje obchodní politiky se liší v každé zemi. Záleží na mnoha faktorech, přičemž mezi nejdůležitější patří otevřenost ekonomiky či jakým směrem je vedena zahraničně-obchodní politika. V případě, že se jedná o přístup liberalistický, je podporován zahraniční obchod. Podporu můžeme spatřovat např. ve státních subvencích do podniků, které vyrábí produkty určené na export, poskytování výhodnějších exportních úvěrů a další. Můžeme říci, že liberalistické ekonomiky si nástroje podpory stanoví v exportních politikách. Naopak přístup protekcionistický se snaží domácí trh do určité míry chránit a snaží se o to, aby byla spotřeba primárně směřována na domácí výrobce, a v případě nedostatečné nabídky se zaměří na zahraniční nabídku. Oporu hledá protekcionismus u merkantilistů, kteří ve své teorii určitou dávku protekcionismu uvádějí.

„Zahraničně obchodní vztahy, resp. zahraniční obchod znamená, že část produkce zboží a služeb vytvořené v domácí ekonomice se vyváží, zatímco část produkce, která je doma spotřebována nebo investována, je naopak vyráběna v zahraničí a do domácí ekonomiky je dovážena. Zahraniční obchod je cestou, jak ekonomika může realizovat své komparativní výhody, tedy vyrábět určité zboží za relativně nižší náklady než země jiné.“ (Spěváček a kol., s. 435, 2012)

Zahraniční obchod je chápán jako transakce zboží či služeb, která ovšem není uskutečňována na území jednoho státu, ale na úrovni mezinárodní. Díky zahraničnímu obchodu můžou státy uplatňovat své konkurenční výhody, či získávat produkty, které jsou pro daný stát z jeho vlastních zdrojů nezískatelné. Této výhody zahraničního obchodu si byli vědomi již obyvatelé prvních států, kdy některý stát byl bohatý na živočišnou produkci a jiný stát se zabýval výrobou. S vývojem trhu docházelo i k vývoji mezinárodního obchodu, kdy se od barterových obchodů přešlo k obchodům za platidla.

Hodnocením zahraničního obchodu se zabýval Svatoš (2009, s. 15), který hodnotí zahraniční obchod z hlediska efektivity, proporcionality, demonstrativního efektu, hospodářské provázanosti. Hledisko efektivity je vysvětlováno jako zaměření se na výrobky, kde v rámci vývozní politiky může být dosaženo maximálních úspor. Z hlediska proporcionality se hodnotí státy, jak velký mají domácí trh a zda jsou schopni soběstačného vývoje. V dnešním světě ovšem není mnoho zemí, které jsou schopny pokrýt ze svých zdrojů veškeré potřeby. Dle hlediska demonstrativního efektu se hodnotí země, kde se porovnává jejich vývozní a dovozní program. Provázanost zemí díky zahraničnímu obchodu způsobují stabilnější vztahy zainteresovaných stran, tato skutečnost může snižovat riziko vzniku konfliktu.

Země může zaujmout k zahraničnímu obchodu aktivní či pasivní přístup. Představitelé pasivního přístupu k zahraničnímu obchodu chápou zahraniční obchod jen jako prostředek, díky kterému je možné získat zdroje, které v domácí zemi nejsou dostupné. Pasivní přístup klade důraz na proporcionalitu a podporuje teorii, že pokud je možné zajistit potřeby z vlastních zdrojů, tak není nutné využívat zdrojů zahraničí. Oproti tomu aktivní přístup k zahraničnímu obchodu přihlíží spíše k hledisku efektivnosti. Země, které zastávají aktivní přístup k zahraničnímu obchodu, často aplikují proexportní politiku, které se podřizuje zahraniční politika státu, ale mnohdy i zákony a vytváří se různé podpůrné prostředky pro pomoc vývozcům.

2.1. Teorie zahraničního obchodu

Merkantilisté

Merkantilistické ekonomické myšlení, které přineslo, jako první ucelené představy o mezinárodním obchodě se začalo objevovat na přelomu 17. a 18. století. Svatoš (2009, str. 17) popisuje hlavní merkantilistickou úvahu jako zaměření se na národní zájmy, zejména tedy na růst národního bohatství v poměru s jinými zeměmi. Později merkantilisté viděli smysl přílivu peněz do země nejen v tom, že jim rostlo bohatství státu, ale také v tom, že příliv peněz do země zlevňoval úvěr. Merkantilisté zajišťovali přísun peněz do země právě pomocí zahraničního obchodu, respektive v jeho aktivní bilanci.

Největší omyl merkantilistů ovšem byl, že předpokládali, že světové bohatství již neporoste, tudíž je konstantní a zahraničním obchodem se pouze přerozděluje. Tato skutečnost se nazývá „hra s nulovým součtem“.

Angličtí klasikové

Merkantilistickou teorii vyvrátili v 18. století angličtí klasikové. Ti zastávali názor, že zahraniční obchod přinese bohatství všem obchodujícím státům bez ohledu na to, zda-li je jejich obchodní bilance kladná či záporná. Angličtí klasikové neviděli růst bohatství ve finančních tocích, ale zejména z přínosů mezinárodní dělby práce.

V době anglických klasiků vznikla Smithova teorie absolutních výhod, která státům poskytla doporučení, aby se zaměřovaly pouze na to, co dokáží vyprodukovat s těmi nejlepšími předpoklady. At už výroba s nižšími náklady, či vyšší produktivita práce mohou dosáhnout toho, že je produkt vyroben s celkově nižšími náklady, než je tomu v jiných státech – tzv. absolutní výhoda. Pro státy, kde se stejný produkt vyrábí s vyššími náklady, je ekonomičtější toto zboží dovážet. V tomto je spatřována nedokonalost. Co se státy, které nemají žádnou absolutní výhodu? Na to odpověděl David Ricardo svou teorií komparativních výhod, kdy doporučuje, aby se státy zaměřily na produkci, v nichž má daná země absolutní výhodu anebo naopak, v nichž má nejmenší absolutní nevýhodu. Díky tomu plynou výhody zahraničního obchodu pro všechny zúčastněné strany. Podobně vysvětluje komparativní výhodu i Holman (2005, str. 127), kde je za komparativní výhodu brána ta činnost, ve které je subjekt relativně lepší než v činnostech jiných. Což lze opět vysvětlit jako zaměření se na činnost, ve které nemá stát sice absolutní výhodu, ale z hlediska národního je pro něj tato činnost nejefektivnější.

Představitelé neoklasické školy

Na anglické klasiky navázali v průběhu 20. století představitelé neoklasické školy. Ti navázali na Ricardovu teorii komparativních výhod, kterou rozšířili o existenci dalšího výrobního faktoru, a sice kapitálu. Tudíž představitelé neoklasické školy již počítají s faktory – práce, půda, kapitál a přírodní zdroje. V modelu dynamické teorie komparativní výhody se vychází z předpokladu, že země jsou relativně vybaveny výrobními faktory. I tento model se ovšem dočkal kritiky, a to zejména z důvodu, že je zde zjednodušována podstata potřeby výrobních faktorů, kdy země jsou jinak faktorově vybaveny.

V současné době je téměř nemožné využívat teorií z řad klasických, neoklasických či alternativních teorií. Je to hlavně z důvodu nestabilního a stále se rozvíjejícího prostředí.

Moderní teorie obchodu

V šedesátých letech 20. století přišel Donald B. Keesing (1965, str. 287-290) s Teorií kvalifikace práce. Poukázal na skutečnost, že „není práce, jako práce“ a v podstatě, že „není produkt, jako produkt“. Základem pro tuto myšlenku mu byl fakt, že až do této doby se počítalo více méně pouze s dvěma faktory, s prací a kapitálem. Ovšem už se nikdo nezabýval skutečností, že méně pracovníků může v určitých případech odvézt více práce – jedná se zde o kvalifikaci pracovníků či ochotu pracovat. Tím došel k závěru, že pracovníci by se měli dělit na kvalifikované a nekvalifikované. Obdobné to je i výrobků. Každý produkt vyžaduje jinou technologii, jiné know-how – tzn. výrobky vyžadující kvalifikované pracovníky, nebo poměrně snadné na výrobu.

Další moderní teorií je Vernonova Teorie životního cyklu výrobku. V této teorii Vernon navázal na Ricardovu teorii komparativních výhod, kdy vysvětlil, že v rámci životního cyklu produktu se může komparativní výhoda přenést na jinou zemi (výrobce). V první fázi náleží komparativní výhoda zemi, která produkt vyvinula, otestovala, vyrobila a uvedla na trh. Tím, jak se dostává do podvědomí zákazníků, se zvyšuje i poptávka po tomto produktu, která se rozšiřuje i za hranice domácí ekonomiky. V případě, že výrobní kapacita dovolí, může výrobce uspokojovat i zahraniční poptávku a začít produkt vyvážet. Tím se stane známý i ostatním zemím, které ho začnou vyrábět. V mnohých případech se komparativní výhoda přesune ze země původu do další výrobní země, kde trh ještě není nasycen, a tudíž může produkt vyrábět s nižšími náklady. K tomuto jevu dochází v převážné většině v době dospělosti produktu na původním trhu.

Moderních teorií zahraničního obchodu je spousta. Může být zmíněna také Teorie rostoucí výnosy z rozsahu a nedokonalá konkurence či Gravitační model obchodu.

2.2. Funkce zahraničního obchodu

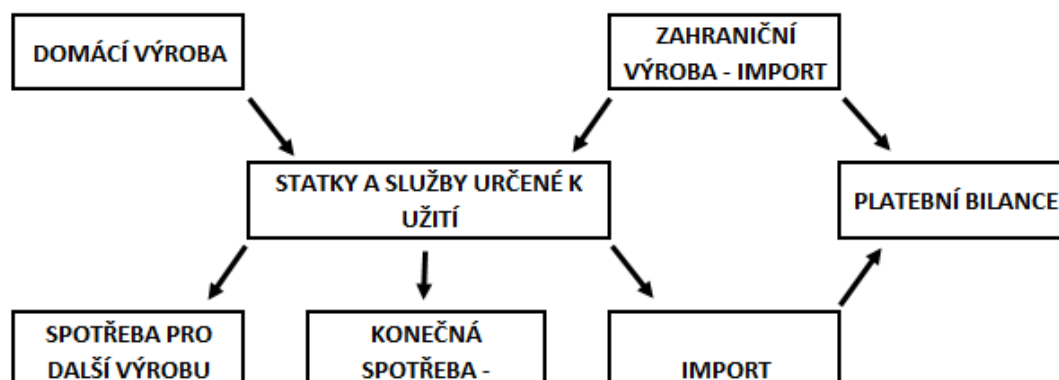
Transformační funkce zahraničního obchodu

Transformační funkce zahraničního obchodu spočívá v přeměně domácí produkce (agregátní nabídka) z hlediska požadavků výrobních a spotřebních (agregátní poptávka). Tato funkce patří mezi hlavní funkce zahraničního obchodu, jelikož domácí poptávka

není uspokojována pouze domácí nabídkou. Záleží na vlastnictví zdrojů, jaké jsou v dané zemi přírodní podmínky a na mnohých dalších faktorech. Na obrázku Transformační funkce je patrné, jak funguje právě princip spojení se domácí a zahraniční nabídky, aby byla uspokojena domácí i zahraniční poptávka.

Díky transformační funkci dochází k diferenciaci potřeb a díky tomu i k vyšší specializaci ekonomik (absolutní a komparativní výhody)

Obrázek 1: Transformační funkce zahraničního obchodu



Zdroj: vlastní zpracování

Transmisní funkce zahraničního obchodu

Transmisní funkce zahraničního obchodu funguje na obdobném principu jako funkce transformační. Jediný rozdíl je v tom, že nedochází k přenosu statků a služeb, ale k přenosu informací. To má za následek stále se zlepšující know-how.

Růstová funkce zahraničního obchodu

Růstová funkce zahraničního obchodu má dle Štěrbové (2013, str. 22) dva aspekty. A sice, utváření specializačního profilu země, čímž se ztotožnila i s Fojtíkovou (2009, str. 4), která růstovou funkci spojuje právě s vytvářením specializačního profilu země. A dalším uváděným aspektem růstové funkce zahraničního obchodu je stimulace růstu hrubého domácího produktu prostřednictvím právě zahraničního obchodu, resp. čistého exportu. Při určení příspěvku zahraničního obchodu na výši hrubého domácího produktu se vychází ze základní makroekonomické rovnice, kde:

$$HDP = C + I + G + (X - M),$$

přičemž $(C + G)$ můžeme označit jako výdaje na konečnou spotřebu, I představuje tvorbu hrubého kapitálu a $(X - M)$ je čistý export (výkonová bilance). V případě, že je výkonová bilance kladná a ostatní veličiny se nezmění, tak se výše HDP změní právě o výši změny výkonové bilance. Tzn. změna HDP se rovná změně čistého exportu (za jinak nezměněných podmínek).

2.3. Podstata zahraničního obchodu

Jedním z důvodů angažovanosti zemí v mezinárodním obchodě je nedostatek vlastních zdrojů k uspokojení domácí poptávky. Tento důvod ale není jediný. Dalším důvodem

pro zapojení se do zahraničního obchodu jsou klesající náklady jak na spotřebu, tak na výrobu. Klesající náklady ve výrobě jsou způsobeny hlavně tím, že s narůstající velikostí trhu většinou roste i poptávka po produktech. Podnik na tuto skutečnost musí odpovědět rozšířením své produkce (pokud mu to podmínky dovolí). S větším množstvím vyráběných dávek se snižují právě výrobní náklady. Tím, že se zvětšuje trh, na kterém podnik působí, se mění i jeho konkurenceschopnost a dle nároků spotřebitele se nabízené produkty musí neustále vyvíjet, aby nebyly z trhu vyloučeny konkurencí. Nižší náklady spotřebitelů jsou způsobeny hlavně tím, že některá z nabízejících firem na trhu může disponovat výhodou v podobě nízkých výrobních nákladů, tím může produkty prodávat za nižší cenu a spotřebitel vynaloží menší množství peněžních prostředků v případě, že se rozhodne své potřeby naplnit právě za pomoci produktů od tohoto výrobce.

Další podstatný vliv na zahraniční obchod má bezesporu otevřenost ekonomiky. V případě, že se ekonomika nepodílí na budování mezinárodních obchodních vztahů ani není nijak zainteresována do zahraničního obchodu, hovoří se o tzv. uzavřené ekonomice. Tento jev je ovšem extrémem, který by se v dnešním světě, kde je stále větší stupeň globalizace, jen těžko hledal. V makroekonomické teorii se tento jev nazývá také třísektorová ekonomika. Na trhu třísektoru se střetávají firmy, stát a domácnosti (spotřebitelé). Oproti tomu otevřená ekonomika, nebo-li tzv. čtyřsektor má již zmíněné účastníky trhu doplněné o zahraničí. Otevřenost ekonomiky se měří podle míry zapojení do zahraničního obchodu. Při určení otevřenosti se vychází z:

$$\text{Otevřenost ekonomiky} = [(Export + Import)/HDP] * 100$$

Od vstupu České republiky do Evropské unie dochází k neustálému růstu otevřenosti ekonomiky. Tím, že se odstranily bariéry pohybu zboží a služeb v rámci Evropské unie, se České republice otevřely další možnosti v získávání zdrojů. Jelikož je česká ekonomika relativně malá a závislá na zahraničním obchodu, bylo právě odstranění bariér v rámci EU pro český zahraniční obchod důležitým krokem.

2.4. Teritoriální a komoditní struktura zahraničního obchodu

Úroveň zahraničního obchodu je možné pozorovat ze dvou hledisek. Teritoriální struktura vypovídá o struktuře zahraničního obchodu z hlediska teritoriálního (územního) rozdělení. Dělení dle teritoriální struktury může být členěno dle vybraných zemí, kontinentů, uskupení, ... Komoditní struktura se oproti tomu nezabývá územní strukturou zahraničního obchodu, nýbrž strukturou zbožovou. Komoditní strukturu zahraničního obchodu lze dále členit na obchod s primární produkcí a na obchod s již zpracovanými produkty, lze můžeme uvést např. automobilový průmysl, textilní průmysl, ale členění může být mnohé. Komoditní struktura může být uváděna podrobně, kde se budou uvádět přímo vybrané produkty, nebo dle odvětví, ve kterém se vybrané produkty zpracovávají. Komoditní členění umožňuje klasifikace SITC (Standard International Trade Classification). SITC je jednotný mezinárodní třídík zboží, který používá pro své klasifikace i Český statistický úřad.

V následujících tabulkách bude patrná změna ve vývoji teritoriální struktury zahraničního obchodu České republiky. Porovnávají budou roky 2004, rok vstupu České republiky do Evropské unie, s rokem 2013.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 1: Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky v roce 2004

	Export v roce 2004 (tis. CZK)	Podíl (v %)	Import v roce 2004 (tis. CZK)	Podíl (v %)
Celkem	1 722 657 298	100,00 %	1 749 095 279	100,00 %
Evropa	1 600 358 897	92,90%	1 403 917 069	80,27%
Slovensko	145 452 162	9,09%	93 915 024	6,69%
Německo	623 098 938	38,93%	554 336 227	39,48%
Asie	58 731 037	3,41%	252 514 881	14,44%
Čína	6 988 006	11,90%	90 990 252	36,03%
Afrika	8 960 419	0,52%	11 105 650	0,63%
Amerika	50 069 347	2,91%	76 311 663	4,36%
Brazílie	2 428 466	4,85%	4 887 853	6,41%
Oceánie	3 023 342	0,18%	2 606 233	0,15%
Nespecifikováno	1 514 256	0,09%	2 639 783	0,15%

Zdroj: Vlastní zpracování dat z ČSÚ

Tabulka 2: Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky v roce 2013

	Export v roce 2013 (tis. CZK)	Podíl (v %)	Import v roce 2013 (tis. CZK)	Podíl (v %)
Celkem	3 166 871 451	100,00 %	2 816 387 286	100,00 %
Evropa	2 849 898 438	89,99 %	2 111 179 783	74,96 %
Slovensko	281 924 115	9,90 %	164 259 623	7,80 %
Německo	990 454 959	34,80 %	719 590 066	34,10 %
Asie	165 747 943	5,23 %	575 836 681	20,45 %
Čína	37 572 086	22,70 %	302 736 016	52,60 %
Afrika	32 677 153	1,03 %	17 465 202	0,62 %
Amerika	101 430 929	3,20 %	93 599 549	3,32 %
Brazílie	8 347 468	8,20 %	5 492 623	5,90 %
Oceánie	14 728 967	0,47 %	4 007 643	0,14 %
Nespecifikováno	2 388 021	0,08 %	14 358 428	0,51 %

Zdroj: Vlastní zpracování dat z ČSÚ

Z hlediska vývoje v čase je z tabulek patrné, že export zaznamenal v roce 2013 přibližně 80% nárůst oproti roku 2004. Stejně tak i import zaznamenal nárůst v těchto zkoumaných letech. V roce 2013 vzrostl přibližně o 60% oproti zkoumanému roku 2004. Z hlediska vývoje v čase je z tabulky nejzajímavější bezesporu Čína, která opravdu v posledních letech zaznamenává extrémní nárůst, jak z hlediska zahraničního obchodu, tak i z hlediska celkového vývoje ekonomiky.

Z tabulky Teritoriální struktura zahraničního obchodu České republiky v roce 2013 je patrné, že se česká ekonomika soustředí převážně na evropský trh, přičemž největší podíl exportu i importu zaujímá Německo. Země Slovensko, Čína a Brazílie budou rozebírány dále v souvislosti s proexportní politikou České republiky.

Vysoká škola ekonomie a managementu

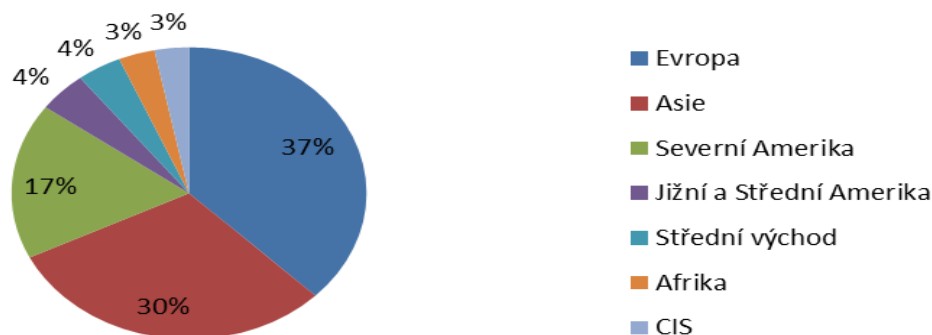
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Největším světovým exportérem je Evropa, přičemž podíl na celosvětovém exportu je téměř poloviční (konkrétně 37 %). Největší nárůst zahraničního obchodu zaznamenala Evropa po 2. světové válce, právě v této době byla nejvýznamnějším exportérem Amerika, která v poválečném období pomohla Evropě v období revitalizace. Ale již v 60. letech Evropa docílila prvenství na světovém trhu z hlediska exportu i importu.

Graf 1: Teritoriální struktura světového exportu za rok 2013

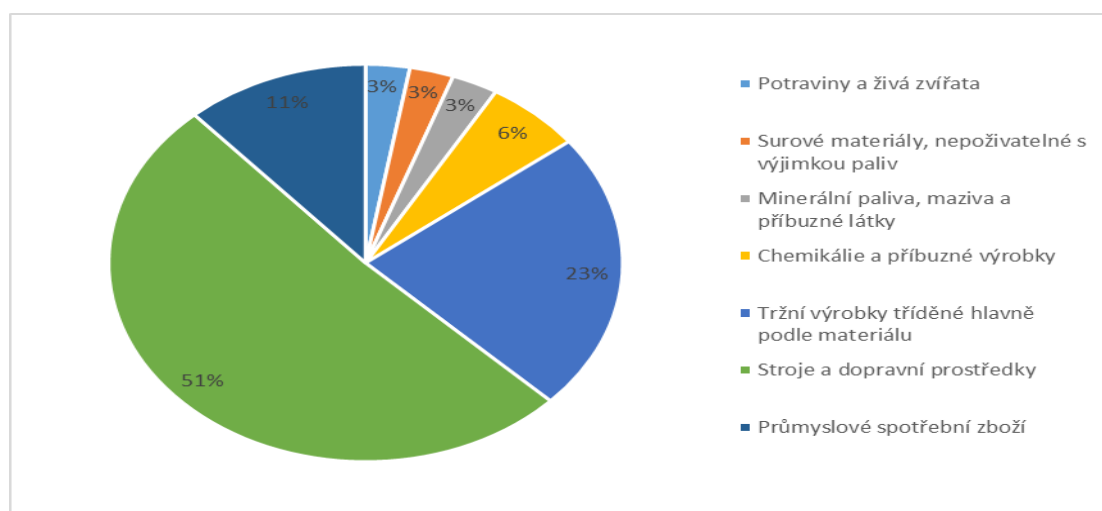


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z WTO

Jak je patrné z grafu týkajícího se teritoriální struktury světové exportu, druhým největším světovým exportérem je Asie, a její podíl se neustále zvětšuje. Na začátku nového tisíciletí byl podíl Asijských exportérů vůči celému světu 26%. Poměrně stabilní úroveň si drží státy CIS (Commonwealth of Independent States) a také Afrika, která ovšem zažila na počátku 20. století pokles a od té doby se jejich podíl na celosvětovém exportu pohybuje kolem 3 %.

Pokud se zaměříme na komoditní strukturu zahraničního obchodu, tak je z grafu Export ČR do Evropy podle komoditní struktury v roce 2013 patrné, že největší podíl na zahraničním obchodě děleného dle zboží má automobilový průmysl s podílem téměř 54 %, hned za ním je s podílem přibližně 18 % odvětví tržních výrobků, kde je zahrnut na příklad nábytkářský průmysl. Až na Austrálii a Oceánii je automobilový průmysl největší položkou, kam Česká republika nejvíce dováží. Jak je patrné z tabulky výše, stěžejním trhem v zahraničním obchodě, je trh evropský.

Graf 2: Export ČR do Evropy podle komoditní struktury v roce 2004



Vysoká škola ekonomie a managementu

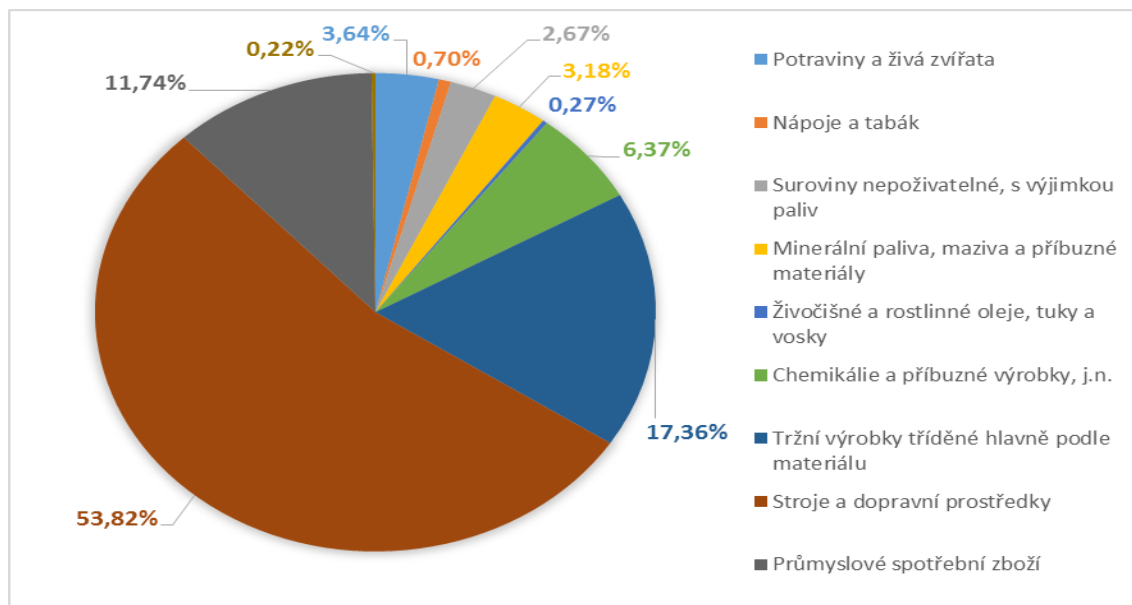
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Graf 3: Export ČR do Evropy podle komoditní struktury v roce 2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Z grafů týkajících se komoditní struktury není zaznamenána významná změna ve struktuře exportů z daných oblastí. Komoditní struktura exportu je stabilní, což může vypovídat o dlouhodobé tradici exportujících firem, kde jejich místo na trhu je stále a konkurenceschopné.

V rámci zahraničního obchodu se nesmí opomenout zmínit, v souvislosti s prodejem zboží, také služby, které jsou poskytovány v souvislosti se zahraničním obchodem - jedná se zejména o bankovní služby, služby pojišťoven, ale zboží musí být do zahraničí nějak exportováno, tudíž musí být zajištěna mezinárodní doprava a následně musí být zboží někde uskladněno - skladování zboží v jiné než domácí zemi.

Dostupnost těchto služeb je pro Českou republiku snazší od té doby, co vstoupila do Evropské unie, kde je volný pohyb zboží a pracovní síly. Tím, že je zmíněna pracovní síla, se dostáváme k další výhodě zahraničního obchodu. Možnost získávat pracovní zkušenosti v zahraničí. Obzvláště v rámci Evropské unie, zde není mnoho překážek pro vykonávání pracovního poměru v zahraničí. Tato skutečnost může být výhodná pro obě strany, jak pro pracovníka, tak pro hostitelskou zemi. Pracovník může do země (podniku, který ho najme) přivést nové know-how, ale také si je může odvézt do své domovské země. Obdobné této skutečnosti je i možnost vzdělání i díky tomu, že vzdělávací instituce v dnešní době nabízí mnoho studijních programů, které podporují „transakci“ studentů.

2.5. Mezinárodní organizace podporující zahraniční obchod

Jelikož je zahraniční obchod a jeho podpora v dnešním světě nedílnou součástí ekonomického života, bylo vytvořeno mnoho organizací, které usnadňují porozumění zahraničnímu obchodu, ale hlavně poskytují důležité informace pro účastníky zahraničního obchodu a v rámci svých aktivit podporují rozvoj zahraničního obchodu.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

2.5.1. Světová obchodní organizace (WTO)

Jedna z nejdůležitějších organizací podporující zahraniční obchod je Světová obchodní organizace (World Trade Organization - WTO). Dle Fojtíkové (2009, s. 24) je hlavním cílem Světové obchodní organizace zajistit hladký a spravedlivý průběh hospodářské soutěže, aby tyto transakce byly transparentní a předvídatelné. Dále je také jejím úkolem odstraňovat bariéry zahraničního obchodu a umožnit rozvoj méně vyspělým státům. Světová obchodní organizace měla začátkem roku 2014 159 členů, přičemž tyto členské země se dle Svatoše (2009, s. 60) podílejí zhruba z 90 % na celosvětovém obchodu.

Česká republika se stala členem WTO k 1. lednu 1995 a stejně tak i země, které budou níže rozebírány v rámci proexportní politiky České republiky. Jedná se o státy Brazílie a Slovensko. Dalším státem, který bude rozebírán, bude Čína, ta se stala členem dne 11. prosince 2001.

Právě Česká republika byla jedním z mnoha zakladatelů této organizace, která vznikla právě 1. ledna 1995 se sídlem v Ženevě. V rámci Světové obchodní organizaci byla podepsána všemi členy řada dohod, přičemž nejznámější dohodou, která byla podepsána je Všeobecná dohoda o clech a obchodu (General Agreement on Tariffs and Trade - GATT).

2.5.2. Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD)

Neméně důležitou mezinárodní organizací je Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (Organization for Economic Cooperation and Development). OECD se vyvinula z organizace (OEEC - Organization for European Economic Cooperation), která měla za cíl spravovat pomoc na obnovu poválečné Evropy z Ameriky a Kanady. Jakmile byl tento cíl naplněn, tak se v roce 1961 stala z Organizace pro evropskou hospodářskou spolupráci Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj, přičemž cíl organizace byl upraven. Hlavní cíle dle Svatoše (2009, s. 76) jsou dosahování maximálního udržitelného růstu zaměstnanosti, ekonomického růstu, udržovat finanční stabilitu, zajistit vzestupnou tendenci životní úrovně členských zemí, a v neposlední řadě je jejím cílem rozvoj světového obchodu a odstranění diskriminací.

V současné době má Organizace 34 členů včetně České republiky a Slovenské republiky. Brazílie ani Čína členy nejsou, ale aktivní s Organizací spolupracují a v blízké budoucnosti by se mohly stát jejími členy. Činnost OECD je velmi široká, zabývá se veškerými oblastmi týkající se hospodářství členských států. Poskytuje informace o makroekonomických ukazatelích, populaci, zdravotnictví, dopravě, technologiích a mnoho dalších. Největší pozornost je ovšem věnována obchodně-politické problematice, přičemž tím ovlivňuje zahraniční obchod. Jako příklad uveďme konsenzus revidovaný v roce 2005, který zajišťoval podporu poskytnutým exportním úvěrům (Arrangement on Officially Supported Export Credits). Pravidla, která jsou podepsána členskými státy, by měla být začleněna do jejich proexportních legislativ, konkrétně pro Českou republiku se jedná o Exportní strategii České republiky pro období 2012-2020.

2.5.3. Ostatní mezinárodní organizace

Z hlediska mezinárodních financí se nesmí opomenout organizace Mezinárodní měnový fond (IMF - International Monetary Fund), který spadá pod organizace OSN. Hlavním cílem IMF je podpora mezinárodní měnové spolupráce, udržení stabilních kurzů měn, což by mohlo vést k růstu zahraničního obchodu. V současné době má Mezinárodní měnový fond 188 členských zemí, kterým zajišťuje dozor nad hospodářským a monetárním vývojem. IMF byl založen v roce 1944 a jeho sídlo je Washington, D. C.. Členskými státy jsou mimo jiné právě Česká republika, Slovenská republika, Čína i Brazílie.

Další neméně důležitou organizací je Světová celní organizace (WCO - World Customs Organization), která má v současné době 179 členů a sídlí v evropském Bruselu. Jejím hlavním cílem je zajistit efektivní a co možná nejvíce účinnou celní správu. Nejdéle je členem, z vybraných zemí pro detailnější průzkum, Brazílie, která členství započala 19.1.1981, o dva roky později se přidala Čína (18.7.1983) a Česká a Slovenská republika se stala členy po vzniku samostatných republik, tudíž 1.1.1993.

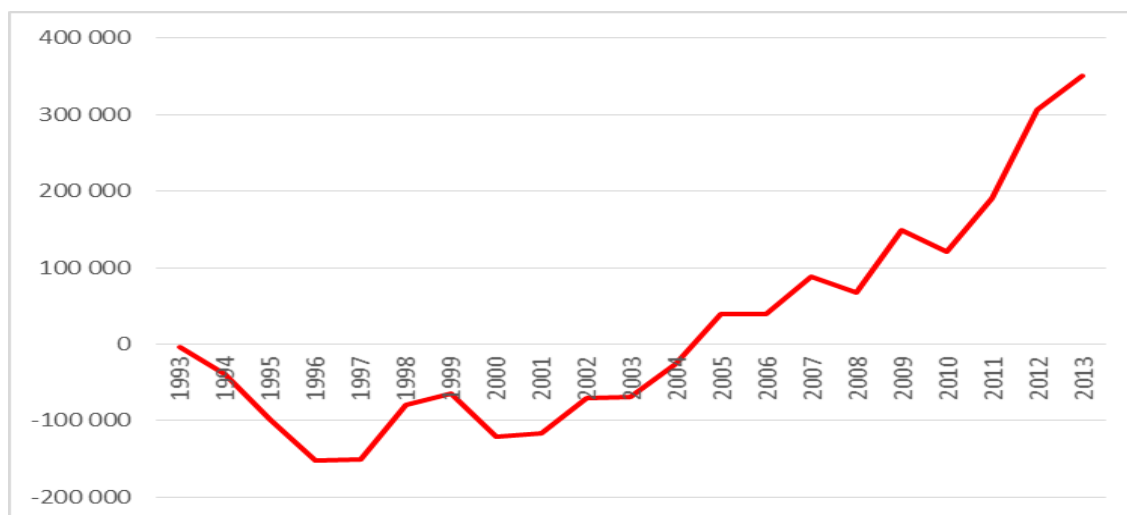
Mezi další mezinárodní organizace můžeme zahrnout na příklad Mezinárodní obchodní centrum (ITC - International Trade Centre), jehož cílem je zajistit podporu při budování konkurenceschopnosti rozvojových zemí na mezinárodním trhu. Jako další organizace může být zmíněna Evropská hospodářská komise OSN (UNECE - United Nations Economic Commission for Europe), která by měla podporovat hospodářský vývoj zemí, navrhnout opatření, které by měla vybraná země aplikovat, aby docházelo k hospodářskému růstu. Jako další organizace můžou být zmíněny Komise pro mezinárodní právo (UNCITRAL - United Nations Commission on International Trade Law), Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj (IBRD - International Bank for Reconstruction and Development), a mnoho dalších.

3. Proexportní politika

Díky zrychlujícímu se procesu globalizace je zahraniční obchod hlavní faktor podporující růst mnoha jednotlivých ekonomik, ale i celosvětového hospodářství. Jelikož právě zahraniční obchod zvyšuje hospodářský růst zemí, tak je mu věnována velká pozornost. Jak na úrovni mezinárodních organizací, které se tvoří, aby zahraniční obchod co nejvíce podporovaly, tak i na úrovni samostatných států, který mají zájem na tom, aby jejich obchodní bilance byla kladná a co možná největší. Díky tomu si země tvoří své exportní strategie, kde hlavním cílem je definice vize exportní strategie a dále také určení cílů a možné postupy, jak vytyčených cílů dosáhnout.

Od počátku vzniku samostatné České republiky je proexportní politice ČR věnována velká pozornost a stala se prioritní oblastí zájmu. Je to způsobeno hlavně tím, že právě v té době začala být obchodní bilance záporná. Tuto tendenci zaujímal, i přes stále se rozvíjející exportní politiku, až do konce roku 2004. Prvním rokem kladné obchodní bilance samostatné České republiky byl až rok 2005, kdy tato skutečnost byla způsobena vstupem České republiky do Evropské unie. Právě v této době se otevřely v rámci Evropské unie hranice a byl umožněn volný pohyb zboží a služeb.

Graf 4: Vývoj obchodní bilance ČR v období 1993-2013 (v mil CZK)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Proexportní politiku můžeme klasifikovat jako aktivity státu, které mají přímo podpořit rozvoj potenciálních českých exportérů, zjištění, kde by pro české exportéry bylo nejlepší odbytiště a zjištění podmínek vstupu na tento trh. Jakmile se česká firma nachází na mezinárodním trhu, kam realizuje vývoz, úkolem proexportní politiky je také podporovat ji v získání konkurenceschopné pozice. Jsou to činnosti, které rozvíjejí a podporují export státu.

Hlavním cílem proexportní politiky je podpora domácích firem při prosazování se na zahraničním trhu. Nicméně prvotním úkolem proexportní politiky je průzkum, kde se analyzuje, na které trhy by pro daný obor podnikání bylo nejvýhodnější exportovat a následně se na tyto zahraniční trhy zaměřit. Díky této činnosti budou mít domácí podniky snazší cestu k přístupu na zahraniční trh. V okamžiku, kdy domácí firma již své zboží na zahraniční trh exportuje, je úkolem proexportní politiky poskytovat podporu

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

při budování konkurenceschopné pozice na zahraničním trhu. Jako podporu exportu nesmíme také opomenout možnost úvěrů, které jsou poskytovány právě na rozvoj expanze. Díky této finanční pomoci můžou domácí podniky získat již zmíněnou konkurenceschopnou pozici na zahraničním trhu. Tím že podnik získá stabilní pozici na trhu, se vyhýbá možným rizikům, která můžou nastat při podnikání na zahraničním trhu.

Proexportní politika je velice diskutované téma ať už co se týče státu, právnických či fyzických osob či z hlediska celého světa. Každý z těchto jmenovaných by chtěl dosáhnout stejného cíle, aby jejich země byla vyspělá a konkurenceschopná na světové úrovni, aby její zahraniční obchod byl na velmi dobré úrovni, jelikož právě saldo zahraničního obchodu velmi ovlivňuje vývoj celkové obchodní bilance. Můžou zde ovšem nastat rozpory v tom, jak těchto cílů dosáhnout. Ten kdo stanoví podmínky, jak bude zahraniční obchod vypadat, jaké jsou v rámci zahraničního obchodu povinnosti je stát, ovšem subjekt, který se těmito podmínkami musí řídit, jsou právníké a fyzické osoby. Právě subjekty, které se pravidly proexportní politiky musí řídit, se mohou domnívat, že jsou nedostatečné či nevhodné. Přesto se snaží proexportní politiky státu vytvořit kompromis, který je více či méně přijatelný pro podnikatele i stát.

Proexportní politika v současné době patří k neopomenutelným činnostem státu, hlavně u ekonomik jako je právě Česká republika, tedy u ekonomik malých, otevřených a závislých na zahraničním obchodě. Vzrůstající export může mít kladný vliv na růst HDP nebo i na růst zaměstnanosti, proto se proexportní politika snaží usnadnit vstup domácím podnikům na zahraniční trh.

Stát své proexportní politiky dosahuje pomocí nástrojů, které můžeme rozdělit na nástroje přímé a nepřímé. Mezi přímé nástroje můžeme zařadit poskytování státních záruk domácím exportérům. Tato státní podpora spočívá v tom, že se stát za podnikatele zaručí, že v případě, že vznikne dluh, který nebude moci dlužník splatit, tak stát za něj tento dluh zaplatí. Dalším přímým nástrojem podpory exportu jsou exportní subvence. Fojtíková (2008, s. 39) je vysvětluje jako kompenzaci rozdílu mezi vnitřními a vnějšími cenami zemědělských výrobků. Ta ovšem předpokládala subvence pouze v zemědělství. Štěrbová (2013, s. 109) exportní subvence rozebírala detailněji a poukázala na konkrétní případy subvencí, mezi které patří přímé dotace výroby a výrobních vstupů, fiskální pobídka (např. v podobě daňových úlev), navýšení jmení, záruky na úvěry, odkup zboží či jeho poskytnutí včetně služeb. Další formou přímých nástrojů jsou úvěrové nástroje. Může se jednat o úvěry poskytnuté domácím exportérům, či úvěry poskytnuté zahraničním ekonomikám, které vypůjčené peníze musí utratit za služby či zboží země, která poskytla úvěr. V neposlední řadě je nutné zmínit další přímý nástroj podpory exportu, což je podpora účasti na veletrzích a výstavách. Stát v rámci této podpory poskytuje finanční příspěvek na účast na veletrhu či výstavě. Podniky si z tohoto příspěvku mohou zaplatit účast na veletrhu nebo si zajistit vybavení pro svou prezentaci. Díky této podpoře je možné získat zahraniční klientelu a zajistit podniku konkurenceschopnost na zahraničním trhu.

Nepřímé nástroje podpory zahraničního obchodu jsou spíše informativní. Nejvýznamnější roli poskytování informací hrají instituce, které jsou umístěné v zahraničí. Díky tomu, že se nacházejí na potenciálním exportním trhu, tak mohou podnikatelům pomoci i s navazováním kontaktů se zahraničními jednotkami, které jim mohou pomoci při adaptaci a při budování podniku v zahraničí. Jejich podpora spočívá v tom, že poskytovatelé dávají k dispozici informace o teritoriích, kam by bylo vhodné

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

exportovat. Poskytnou informace ohledně legislativy, kultury, jaké jsou v dané zemi normy, obchodní příležitosti, atd. Díky tomuto nástroji je možné provést analýzy, které určí na jaký trh je pro daného exportéra nejvýhodnější dovážet a následně je možné přistoupit na přímé nástroje podpory zahraničního obchodu. Velmi důležitým nepřímým nástrojem podpory je pomoc při aplikaci marketingu, v tomto ohledu je nutné znát kulturní zvyklosti země, do které chce podnik expandovat. Tento nástroj může přispět i k budování dobrého jména celé České republiky, jelikož pokud bude produkt na zahraničním trhu úspěšný, znamená to pro Českou republiku kladné hodnocení zahraničí.

3.1. Institucionální podpora exportu

Jak již byly zmíněny výše organizace na podporu zahraničního obchodu, tak v České republice, a stejně tak i v jiných zemích světa, existují i organizace podporující export své země. S tím, jak se vývoz a zahraniční obchod rozšiřuje, tak je nutné o větší specializaci i institucí, které ho podporují a hlavně instituce, které podporují exportéry domácí ekonomiky.

3.1.1. Česká exportní banka

Česká exportní banka (ČEB) vznikla 1. března 1995 jako akciová společnost plně ve vlastnictví států. Vlastnictví akcií je rozděleno především mezi vybraná ministerstva České republiky. ČEB byla zřízena jako specializovaná bankovní instituce. Hlavním cílem České exportní banky je poskytovat českým vývozcům výhodnější podmínky pro získání dlouhodobé finanční pomoci při financování významných kontraktů se zahraničím. Výhodnější podmínky pro domácí exportéry spočívají hlavně v nižší výši úrokových sazeb a z hlediska doby splatnosti poskytovaného závazku.

Poslání pro období 2014-2018 bylo stanovené následovně.

„Efektivním financováním exportu podporovat růst mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky.“ (Česká exportní banka, 2014, s. 1)

Vize České exportní banky pro rok 2014-2018 byla stanovena následovně.

„Spolehlivý partner s unikátním servisem pro financování exportních příležitostí na zahraničních trzích.“ (Česká exportní banka, 2014, s. 2)

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 3: Strategické cíle České exportní banky

1. Podpora vývozců v roli finálních dodavatelů	Tohoto cíle se prioritně dosahuje u podniků, které v zahraničí budou poskytovat produkty vysoké technologické vyspělosti, či produkty s vysokou přidanou hodnotou.
2. Zvýšení počtu podpořených vývozců	Česká proexportní banka se v tomto případě bude zaměřovat na malé a střední podniky a na potenciální exportéry. Dále se také bude angažovat zapojení dalších domácích podniků v dodavatelském řetězci.
3. Podpora investičních aktivit	Podpora tuzemských podniků v zahraničí.
4. Teritoriální diverzifikace	Orientovat se teritoria, kde byly identifikovány obchodní příležitosti pro domácí exportéry.
5. Koncentrace na podporu vývozu	Banka bude při svých rozhodnutích zohledňovat národní zájem podpory exportu.
6. Optimalizace vztahu	Banka musí efektivně alokovat zdroje přidělené ze státního rozpočtu a státní dotace čerpat v první řadě při nenadálých skutečnostech.
7. Hledání dalších forem podpory vývozu	Banka bude spolupracovat s dalšími státními organizacemi zajišťujícími podporu vývozu.
8. Zajištění finanční stability banky	Banka bude minimalizovat tržní rizika pro sebe i pro své klienty. Bude toho dosahovat uplatňováním konzervativním řízením aktiv a pasiv.
9. Rozšíření investorské základny	Budování vztahu mezi Českou exportní bankou a investory. Banka bude také poskytovat dluhopisy na veřejném trhu.

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z CEB

Jelikož je Česká republika členem Světové obchodní organizace, musí dodržovat pravidlo o exportních subvencích - Dohoda o subvencích a vyrovnávacích opatřeních (Arrangement on Subsidies and Counterveiling Measures). V tomto závazku se Česká republika zavázala k tomu, že úvěry podporující export domácího podniku nebudou poskytovány za nižší úroky, než jsou náklady na poskytnutí takového úvěru.

Poskytování vývozních úvěrů musí být v souladu s tak zvaným Konsensem OECD (Arrangement on Officially Supported Export Credits), jež stanovuje podmínky pro poskytnutí exportních úvěrů. V těchto podmínkách je dle Svatoše (2009, s. 124) na příklad:

- jsou upravovány pouze střednědobé a dlouhodobé úvěry
- úroková sazba má stanovena svou minimální hodnotu (nesmí klesnout pod sazby CIRR)

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- musí být stanovena minimální výše pojistného úvěru, který se stanovuje na základě země, do které je dováženo
- a další.

Z výše popsaného produktového portfolia je patrné, že funkce České exportní banky doplňuje funkci bankovní soustavy komerčních bank na domácím trhu. Tuto funkci doplňuje právě svou specializací na poskytování vývozních úvěrů, které nesou své riziko a vyžadují dlouhodobé zdroje, které mohou být poskytnuty věřitelům. Česká národní banka ji řadí do středně velkých bankovních institucí, ovšem v rámci poskytování vývozních úvěrů se řadí na vrchol.

Produktové portfolio České exportní banky

Produktové portfolio České exportní banky je pestré a srovnatelné s obdobnými institucemi ve vyspělých ekonomikách. Poskytnutí finančních prostředků je poskytováno k zabezpečení výroby určené k exportu, k financování samotného vývozu či investic spojených s vývozem.

Mezi produkty, které ČEB nabízí, se řadí přímý exportní odběratelský úvěr, který představuje zapůjčení finančních prostředků zahraničnímu dovozci. Díky tomuto odběratelskému úvěru český vývozce obdrží požadovaný obnos ihned po dodání. Exportní odběratelský úvěr se člení na úvěr krátkodobý (s dobou splatnosti 2 roky) a dlouhodobý (s dobou splatnosti nad 2 roky). Oba typy odběratelských úvěrů jsou poskytovány do maximální výše 85 % z částky smlouvy o exportu. U dlouhodobého úvěru je ještě potřebná akontace ve výši 15 %. Obdobný typ úvěru je nepřímý exportní odběratelský úvěr, který je obdobný jako přímý exportní odběratelský úvěr s tím rozdílem, že příjemcem zde není zahraniční dovozce, nýbrž banka zahraničního dovozce. Tento typ úvěru je z hlediska splatnosti členěn stejně jako předchozí úvěr, na krátkodobý a dlouhodobý. Vlastnosti dlouhodobého úvěru se neliší, ale v případě krátkodobého úvěru je rozdíl ve výši, do které může být úvěr poskytován. V tomto případě může být úvěr poskytnut až do 100 % hodnoty smlouvy o vývozu.

Dalším typem poskytovaného úvěru je refinanční exportní odběratelský úvěr. Přičemž Česká exportní banka poskytne úvěr domácí bance exportéra, tyto poskytnuté finanční prostředky budou následně použity na poskytnutí úvěru zahraniční bance importéra či přímo zahraničnímu importérovi za výhodnějších podmínek. V ostatních ohledech je refinanční exportní odběratelský úvěr totožný s přímým exportním odběratelským úvěrem.

V produktovém portfoliu České exportní banky je dále přímý exportní dodavatelský úvěr, který je poskytován českému vývozci. Na základě poskytnutí tohoto úvěru, vývozce získá finanční prostředky, které mu umožní zajistit odklad splácení závazku jeho zahraničního kupujícího. Členění i podmínky, za kterých je úvěr poskytován, jsou totožné s podmínkami u nepřímého exportního odběratelského úvěru.

Dalším typem úvěru je refinanční exportní dodavatelský úvěr, který je nepřímo poskytován domácímu vývozci. Prvotním příjemcem je ovšem tuzemská banka, která přijaté finanční prostředky poskytne právě exportérovi. Tento úvěr domácí vývozce obdrží za zvýhodněných podmínek. Podmínky a členění jsou opět shodné s nepřímým exportním odběratelským úvěrem.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

V portfoliu banky je také zahrnut úvěr na investice v zahraničí. Tento typ úvěru je čerpán hlavně v případě založení či rozšíření podnikatelského subjektu v zahraničí. Přičemž příjemcem úvěrů je právě tuzemský investor. Tento typ úvěru je poskytován za podmínek, že doba investice bude trvat déle než 3 roky a bude poskytován v souladu s pravidly, která určují, jak čerpat prostředky ze státní podpory exportu. Česká exportní banka se v případě poskytnutí tohoto úvěru pojišťuje u Exportní garanční a pojišťovací společnosti.

Dalším typem poskytovaných úvěrů je úvěr předexportní. Tento typ úvěru je poskytován tuzemskému výrobcí, který vyrábí produkty, které budou určeny pro vývoz na zahraniční trh. Poskytnuté finanční prostředky se mohou použít na nákup materiálu potřebný k výrobě, na úhradu režijních či osobních nákladů či na pořízení strojů, které budou potřebné k výrobě. Úvěr je opět členěn dle doby splatnosti na krátkodobý a dlouhodobý. Krátkodobý úvěr musí být splacen do doby 2 let a je poskytován ve výši 85 % ze smlouvy o vývozu. Dlouhodobý úvěr se splatností nad 2 roky je poskytován jen do výše 75 % ze smlouvy o vývozu. Úvěr je poskytován v souladu s pravidly OECD a pravidly pro poskytování státní podpory exportu.

Dalšími produkty České exportní banky je na příklad financování prospekce zahraničních trhů, přičemž jsou tuzemskému podnikateli poskytovány finanční zdroje na průzkum zahraničního trhu. Další produkty jsou odkupy pohledávek nebo projektové financování.

Historie České exportní banky

Jak již bylo zmíněno, Česká exportní banka byla založena v roce 1995 na základě zákona č. 21/1991 Sb. O bankách, kdy bylo uděleno povolení k zahájení činnosti podpory exportu z hlediska poskytování výhodnějších exportních úvěrů. V roce 2007 byla Česká republika přijata jako člen do skupiny ECG (Export Credit and Credit Guarantees Group - OECD), kdy byla zastupována právě Českou exportní bankou a Exportní garanční a pojišťovací společností. V roce 2001 byla Česká republika po 3 letech, kdy byla vedena jen jako účastník, přijata jako člen Konsensu OECD.

Jak již bylo zmíněno, Česká exportní banka je 100 % státní organizací, přičemž 80 % vlastní ministerstva České republiky (Ministerstvo financí ČR, Ministerstvo obchodu a průmyslu ČR, Ministerstvo zemědělství ČR, Ministerstvo zahraničí ČR). Zbýlých 20 % vlastní Exportní garanční a pojišťovací společnost, která je ovšem také vlastněna již zmíněnými ministerstvy. Dohled nad Českou exportní bankou má ale pouze Ministerstvo financí ČR.

Česká exportní banka již delší dobu udržuje ratingové hodnocení A1. Toto hodnocení bance udělila americká ratingová agentura. Stejného hodnocení dosahuje Česká republika jako stát, Estonsko, Izrael nebo Korea. Rating určuje bonitu subjektů (států, státních organizací) z důvodu posouzení jejich důvěryhodnosti. Hodnocení A1 je klasifikováno je vyšší střední hodnota. Obdobné hodnocení jako Česká republika dosahuje i Slovenská republika. Čína dosahuje hodnocení Aa3, což je hodnocení velmi kvalitní. Nejnižší ratingové hodnocení z vybraných zemí dosahuje Brazílii, která je hodnocena ratingem Baa3 - hodnocení nižší střední kvalita. Dle agentury Moody's jsou největšími přednostmi České exportní banky její 100 % vlastnění státem, s čímž souvisí i skutečnost, že stát poskytuje státní záruky za závazky, které plynou ze splácení zdrojů a z ostatních transakcí na finančních trzích.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

I přes narůstající hodnotu poskytnutých úvěrů, dosahovala v roce 2012 Česká exportní banka nižšího čistého zisku oproti roku 2011 a v roce 2013 se dostala dokonce i do ztráty. V roce 2012 činil čistý zisk téměř polovinu čistého zisku roku 2011 (2012: 83 mil CZK; 2011: 161 mil CZK) a v roce 2013 dosahovala čistá ztráta za účetní období 202 mil CZK. Tento pokles byl zapříčiněn vzrůstajícími náklady na tvorbu opravných položek. Vzrůstající tendence tvorby opravných položek byla způsobena zvýšeným objemem rizikových pohledávek.

Bilanční suma České exportní banky byla v roce 2013 4 499 mil CZK a v roce 2012 83 494 mil CZK, přičemž došlo k meziročnímu nárůstu zhruba o 7%. Na straně aktiv tvoří největší položku poskytnuté pohledávky, které se podílejí na tvorbě bilanční sumy přibližně 82 %. Poskytnuté pohledávky vzrostly meziročně zhruba o 5%. Jelikož hlavním zdrojem financování jsou cizí zdroje, tak na straně pasiv je největší podíl na celkové sumě v položce závazků. Tento podíl je přibližně ve výši 95 %. Přičemž největší závazky jsou v podobě emise dluhových cenných papírů v domácí i zahraniční měně.

Na rozdíl od poklesu čistého zisku, došlo k nárůstu v položce poskytnutých úvěrů. V roce 2013 byly poskytnuté úvěry v hodnotě 79 354 mil CZK (2012: 68 586 mil CZK a 2011: 66 472 mil CZK). Největší podíl na této skutečnosti má Rusko. Exportéři na ruský trh se podíleli v roce 2012 37 % na poskytnutých úvěrech. Oproti roku 2011 zde byl zaznamenán mírný pokles, jelikož v roce 2011 činil podíl poskytnutých vývozních úvěrů na ruský trh přibližně 40%.

Tabulka 4: Vybrané ukazatele a hodnoty České exportní banky

Ukazatel či hodnota	Jednotka	2013	2012	2011
Vlastní kapitál	mil CZK	4 499	4 242	3 945
Bilanční suma	mil CZK	95 324	83 494	78 063
Stav poskytnutých úvěrů	mil CZK	79 354	68 586	66 472
Emise dluhopisů	mil CZK	83 906	68 088	58 569
Počet zaměstnanců k 31.12.	osoby	177	181	175
Provozní náklady	mil CZK	467	428	327
Rentabilita průměrného kapitálu	%	3,86	1,62	3,22
Kapitálová přiměřenost dle ČNB	%	45,56	49,69	49,58
Čistý zisk za účetní období	mil CZK	-202	83	161

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Výroční zprávy ČEB

Minimální kapitálová přiměřenost je stanovena Českou národní bankou (ČNB) na 8 %. Kapitálová přiměřenost říká, že čím vyšších hodnot nabývá, tím vyšší finanční stabilitu má. Tento ukazatel závisí na rizikovosti obchodů a představuje minimální míru kapitálu, která musí být v bance držena právě s ohledem na objem a rizikovost transakcí, které provádí.

Teritoriální a komoditní struktura České exportní banky

Největší podíl poskytnutých úvěrů (přibližně 37 %) je poskytováno na vývoz do Ruska, což je zdůvodněno spíše v historii, kdy byla Česká republika orientována spíše na

Vysoká škola ekonomie a managementu

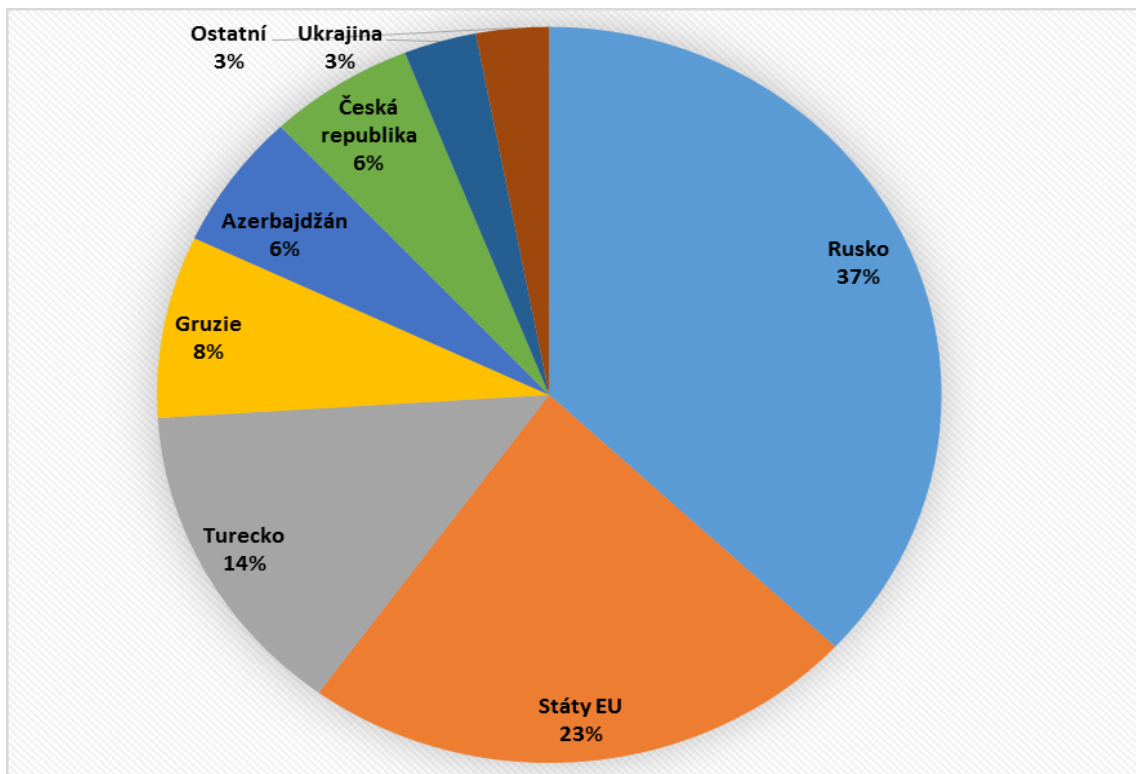
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

západní trhy. Ruský trh je českým exportérům známý a je členem uskupení Šanghajská šestka, které je bohaté na zdroje, jako je zemní plyn či ropa. Dále se ČEB soustředí na podporu exportu v rámci Evropské unie (hlavně Německo), protože tento trh je z hlediska úrovně obchodní bilance pro Českou republiku stěžejní. Nejvíce se ČEB soustředí na sousední Slovensko. Z hlediska teritoria se Česká exportní banka soustředí na trhy, kde byla identifikována příležitost pro české vývozce.

Graf 5: Teritoriální struktura ČEB v roce 2013



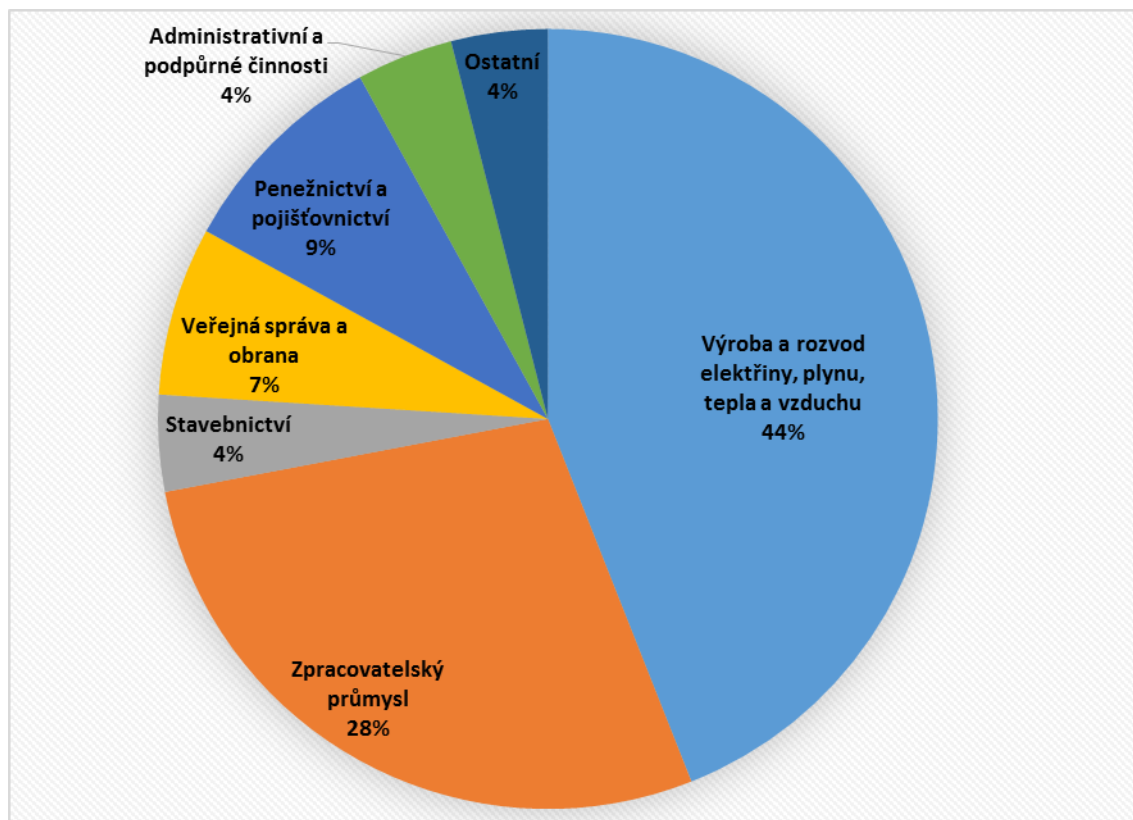
Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Výroční zprávy ČEB za rok 2013

Co se komoditní struktury České exportní banky týče, nejvíce úvěrů je poskytováno do oblasti výroby a rozvodu elektřiny, plynu, tepla a vzduchu, což souvisí s teritoriální strukturou, jelikož z hlediska teritoria je stěžejní ruský trh, který je bohatý na zásoby těchto komodit. Meziroční nárůst poskytnutých úvěrů v této oblasti podnikání byl přibližně 3 %. Další významnou oblastí, kterou Česká exportní banka podporuje z hlediska poskytnutých úroků je zpracovatelský průmysl, který zaujímá přibližně 28 %. Největší meziroční pokles zaznamenalo odvětví těžby a dobývání, tento pokles činil zhruba 10 %.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Graf 6: Komoditní struktura ČEB v roce 2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Výroční zprávy ČEB za rok 2013

Financování vývozu

Proto, aby Česká exportní banka poskytla vývozní úvěr domácím podnikatelům, jsou stanoveny podmínky, které musí být dodrženy, aby mohla být provedena realizace poskytnutí finančních prostředků. Jedním z nejdůležitějších kritérií je skutečnost, že právnická osoba žádající o poskytnutí vývozního úvěru, či jiných služeb z produktového portfolia České exportní banky, musí mít sídlo na území České republiky a musí aktivně podnikat minimálně po dobu jednoho kalendářního roku. Dále musí žadatel prokázat, k jakým účelům by poskytnutý produkt využil a v případě poskytnutí produktu musí být vývozní úvěrové riziko pojištěno. Toto pojištění poskytuje Exportní garanční a pojišťovací společnost. Dalším kritériem, které musí být splněno, že nesmí existovat žádné otevřené závazky vůči zaměstnancům ani státu, nesmí být závazek na nevyplacených mzdách, nezaplacených daních, závazek ze zdravotního a sociálního pojištění, atd. Dalším kritériem ohledně závazků je skutečnost, v případě že podnikateli vznikl závazek vůči jiným finančním institucím, musí být splácen řádně.

V případě, že právnická osoba splňuje tato kritéria, tak musí České exportní bance prokázat vlastnické vztahy podniku a jeho kapitálovou strukturu. Dalším krokem je vyplnění Žádosti o zvýhodněné financování.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

3.1.2. Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP)

Exportní garanční a pojišťovací společnost byla v roce 1992 založena jako akciová společnost plně ve vlastnictví státu. Akcionářská práva jsou rozdělena mezi Ministerstvo financí ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo zahraničních věcí ČR a Ministerstvo zemědělství ČR. Exportní garanční a pojišťovací společnost je státní organizace podporující export. Její podpora spočívá v poskytování ochrany před rizikem spojeným s financováním exportu zboží, investic či služeb domácích exportérů. EGAP se zaměřuje především na dlouhodobé úvěry, které jsou určeny pro trhy, kde politická ani finanční situace není stabilní, tudíž vzniká vysoké riziko nezaplacení českým exportérům.

Historie EGAP

Jak již bylo zmíněno, Exportní garanční a pojišťovací společnost vznikla v únoru 1992, kdy byla založena jako instituce zabezpečující proexportní program federální vlády. Hned po rozpadu Československa byla společnost změněna na společnost vlastněnou jen Českou republikou. Historii EGAP lze členit do několika etap.

První etapu lze vymezit obdobím 1991-1992, kdy se připravovalo zahájení činnosti EGAP a následné krátké působení v rámci Československa. V této době byla vytvářena první strategie společnosti a byly vytvořeny první produkty z celkového produktového portfolia.

Druhá etapa započala změnou EGAP pro samostatnou Českou republiku až po období, kdy byl přijat zákon č. 58/1995 Sb. o pojišťování a financování vývozu se státní podporou. V roce 1995 byla také založena dceřiná společnost Česká exportní banka. Toto období bylo důležité zejména z důvodu tvorby produktového portfolia na podporu vývozu v oblasti pojišťovnictví a také byl vytvářen legislativní rámec pro činnost EGAP, který byl završen přijetím již zmíněného zákona č. 58/1995 Sb.

Třetí etapa probíhala v návaznosti na přijetí zákona č. 58/1998 Sb., kdy na základě zákona docházelo k rozvoji společnosti. Třetí etapa lze datovat roky 1995-1998. Významným rokem pro Exportní garanční a pojišťovací společnost byl právě rok 1998, kdy se v dubnu stal EGAP prvním aktivním členem ze střední a východní Evropy tzv. Bernské unie. Členem Bernské unie (Mezinárodní unie úvěrových a investičních pojistitelů) se stala po dvouleté době, kdy byl EGAP veden pouze jako pozorovatel. V tomto období byl velice patrný význam zahraničního obchodu pro ekonomiku, jelikož byl vyvíjen tlak na české exportéry z hlediska konkurenceschopnosti.

Čtvrtá etapa je časově vymezena obdobím 1999-2001. V návaznosti na celosvětovou ekonomickou depresi, která byla zaviněna klesající poptávkou po investicích, se tato etapa vyznačuje vysokým výskytem pojistných událostí. Vyplývá to z dříve uzavřených pojistných smluv, která byla uzavřena na rizikové střednědobé a dlouhodobé kontrakty, které byly orientovány na rizikové trhy. Finální rok této etapy byl pro EGAP důležitý, jelikož se zapojil do práce Konsenzu OECD a na základě toho, se stala členem skupiny Participantů. Tato skutečnost přinesla výhodu v získávání informací a zkušeností s partnerskými institucemi ze zahraničí.

Páté období (2002-2003) bylo významné z důvodu konání výročního zasedání Bernské unie. Významné bylo z důvodu, že EGAP byla hostitelem tohoto zasedání.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Poslední šesté období započalo vstupem České republiky do Evropské unie v roce 2004. Pro EGAP to hlavně znamenalo, že přestala vystupovat jako samostatný člen, ale po vstupu do EU je Česká republika reprezentována Evropskou komisí. Počátkem roku 2004 došlo ke snížení pojistných sazeb u pojištění exportních úvěrů, které jsou státem podporované. Nadále docházelo k rozšiřování a zdokonalování produktového portfolia Exportní garanční a pojišťovací společnosti.

V roce 2013 došlo k meziročnímu navýšení bilanční sumy přibližně o 6 % a v roce 2012 došlo přibližně o 8% nárůst. Přičemž největší podíl na tom měly technické rezervy, které představují převzetí závazku z titulu podepsaných pojistných smluv. Jejich cílem je zajistit krytí pojištěného závazku. Technické rezervy byly meziročně navýšené z hodnoty 11 466 mil CZK (2011) na hodnotu 14 097 mil CZK (2012) a 15 734 mil CZK za rok 2013.

V roce 2013 i 2012 došlo k vysokému nárůstu nově uzavřených pojistných smluv, přičemž výše rozsáhlých (nerutinních) případů dosáhla v roce 2012 hodnoty 51 727 mil CZK. V roce 2011 dosahovaly výše 34 559 mil CZK. V rutinních operacích nárůst nebyl tak markantní. V roce 2012 byly poskytovány ve výši 20 324 mil CZK (2011: 18 503 mil CZK). Nárůst rozsáhlých případů pro EGAP přináší delší splatnost, tudíž delší dobu pojistné angažovanosti.

Ztráta v roce 2012 ve výši 205 404 tis CZK byla zapříčiněna již zmíněnými technickými rezervami, které vzrostly z důvodu navýšení výskytu pojistných událostí, které mají návaznosti na platné pojistné smlouvy, které EGAP uzavřela. V roce 2013 byla ztráta ještě větší, a sice 992 395 tis. CZK

Tabulka 5: Vybrané ukazatele a hodnoty EGAP

Ukazatel či hodnota	Jednotka	2013	2012	2011
Vlastní kapitál	tis CZK	12 019 143	11 318 697	10 470 555
Bilanční suma	tis CZK	27 832 535	25 450 291	21 957 670
Finanční umístění (investice)	tis CZK	25 508 073	22 715 136	21 911 843
Technické rezervy	tis CZK	15 734 212	14 097 174	11 465 710
Počet zaměstnanců k 31.12.	osoby	127	126	115
Provozní náklady	tis CZK	249 815	283 466	240 162
Ztráta za účetní období	tis CZK	992 395	205 404	1 050 153

Zdroj: vlastní zpracování na základě Výroční zprávy EGAP za rok 2013

Jelikož se neustále rozšiřuje působnost Exportní garanční a pojišťovací společnosti, tak je nutný i nárůst z hlediska zaměstnanců. Počet zaměstnanců ve společnosti činil k 31.12.2012 126 osob.

Produktové portfolio

Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (typ B). Tento typ pojištění úvěru je, jak již název signalizuje, je poskytován krátkodobě, tzn. se splatností kratší než 2 roky. Pojištěným je vývozce, který většinou pojistné zaplatí předem a jednorázově. Exportér tento druh pojištění zvolí v případě rizika, že dovozce (kupující) nesplatí svůj závazek včas.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Dalším nabízeným produktem je pojištění bankou financovaného krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (typ Bf). U tohoto typu pojištění je pojištěným banka, která se pojistí z důvodu rizika, že dovozce nezaplatí dlužnou částku v důsledku teritoriálních či jiných rizik. Délka pojištěného úvěru opět nesmí překročit hranici splatnosti 2 roky.

Dalším produktem je pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru (typ C). Typ produktu je obdobný jako při pojištění krátkodobého dodavatelského úvěru, přičemž dovozce zde musí zaplatit 15 % akontaci z celkové hodnoty exportu a délka úvěru musí být delší než 2 roky. V případě tohoto typu pojištění se jedná o produkty vyšší hodnoty, např. rozsáhlých investic či vývoz objemné strojírenské produkce.

Jako tomu bylo u krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru, tak i v případě střednědobých a dlouhodobých vývozu (typ Cf) je možné, aby byla pojištěným banka vývozce. Popis produktu je stejný, jako tomu bylo u krátkodobého úvěru, přičemž je zde povinnost složit 15 % akontaci z celkové hodnoty vývozu.

Pojištění vývozního odběratelského úvěru (typ D). Toto pojištění se týká úvěrů, které poskytne tuzemská banka zahraničnímu kupujícímu. Banka za dovozce zaplatí tuzemskému vývozci. Pojištění kryje riziko z nezaplacení pohledávek.

Pojištění potvrzeného akreditivu (typ E) je dalším z mnoha produktů produktového portfolia. Pojištěným je banka potvrzující akreditiv, což je banka vývozce. Vývozce podepíše smlouvu o vývozu se zahraničním dovozcem, který své bance zašle žádost o otevření dokumentárního akreditivu. Tato banka následně komunikuje s bankou vývozce ohledně potvrzení dokumentárního akreditivu. Banka potvrzující akreditiv se pojistí u společnosti EGAP z důvodu rizika nezaplacení podle akreditivu.

Dalším produktem je pojištění úvěru na předexportní financování (typ F). Z důvodu poskytování úvěru na předexportní financování, jako je na příklad, poskytnutí finančních prostředků na nákup vstupního materiálu, který bude určen pro výrobu na export. Z důvodu určité rizikovosti se pojišťuje u Exportní garanční a pojišťovací společnosti i tento typ produktu.

Pojištění investic českých exportérů v zahraničí (typ I). Pojištění se vztahuje na možné riziko nemožnosti transferu výnosu z investice, riziko z vyvlastnění nebo politické riziko poškození. Pojištěným je v tomto případě investor, který pojišťuje svou investici do zahraničí.

Podobným pojištěním je pojištění úvěru na financování investic českých podnikatelů v zahraničí (typ If). Pojištěným je v tomto případě banka poskytující investiční úvěr českému vývozci. Banka se pojišťuje z důvodu vzniku možného rizika nesplacení poskytnutého úvěru českému vývozci na zahraniční investice.

V neposlední řadě je k dispozici také produkt pojištění bankovních záruk vystavených v souvislosti s vývozním kontraktem (typ Z). Pojištěným je v tomto případě banka poskytující záruku, kterou vystavila pro vývozce, na základě smlouvy o vývozu. Nejčastěji se záruky vystavují za nabídku českého vývozce, za předplatné.

Mezi další nabízené produkty Exportní garanční a pojišťovací společnosti patří na příklad pojištění proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu či pojištění prospekce zahraničních trhů. Jak je patrné z výše popsané produktové nabídky,

Vysoká škola ekonomie a managementu

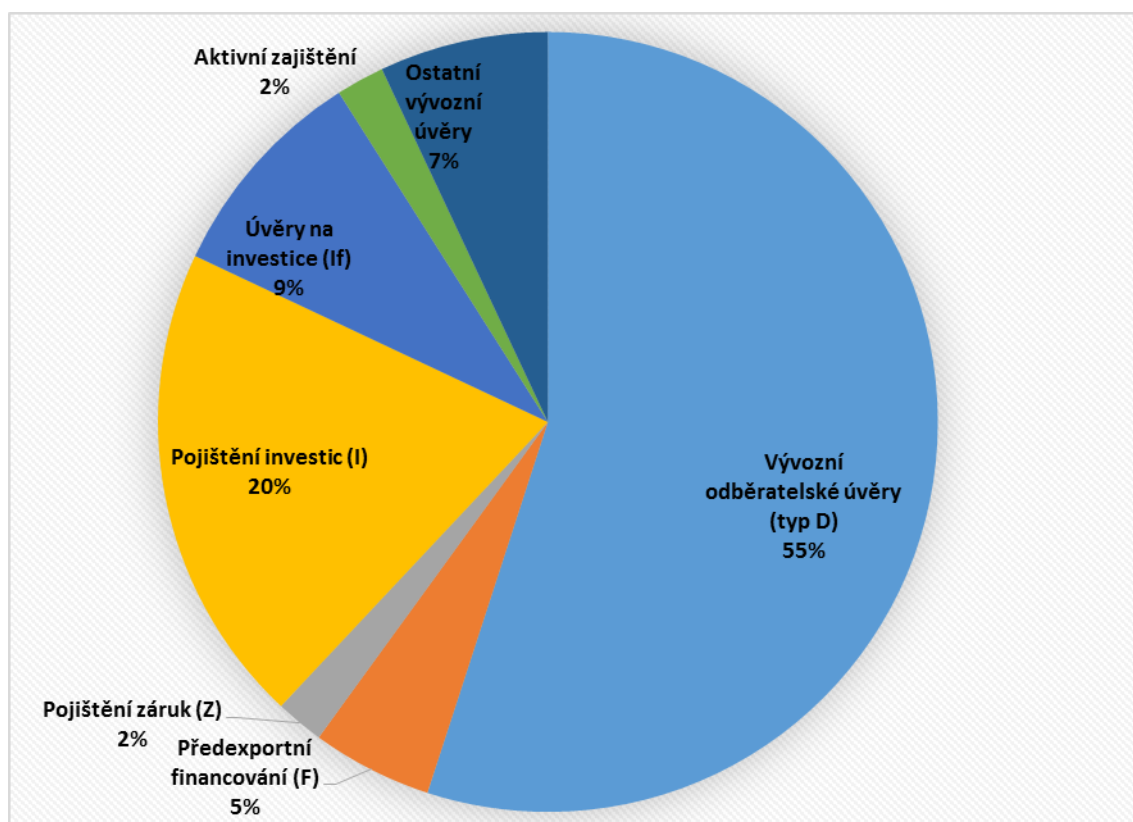
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

produktové portfolio EGAP je pestré a s vývojem zahraničního obchodu a s možnostmi podpory exportu se portfolio stále rozvíjí a rozšiřuje.

Graf 7: Produktová struktura nových pojistných smluv za rok 2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě Výroční zpráva EGAP za rok 2013

Jak je patrné z grafu o produktové struktuře společnosti EGAP z roku 2013, nejvíce rozšířeným je produkt pojištění odběratelských úvěrů, který má více jak poloviční podíl na celkově poskytnutých produktech. Další velmi užívané pojištění je pojištění investic, je to z důvodu objemu potřeby finančních prostředků. Při financování investic, např. z důvodu zakládání nebo rozšiřování podnikatelské základny v zahraničí je potřeba mnoho finančních prostředků. Z důvodu rizikovosti a objemu poskytnutých peněžních prostředků se Česká exportní banka, která tento typ úvěru poskytuje, pojistí proti možnému riziku.

Teritoriální a komoditní struktura

Česká exportní banka klasifikuje země podle teritoriálního rizika. Toto hodnocení probíhá většinou jednou ročně, pokud nedojde k situacím, které by mohly významně ovlivnit klasifikaci dle teritoriálního rizika. Klasifikační stupnice je členěna do 7 rizikových kategorií. Pokud země spadá do sedmé kategorie tak vývoz do této země představuje nejvyšší možnou míru teritoriálního rizika. V případě, že se stát nachází ve skupině 0, tak není uvažována teritoriální riziko. V tomto případě by pojištění nemělo probíhat na úrovni Exportní garanční a pojišťovací společnosti, ale na základě tržního principu a bez možnosti státní podpory. Mezi tyto země patří na příklad Slovensko, Finsko, Francie, Izrael, Japonsko, Jižní Korea, Německo, Rakousko, USA a další. Všechny tyto státy mají společný rys, vysoké příjmy na obyvatele.

Vysoká škola ekonomie a managementu

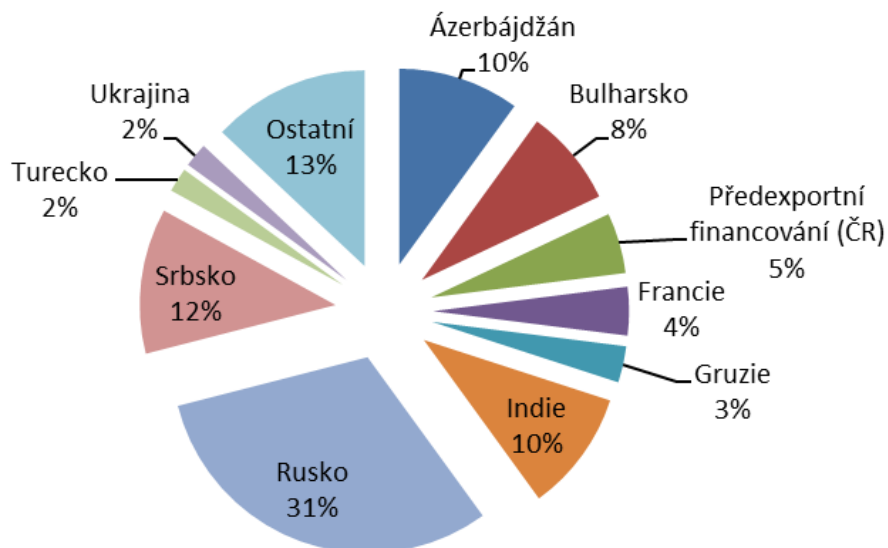
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Pokud bude pozornost zaměřena na vybrané státy, tak Slovensko, jak již bylo zmíněno, se nachází ve skupině 0 (žádné teritoriální riziko), Čína se nachází ve skupině 2, zde není riziko nijak velké a Brazílie je ve skupině mírně rizikovější, ve skupině 3. Rusko, které je z hlediska teritoriálního pro EGAP nejvýznamnější, se nachází také ve skupině 3.

Graf 8: Teritoriální struktura nově uzavřených pojistných smluv za rok 2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě Výroční zpráva EGAP za rok 2013

Pokud bude pozornost zaměřena na teritoriální strukturu nově uzavřených smluv v roce 2012, tak je zde patrná souvislost s teritoriální strukturou České exportní banky za rok 2012. Dle teritoriálních struktur obou společností je nejvýznamnější oblastí ruský trh. Další významnou oblastí z hlediska teritoriální struktury EGAP je Srbsko, které spadá do rizikové skupiny zemí 6, což je velmi rizikové teritorium, proto tak velký procentní podíl na uzavření nových pojistných smluv. Další velmi významnou oblastí je Indie, která se nachází v rizikové teritoriální skupině 3. Je to významnou oblastí z důvodu rozsáhlých tržních příležitostí. Ázerbájdžán je významnou oblastí, kde její ekonomika v poslední době zažívá růst a skýtá se tam výhodná oblast pro vývoz českých výrobků, jelikož jejich renomé je zde dobré. Ovšem dle teritoriální rizikovosti Ázerbájdžán spadá do rizikové skupiny 5.

Pojištění vývozu

Před realizací samotného vývozu domácími exportéry, by samotní realizátoři vývozu měly věnovat velkou pozornost právě obchodu, který chtějí uzavřít a také jak nákladné bude uskutečnit operaci od samotného počátku až po odkup zahraničním zákazníkem.

V první řadě, by měla být provedena analýza, díky níž se může zjistit, na který trh je výhodné expandovat s daným produktem. Již k tomuto kroku je možné využít prostředků České exportní banky, která může poskytnout prostředky na průzkum zahraničního trhu. Již od prvního okamžiku je ale potřeba věnovat velkou pozornost při přípravě obchodní smlouvy o vývozu. Tento krok bývá často podceňován. Podle Svatoše (2009, s. 121) by se do smlouvy nemělo opomenout dát, výhrada o vlastnických

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

právech na zboží až do úplného skončení obchodní transakce (do úplného zaplacení zboží), přesné stanovení okamžiku uskutečnění dodávky, do ceny zboží zahrnovat i náklady na pojištění a na možnosti čerpání úvěrů. Další důležitou položkou při sjednávání úvěru na vývoz a jeho pojištění je přesné zjištění, v jakém rozsahu budou vyžadovány finanční služby na vývozní obchodní případ. Zda budou vyžadovány bankovní záruky, zda podnikatel využije možnosti poskytnutí předexportního úvěru, zda využije služeb komerčních bank nebo institucí, které se zabývají podporou exportu. Na základě výše zmíněného, kdy je potřeba zjistit přesná výše požadovaných finančních prostředků se následně podnikatel musí zaměřit na možnosti a v některých případech i nutnosti pojištění těmito finančním službám.

Již od začátku přípravy vývozní smlouvy, by měl český podnikatel spolupracovat s bankou, která mu poskytne svých finančních služeb a v následné fázi by měli společně komunikovat s Exportní garanční a pojišťovací společností. V této fázi by se podnikatel měl zaměřit na nabídku od EGAP, zajistit si od EGAP příslib na pojištění před podpisem vývozní smlouvy a v poslední fázi uzavřít závaznou smlouvu o pojištění s touto společností. K podpisu smlouvy o pojištění by mělo dojít před první dodávkou do zahraničí.

3.1.3. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Právě pro zahraniční obchod, proexportní politiku, zahraničně ekonomickou politiku, ale i pro jiné aktivity je ústředním orgánem státní správy právě Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR.

Dle Svatoše (2009, s. 114) patří mezi hlavní kompetence Ministerstva průmyslu a obchodu ČR:

- koordinace legislativy ČR z hlediska zahraničně-obchodní ve vztahu k jednotlivým státům,
- realizace obchodní a ekonomické spolupráce s ES, ESVO, OECD, WTO a jinými organizacemi a seskupeními,
- MPO ČR také zabezpečuje a sjednává dvou a vícestranné obchodní a ekonomické dohody včetně dohod komoditních,
- MPO ČR řídí a vykonává činnosti spojené s uplatňováním licenčního režimu v hospodářských styků se zahraničím,
- další kompetencí je posouzení dumpingových výrobků (výrobky, které jsou do České republiky dováženy s nižší cenou, než je hodnota podobného výrobku) a případně přijetí určitých opatření, které můžou zabránit dovozu těchto výrobků,

Z hlediska vymezení kompetencí Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky by bylo vhodné doplnit je ještě o koordinaci přípravu legislativy a zavádění evropské legislativy a v souvislosti s tím, že MPO ČR organizuje řízení organizací jako je Česká obchodní inspekce, Puncovní úřad či Státní energetická inspekce, tak činnosti jako je dohled nad prováděním obchodní inspekce a inspekce v energetice či na dohled v oblasti puncovníctví či v oblasti zbraní. Mezi další důležité projekty, které MPO ČR spravuje v rámci proexportní politiky, je zřízení Zelené linky pro export. Zelená linka pro export je bezplatná telefonická linka, kde podnikatelé zajímající se o možnosti exportu mohou získat důležité informace týkající se právě vývozu.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Jelikož Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky je tvůrcem Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020, tak o činnostech spojených právě s podporou exportu bude pojednáváno v rámci rozboru této Exportní strategie.

Současným ministrem průmyslu a obchodu je Jan Mládek, který nastoupil do funkce ministra 29. ledna 2014 po dnes již exministrovi Jiřím Ciencialovi, který byl ministrem za vlády Jiřího Rusnoka.

3.1.4. Česká rada pro obchod a investice (ČROI)

Česká rada pro obchod a investice byla zřízena na základě rozhodnutí Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Ministerstva zahraničních věcí. ČROI byla zřízena jako organizace podporující prosazování ekonomických zájmů České republiky v zahraničí, tzn., že se jedná o nástroj podporující českou diplomacii. Klíčové pro organizaci je fakt, že členové se neskládají jen ze zástupců státu, ale poměr je téměř vyrovnaný mezi zástupce soukromé sféry - podnikatelé a zástupce státní správy. Rada docílila tímto složení toho, že při rozhodování a tvorbě rozhodujících otázek proexportní politiky jsou zapojeni i aktivní členové, tedy podnikatelé.

MPO (Podpora exportu, 2008) klasifikovala hlavní úkoly České rady pro obchod a investice takto:

- sladování obchodních a politických zájmů České republiky v zahraničí, příkladem může být zjednodušení vízové politiky, kdy se potřeba víz (např. pracovních, turistických,...) ruší nebo se upravují podmínky udělení víza,
- optimalizace poskytování služeb v oblasti vývozu a investic do zahraničí,
- sladění činnosti organizací CzechInvest a CzechTrade v zahraničí,
- vytváření pozice České republiky pro jednání orgánů Evropské unie - v oblasti otázek týkajících se podnikatelské sféry,
- efektivní využívání finančních prostředků, které jsou určeny pro činnost agentury CzechTrade
- být konzultantem v otázkách obsazení pozic diplomatů a zahraničních pracovníků agentury CzechTrade
- dohlížení na využití jednotné značky České republiky v zahraničí a její prosazování.

Jak již bylo zmíněno, členové Rady jsou zástupci státní správy a podnikatelé. Rada má 19 členů, přičemž 9 členů je ze sektoru podnikatelského (Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR). Ze sektoru státního jsou zástupci z Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, Ministerstva zahraničních věcí ČR, Ministerstva financí ČR, a z agentur CzechTrade a CzechInvest.

3.1.5. CzechTrade

Vznik agentury se datuje k 1. květnu 1997, kdy vznikla jako organizace na podporu obchodu. Jejím předchůdcem bylo Centrum vnějších ekonomických vztahů, které plnilo obdobnou funkci jako CzechTrade. Agentura CzechTrade byla založena jako příspěvková organizace, která spadá pod patronát Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

Hlavním cílem organizace je pomáhat českým vývozcům, hlavně malým a středním podnikatelům. Jejich pomoc spočívá v poskytování informačních, poradenských a

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

asistenčních služeb. Díky těmto poskytnutým informacím by měli mít podnikatelé snadnější prosazení na zahraničních trzích a dále se prosazovat ve svých vývozních aktivitách. Agentura CzechTrade funguje ale i na opačném principu, kdy poskytuje informace zahraničním firmám, které hledají vhodné kandidáty na případnou spolupráci (dodavatele či obchodní partnery).

Vize společnosti zní:

„Chceme být první volbou českých firem při jejich pronikání a rozvoji na mezinárodních trzích.“ (Výroční zpráva společnosti CzechTrade za rok 2012)

Společnost CzechTrade si stanovila klíčové hodnoty, přičemž je prioritou společnosti, aby byly dodržovány. Hlavním subjektem při plnění cílů agentury CzechTrade je zákazník. Agentura se snaží poskytnout zákazníkům cenné rady a případně podat pomocnou ruku. Tyto služby zákazníkům může poskytnout jen profesionální a stále se rozvíjející pracovní tým, který musí pociťovat sounáležitost s firmou, ve které pracuje. Informace a pomoc, které poskytuje agentura CzechTrade jsou poskytována zákazníkovi na základě jeho individuálním požadavkům.

Historie CzechTrade

Jak již bylo zmíněno, agentura vznikla roku 1997 jako Česká agentura na podporu obchodu/Czechtrade. V této době byla v čele CzechTrade Doc. Ing. Judita Šťouráčová, CSc, která funkci generální ředitelky zastávala do roku 2000, kdy byl jmenován Ing. Martin Tlapa, MBA. Rok před jmenováním Ing. Tlapy byla vládou schválena Strategie CzechTrade pro období 1999-2004. V roce 2000 poskytovala agentura CzechTrade pomoc českým exportérům již v 19 zemích, konkrétně se jednalo o Čínu, Egypt, Francii, Chorvatsko, Polsko, Španělsko, Ukrajinu, Velkou Británii, Belgie, Itálii, Srbsko, Lotyšsko, Německo, Nizozemsko, Turecko, Miami, Chicago, Litvu a Kanadu. Rok 2002 byl pro agenturu významný, jelikož zahájila provoz internetových stránek – podnikatelského portálu BusinessInfo.cz. V tomto roce má společnost své zastoupení již v 23 zemích, přibyly ještě Maďarsko, Rusko, Indie a Irsko. O rok později bylo zastoupení v Rusku, které do té doby bylo pouze v Petrohradu rozšířeno i o Moskvu Jekatěrinburg a další zemi, Dánsko. Ve stejném roce byla zahájena činnost Exportního klubu CzechTrade. Jeho činnost spočívala v tom, že rozvíjela spolupráci českých exportérů v zahraničí. Vytvářela podmínky pro společná setkání za účasti odborníků a zástupců státní správy. Roku 2004 byla jmenována do funkce generální ředitelky Ing Jitka Haubová a v témže roce se opět rozšířila působnost agentury o Brazílii, Švédsko, Rakousko a v německém Hamburku a o rok později byly otevřeny zahraniční kanceláře Rumunsku a Bulharsku. V témže roce byla schválena nová Strategie CzechTrade pro období 2006-2010. Do roku 2013 byli zahraniční kanceláře rozšířeny o Spojené arabské emiráty, Mexiko, další pobočku v Číně, Vietnam, Kazachstánu a Černé Hoře. V průběhu let, kdy se vyvíjela činnost agentury CzechTrade se vyvíjelo i její produktové portfolio. Poslední změnou ve vedení společnosti bylo odvolání generálního ředitele Ivana Jukla a do funkce byl jmenován Zdeněk Vališ, M. A. V roce 2012 došlo k důležité skutečnosti ve vývoji agentury. Dne 1. srpna 2012 byly sjednoceny pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR zahraniční agentury CzechInvest a CzechTrade.

Agentura CzechTrade dosáhla v roce 2012 hospodářského výsledku ve výši 1 753 tis. CZK, přičemž její výnosy činily 445 369 tis. CZK a náklady 443 616 tis. CZK. Oproti

Vysoká škola ekonomie a managementu

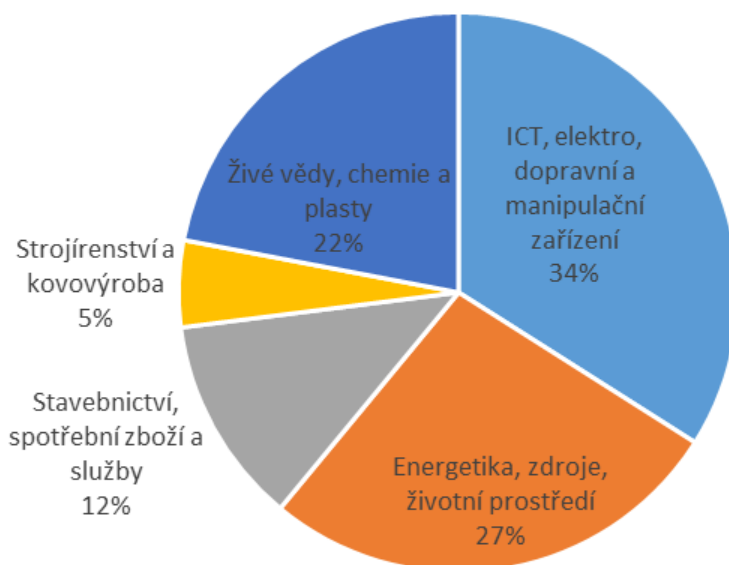
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

roku 2011 hospodářský výsledek poklesl téměř o polovinu. Srovnáme-li hospodářský výsledek roku 2013 s rokem 2012 je zde patrný enormní růst na hodnotu 12 670 tis. CZK. Výnosy za toto období klesly oproti roku 2012 na hodnotu 318 086 tis. CZK a náklady klesly na hodnotu 305 416 tis. CZK. Největší podíl na tržbách z hlediska nabízených produktů měly v roce 2012 individuální služby zahraničních zastoupení (43 %) a akce v zahraničí (39,4 %).

Graf 9: Komoditní struktura agentury CzechTrade za rok 2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě Výroční zpráva CzechTrade za rok 2013

Produktové portfolio

Kromě klasického produktového portfolia, které bude rozebráno níže, je agentura CzechTrade provozovatelem internetového obchodního a exportního portálu BusinessInfo.cz, který poskytuje informace pro podnikatele a exportéry o možných obchodních příležitostech.

Mezi služby, které mají usnadnit podnikatelům rozhodování o výběru vhodné teritoriální příležitosti a usnadnění následného vstupu na vybraný trh patří exportní vzdělávání a poradenství, informační služby či prezentace firmy při konání výstav a veletrhů v zahraničí.

V rámci exportního vzdělávání se realizují semináře, diskuzní fóra, exportní konference či školení firem na základě jejich zaměření. V rámci těchto kurzů jsou exportéři učeni, na základě čeho mají exportovat – jsou udávány praktické příklady či je konkrétní případ nasimulován.

Díky jedinečným a včasným informacím může agentura exportérům poskytnout kvalitní informace, které mohou ulehčit proces rozhodování. Od roku 2013 byly v rámci informačního servisu zahájeny činnosti internetových portálů Zpravodajství pro export či BusinessInfo.cz. V rámci informačního servisu jsou exportérům poskytovány aktuální

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

exportní příležitosti, vypsané zahraniční zakázky či jiné možnosti uzavření zahraničního obchodu.

Pro malé a střední podniky jsou poskytovány tzv. Exportní balíčky, které jsou rozděleny do třech úrovních Basic, Business a Plus. Balíček Basic je určen pro začínající exportéry a zahrnuje převážně služby poskytující informace o vybraném trhu a podnikatelům jsou také poskytovány služby vzdělávací či konzultační. Na tento základní balíček navazuje balíček Business, který už oslovuje případné zahraniční partnery a podporuje podnikatele v rámci prosazování se na novém zahraničním trhu. Poslední typ z poskytovaných balíčků je Plus, který je nástavbou již dvou zmíněných nabídek a je určen spíše k dlouhodobějšímu charakteru.

3.1.6. CzechInvest

CzechInvest je stejně jako CzechTrade státní příspěvková organizace řízená Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR podporující podnikání a investice. Domácím podnikatelům a zahraničním investorům poskytuje služby s cílem podpory konkurenceschopnosti české ekonomiky ve světě. Společnost CzechInvest byla založena roku 1992 a jejím hlavním cílem byla podpora přílivu přímých zahraničních investic do České republiky.

Mezi služby poskytované organizací CzechInvest jsou informační služby pro malé a střední podniky o možnosti podpory, pomoc s implementací dotací, poradenství, pomoc při realizaci investičních projektů a případně zajištění státní investiční podpory, poskytování služeb po samotné realizaci projekt, tzv. AfterCare.

V roce 2012 bylo vytvořeno nové produktové portfolio, které mělo za cíl v souladu s Exportní strategií ČR pro období 2012-2020 měřitelně se podílet na zvýšení konkurenceschopnosti české ekonomiky ve světě. Návrh nového produktového portfolia byl členěn do sedmi částí:

- „*Koordinace a podpora toku investic,*
- *Podpora komercializace výsledků VaV a investic do inovací,*
- *Podpora MSP,*
- *Internacionalizace,*
- *Regionální rozvoj,*
- *Rozvoj lidských zdrojů pro business,*
- *Administrace nového operačního programu 2014+“ (Nový CzechInvest, 2012, str. 6)*

V roce 2012 dosáhla organizace CzechInvest hospodářského výsledku ve výši 3 968 557 CZK, přičemž výnosy činily 356 453 tis. CZK a náklady 352 484 tis. CZK. V tomto roce došlo k 8 % meziročnímu poklesu nákladu, což bylo zapříčiněno hlavně snížením příspěvku na provoz, který byl v souladu s Usnesením vlády č. 178 ze dne 21. března 2012 a došlo také k úsporám z důvodu restrukturalizace. V roce 2012 bylo uzavřeno celkem 350 nových investičních projektů, přičemž největší podíl investic z hlediska hodnoty byl uskutečněn v odvětví výroby dopravních prostředků a v odvětví dřevozpracujícího a papírenského průmyslu. Ovšem největší podíl uzavřených investičních projektů z hlediska počtu byl v oblasti IT a vývoje softwaru a opět v oblasti výroby dopravních prostředků. Nejvíce investičních projektů bylo v roce 2013 uskutečněno v České republice (patrně z grafu 10). Další významnou oblastí z hlediska

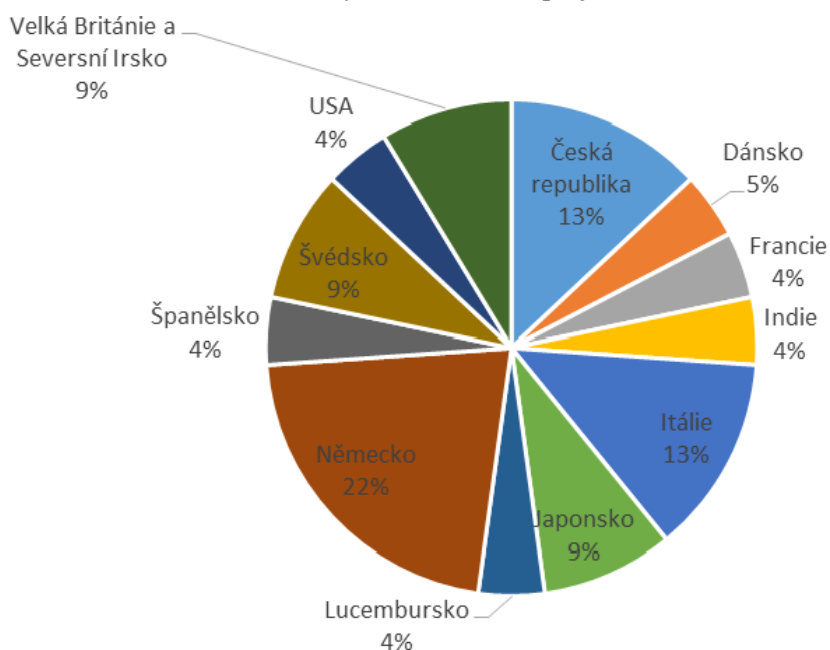
VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

uzavřených projektů agentury CzechInvest je Německo, což jistě souvisí s komoditní strukturou investičních projektů, jelikož v Německu jsou sídla mnoha významných automobilových firem, jako je např. Volkswagen, BMW, Audi a mnoho dalších. Mnoho českých podniků zabývajících se automobilovým průmyslem investuje finanční prostředky do spolupráce s těmito podniky a naopak.

Pokud se zaměříme na teritoriální strukturu tuzemských a přímých zahraničních investic z roku 2013, tak je patrné z grafu 10, že jsou zde uvedeny významné země z hlediska automobilového průmyslu i IT technologií. Tudíž komoditní a teritoriální struktura má zde výrazné propojení (Německo, Francie – např. Mercedes, Itálie – např. Fiat, Japonsko – např. Toyota, Švédsko – Volvo, Španělsko – Seat, Indie – IT technologie).

Graf 10: Teritoriální struktura nových investičních projektů roku 2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě Výroční zprávy CzechInvest za rok 2013

4. Exportní politika EU

I přes to, že v rámci Evropské unie je společná obchodní politika EU, tak do dnešní doby nebyla sestavena jednotná exportní strategie pro členské země Evropské unie. V rámci obchodní politiky EU jsou sice pro členské státy stanoveny podmínky exportu a vývozu, ale proexportní politika má za cíl spíše podporu vývozu, než stanovení jeho podmínek. Proexportní strategii si každá země dělá dle svých rozpočtových možností samostatně, zahrne si do ní trhy, na které by pro ni v době, pro kterou je strategie sestavována, bylo vhodné exportovat. Dalším důvodem proč Evropská unie zatím sestavila jednotnou exportní strategii je, že každá členská země je jinak ekonomicky vyspělá, každá země disponuje jinými finančními prostředky určenými na podporu exportu. Každý stát také vlastní jiné zdroje, které může uplatnit v rámci exportu.

Evropská unie nemá za hlavní cíl podporovat export v rámci EU, ale jejím cílem je zvyšovat konkurenceschopnost členských zemí na globálním trhu. Můžeme říci, že Evropská unie udělala proexportní opatření tím, že v rámci jejího působení je volný pohyb zboží a lidí.

Díky svému stále rostoucímu rozsahu v rámci přibývajících členů má Evropská unie silnou vyjednávací pozici, kterou může využívat ve prospěch svých členů. Další nepřímou podporou může být možnost čerpání z fondů EU, ale také vzájemná pomoc při finančních tísňích. Jako příklad můžeme uvést Řecko, kdy v rámci záchranného programu od Mezinárodního měnového fondu a právě EU byla pro Řecko uzavřena privatizace, která měla pomoci Řecku dostat se z dluhové krize.

Hlavním cílem Evropské unie v rámci hospodářské politiky je zrychlení tempa hospodářského růstu. V rámci strategie Evropa 2020, která má za cíl právě dosažení nového růstu, byly stanoveny hlavní cíle, jak této skutečnosti dosáhnout.

Cíle Evropské unie pro rok 2020 dle strategie Evropa 2020 (2010) jsou:

- zaměstnanost osob ve věku 20-64 v hodnotě 75 %,
- investice do výzkumu a vývoje v hodnotě 3 % HDP Evropské unie,
- z hlediska ekologického se jedná o cíle snížení emisí skleníkových plynů o 20 % v porovnání s rokem 1990, zvýšení podílu energie z obnovitelných zdrojů o 20 % a zvýšení energetické účinnosti o 20 %,
- snížení míry nedokončeného studia pod 10 % a dosáhnout podílu 40 % podílu vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva ve věkové kategorii 30 – 34 let
- snížení počtu obyvatelstva žijící v chudobě a sociálním vyloučením nebo osob, kteří jsou na pokraji chudoby a hrozí jim sociální vyloučení o 20 milionů osob.

Na příklad z hlediska zaměstnanosti osob ve věku 20-64 let se Česká republika v roce 2013 na svou nejlepší hodnotu od roku 2005, a sice dosáhla podílu zaměstnaných osob ve zmíněné věkové hranici 72,5 %, zatímco hodnota EU 28 činila 68,3 %.

Z hlediska vzdělanosti dosáhla Česká republika v roce 2013 hodnoty 5,4 % v kritériu nedokončeného studia, přičemž zde byl zaznamenán pokles o desetinu procenta oproti roku 2012. Průměrná hodnota v EU 28 činila 11,9 % a nejvyšších hodnot ze zemí EU dosahovalo Španělsko, které má podíl nedokončeného studia přes 20 %.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

I přes to, že v oblasti nedokončeného studia má Česká republika uspokojivé hodnoty, které jsou lepší ještě než je vytyčený cíl, tak z hlediska podílu vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva ve věku 30-34 let je ČR pod vytyčeným cílem téměř o 14 %, avšak v posledních letech byl zaznamenán vzrůstající podíl vysokoškolsky vzdělaných osob v této věkové skupině.

V rámci Evropské unie činily exporty EU v roce 2012, 291 467 949 tis. EUR. Oproti roku zde byl zaznamenán pokles o 16933038,76 tis. EUR, což může být způsobeno právě větší orientací exportu ekonomik Evropské unie mimo členské země, stejně jako tomu je u České republiky.

5. Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020

Jelikož je Česká republika malá otevřená ekonomika, která je závislá na zahraničním obchodu, je i její zahraniční obchodní politika liberální, otevřená a upřednostňující zásady zahraničního obchodu. Dle Fojtíkové (2009, str. 5), je základním principem zahraniční obchodní politiky je zajištění poměrnosti vztahů se zahraničními ekonomikami, ovlivňování čistého exportu, teritoriální a komoditní struktury či správu mezinárodních institucí pro rozvoj mezinárodního obchodu.

Exportní politika ať už se jedná o politiku státní či nestátní musí být v souladu se závazky na mezinárodní úrovni, jako je např. WTO, OECD či samotná Evropská unie. Jak už forma státní či nestátní podpory dle Fojtíkové (2009, str. 206) nabízí rozmanité portfolio služeb, počínaje od poskytování informací či poradenství přes reklamu a marketing až po uzavření kontraktu s obchodními partnery v zahraničí. Hlavní způsobilou organizací Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020 je Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky.

Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020 navazuje na předchozí Exportní strategii pro období 2006-2010 a Konceptci proexportní politiky 2003-2006 a vznikla na základě současného stavu české ekonomiky a exportu. V tomto dokumentu je formulována vize aktivit podporujících export České republiky, cíle jakých chce dosáhnout a jak jich bude dosaženo. Jak již bylo zmíněno, hlavní vizí této Strategie je přispět ke skutečnosti, že se Česká republika do roku 2020 zařídí mezi top 20 z hlediska konkurenceschopnosti ekonomik ve světě. Tato vize byla formulována v souladu se Strategií mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky pro období 2012-2012, která byla schválena vládou 27. září 2011. V porovnání s vizí, která byla stanovena pro Exportní strategii ČR pro období 2006-2010 je tato vize mnohem specifitější a klade si vyšších cílů. Vize předchozí Strategie usilovala o prosazení České republiky na světovém trhu prostřednictvím investic a obchodu. V rámci Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 byla provedena P.E.S.T. analýza, která měla poukázat na rozdíly v podkladech pro tvorbu Exportní strategie pro období 2006-2012 a 2012-2020. Nejvýznamnější rozdíl byl zajisté v tom, že tvorba nové Strategie započala v období celosvětové hospodářské krize, která s sebou nese další úskalí, jako je nestabilita vlády spojená s vyšší mírou korupce, nestabilním bankovním systémem, přesun poptávky do zemí jako je právě Čína, Brazíli, Rusko a Indie ovšem postup doby přinesl i klady v podobě kvalifikovanější pracovní síly, která chce být ovšem více ceněna a také prudký vývoj informačních technologií, které usnadňují zahraniční obchod (Business Intelligence, E-commerce, Competitive Intelligence,...).

V rámci formulace Exportní strategie ČR 2012-2020 byly klasifikovány následující klíčové faktory:

- orientace českých exportérů na trh Evropské Unie,
- vzrůstající tendence oborové specializace pracovníků,
- pokles vývozu služeb s vyšší přidanou hodnotou,
- zvyšující se globalizace a propojení zahraničního obchodu,
- nízká využitelnost projektů, které nabízejí evropské a mezinárodní instituce,
- nastavení měřitelných cílů, kde bude hodnoceno jejich naplnění
- orientace organizací podporující export na aktivity, které nejsou běžně dostupné z trhu.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Česká republika disponuje dvěma faktory, které jsou velmi významné právě pro zahraniční obchod. V první řadě tomu je výhodná poloha v samém srdci Evropy a za druhé je to již zmíněná vysoká kvalifikace pracovníků, kteří jsou ve světě žádaní hlavně z důvodu, že jsou levnější než pracovní síla z mnohých konkurenčních zemí. Již zmíněná poloha České republiky je výhodná i z pozice automobilového průmyslu, jelikož mnohé světoznámé automobilky rozšiřují své závody právě do střední Evropy z důvodu nižších nákladů na logistiku.

Hlavní vize Strategie byla již zmíněna, další vizí je pokus o vyváženost produktového portfolia organizací podporující export. K dosažení těchto dvou vizí byly stanoveny hlavní a vedlejší cíle.

Hlavní cíl Exportní strategie pro období 2012-2020 (2012, str. 12):

„Zvýšení počtu exportérů a zvyšování objemu exportu a z něj plynoucích přínosů pro dlouhodobý udržitelný růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů.“

Tento cíl je stanoven jako naprosto měřitelný, jelikož bylo stanoveno, že do roku 2020 se musí zvýšit vývoz na člověka o 25 %, s tím, že za 4 roky platnosti Strategie by měl být zvednut o 12 %. Dále by mělo dojít do konce platnosti Strategie k navýšení počtu vývozců o 15 %, přičemž exportéři (malí a střední podnikatelé) by měly zvýšit svůj počet do roku 2020 o 50 %.

Mezi specifické cíle Strategie dále patří zvýšení objemu exportu mimo země EU a dále zaměření vyváženého zboží na segment s vyšší přidanou hodnotou. K dosažení těchto cílů by mohl dopomoci cíl poslední, využití kladných společných působení organizací, které napomáhají podpoře exportu.

Při plnění cílů je třeba si uvědomit, že nejvíce se na exportu České republiky podílejí firmy zahraniční, které mají sídlo sice v České republice, ale mateřskou společnost v zahraničí. Jakmile se pro tyto podniky změní podmínky, při kterých je pro ně výhodné mít dceřinou společnost na území České republiky, tak dojde k odlivu těchto podniků a český vývoz bude oslaben. Zahraniční podniky se na celkovém exportu ČR podílejí přibližně 70 %. Pokud si vezmeme automobilový průmysl, který se nejvíce podílí na vývoji zahraničního obchodu, tak právě největší automobilky jako Hyundai, TPC, ale i Škoda Auto mají mateřskou společnost v jiné zemi.

5.1. Pilíře Exportní strategie ČR

V rámci Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 byly stanoveny tři pilíře Strategie, které byly stanoveny v rámci služeb, které jsou poskytovány na pomoc zvyšování vývozu, jak již v České republice, nebo v zahraničí, odkud se ČR nechala inspirovat.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 6: Pilíře a projektové karty Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

Pilíře Exportní strategie ČR pro období 2012-2020		
Zpravodajství pro export	Rozvoj exportu	Rozvoj obchodních příležitostí
Zjednodušení přístupu k informacím pro export	Připravenost na export a exportní vzdělávání	Rozšiřování poptávky po českém exportu
Obchodní kontakty a statistiky	Poradenství pro export	Investice pro export
Zpravodajství o trzích a analýzy trhu	Exportní financování	Marketing, branding a lobbying
Infrastruktura a lidské zdroje pro export	Exportní ekosystém	Obchodní politika
		Řešení problémů

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

V rámci stanovení pilířů Strategie byl klasifikován stav před zavedením nové Strategie a nástroje, které budou v rámci těchto pilířů používány či zavedeny.

5.1.1. I. pilíř – Zpravodajství pro export

Cílem I. pilíře Exportní strategie České republiky pro export pro období 2012-2020 je odstranění informačních bariér, které jsou jednou z překážek rozvoje českého exportu. Díky zavedení tohoto pilíře budou českým exportérům poskytovány informace o zahraničních trzích, na které je výhodné dovážet domácí produkty. Jinými slovy můžeme říct, že I. pilíř Exportní strategie podporuje tzv. Export Intelligence – nástroj poskytující informační zdroj pro rozvoj českého vývozu.

Členění tohoto pilíře je dle proexportních činností státu. V první řadě je to přístup k informacím pro vývoz, které by měly být snáz přístupnější pro české exportéry, kterým jsou následně poskytnuty kontakty pro realizaci obchodu a potřebné statistiky či analýzy, které byly již vypracovány, ať už pro účely tohoto obchodního případu či z jiného důvodu. V poslední skupině je specifikována infrastruktura a lidské zdroje, které jsou k dispozici pro vývozní případ.

V této části Strategie bylo definováno 12 zemí, na které bude prioritně směřována státní podpora exportu – Brazílie, Čína, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Rusko Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA a Vietnam, dále zde byly specifikovány i zájmové státy, mezi které se řadí na příklad: Nigérie, Japonsko, Bělorusko či Ázerbájdžán. První plánovaná aktualizace, kde se stanoví, zda vybrané země budou i nadále upřednostňovány je plánována na konec roku 2014.

V tabulce 6: Činnosti v rámci I. pilíře jsou znázorněny činnosti, které jsou prováděny v rámci činnosti zpravodajství pro export. Nejdůležitější fází je přístup k informacím pro export a služby spojené s touto činností. Organizace (státní či nestátní) poskytují důležité informace o exportních možnostech. Tyto informace mohou být poskytovány online prostřednictvím webových stránek organizací podporující export či osobně buď v České republice, nebo na kontaktních místech těchto poboček v zahraničí. Organizace

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

podporující export mohou poskytovat i v rámci tištěných materiálu či přístupy ke knihovně informací.

Nejprve byla provedena analýza současného stavu podpory českého exportu v rámci pilíře zpravodajství pro export a následně na základě popsaného stavu a připomínek a návrhů ze strany českých exportérů, které byly získány v rámci konaných konferencí či pokládaných dotazů.

Tabulka 7: Proexportní činnosti v ČR v rámci I. pilíře

Zjednodušení přístupu k informacím pro export	<ul style="list-style-type: none">- Kontaktní místo pro dotazy ohledně exportu- Webové stránky s informacemi o zahraničním obchodě- Pravidelné tištěné publikace s informacemi pro export- Služba zasílání upozornění o nových informacích (client customized)- Knihovna informací o zahraničním obchodě- Rozšíření rozsahu a dopadu sdělovaných informací
Obchodní kontakty a statistiky	<ul style="list-style-type: none">- Databáze tuzemských podniků a databáze exportérů- Přehledy zahraničních partnerů českých společností/ověřování zahraničních kontaktů- Dostupnost ratingů tuzemských společností a prověření jejich důvěryhodností- Seznam odkazů na informace o zahraničních výběrových řízeních a o výstavách a veletrzích
Zpravodajství o trzích a analýzy trhu	<ul style="list-style-type: none">- Prezentace charakteristik trhu- Identifikace potenciálu trhu- Analýzy trendů a foresight
Infrastruktura a lidské zdroje pro export	<ul style="list-style-type: none">- Poskytování kancelářského zázemí a prostor pro jednání, včetně vybavení a základních služeb- Podpora při rozvoji exportu prostřednictvím webu- Přístup k elektronickým databázím a dalším zdrojům informací- Společné vzdělávání lidských zdrojů ve veřejných, ale i soukromých organizacích podporující export- Zavedení časově omezeného projektového řízení do velkých, sofistikovaných projektů internacionalizace a exportní podpory

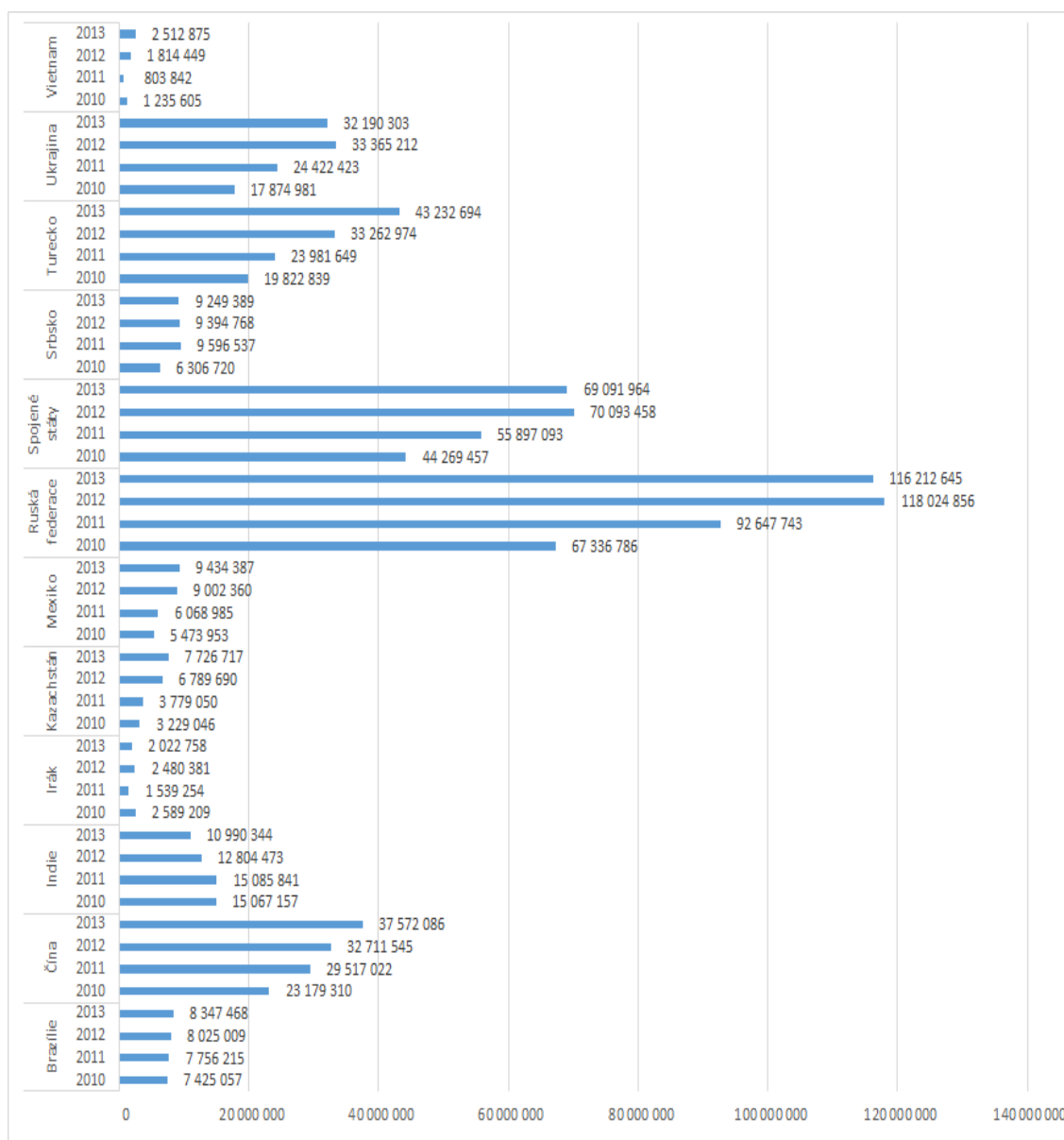
Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů z Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

V rámci tohoto pilíře by českým exportérům měly být poskytovány informace, které jsou směrodatné pro rozvoj v otázkách zamýšleného exportu. Jak již bylo zmíněno, v rámci I. pilíře Exportní strategie byly stanoveny prioritní a zájmové země. V grafu níže je patrný vývoj exportů do prioritních zemí. Tato informace může být pro exportéry důležitá z hlediska přehlcení trhu českými výrobky anebo v opačném případě, nedostatečné množství českých výrobků na zahraničním trhu. Exportní strategie se zaměřila právě na tyto trhy, protože je zde pro české exportéry mnoho příležitostí pro expanzi, která by pro ně mohla být úspěšná.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Graf 11: Vývoj exportu České republiky do prioritních zemí v období 2010-2013



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČZÚ

Na základě tohoto grafu je patrná vzrůstající tendence českých exportů do prioritních až na Indii, kde dochází k poklesu, přičemž nejvíce se na tomto poklesu podílela skupina výrobků z oblasti automobilového průmyslu a z oblasti dovozu strojů. Nejvýznamnější zemí z hlediska prioritních zemí, do kterých čeští exportéři dovážejí je Rusko. Tato skutečnost může být přisuzována několika faktorům, ať už je to z hlediska geografických faktorů či sociálně-kulturních, politických, ale hraje zde podstatnou roli i společná minulost a známost tohoto trhu pro české exportéry.

V rámci Akčního plánu byly stanoveny projektové karty v rámci I. pilíře Exportní strategie. Nejvýznamnější projekt je bezesporu soustředování informací o exportu online pomocí Centra sdílení služeb a zpravodajství pro export. Toto centrum čerpá informace z tzv. One-Stop-Shopu (SINPRO), což je informační systém pro subjekty či

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

samotné osoby, které pomáhají rozvoji exportu. Na tomto systému se budou shromažďovat informace, které budou dále členěny dle záměru. Stručně lze říci, že One-Stop-Shop bude fungovat pro návštěvníky jako tzv. rozcestník. V rámci I. pilíře byla vybudována Zelená linka pro export, která slouží právě jako první kontaktní místo pro podnikatele, kteří se rozhodli pro realizaci exportu.

5.1.2. II. pilíř – Rozvoj exportu

Tento pilíř je zaměřen na samotný rozvoj exportu a činnosti, které k této skutečnosti mohou jakkoliv napomoci – Export Development. Cílem tohoto pilíře je zajištění co nejlepších podmínek pro české exportéry či pro potenciální české exportéry. Díky zlepšení podmínek podporující export se zvýší objem českých exportů.

Stejně jako pilíř I. je i pilíř Rozvoj exportu členěn do 4 proexportních skupin, které byly určeny na základě podrobné analýzy stavu české ekonomiky před rokem 2012. Proexportní skupiny v rámci pilíře II. jsou – připravenost na export a exportní vzdělávání, poradenství pro export, exportní financování, exportní ekosystém.

Tabulka 8: Proexportní činnosti v ČR v rámci II. pilíře

Připravenost na export a exportní příležitosti	<ul style="list-style-type: none">- Posouzení připravenosti podniku na export- Analýzy a služby ve vztahu k plánování a designu nových výrobků/služeb včetně jejich exportního potenciálu- Vzdělávání pro export- Inkubace a zahraniční inkubace
Poradenství pro export	<ul style="list-style-type: none">- Právní aspekty exportu, požadavky vstupu na trh a technické normy- Ochrana duševního vlastnictví- Ucelené programy exportních služeb pro jednotlivé typy exportérů- Služby zaměřené na zajištění přístupu českých firem do projektů mezinárodních a evropských organizací- Zprostředkování vzájemné směny služeb mezi exportéry a služby pro klastry a vývozní aliance
Exportní financování	<ul style="list-style-type: none">- Služby a informace o exportním financování a pojištění- Služby a informace o možnostech financování z EU fondů a dalších evropských a mezinárodních zdrojů a související asistenční služby
Exportní ekosystém	<ul style="list-style-type: none">- Dialog s exportéry při tvorbě politik klíčového významu pro export- Partnerství veřejného a soukromého sektoru pro export, včetně sofistikovaných kombinovaných exportních projektů a podpora networkingu mezi exportéry navzájem- Služby poskytované českým exportérům ve spolupráci se zahraničními agenturami na podporu exportu nebo investic

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

Na základě provedené analýzy stavu ekonomiky a exportu před rokem 2012 byly přijaty opatření, které měly sloužit v rámci Strategie k podpoře exportu. Mezi návrhy opatření byly na příklad služby pro exportéry takového charakteru, že jakmile klient přijde do

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

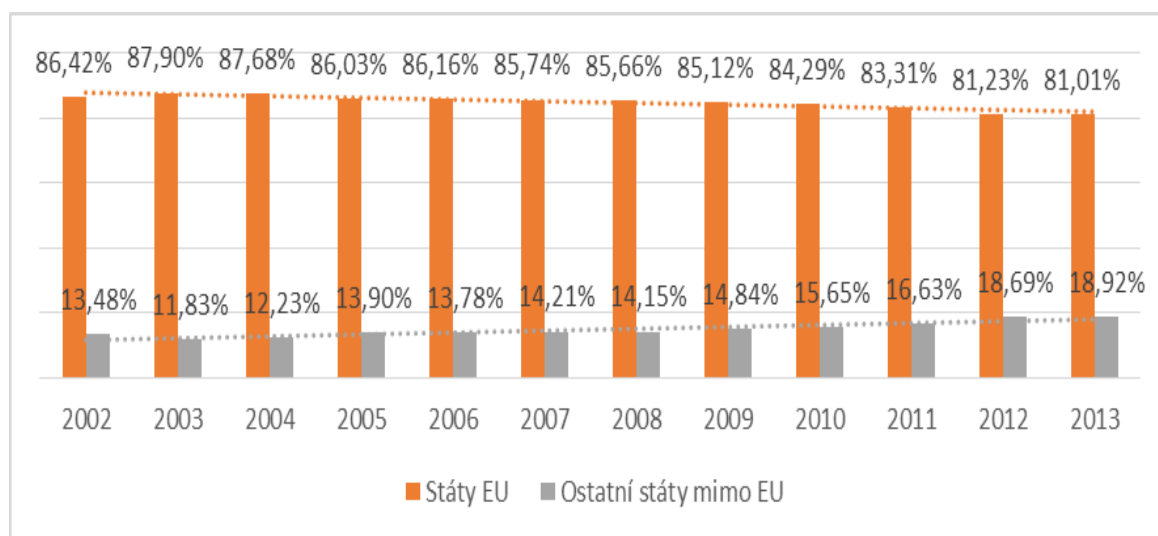
VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

kerékoliv organizace podporující export, tak by měl od každé z nich dostat totožnou primární informaci s případným odkazem na další organizaci, která se jeho problematikou zabývá detailněji. Další opatření se vázala na Českou exportní banku a Exportní garanční a pojišťovací agenturu, přičemž se opatření týkala jejich hlavního záměru, a sice financování a pojištění exportu. Další opatření se týkala na příklad komunikace a aktivity samospráv.

V rámci tohoto pilíře je vhodné zobrazit tabulku vývoje obchodní bilance České republiky, jakých hodnot dosahovala obchodní bilance České republiky v rámci Evropské unie a mimo ní a jak se s platností Exportní strategie či vstupem do Evropské unie tato čísla měnila.

Graf 12: Závislost exportu České republiky v letech 2002-2013 (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Z grafu výše je patrné, že od roku 2009 dochází k navyšování podílu vývozu do států mimo Evropskou unii v poměru vývozu do celého světa. Podíl exportů mimo země EU se v posledních letech stále více přibližuje 20 % podílu na celkových exportech. Největší nárůst byl prozatím zaznamenán v roce 2012, kdy vstoupila v platnost právě Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020. Tím závislost na exportu do zemí Evropské unie klesá a soustředí se na jiné trhy. I přes tuto skutečnost je ale závislost na evropském trhu markantní a díky Exportní strategie by se měla snižovat.

V tomto pilíři byl také klasifikován pojem exportní ekosystém.

„Exportní ekosystém představuje soustavu mechanismů, jimiž se utváří a koordinuje pravidelná spolupráce mezi veřejnými a soukromě orientovanými subjekty a formuje se podnikatelské prostředí příznivé pro export.“ (Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020, 2012, str. 30)

Pod pojmem exportní ekosystém si tedy můžeme představit spolupráci mezi exportérem a subjektem, který představuje zahraniční poptávku po českém zboží. Díky subjektům, jako je na příklad CzechInvest, CzechTrade či veřejné instituce jako Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo zahraničních věcí ČR nebo organizace jako je EGAP může být realizován obchodní vztah mezi Českou republikou a zahraničím.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

5.1.3. III. Pilíř - rozvoj obchodních příležitostí

Tento pilíř se zaměřuje na budování kontaktní sítě českých exportérů na světových trzích a na také na renomé české značky na světovém trhu, hlavně se zaměřením na trhy mimoevropské.

Můžeme říci, že navazuje na předchozí dva pilíře, které se snažili zvýšit český export či pomoci českým exportérům proniknout na nový zahraniční trh. Pilíř rozvoje obchodních příležitostí se vyznačuje zejména rozšířením stávajících exportních událostí a udržení dobrého jména.

Díky institucím podporující zahraniční obchod mohou čeští exportéři využít jejich služeb, jak v případě vstupu na nový trh, tak v případě rozšíření na stávajícím trhu, či v případě akvizicí a jiných obchodních příležitostí.

V rámci tohoto pilíře je projednáváno i zastoupení českých institucí podporující export v zahraničí, kam by bylo vhodné směřovat český export. Pokud by české instituce měly větší zastoupení na příklad v prioritní zemi Exportní strategie Indii, možná by nedošlo ke stále většímu poklesu objemu exportů.

Další aktivitou prováděnou v rámci III. pilíře je podpora zahraničních subjektů v otázkách investic na český trh. Díky těmto investicím si firmy na českém trhu budují větší konkurenceschopnost a možnost další expanze na zahraniční trh.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 9: Proexportní činnosti v ČR v rámci III. pilíře

Rozšiřování poptávky po českém exportu	<ul style="list-style-type: none">- Zahraniční obchodní mise a incomingové mise- Účast na veletrzích a výstavách a další aktivity umožňující setkávání dodavatelů a odběratelů- Další typy specializovaných networkingových aktivit v zahraničí, popř. v ČR
Investice pro export	<ul style="list-style-type: none">- Systematická práce s českými dcerami zahraničních matek- Podpora proexportních investic tuzemských společností- Lokální investice do vysoce inovativních exportních podniků v ČR – tuzemský či zahraniční kapitál- Podpora akvizic tuzemských společností v zahraničí v rámci jejich exportní expanze
Marketing, branding a lobbying	<ul style="list-style-type: none">- Ekonomická a obchodní diplomacie, lobbying- Vybudování a udržování sítě příznivců ČR v zahraničí- PR, image a brand ČR a českých značek
Obchodní politika	<ul style="list-style-type: none">- Cla a Single Window- Exportní procedury, certifikáty- Obchodní politika a zastupování zájmů ČR v EU a v mezinárodních organizacích
Řešení problémů	<ul style="list-style-type: none">- Zavedení minimálních standardů a dobré praxe při poskytování pomoci při řešení problémů s exportem- Manuál nejčastějších chyb při exportu a příkladů úspěšného i neúspěšného řešení exportních problémů- Posílení využití SOLVIT a analýza možností zavedení obdobného typu bilaterální spolupráce s největšími obchodními partnery ČR mimo EU- Informace o spolehlivých partnerech pro řešení problémů v určité zemi

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

Cílem III. pilíře Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 je využít výhod členství v mezinárodních organizacích, jako je na příklad Evropská unie, k tomu, aby měli čeští exportéři lepší podmínky vstupu na nový trh. V rámci EU je tomu v rámci celní politiky, jednotné obchodní politiky pro členské země Evropské unie a v neposlední řadě je to zainteresování zástupců České republiky v rámci mezinárodních organizací.

5.2. Plnění Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

K určení, zda-li je Exportní strategie ČR úspěšná, byly stanoveny monitorovací ukazatele. Tyto ukazatele by měly být měřitelné a porovnatelné z předcházejícím obdobím. Mezi monitorovací ukazatele patří na příklad – počet firem, které v příslušném roce vyvážely, jaká je zaměstnanost v exportujících firmách, objem exporty mimo státy Evropské unie a mnoho dalších.

Dne 26. července 2012 byl jako navazující krok Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 odsouhlasen Akční plán pro export a internacionalizaci, který byl určen jako klíčový dokument pro samotnou implementaci Exportní strategie. Akční plán obsahuje 12 implementačních karet, které byly stanoveny v návaznosti na pilířích Exportní strategie. Projektové týmy jsou složeny ze zainteresovaných stran podporující český export – státní správa, čeští podnikatelé či organizace podporující vývoz českých firem.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 10: Implementační karty Akčního plánu pro export a internacionalizaci

I. Pilíř	II. pilíř	III. pilíř
Centrum sdílených služeb a zpravodajství pro export (back-office)	Služby pro exportéry (front office služby)	Obchodní politika EU a export na jednotný vnitřní trh
Informační One-Stop-Shop	Exportní financování a pojištění	Optimalizace zahraniční sítě
Globální diverzifikace exportu (koncepční řízení)	Mezinárodní zdroje financování a rozvojová spolupráce	Služby zahraniční sítě
	Klustry a proexportní iniciativy samospráv	Investice a inovace pro export zboží a služeb
	Řídící a komunikační platforma	

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

Jelikož v roce 2014 má dojít k prvnímu kontrolnímu dni Exportní strategie je třeba nastínit, jak byla Exportní strategie České republiky úspěšná či neúspěšná do konce roku 2013. S rokem 2014 budou možné spojeny i některé změny, jelikož došlo ke jmenování nové vlády a Strategie se bude muset přizpůsobit jejím prioritám. Jelikož došlo ke změně vlády, musí se budovat nová spolupráce mezi ní a podnikateli a také ostatními orgány podporujícími český export. Všechny tyto zainteresované strany si v této situaci musí být dobrými obchodními partnery, kteří mají společné cíle.

Dle dosavadních zjištěných informací lze říci, že Exportní strategie České republiky byla v prvních dvou letech svého působení úspěšná, jelikož se postupně snižuje podíl závislosti na trhu Evropské unie a zvyšuje se podíl exportu do stanovených prioritních zemí, což bylo vytyčeno v rámci cílů Exportní strategie.

Dále se také uskutečňovaly významné mise do zahraničí, kterých se účastnil sám ministr průmyslu a obchodu. Mezi významné zahraniční cesty, které absolvoval tehdejší ministr průmyslu a obchodu pan Martin Kuba, patří na příklad návštěva Vietnamu, Kazachstánu, Thajsku a další. Díky těmto zahraničním návštěvám je možné propagovat Českou republiku jako kvalitního dodavatele a mohou se propagovat i české exportní zájmy či zahraniční investice do podniků v České republice.

Dalším krokem, který vedl k zefektivnění práce českých organizací, bylo již zmíněné sloučení organizací CzechInvest a CzechTrade, což se projevilo v rámci centralizace poskytovaných služeb, které se mnohdy prolínali. Díky tomuto sloučení si zjednodušeně tyto instituce nekonkurují, ale doplňují se a poskytování jejich služeb je v současné době mnohem efektivnější.

Dalším přínosem a zlepšením v rámci Strategie je cenové zvýhodnění při exportu do prioritních zemí, které byly určeny. Jelikož se podíl exportu na trhy prioritních zemí zvýšil, byly tyto země vybrány opodstatněně z hlediska rozvoje českého exportu. Díky mezeře na trhu, kterou vyplnilo právě české zboží a díky cenové zvýhodněnosti bylo dosaženo vzrůstající tendence podílu exportu. Tato tendence přetrvává i na počátku roku 2014.

Ovšem hlavní cíl, kterým je dovést Českou republiku mezi 20 nejlepších konkurenceschopných ekonomik, se do konce roku 2013 nedaří splnit. Zatímco v roce 2012 zaujímala 39. příčku, v roce 2013 poklesla na příčku 46 s indexem 4,43. Na první

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

příčce se drží Švýcarsko s indexem 5,67. Nejlepší hodnota indexu může nabývat 7. Čína si drží svou pozici na 29. místě s indexem 4,84. Brazílie poklesla ze 48. na 56. místo s indexem 4,33 a Slovensko je druhé nejméně konkurenceschopná země Evropské unie, hned před Řeckem. Na celosvětovém žebříčku dosahuje na 78. místo, na které poklesla z místa 71.

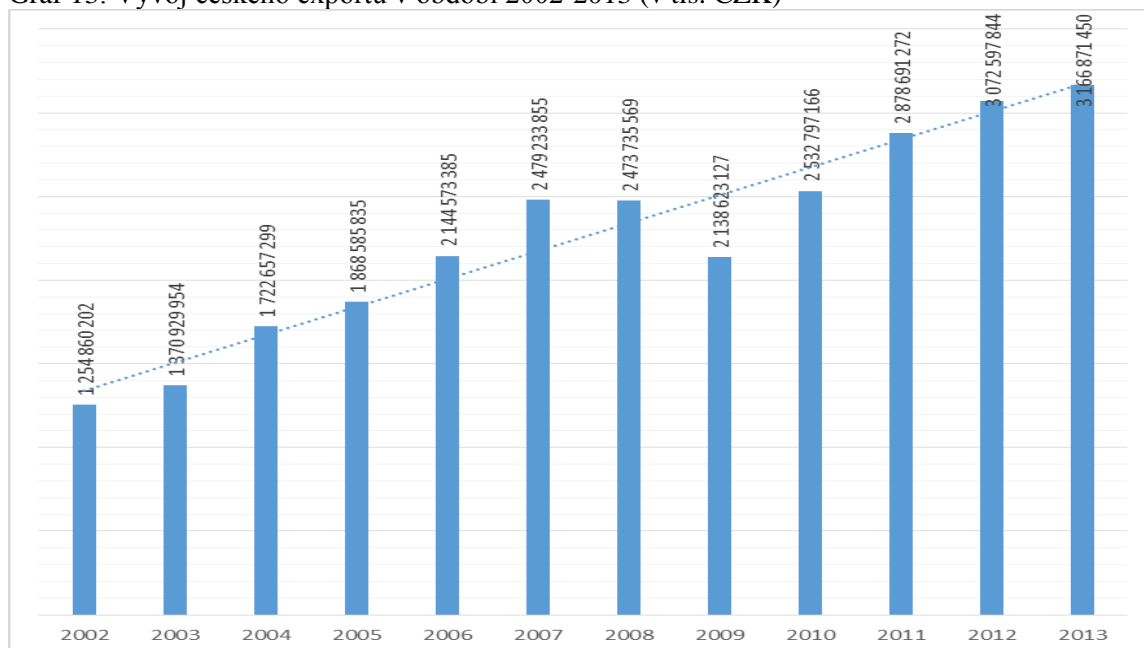
Za poklesem České republiky v žebříčku konkurenceschopnosti může pokles kvality služeb poskytovaných veřejnými institucemi a také poklesla důvěra lidí v politickou sféru. Zrovna tento vztah by měl být v harmonii a měla by zde panovat důvěra, jelikož je to základní kámen pro realizaci českého vývozu s podporou institucí. Jelikož se ale v politické sféře čím dál častěji mluví o problematických faktorech, jako je byrokracie, korupce či stále se zvyšující daňové sazby, podnikatelé ztrácí ve vládu důvěru.

Pomoci v posunutí se výše na žebříčku konkurenceschopných ekonomik světa by České republice mohla pomoci změna studijních oborů na vysokých školách, zakomponování do výuky některých předmětů, které nejsou tak typické právě pro studium v České republice, popř. studentům ukázat, že právě tyto obory jsou perspektivní v budoucnosti. Další faktor, který by mohl zlepšit dosavadní situaci je stav trhu práce, které v současné době není pružný a nereaguje na poptávku po práci a vzniká tak buď přehlcení trhu v jednom oboru, ale v dalším oboru nejsou lidé schopni nabídnout kvalifikovanou pracovní sílu. Tato skutečnost má právě přímou návaznost na portfolio studijních oborů na českých vysokých školách.

V roce 2014 plánuje Česká republika 33 oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách. Patří mezi ně na příklad již proběhlý Mezinárodní strojírenský veletrh, který se konal v lednu v Indii. V rámci konaných Olympijských her proběhla v Ruské federaci samotná prezentace České republiky. Na květen je plánován další Mezinárodní strojírenský veletrh, který tentokrát proběhne v brazilském Sao Paulu. Pro Českou republiku bude také významný Mezinárodní veletrh automobilového průmyslu v ruské Moskvě, který se uskuteční na konci srpna roku 2014. V roce 2013 bylo naplánováno 32 oficiálních účastí České republiky na zahraničních veletrzích a výstavách, přičemž zaměření bylo téměř stejné, jako je plánováno na rok 2014, a sice v oborech, které jsou právě přínosné z hlediska českého exportu.

Z hlediska vývoje samotného exportu byl rok 2013 pro Českou republiku prozatím rekordní. Jeho hodnota dosáhla 3 166 871 450 tis CZK a pokud porovnáme rok 2013 a počátek roku 2014, tak pokud nedojde k nějaké nepředvídatelné události, tak hodnota exportu v roce 2014 bude ještě vyšší. Jak je názorně vidět i z grafu níže, český export má vzrůstající tendenci a jeho lineární směrnice prognózuje růst i pro rok 2014.

Graf 13: Vývoj českého exportu v období 2002-2013 (v tis. CZK)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Dalším přínosem Exportní strategie je bezesporu i narůstající počet zahraničních pracovišť podporující český export. Počátkem roku 2014 měla síť zahraničních zastoupení Ministerstva průmyslu a obchodu ČR 47 pracovníků v 41 zahraničních kancelářích na území 37 zemí. Díky zahraničnímu zastoupení můžou být českým podnikatelům poskytovány obchodní informace přímo v místě plánovaného exportu či již uskutečněného exportu.

Vzrůstající tendenci můžeme zaznamenat i ve využívání služeb poskytujících českým podnikatelům v rámci podpory českého exportu. Nejedná se zde pouze o neustále se rozvíjející a rozšiřované portfolio nabízených služeb a produktů, ale hlavně o stále stoupající poptávku po těchto službách či produktech. Konkrétně se zde jedná hlavně o poptávce o poskytnutí konzultací či vzdělání týkající se exportu nebo poptávka po tzv. exportních balíčcích.

Pro určení naplňování Exportní strategie byly určeny monitorovací ukazatele, které jsou rozepsány v tabulce 11-13. Krom těchto indikátorů bude monitorovací tým sledovat vývoj reálného měnového kurzu, tržní podíl České republiky na světovém obchodu či jiné makroekonomické ukazatele.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 11: Indikátor A - Zvýšení počtu exportérů a zvyšování objemu exportu a z něj plynoucích přínosů pro dlouhodobý udržitelný růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů

A1	Počet exportujících firem v jednom roce
A2	Počet exportujících firem kumulovaně za období
A3	Hodnota exportu na obyvatele
A4	Počet nově exportujících firem v jednom roce
A5	Počet nově exportujících firem, kumulovaně za období
A6	Zaměstnanost v exportně orientovaných společnostech
A7	Příjmy do veřejných rozpočtů z exportně orientovaných společností
A8	Počet exportujících
A9	Průměrný podíl exportu na obratu exportujících
A10	Podíl exportu MSP na celkovém exportu

Zdroj: Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020

Tabulka 12: Indikátor B – Teritoriální diverzifikace exportu mimo EU

B1	Objem exportu mimo trhy členských zemí
B2	Počet exportérů vyvážejících do zemí mimo EU
B3	Objem exportu mimo trhy členských států
B4	Počet MSP vyvážejících do zemí mimo EU

Zdroj: Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020

Tabulka 13: Indikátor C – Posun českých exportérů v hodnotových produkčních řetězcích do segmentů s vyšší přidanou hodnotou

C1	Počet vysoce inovativních exportérů
C2	Podíl zastoupení produktů (výrobků) s vyšší přidanou hodnotou
C3	Produktová koncentrace (pomocí Herfindahlova indexu na úrovni čtyřčíselné klasifikace HS)
C4	Podíl v ČR přidané hodnoty v exportech
C5	Počet velkých exportních projektů (nad 1 mld. Kč)
C6	Objem exportu inovovaných produktů a inovací a služeb s vysokou přidanou hodnotou
C7	Objem exportů technologicky pokročilých produktů (podle čtyřčíselné klasifikace HS)
C8	Zvýšení objemu vývozu služeb

Zdroj: Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

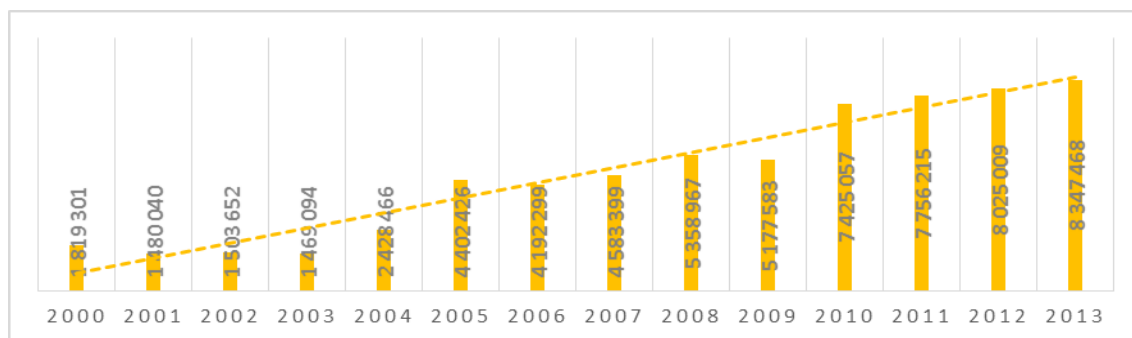
6. Podpora českého exportu v Brazílii, Číně a na Slovensku

Země Brazílie, Čína a Slovensko byly záměrně vybrány z důvodu geografického a také, že v případě Brazílie a Číny se jedná o rozvojové země, spadající do uskupení BRIC, ve kterých je také Rusko a Indie. Právě do těchto zemí je díky jejich hospodářskému rozvoji výhodné pro exportéry dovážet a pro Českou republiku se hlavně v případě Číny jedná o významný exportní trh.

V případě Slovenska se jedná o sousední stát, na který je směřována velká část českého exportu, hlavně co se zboží z oblasti automobilového průmyslu týče.

Z grafů týkajících se českého exportu do vybraných zemí je patrné, že export do vybraných zemí vzrůstá, v případě Brazílie a Slovenska se jedná o růst od roku 2010, v případě Číny se jedná o vzrůstající tendenci od roku 2009. Z hlediska komoditní struktury českého exportu je i do těchto zemí nejvýznamnější export zboží z oblasti automobilového průmyslu, ať už se jedná o samotné dopravní prostředky, či komponenty do automobilů. Ale z hlediska komodit je nutné zmínit i export strojů.

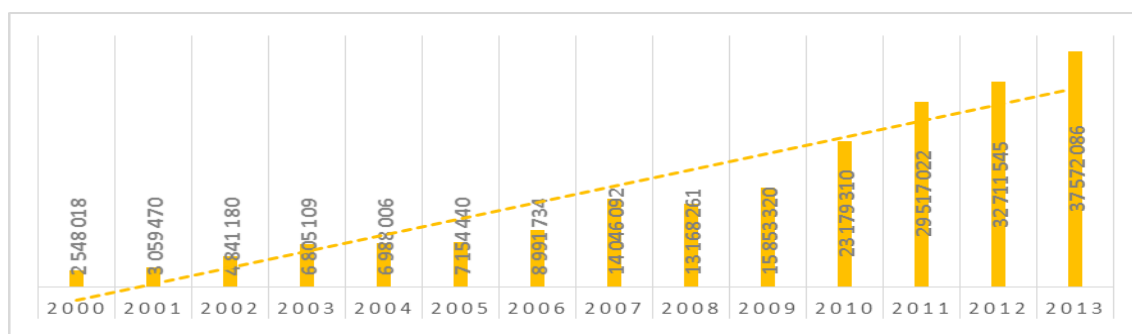
Graf 14: Vývoj českého exportu do Brazílie (v tis. CZK)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Jak již bylo zmíněno, nejvýznamnější komoditou dováženou do Brazílie jsou dopravní prostředky a stroje, ovšem komoditou, která se do země z České republiky do Brazílie téměř nedováží, jsou potraviny, nápoje či tabák.

Graf 15: Vývoj českého exportu do Číny (v tis. CZK)

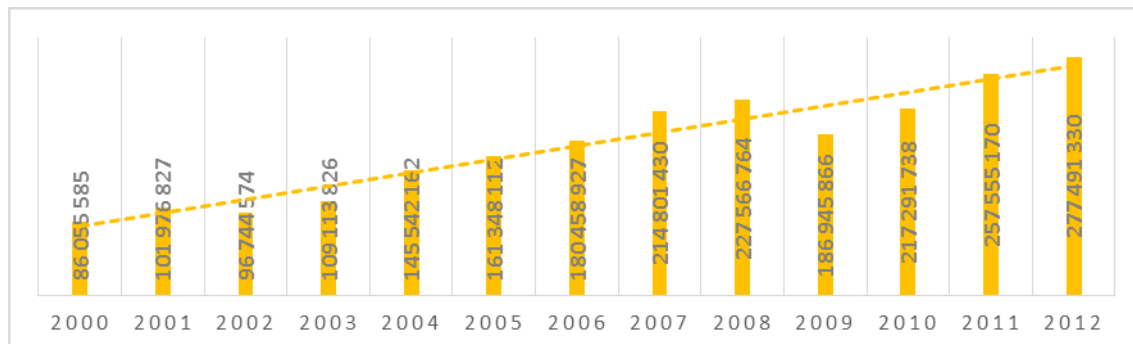


Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Oproti tomu v Číně došlo v posledních letech k nárůstu poptávky po českých nápojích, hlavně po českém pivu.

Co se týče komoditní struktury se slovenským trhem, tak je zde opět velký význam v automobilovém a strojném průmyslu a oproti tomu se na Slovensko téměř nedováží živočišné a rostlinné oleje, tuky či vosky.

Graf 16: Vývoj českého exportu na Slovensko (v tis. CZK)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

V následujícím textu bude poukázáno na charakteristiku vybraných zemí a na exportní příležitosti, které skýtá jejich trh či již na proběhlé významné exportní události, které byly realizovány v rámci Exportní strategie ČR pro období 2012-2020.

6.1. Brazílie

Brazílie se díky svému HDP řadí mezi nejvýznamnější ekonomiky Jižní Ameriky a také je jedna z nejrychleji se rozvíjejících ekonomik světa. I to je důvodem, proč je právě Brazílie jedním z členů zemí skupiny BRIC, které se do roku 2050 stanou dle idey investiční banky Goldman Sachs jednou z nejdůležitějších ekonomik na světovém trhu. Jedním z nejdůležitějších milníků v oblasti obchodu České republiky a Brazílie, byl jistě vstup ČR do Evropské unie. Tato skutečnost je patrná i z grafu, kde je zobrazen vývoj exportu České republiky do Brazílie. Právě po vstupu do Evropské unie byl zaznamenán vysoký nárůst uskutečněných exportů. Právě díky tomuto členství začala být Česká republika vnímána jako významný evropský partner, který začal rozšiřovat svou pozici na světovém trhu.

Z hlediska smluvních dokumentů je obchod s Brazílií podložen jak na úrovni obchodu s členskými státy EU, tak i na úrovni obchodu s jednotlivými státy. Roku 1992, konkrétně 29. června, byla podepsána Rámcová dohoda o spolupráci mezi Evropskými hospodářskými společenstvími a Brazílskou federativní republikou. Díky této o mnohým jiným dohodám se rozšiřuje oblast smluvních dokumentů mezi EU, případně ČR a Brazílií. Další významnou dohodou, která byla sjednána mezi Evropskou Unií a Brazílií, která měla rozvíjet a rozšiřovat jejich obchodní vztahy byla Mezuregionální asociační dohoda mezi EU a MERCOSUR. Označením MERCOSUR se rozumí sdružení v Latinské Americe, které se zabývá volným obchodem. Zkratka pochází ze španělského označení Mercado Común del Sur). Na úrovni rozvoje obchodních vztahů s Českou republikou je jedna z nejvýznamnějších dohoda podporující hospodářskou a průmyslovou spolupráci, která byla podepsána 12. dubna 2008. Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Brazílské federativní republiky o hospodářské a průmyslové spolupráci byla sepsána za účelem podpory hospodářské spolupráce hlavně v oborech

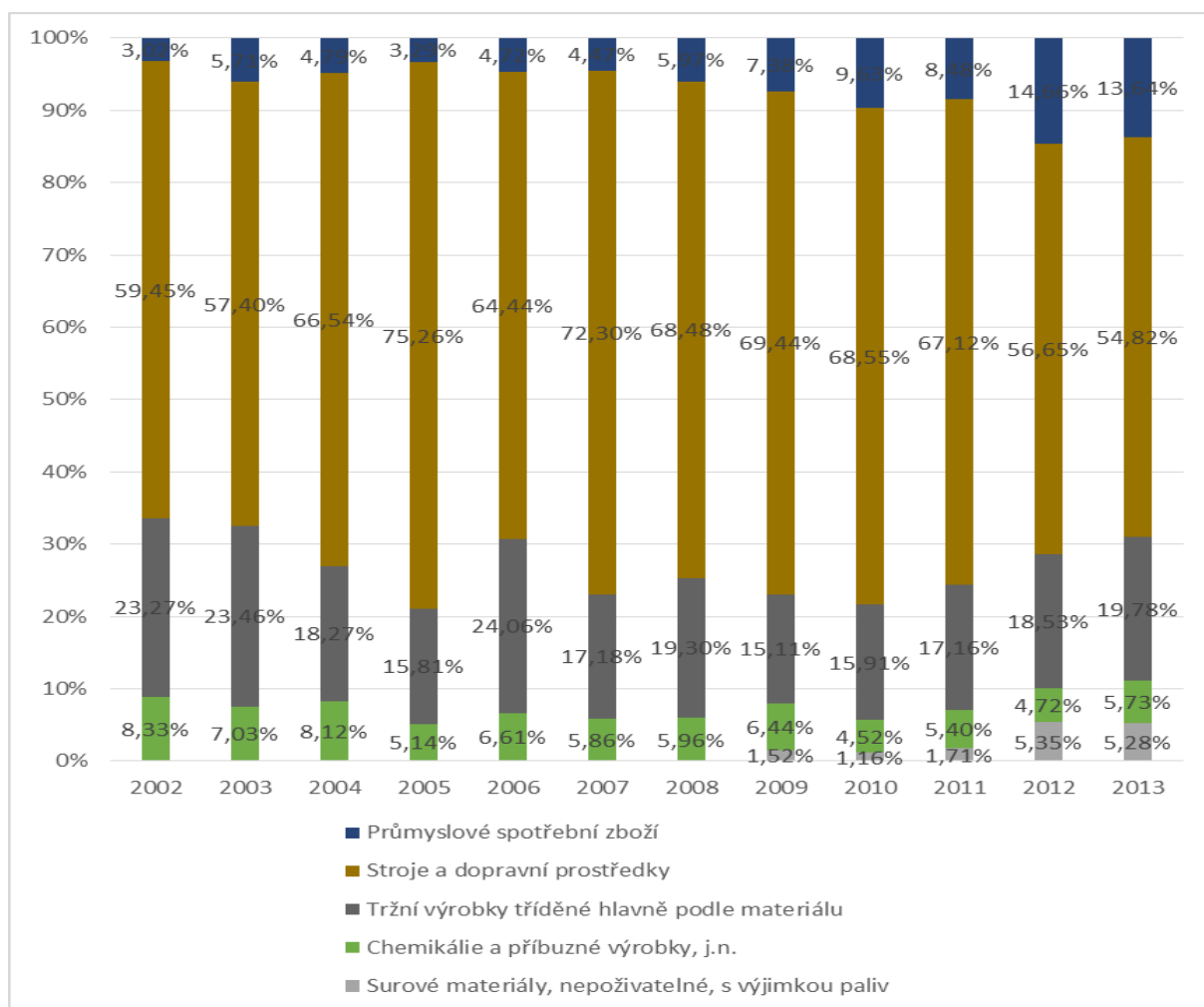
VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

zabývajících se výrobou dopravních prostředků, strojího průmyslu, informačních technologií či v oboru agropůmyslu.

Již z historického hlediska byla Brazílie pro český export významným obchodním partnerem. Významným odvětvím právě pro realizaci exportu byl vždy automobilový a strojírenský průmysl, přičemž mezi největší exportované značky patřily Škoda, ČKD nebo Jawa. Z grafu níže je patrné, že Brazílie je pro Českou republiku obchodním partnerem spíše průmyslovým než zemědělským či partnerem z hlediska exportu potravin a nápojů. Exportované produkty z této oblasti nejsou v porovnání s odvětvími zmíněnými v grafu nijak významné.

Graf 17: Vývoj komoditní struktury exportu do Brazílie v období 2002-2013 (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Jak je z grafu patrné od roku 2010 dochází k poklesu exportu do Brazílie v oblasti dodávání strojů a dopravních prostředků. I přes tuto skutečnost je ovšem právě tato oblast nejvýznamnější z hlediska uskutečňovaného vývozu, na celkovém exportu se podílí více jak z 50 %. Přičemž velký podíl exportů z oblasti automobilového průmyslu se nejedná pouze dopravních prostředků jako hotového výrobků, ale také v podobě komponent do hotových výrobků, jako příklad můžou být uvedeny součástky do motorů, čerpadla, převodové hřídele a mnoho dalšího. Druhou nejvýznamnější

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

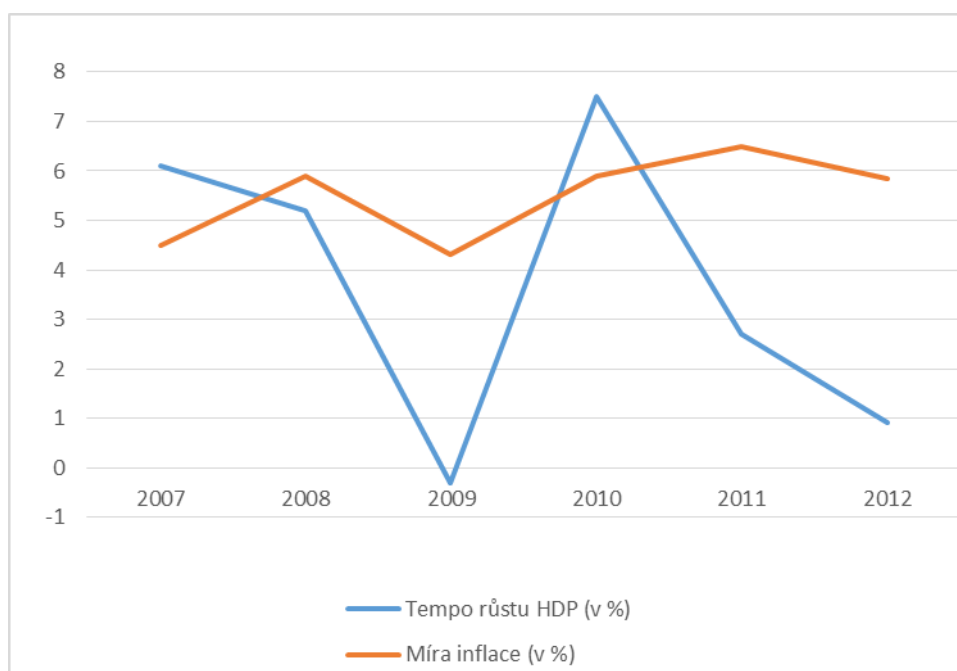
VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

exportovanou skupinou produktů jsou tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu, přičemž podíl na celkovém exportu do Brazílie se ve sledovaném období pohybuje přibližně kolem 20 %. Nejvýznamnější výrobky v této oblasti jsou produkty ze skla, produkty z ocele a železa či mnoho jiného.

Co se hospodářského vývoje Brazílie týče, tak za poslední roky Brazílie zažívala stabilní a silný růst, bohužel v roce 2011 nastalo zpomalení tempa růstu HDP ze 7,5 % na 2,7 % a v roce 2012 dokonce na hodnotu 0,9 % z grafu je také patrný vliv hospodářské krize, který se projevil záporným vývojem tempa růstu HDP. Mnoho ekonomů se shoduje na názoru, že na zpomalení tempa růstu může pokles konkurenceschopnosti domácích firem a určitý protekcionismus brazilského trhu.

Graf 18: Vývoj tempa růstu HDP a míry inflace Brazílie v období 2007-2012 (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z The World Bank

V posledních letech se oproti datům z minulosti daří držet míru inflace v mezích inflačního cíle, jež stanovila Národní měnová rada v rozmezí hodnot 2,5 – 6,5 %. Horní hranice inflačního cíle dosáhla Brazílie v roce 2011, ovšem hned v roce 2012 byl zaznamenán pokles na hodnotu 5,84 %. Z historického hlediska jsou tyto hodnoty naprosto vynikající, jelikož ještě v roce 1994 činila brazilská míra inflace enormní hodnoty 2 075 % a to zdaleka nebylo nejvyšší číslo v historii Brazílie. Takovéto výkyvy míry inflace byly způsobeny hlavně špatným plánováním veřejného rozpočtu a neúspěšnými měnovými reformami.

Ovšem predikce hospodářského vývoje by mohla být pozitivní, jelikož v roce 2016 se konají Olympijské hry právě zde, což tamní ekonomice přinese příliv kapitálu, vznik nových pracovních míst, investice a teoreticky by mělo dojít i ke zvýšení tempa růstu HDP.

Z grafu níže je patrné, že v oblasti zahraničního obchodu byl patrný dopad celosvětové hospodářské krize, jež snížila hodnotu salda zahraničního obchodu v roce 2008 v porovnání s rokem 2006 téměř o polovinu, za tímto poklesem stojí hlavně snížení

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

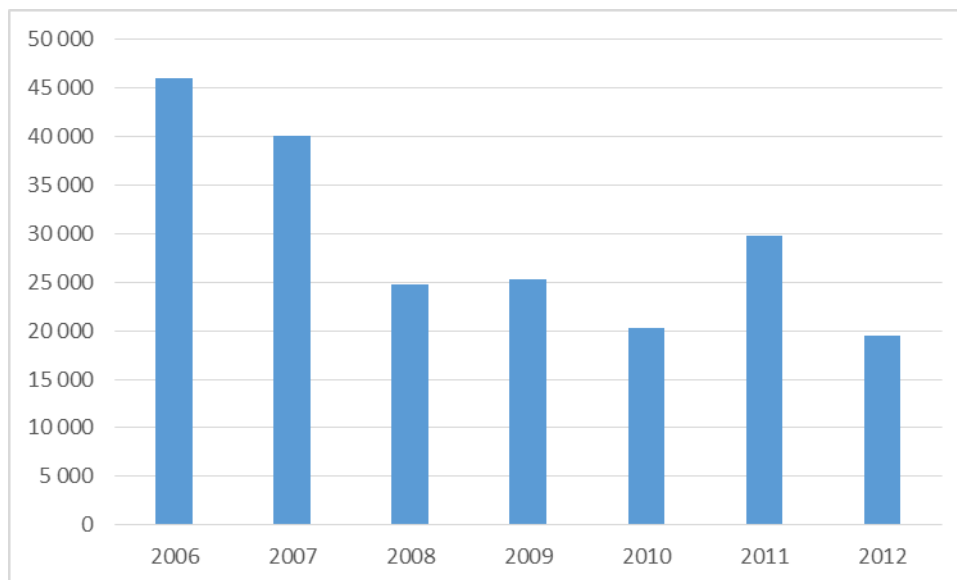
VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

cen nerostných surovin po celém světě. Ještě nižších hodnot dosáhlo saldo zahraničního v roce 2012, za což může podle ekonomů pokles poptávky po brazilských produktech, což snížilo hodnotu vývozů z Brazílie.

Vývozy Brazílie jsou v posledních letech, krom obchodu s Jižní Amerikou, směřovány na trhy Evropy a Asie, přičemž nejvýznamnějších obchodním partnerem je pro Brazílii od roku 2009 Čína, která vystřídala USA, která se v loňském roce podílela na vývozech Brazílie 11 % (Čína 17 %).

Graf 19: Vývoj salda zahraničního obchodu Brazíliev letech 2006-2012 (v mld USD)



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů z SECEX (Secretaria de Comércio Exterior)

Nejvýznamnějším vývozním artiklem Brazílie jsou primární suroviny, které tvoří téměř 50 % brazilského vývozu, z toho téměř 20 % tvoří železná ruda a významný je také vývoz ropy, sóji či cukrové třtiny a ovšem nesmí být opomenuty dopravní prostředky, či komponenty užívané v automobilovém průmyslu.

6.1.1. Příležitosti na brazilském trhu

Agentura CzechTrade, která má zastoupení v mnoha zemích světa, má svou pobočku i v brazilském Sao Paulu. Právě zde se shromažďují poptávky od brazilských subjektů po českých produktech. Na základě těchto produktů jsou vytvářeny exportní příležitosti pro české exportéry, na které je možné využít státní podpory v podobě poskytnutí exportního úvěru či pojištění a mnoho jiných služeb za výhodnějších podmínek.

Díky vstupu České republiky do Evropské unie, byly vytvořeny určité předpoklady, které usnadňují navázání obchodních vztahů mezi českými a brazilskými podnikateli, což může pozitivně ovlivňovat obchodní politiku mezi oběma zeměmi. V navazování kontaktů s obchodními partnery je nápomocná i Dohoda o hospodářské a průmyslové spolupráci, která vstoupila v platnost roku 2009.

Na základě dohody mezi vládami České republiky a Brazílie budou podporovány zejména oblasti energetického sektoru, informačních technologií a další oblasti, které již byly zmíněné na začátku kapitoly.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

V současné době je státní podpora exportu aplikována hlavně na oblast strojírenských výrobků, v oblasti infrastruktury a dopravních prostředků. Vysoká poptávka na brazilském trhu je také po českém sklu a bižuterii a nesmí být opomenuty ani produkty z oblasti pivovarnictví. Vysoká poptávka na brazilském trhu je z oblasti optiky a pro české exportéry je velmi zajímavá oblast výrobků s vyšší přidanou hodnotou (např. nanotechnologie). Mezi největší příležitosti českých exportérů bezesporu patří plánovaná privatizace brazilského letiště a v souvislosti s plánovanými LOH v roce 2016 je nutná i obnova infrastruktury. Právě v této oblasti může Česká republika nabídnout svůj potenciál ať už právě v budování infrastruktury či v budování zázemí pro LOH. Když se podíváme na poslední OH, tak pro české firmy to byla velká příležitost pro svou prezentaci a upozornění na sebe jako na firmu, ale také upozornění na Českou republiku jako celek. Čeští exportéři by si měli uvědomit hlavně skutečnost, že Brazílie je bohatá na přírodní zdroje a také rostoucím počtem a kvalifikací pracovní síly. Další důležitou skutečností je také to, že Brazílie je vhodná základna pro export do zemí MERCOSUR. V rámci tohoto společenství platí mírnější celní tarify, nejsou zde takové bariéry obchodu. V případě, že se český podnik rozhodne pro expanzi právě na brazilský trh, tak má následně ulehčen vstup na trh MERCOSUR. Evropská unie tvoří téměř 20 % podíl obchodu v porovnání s celým světem i MERCOSUR je významným trhem pro EU (řadí se do prvních 10 nejdůležitějších obchodních partnerů - zemí).

V roce 2013 proběhly v Brazílii veletrhy a výstavy, které mohly být pro české exportéry přínosné hlavně z důvodu poukázání na tom, po čem je na brazilském trhu poptávka. V druhé polovině roku 2013 proběhl v Sao Paulu veletrh FEIMAFE 2013, který byl zaměřen hlavně na oblast strojírenství, zautomatizování výroby, kontroly kvality či na výrobu nástrojů. Z důvodu zvyšujícího se zájmu Brazílie o ekologie byl uskutečněn veletrh zaměřující se právě na tuto oblast. Další významnou oblastí, která je v České republice podporována jako zajímavý vývozní artikl na brazilský trh, je oblast energetiky. K tomuto tématu se konal veletrh POWER-GEN Brasil 2013, který by se měl uskutečnit opět v roce 2014, stejně jako veletrh o ekologii FENESAN. Výčet plánovaných veletrhů a výstav na území Brazílie je pestrý, vztahují se ještě na příklad do oblasti automobilového průmyslu, zemědělství,...

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 14: SWOT analýza brazilského trhu

SILNÉ STRÁNKY <ul style="list-style-type: none">- dobrá pověst českých výrobků- členství České republiky v Evropské unii- celosvětová globalizace- kvalifikovaná pracovní síla v oblasti, kde se nachází poptávka brazilského trhu (např. strojírenství)	SLABÉ STRÁNKY <ul style="list-style-type: none">- slabé povědomí o českých výrobcích- složitost brazilského trhu – <i>tato slabá stránka je odstraňována za pomoci agentury CzechTrade</i>- určitá forma protekcionismu – <i>v poslední době se clo pohybuje okolo 15 %</i>- kulturní odlišnost, jazyk – <i>snaží se odstraňovat Exportní strategie</i>- vzdálenost – <i>v oblasti zemědělství, potravinářství, chovu, ...</i>
PŘÍLEŽITOSTI <ul style="list-style-type: none">- restrukturalizace a výstavba dopravní infrastruktury- poptávka po moderních technologiích, oblast energetiky- výhodná pozice pro expanzi na trh MERCOSUR- LOH v roce 2016 – prezentace ČR a českých firem- bilaterální dohoda mezi EU a MERCOSUR – <i>zajištění snadnějšího přístupu na trhy Latinské Ameriky</i>	HROZBY <ul style="list-style-type: none">- nejednotná a nedostatečná integrace na trhu MERCOSUR- vysoká konkurence hlavně z asijských trhů – <i>Brazílie je členem uskupení BRIC</i>

Zdroj: vlastní zpracování

6.2. Čína

I Čína se řadí díky svému HDP mezi nejvýznamnější ekonomiky svého kontinentu, Asie. A i z hlediska českého exportu se jedná o velmi významný zahraniční trh. Díky uskutečnění reforem napomáhajících k modernizaci a ekonomickému rozvoji země, se stala Čína jednou z nejvýznamnějších ekonomik celého světa, s rychlým hospodářským růstem, za což můžou hlavně přímé zahraniční investice z ostatních vyspělých ekonomik a také jejich proexportní politika. Výjimkou byly následky celosvětové finanční a ekonomické krize, které poznamenaly čínskou ekonomiku i z hlediska zahraničního obchodu. Právě pokles jak importu, tak exportu byl zaznamenán v roce 2009, ovšem od té doby už je zde vidět opět pozitivní vývoj jak z hlediska vývozu, tak dovozu.

Z hlediska zahraniční rozvojové spolupráce České republiky a Číny byla v dubnu roku 2005 podepsána Dohoda o hospodářské spolupráci mezi vládou České republiky a vládou Čínské lidové republiky. Dále byl také za vlády pana prezidenta Václava Klause ustanoven Smíšený ekonomický výbor, který má za úkol řešit určité zamýšlené investiční projekty a obchodní záměry. Další dohody mezi vládou České republiky a Čínskou lidovou republikou se týkaly například vědeckotechnické spolupráce, podpory a vzájemné ochrany investic či potravinářského průmyslu, ale i mnoho jiného.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

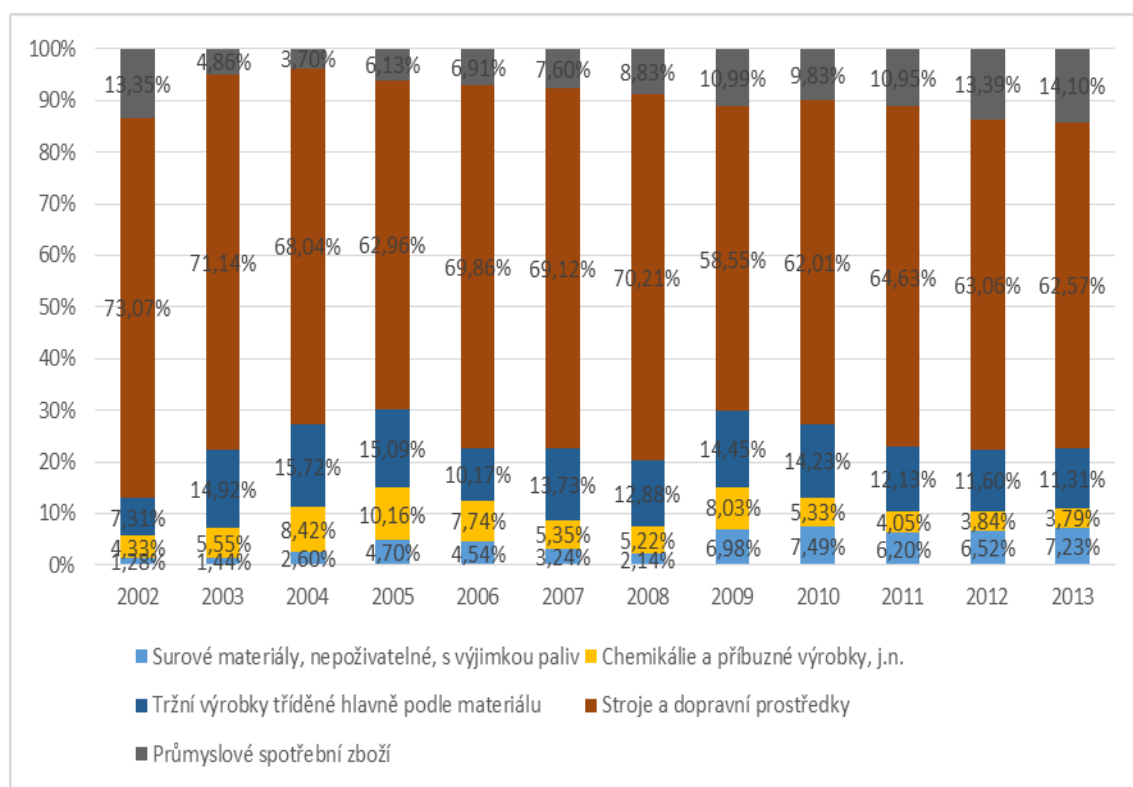
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Z grafu Vývoz českého exportu do Číny je patrné, že i hospodářská spolupráce právě mezi Českou republikou a Čínou se v posledních letech dynamicky rozvíjí. V rámci společné obchodní politiky mezi Čínou a ČR má dlouholetou tradici. Na příklad se Česká republika podílela v 50. letech minulého století na rozvoji energetiky a průmyslu v čínské ekonomice a s tím souvisela i struktura exportovaných českých produktů – obráběcí stroje, dodávky tepelných elektráren či výroba umělých vláken.

I z hlediska komoditní struktury exportu do Číny je nejvýznamnější oblastí opět oblast strojní a automobilového průmyslu. V poslední době je patrný také nárůst exportovaných produktů z oblasti průmyslového spotřebního zboží či surového materiálu, jako je na příklad železná ruda.

I v případě Číny se jedná o obchodního partnera, z hlediska exportovaných produktů, spíše průmyslově zaměřeného. Českých podniků, které dováží na území Číny zemědělské produkty, či produkty z potravinářského průmyslu, není mnoho a v rámci celkového exportu do Číny se nepodílejí příliš velkým podílem na zvyšování exportu.

Graf 20: Vývoj komoditní struktury českého exportu do Číny (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Čínská ekonomika prošla rychlým růstem a rozšíření soukromého sektoru, což vedlo k vysokému nárůstu HDP. Ovšem právě tempo růstu čínského HDP v posledních letech mírně klesá, i přesto je čínská ekonomika nejrychleji rostoucí na celém světě. A to i přes to, že jejich státní dluh, i přes snahy snížit ho, stále roste.

Nejvíce se na tvorbě HDP podílí sekundární sektor se sektorem terciálním. Jejich podíl činí přibližně 90 %. V současnosti se Čína potýká s problémem hlavně z oblasti zemědělství, které je důležité hlavně pro obyvatele žijící mimo velká města. Právě zde vzniká problém, protože Čína své populaci nemůže nabídnout dostatek orné půdy pro

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

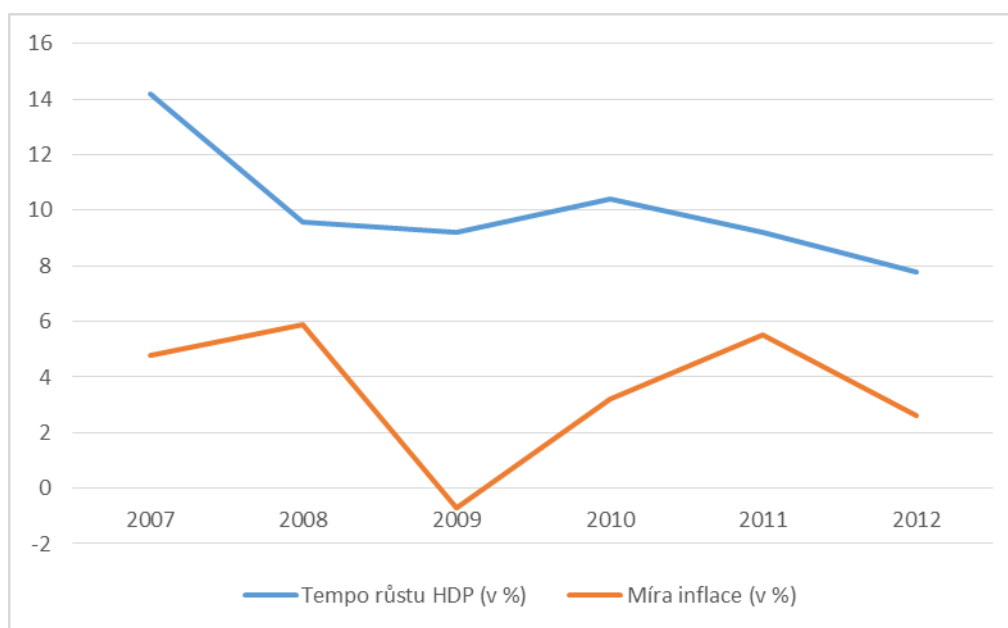
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

pěstování, ale v posledních letech mají i nedostatek vodních zdrojů, jelikož v posledních letech dochází ke znečišťování životního prostředí, tak mizí právě i zásoby podzemních vod a půdy určené k zemědělským účelům. Ani z hlediska energetických zdrojů není Čína soběstačná, a proto je závislá na dodávkách od jejich obchodních partnerů.

Dalším problémem obyvatel Číny je „politika jednoho dítěte“. Ta měla za cíl omezit nárůstu obyvatelstva, což se jí zřejmě povedlo, ovšem tato politika přinesla i mnoho negativ. Jelikož Číňané preferovali chlapce před dívkami, tak došlo k nerovnováze mezi pohlavími, ale také to vedlo k neregistrovaným porodům.

Z hlediska vývoje míry inflace je z grafu patrné, že vláda má inflaci pod kontrolou, jelikož v roce 2012 dostala její úroveň na pouhé 2,6 %, což se v určité chvíli mohlo jevit jako riziko deflace.

Graf 21: Vývoj tempa růstu HDP a míry inflace Číny (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z The World Bank

Predikce vývoje čínské ekonomiky je pozitivní. V roce 2013 byl zaznamenán růst HDP a stejný vývoj by měl být i v roce 2014. Hladina míry inflace je predikována pod hranici 5 %, což je velice uspokojujivý vývoj.

Z grafu je patrné, že globální finanční a hospodářská krize měla dopad i vývoj salda zahraničního obchodu. Stejně jako tomu bylo v případě Brazílie, tak i Čína zaznamenala pokles jak z hlediska vývozu, tak i z hlediska dovozu. Za tuto skutečnost může fakt, že klesla poptávka po čínském zboží hlavních obchodních partnerů, kterými je Evropská unie a USA. Evropská unie je nejvýznamnějším obchodním partnerem Číny z hlediska dovozu evropského zboží, ale Čína nejvíce vyváží své produkty do USA, Evropská unie je až za USA, drží si druhou pozici i přes to, že byl zaznamenán v roce 2012 pokles odběru čínského zboží.

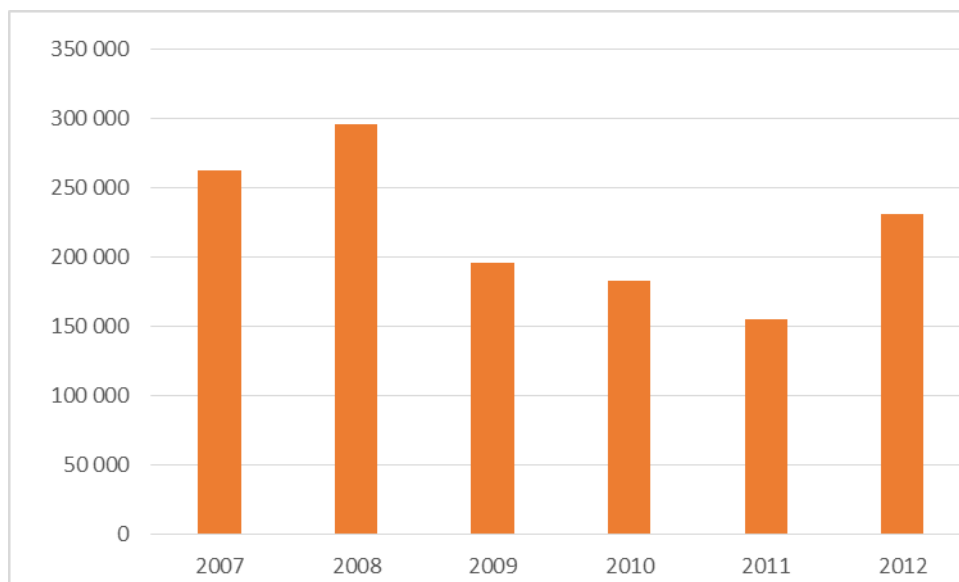
Co se komoditní struktury čínského vývozu týče, tak nejvýznamnější položkou podílející se na celkovém vývozu je elektronika, telekomunikační zařízení či přístroje pro zpracování dat, ale určitě se musí zmínit i oděvní průmysl, ve kterém je Čína

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

obviňována z plagiátorství módních značek. Z hlediska komoditní struktury dovozu jsou opět nejdůležitější produkty z oblasti elektroniky, ale jak již bylo zmíněno, Čína nemá dostatek nerostného bohatství pro uspokojení svých potřeb, proto je velmi významným dováženým artiklem ropa a ropné produkty, železná ruda a jiné.

Graf 22: Vývoj salda zahraničního obchodu Číny (v mil.USD)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Čínské celní statistiky (MOFCOM)

6.2.1. Příležitosti na čínském trhu

To, že je čínský trh vnímán jako trh, na kterém jsou pro české vývozce významné exportní příležitosti z několika, ať už průmyslových či zemědělských oblastí, je patrné i z toho, že na území Číny se nachází tři pobočky agentury na podporu českého exportu, CzechTrade. Ještě v roce 2012 byly pobočky pouze dvě, v Chengdu, což je oblast ve vnitrozemí a druhá pobočka byla v centru ekonomického dění, v Šanghaji. Pro vytížení těchto kanceláří, hlavně v oblasti Šanghaje, byla následně otevřena ještě třetí kancelář v Pekingu. V současné době je patrné, že umístění jedné z kanceláří na západ země bylo výhodné hlavně z toho důvodu, že vláda zde investovala prostředky do rozvoje infrastruktury a také do rozvoje průmyslu, jelikož v této části země byla výraznější spíše zemědělská produkce.

Díky rozvoji průmyslu a infrastruktury v západní části země, je zde poptávka právě z oblasti strojí, energetické, těžby a jiné. Právě v této oblasti není tak znatelná zahraniční konkurence, z toho důvodu definovala kancelář agentury CzechTrade v Chengdu potenciální oblasti, do kterých by bylo výhodné investovat, či zajistit export poptávaných produktů. Jedná se hlavně o již zmíněné produkty z oblasti energetiky, dopravní infrastruktury, ekologie či vzdělání.

Oproti tomu východní pobřeží eviduje poptávku po jiných produktech. Jelikož je zde větší koncentrace bohatších lidí, kteří přejímají západní styl života, ať už se jedná o módu, stravování či životní styl jako celek, tak je zde poptávka po dražším zboží z oblasti oblečení, potravin, nápojů či produkty z oblasti zdravotnictví. Jak již bylo

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

v práci zmíněno, na čínském trhu je znatelná zvyšující se poptávka po produktech z oblasti pivovarnictví, což je vnímáno jako exportní příležitost pro české exportéry.

V roce 2013 proběhla v Číně celá řada výstav a veletrhu, které byly specializovány na oblast strojírenskou, hudebního průmyslu, z oblasti důlních technologií či zdravotnictví. Obdobné oblasti veletrhů jsou plánovány nebo už se uskutečnily i v roce 2014.

Tabulka 15: SWOT analýza čínského trhu

SILNÉ STRÁNKY <ul style="list-style-type: none">- dobrá pověst českých výrobků- členství České republiky v Evropské unii- celosvětová globalizace- kvalifikovaná pracovní síla v oblasti, kde se nachází poptávka čínského trhu (např. strojírenství, automobilový průmysl, sklářství)	SLABÉ STRÁNKY <ul style="list-style-type: none">- rozdílnost na čínském trhu (východ x západ) – <i>tato slabá stránka je odstraňována za pomoci agentury CzechTrade (kancelář na východě i západě země)</i>- kulturní odlišnost, jazyk – <i>snaží se odstraňovat Exportní strategie</i>- vzdálenost – <i>v oblasti zemědělství, potravinářství, chovu, ...</i>- <i>relativní hospodářská soběstačnost</i>
PŘÍLEŽITOSTI <ul style="list-style-type: none">- restrukturalizace a výstavba dopravní infrastruktury na západě země- poptávka po moderních technologiích, oblast energetiky- čínský trh je zajímavý z hlediska uplatňování pracovní síly v oblasti high-tech – doplňují své know-how- vysoká poptávka po luxusním zboží – textil, sklo, bižuterie	HROZBY <ul style="list-style-type: none">- vysoká konkurence hlavně z amerického trhu a dostatečnými nabídka na domácím trhu- vysoká míra korupce- vysoká míra možnosti okopírování tradičních českých výrobků (plagiátorství)

Zdroj: vlastní zpracování

6.3. Slovensko

Díky společné historii České a Slovenské republiky je závislost jejich zahraničních obchodů vysoká. Pro Českou republiku je právě Slovensko druhým nejvýznamnějším odběratelem českých produktů, hned za Německem. Ovšem z opačného hlediska, pro ČR není Slovensko stejně významným dovozcem (neřadí se mezi 3 nejvýznamnější dovozce do České republiky v roce 2014). Bezesporu největším dovozcem do České i Slovenské republiky je Německo. Z hlediska závislosti České republiky na dovozu ze Slovenska, zaujímá SR až čtvrtou pozici v roce 2013 (před ním je Německo, Čína a Polsko).

Z hlediska obchodní a ekonomické spolupráce mezi ČR a SR bylo uzavřeno mnoho dohod zajišťujících vzájemnou spolupráci. Mimo jiné, jsou oba státy od roku 2004 členy Evropské unie, což umožňuje volný pohyb osob a zboží. Mezi podepsanými dokumenty zajišťující vzájemnou spolupráci jsou Politické memorando, v němž byl deklarován společný zájem na prohloubení spolupráce. Mezi Českou a Slovenskou republikou byla podepsána řada bilaterálních smluv a dohod týkajících se na příklad elektroenergetiky, z oblasti celní, skladování ropy a jiné. Vztah mezi těmito ekonomikami je velmi úzký už jen z důvodu toho, že ještě donedávna byl trh společný a neapanují zde velké rozdíly kulturní, sociální, geografické ani jiné.

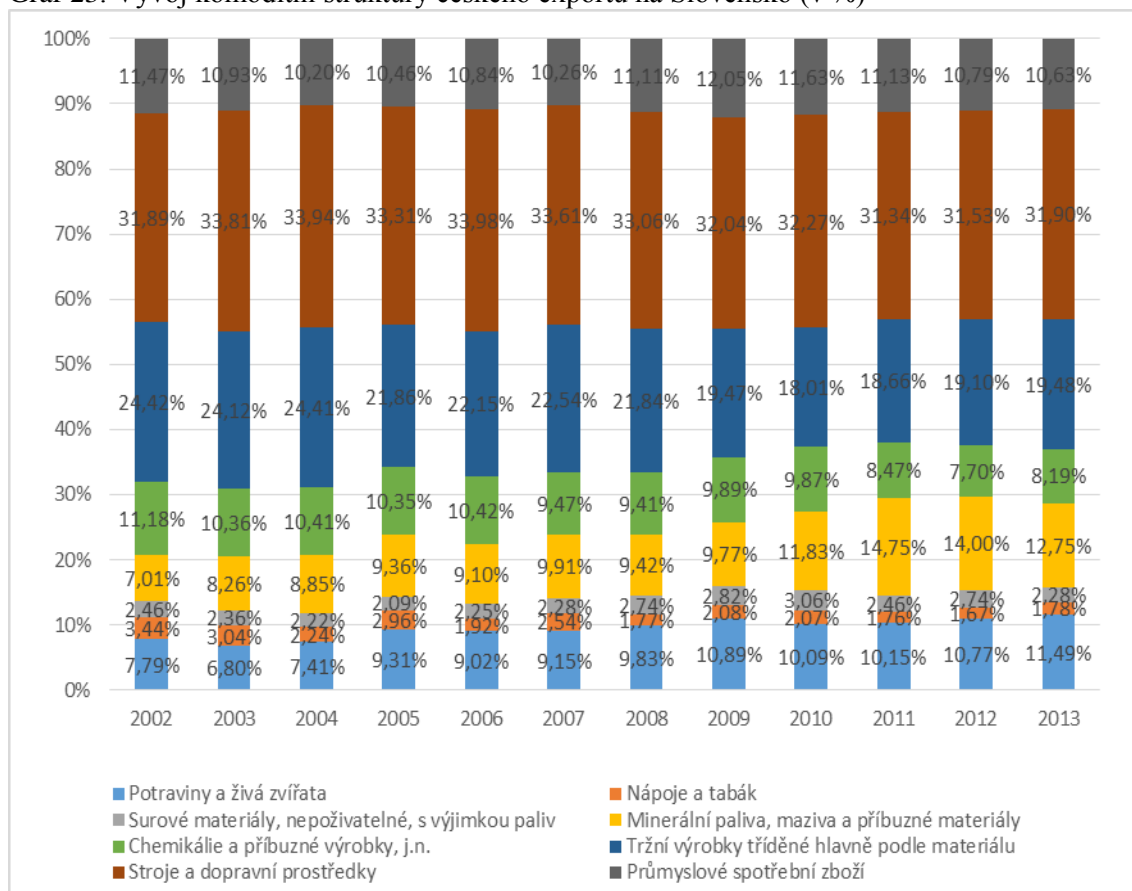
Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Graf 23: Vývoj komoditní struktury českého exportu na Slovensko (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ

Komoditní struktura českého exportu na Slovensko v porovnání s předešlými dvěma zeměmi pestrá. Tato skutečnost je způsobena hlavně malou vzdáleností mezi těmito trhy. Z toho důvodu je zde poměrně vysoký podíl exportu potravin a živých zvířat či minerálních paliv, maziv a příbuzných materiálů. V předešlých dvou zemích podíl exportu této skupiny výrobků nebyl znatelný, pohyboval se okolo hodnoty 1 %. Z důvodu vývozu i jiných produktů je zde nižší podíl vývozu strojů a dopravních prostředků, který v komoditní struktuře Číny i Brazílie činil podíl přes 50 %. Pokud se zaměříme na vývoj komoditní struktury z hlediska procentního podílu, tak je poměrně stála a nedochází k výkyvům v podobě oslabení jednoho odvětví nebo naopak výrazného posílení jiného odvětví. Nejvýznamnějšími dovozními artikly na Slovensko jsou v současné době motorová vozidla, výpočetní technika, optické přístroje, a jelikož Slovensko také nevlastní zásoby ropy a zemního plynu, tak právě na dovozu těchto komodit je Slovensko závislé.

Jak je patrné z grafu níže i Slovensko bylo zasaženo celosvětovou finanční a hospodářskou krizí, která se projevila na tempu růstu HDP poklesem v roce 2009 až na hodnotu téměř 5 %. I když se může zdát, že zásah hospodářské krize byl pro Slovensko velký, tak se z následků krize slovenská ekonomika dostala rychle a na příklad ze států Visegrádské čtyřky to zvládla nejrychleji. Díky rychlé rekonvalescenci hrubý domácí produkt Slovenska vykazuje rostoucí tendenci, tak tempo jeho růstu klesá. Pokles je zaznamenán hlavně z důvodu poklesu investičních aktivit podnikatelského a vládního sektoru v oblasti stavebnictví a strojního a automobilového průmyslu.

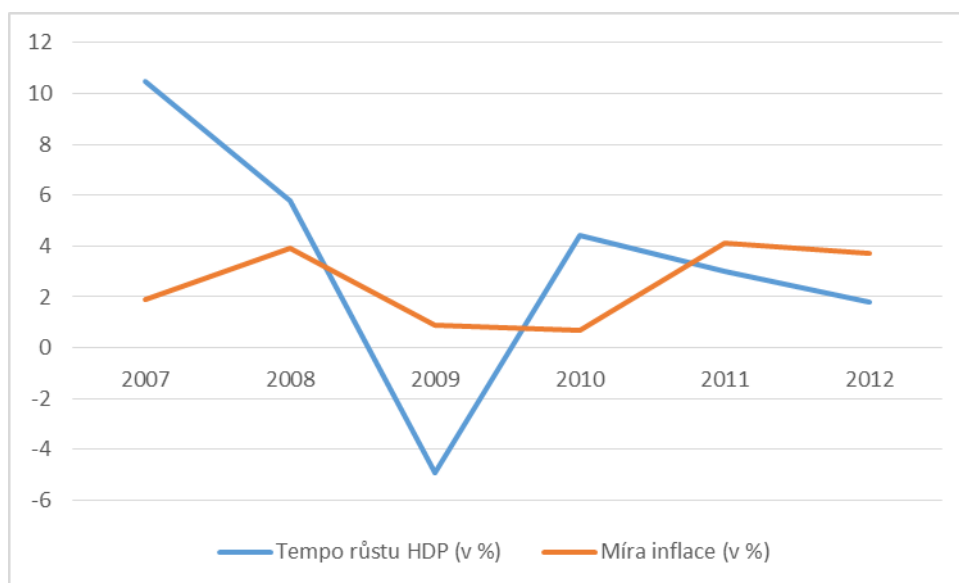
Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Graf 24: Vývoj tempa růstu HDP a míry inflace Slovenska (v %)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Eurostat

Jak je patrné z grafu, míra inflace Slovenské republiky je relativně stabilní a nevykazuje výrazné poklesy či nárůsty. Největších hodnot inflace dosáhla v roce 2011 (4,1 %), což je přisuzováno změně sazby DPH z předešlých 19 % na 20 % a nárůstem cen energií a potravin. Díky tomu se ocitla Slovenská republika nad průměrnou mírou inflace Evropské unie, která byla v roce 2012 ve výši 2,6 %.

Z hlediska plnění cílů strategie Evropa 2020 si Slovenská republika stojí následovně:

Tabulka 16: Plnění cílů Evropy 2020 ve Slovenské republice za rok 2012

	Cíl	Plnění
Zaměstnanost osob ve věku 20-64 let	75 % (cíl pro SR 72 %)	65,1 %
Investice do výzkumu a vývoje	3 % HDP EU (cíl pro SR 1,2 %)	0,82 %
Snížení emisí skleníkových plynů	o 20 % v porovnání s rokem 1990 (cíl pro SR 27,3 %)	21,57 %
Zvýšení podílu energie z obnovitelných zdrojů	o 20 % (cíl pro SR 14 %)	10,4 %
Snížení míry nedokončeného studia	pod 10 % (cíl pro SR 6 %)	6,4 %
Vysokoškolsky vzdělané obyvatelstvo ve věku 30-34 let	V podílu 40 %	26,9 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z Eurostat

Z tabulky výše je jasné, jak si Slovenská republika stojí v situaci plnění cílů evropské strategie Evropa 2020, která má za cíl vykazovat vzrůstající tendenci hospodářského růstu. V některých oblastech byl zaznamenán v roce 2012 pokrok, v některých byla naopak zaznamenána vzdalující se tendence od vytyčeného cíle.

Vysoká škola ekonomie a managementu

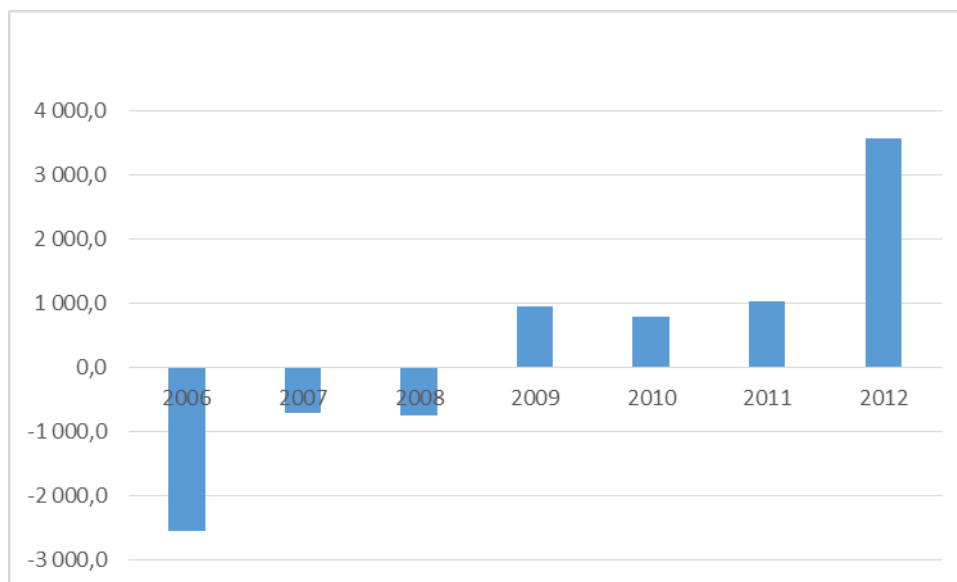
info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Z hlediska vývoje salda zahraničního obchodu Slovenska je zaznamenán prudký nárůst, který je způsoben rychlejším tempem růstu vývozu než dovozu. Nejvýznamněji se na této skutečnosti podílel jak dovoz, tak vývoz komodit z oblasti automobilového průmyslu, ale také elektrotechniky.

Graf 25: Vývoj salda zahraničního obchodu Slovenska (v mil EUR)



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat ze Statistického úřadu Slovenské republiky

V posledních letech je stále větší podíl vývozu a dovozu v oblasti výpočetní techniky a farmaceutických produktů. Ovšem stále nejvýznamnější oblastí z hlediska jak vývozu, tak dovozu, zůstává automobilový průmyslu, ať už hotové dopravní prostředky, či komponenty užívané v automobilovém průmyslu.

6.3.1. Příležitosti na slovenském trhu

Jelikož je Slovenská republika velmi podobná té České, nedá se v této souvislosti snad ani hovořit o exportních příležitostech. Podnikatel, který se rozhodne působit na slovenském trhu, podstupuje přibližně stejné riziko, jako kdyby se rozhodl pro působnost svého podniku na území České republiky. Možná z toho důvodu se ani na území Slovenské republiky neotevřela kancelář agentury podporující export, CzechTrade.

Po roce 2004, kdy SR a ČR vstoupily do EU, bylo podepsáno předsedy vlád Politické memorandum, kde byl deklarován zájem obou zemí na další stále se rozvíjející spolupráci. Obě ekonomiky, česká i slovenská, jsou v úzké spolupráci, co se mezinárodního obchodu týče a důkazem toho jsou i uzavřené bilaterální dohody.

Napomoci českým exportérům na slovenský trh by mohlo pomoci Exportní fórum, které se koná každoročně na Slovensku. Úkolem tohoto shromáždění je najít obchodní příležitosti. Přínosem českým firmám může být navázání kontaktů se slovenskými firmami a navázat případnou spolupráci. Toto fórum se zaměřuje především na malé a střední podnikatele.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 17: SWOT analýza slovenského trhu

<p style="text-align: center;">SILNÉ STRÁNKY</p> <ul style="list-style-type: none">- dobrá pověst českých výrobků- členství České i Slovenské republiky v Evropské unii- celosvětová globalizace- společná historie, známost trhu, není zde jazyková bariéra, blízkost- obdobná poptávka jako na českém trhu- jednání o působení ČEZ na Slovenském trhu	<p style="text-align: center;">SLABÉ STRÁNKY</p> <ul style="list-style-type: none">- čeští exportéři mají obdobné nabídkové portfolium jako slovenští podnikatelé- členský stát EU – v rámci plnění Exportní strategie má být český export soustředěn mimo členské země EU
<p style="text-align: center;">PŘÍLEŽITOSTI</p> <ul style="list-style-type: none">- poptávka po moderních technologiích, oblast energetiky- poptávka po strojírenském průmyslu, zejména v oblasti automobilové- poptávka po produktech z oblasti pivovarnictví, skla	<p style="text-align: center;">HROZBY</p> <ul style="list-style-type: none">- složité prosazení na trhu – slovenské firmy se mnoho neliší od českých – síla domácí produkce

Zdroj: vlastní zpracování

7. Zápory a klady Exportní strategie

Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 se doposavad jevila jako optimální. Můžou jí být vytýkány určité zápory, ale také disponuje významnými klady. Tato Strategie není modelem českým, nýbrž najdou se zde určité společné rysy i s ostatními ekonomikami. Zejména pak z ekonomikami Evropské unie zde může být spatřována určitá podobnost.

7.1. Zápory Exportní strategie ČR

Jedním z cílů Exportní strategie ČR je zvýšení počtu exportérů z řad malých a středních firem. Tento cíl může mít mnoho důvodů. Jedním z nich bude bezesporu skutečnost, že export velkých firem (např. Škoda Auto, RWE, či TPCA) tvoří převážnou většinu z celkového objemu. Vezmeme-li v úvahu, že tyto firmy drží export v České republice v takových hodnotách jakých je, tak za předpokladu, že se jedna z těchto firem dostane do potíží, které povedou až ke krachu, tak to bude mít za následek pokles celkového objemu exportu. Proto se Exportní strategie snaží o diverzifikaci exportu mezi podniky. Zde je spatřován první nedostatek. Malé a střední podniky nemají takové znalosti a informace o možnosti státní podpory exportu. S tímto nedostatkem se dá dobře pracovat. Exportní strategie již přijala určitá opatření, jako je např. zřízení Zelené linky pro export. Další možností k odstranění tohoto nedostatku je lepší prezentace státní podpory exportu na internetových stránkách. Ať už na stránkách ministerstev či organizací na podporu exportu, ale i na všeobecných podnikatelských portálech. Mnohé z menších podniků by rády expandovaly na ostatní trhy, ale z důvodu nedostatku informací, se bojí podstupovat riziko, které díky státní podpoře vůbec nemusí existovat.

Dalším problémem v oblasti státní podpory exportu je dlouhodobý spor mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a Ministerstvem zahraničních věcí ČR. Vznik tomuto sporu je přisuzován skutečnosti, že MZV zrušilo některé obchodně-ekonomické úseky na českých zastupitelstvích v zahraničí. Zde vzniká spor, jelikož kompetence by měla spadat pod MZV, ale z důvodu nedostatečného počtu kvalifikovaných zaměstnanců pro řízení obchodně-ekonomických úseků byla správa této agendy svěřena MPO. Další důvod sporu mezi těmito ministerstvy je skutečnost, že Exportní strategie ČR vydána Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR nebyla konzultována s Ministerstvem zahraničních věcí. Tyto spory mají bezesporu nemalý vliv na vnímání českých podnikatelů, ale i České republiky jako celku v zahraničí. Pro zahraniční partnery je dohoda základním kamenem pro budoucí spolupráci, a v případě, kdy ani základní státní organizace nejsou schopny dojít kompromisu a určité dohody, tato vlastnost může být neprávem přisuzována i českým podnikům. Ovšem v polovině roku 2013 bylo podepsáno Ujednání Ministerstva zahraničních věcí a Ministerstva průmyslu a obchodu o zásadách spolupráce při budování, provozování a řízení sítě zahraničních zastoupení organizace zřízené Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. V současné době je ještě krátká doba od podepsání Ujednání, avšak predikce jsou takové, že spor mezi oběma ministerstvy by měl být odstraněn.

Další skutečnost, která by se v rámci Exportní strategie dala zlepšit je zastoupení organizací v cizích zemích. V mnohých případech jsou tato zastoupení ve městech, ve kterých jsou i zastupitelské úřady. Nové pobočky agentur, jako je např. CzechTrade by měly být alespoň částečně mobilní. Je to z důvodu možností, kdy na jednom místě byly

veškeré exportní příležitosti vyčerpány, tak pobočku bez větších nákladů přesunout do místa, kde je větší výskyt exportních příležitostí. V mnohých případech se otevře pouze nová pobočka a ta původní zůstane, i přesto, že již není tolik využívána.

Dalším záporným faktorem je skutečnost časté fluktuace zaměstnanců těchto organizací, ale také časté změny ve vládě, či vlády jako celku. Tato skutečnost nevyvolává v zahraničí dobrý dojem.

V loňském roce bylo provedeno šetření mezi exportujícími podniky, kde hlavním cílem bylo zjistit, co nejvíce komplikuje vývozní operace. Nejčastěji bylo uváděna nespokojenost s procesem s hlediska celního a ověřování dokumentů a dále také složitost získat státní podporu v oblasti financování. I tento nedostatek by se dal zjednodušit, ať už je to úpravou úrokových sazeb či zmírnění podmínek pro získání exportního úvěru.

7.2. Klady Exportní strategie

Největším kladem Exportní strategie je volba prioritních a strategicky významných trhů pro české exportéry. Tyto země by však mohly být po určité době aktualizovány, jelikož jsou stanoveny v současné době na 8 let, což je poměrně dlouhá doba, a některé skutečnosti vyžadují okamžitou reakci. Např. v současné době dochází díky situaci v Rusku a na Ukrajině k poklesu exportu v oblasti potravinářství, ale i v jiných oblastech. Pokud se situace na ruském trhu ještě zhorší, tak právě to by byl případ pro vytvoření nového seznamu prioritních zemí. S tím souvisí i poskytování aktuálních informací na internetových stránkách agentur a ministerstev. Právě se situací v Rusku a Ukrajině je zřízeno kontaktní místo, kde mohou exportéři získat nejnovější informace o ruském trhu. Rychlá reakce na nové skutečnosti je bezesporu jedním z největších kladů. Tento klad může být monitorován skutečností, že došlo k požadované diverzifikace českého exportu. Dochází k mírnému oslabení exportu na trhu EU a naopak narůstá výše objemu exportu na trhy prioritních zemí.

V případě, že se podnikatelům dostanou dostatečné informace o možnosti využívání státní podpory exportu je portfolio nabízené pomoci dostatečně široké a v porovnání s ostatními státy na úrovni většiny vyspělých zemí Evropské unie.

Mezi významné projekty podporující české exportéry je projekt Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí. V rámci tohoto projektu, který realizace agentura CzechTrade by za dobu jeho působnosti je v plánu podpořit téměř 90 veletrhů. Tento projekt je v platnosti od konce prvního čtvrtletí roku 2013 až do konce prvního pololetí roku 2015. Tento projekt je prozatím hodnocen kladně, jelikož za 2. pololetí 2013 bylo umožněno 175 subjektů prezentovat se na zahraničních veletrzích.

Již bylo zmíněno, že organizace podporující český export se snaží promptně reagovat na změny v rámci českého vývozu. Nasvědčovat tomu může i fakt, že státní rozpočet pro pojistné fondy EGAP byl pro rok 2014 navýšen a stejně tak byla navýšena i pojistná kapacita EGAP. Reakcí na již zmíněný nedostatek ve složitosti ověřování dokumentů a možnosti získání podpory exportu se ke konci roku 2013 začal aplikovat projekt balíček služeb, který má malým a středním podnikatelům zjednodušit administrativní proces, aby mohly být obchodní případy projednány v co nejkratší době.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Dalším kladem exportní strategie je fakt, že při tvorbě dokumentu byly návrhy a opatření diskutovány s českými exportéry, kteří již mají své zkušenosti. Pro kladný budoucí vývoj by se jistě mělo nadále úzce spolupracovat právě s podnikateli, kteří již využily služeb na podporu exportu. Právě oni můžou nabídnout tvůrcům Strategie zpětnou vazbu, zda záměr a uskutečněná implementace a realizace jsou prováděny tak jak byly naplánovány. V případě, že tomu tak není, tak by bylo důležité okamžitě přijmout náhradní opatření, které bude zakomponováno jako dodatek Exportní strategie.

Dále by bylo vhodné provádět analýzu plnění Strategie a také zjišťovat její aktuálnost. V případě, že bude analýza úspěšnosti prováděna častěji, je možné přijmout opatření, která mohou napomoci k dosahování ještě lepších výsledků.

8. Závěr

Zahraněční obchod je pro země, jako je Česká republika, velice významný z pohledu vlivu na výši HDP, životní úroveň a její celkovou vyspělost a konkurenceschopnost na světovém trhu. Proto se v posledních letech vytváření strategie podporující export či zahraniční obchod jako celek.

Cílem této práce bylo vyhodnocení zahraničního obchodu České republiky z pohledu naplňování Exportní strategie ČR pro období 2012-2020. Již v této době lze říci, že Strategie má své klady a zápory. Bezsporně největším kladem Strategie je volba prioritních a strategicky významných trhů. Nasvědčuje tomu i výsledek nárůstu exportu do prioritních zemí, který se za poslední 2 roky pohybuje mezi 20-30%. Jedním z cílů Exportní strategie byla právě diverzifikace českého exportu mimo trhy EU a prozatím dochází k naplňování toho vytyčeného cíle. Tomuto kladnému vývoji by mohla napomoci skutečnost zvýhodněného financování a získání státní podpory exportu právě na prioritní trhy.

K pronikání českých exportérů na zahraniční trhy přispívá rozsáhlá síť organizací, které mají za úkol informovat české podnikatele o příležitostech, ale naopak i rizicích daného trhu. Dále napomáhají při pronikání na vybraný trh, ať už formou přednášek, poskytování kontaktů, tlumočení, atd. Ale také nabízejí finanční a garanční služby. Právě objem uzavřených smluv EGAP a ČEB každým rokem roste a i prostředky ve státním rozpočtu jsou každoročně navyšovány.

V posledních letech napomáhá k posílení exportu i skutečnost týkající se otevřenosti ekonomiky. Za loňský rok činila otevřenost ekonomiky přibližně 80%. Právě otevřenost trhu hraje významnou roli v zahraničním obchodě.

V loňském roce bylo provedeno opatření týkající se měnového kurzu. Koncem roku byla provedena devalvace české koruny. Od té doby je udržován kurz Eura k České koruně v hodnotách přibližně 1:27, samozřejmě dochází k drobným výkyvům, ale ne již tak markantním. Z dlouhodobějšího hlediska ještě zcela nelze určit vliv této operace, ale již teď lze říci, že objem exportu (posuzovaný v peněžních jednotkách) byl vyšší.

V souvislosti se stále narůstajícími požadavky na vzdělání obyvatelstva, Česká republika disponuje vysoce kvalifikovanou pracovní silou, která může přinést určité příležitosti na zahraničních trzích.

V letošním roce by měl být uskutečněn první kontrolní den naplňování Exportní strategie. Exportní strategie ČR byla v určitých oblastech naplňována více, v některých méně. Avšak v případech, že se nedostává očekávaného naplňování, dochází k přijímání náhradních či doplňujících opatření. Jako příklad můžeme uvést rozšíření poskytovaných balíčků EGAPem, který je určený zejména malým a středním podnikům a tím má napomoci k růstu exportérů právě z tohoto okruhu podnikatelů.

Dalším cílem této práce byla analýza vybraných trhů s poukázáním na exportní příležitosti českých podnikatelů.

Brazilský trh, který byl stanoven jako trhem prioritním, v sobě skrývá velký ekonomický potenciál. Jedním z důvodů je určitě členství v hospodářském uskupení BRICs, kdy se členské země mají do roku 2050 stát nejvýznamnějšími hospodářskými státy. Dalším faktorem napomáhající růstu trhu je skutečnost, že Brazílie drží svou

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

inflaci v mezích inflačního cíle. Dále se také Brazílii daří držet tempo růstu HDP v kladných hodnotách, i když v posledních letech dochází k meziročnímu poklesu tempa růstu HDP. Mnozí ekonomové se shodují na tom, že za tuto skutečnost může určitý protekcionalismus brazilského trhu.

Pro české exportéry je největší potenciál spatřován v oblasti strojírenství a také je zde zaznamenána veliká poptávka po firmách zajišťující obnovu a výstavbu infrastruktury. Tato poptávka je spojována s plánovanými LOH, které se mají konat právě v Brazílii.

Z hlediska komoditní struktury je pro Českou republiku významná oblast automobilového průmyslu (stroje a automobily), která činila v loňském roce přibližně 55%. Dalším významným artiklem dováženým na brazilský trh jsou produkty ze skla či oblasti pivovarnictví.

Brazilský trh je významný pro české exportéry hlavně z důvodu výhodné výchozí pozice při pronikání na další trhy Latinské Ameriky. K této skutečnosti by měla napomoci i bilaterální dohoda mezi Brazílií a EU, která je v současnosti ve fázi jednání.

Z hlediska analýzy čínského trhu je třeba zmínit její tempo růstu HDP, které dosahuje neuvěřitelných hodnot. I přes pokles tempa růstu HDP jsou dosahovány velice příznivé hodnoty. Velice dobrého vývoje Čína dosahuje i z hlediska míry inflace, kdy je predikována hranice pod 5%.

Největším problémem Číny je její rozdílnost ve vyspělosti na východě a západě země. Zatímco na východě je vyspělost měst na vysoké úrovni, tak na západě se o vyspělosti na vysoké úrovni hovořit nedá. Tato skutečnost je ovšem velikou exportní příležitostí pro české exportéry. Jelikož východní poptávku mohou uspokojit podniky zejména z oblasti textilního průmyslu, sklářského či potravinářského. Právě na východě země je vysoká poptávka po luxusním zboží, jako je například český porcelán. Vysokým rizikovým faktorem je ale zde velká míra plagiátorství, kdy je zkopírováno unikátní know-how dovezené na čínský trh. Oproti tomu na západě země je poptávka zejména z oblasti strojírenství, jelikož jsou zde plánovány rozsáhlé investice do budování infrastruktury, tak je zde opět velká příležitost pro české firmy. Na tuto skutečnost již reagovala agentura CzechTrade, která v této oblasti založila svou pobočku.

Právě na čínském trhu jsou spatřovány nedostatky ze státní podpory exportu. Nasvědčuje tomu i záporná obchodní bilance. Čeští exportéři, i přes neustálé pokroky, nejsou schopni nasycit čínský trh. Napomoci by tomu mohlo výhodnější získání exportních úvěrů či snížení úrokových sazeb. Dalším přínosem by také mohlo být poskytování detailnějších informací o čínském trhu, kultuře, poskytování tlumočnicků či jazykových kurzů, atd. Čínský trh skýtá veliký potenciál, a proto by mu měly organizace věnovat větší pozornost.

Komoditní struktura českého exportu na slovenský trh je v porovnání s předešlými zeměmi Čínou a Brazílií velmi pestrá. Vliv na to má určitě malá vzdálenost obou ekonomik, což má za vliv poměrně vysoký podíl exportu potravin či živých zvířat, který byl v předešlých zemích téměř nulový. Na rozdíl od exportu do Číny a Brazílie je zde patrný nižší podíl vývozu strojů a dopravních prostředků. Což je způsobeno současným trendem zejména v automobilovém průmyslu, kdy namísto dovážení dílů či celých automobilů, si automobilky staví ve střední Evropě své výrobní haly. Vývoj exportu z hlediska komoditní struktury je poměrně stálý a nedochází k výraznějším výkyvům.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

Přínosy práce

Hlavním přínosem práce bylo seznámení se s Exportní strategií České republiky pro období 2012-2020 a jejím dopadem na zahraniční obchod České republiky. V souvislosti se splněním cíle práce, kdy bylo stanoveno poukázat na plnění či neplnění Strategie, byly na základě zjištěných výsledků navržena opatření pro přívětivý budoucí vývoj.

Díky dobře stanoveným prioritním trhům by mělo dojít i v budoucích letech k nárůstu exportu mimo trhy EU. I přesto, že tyto trhy byly určeny jako strategicky významné, neznamená to, že expanze na tyto trhy bude bezriziková. Avšak toto riziko je zmírněno díky EGAP. Díky rychle se rozvíjející konkurenceschopnosti a velikosti trhu nelze přesně určit budoucí vývoj českého exportu, avšak vše nasvědčuje tomu, že vývoj by měl být kladný.

9. Seznam literatury

- FOJTÍKOVÁ, L. *Společné politiky EU*. Praha : C.H. Beck, 2008. ISBN 80-7179-939-4.
- FOJTÍKOVÁ, L. *Zahraničně obchodní politika ČR: historie a současnost (1945-2008)*. Praha : C.H. Beck, 2009. ISBN 80-7400-128-8.
- HOLMAN, R. *Ekonomie*. Praha : C H Beck, 2005. ISBN 80-7179-891-6.
- JANATKA, F. *Organizace a řízení obchodu*. Praha : VŠEM, 2012. ISBN 978-80-867730-94-3.
- KALÍNSKÁ, E. a kol. *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-3396-8.
- SPĚVÁČEK, V. a kol. *Makroekonomická analýza*. Praha : Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-86131-92-4.
- SVATOŠ, M. a kol. *Zahraniční obchod – teorie a praxe*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.
- ŠTĚRBOVÁ, L. a kol. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2013. ISBN 80-2474-691-8.
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Exportní strategie České republiky pro období 2012 - 2020* [online]. [cit. 2014-03-30]. http://www.businessinfo.cz/files/dokumenty/mpo_exportni_strategie_2012_2020.pdf.
- ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA. *Výroční zpráva České exportní banky za rok 2012*
- EGAP. *Výroční zpráva EGAP za rok 2012*
- CZECHTRADE. *Výroční zpráva CzechTrade za rok 2012*
- CZECHINVEST. *Výroční zpráva CzechInvest za rok 2012*
- Internetové zdroje**
- ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA. [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.ceb.cz/content/view/92/35/>.
- CZECHTRADE: Partner pro Váš export [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.czechtrade.cz/>.
- CZECHINVEST: Agentura pro podporu podnikání a investic [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.czechinvest.org/>.
- EGAP: Podporujeme český export [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.egap.cz/onas/index.php>.
- WORLD TRADE ORGANISATION. Member and Observes [online]. [cit. 2014-03-11]. http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm.
- MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ. [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.mzv.cz/jnp/cz/index.html>.
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. Zahraniční obchod: Podpora exportu [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/>.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- ČESTKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.czso.cz/>.
- WORLD TRADE ORGANIZATION. [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.wto.org/>.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. [online]. [cit. 2014-04-01]. <http://www.oecd.org/>.
- THE WORLD BANK. [online]. [cit. 2014-04-11]. <http://ww35.theworldbank.org/>.
- SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR. [online]. [cit. 2014-04-08]. <http://secebr.com/>.
- NOVÝ CZECHINVEST. [online]. [cit. 2014-04-11]. <http://www.czechinvest.org/data/files/novy-czechinvest-3048-cz.pdf>.
- MINISTRY OF COMMERCE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA. [online]. [cit. 2014-04-11]. <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/>.
- EUROSTAT. [online]. [cit. 2014-04-11]. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>.
- STATISTICKÝ ÚŘAD SLOVENSKE REPUBLIKY. [online]. [cit. 2014-04-12]. http://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/home!/ut/p/b1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIDzT0tnJwMHQ0s_IJeDTxDHAPcg7xMDA1MTIEKIoEKDHAARwNC-sP1o8BKnN0dPUzMfQwMLHzcTQ08HT1CgywDjY0NHI2hCvBY4eeRn5uqX5AbYZB14qgIAL9TbiU!/dl4/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/.
- EVROPA 2020. [online]. [cit. 2014-04-12]. http://ec.europa.eu/europe2020/index_cs.htm.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz