



# Státní podpora vývozu a postupy jejího využití v exportních aktivitách firmy.

## Bakalářská práce

*Studijní program:* B6208 – Ekonomika a management

*Studijní obor:* 6208R085 – Podniková ekonomika

*Autor práce:* **Michal Eder**

*Vedoucí práce:* doc. Ing. Arnošt Böhm, CSc.



## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michal Eder**  
Osobní číslo: **E13000569**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Název tématu: **Státní podpora vývozu a postupy jejího využití v exportních aktivitách firmy.**  
Zadávací katedra: **Katedra ekonomie**

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

1. Popis úlohy a významu exportu a státní proexportní politiky pro českou ekonomiku
2. Složky státní proexportní politiky
3. Charakteristika rizik spojených s vývozem
4. Zásady uplatňované při státní podpoře vývozu a jejich mezinárodní východiska
5. Formy a metody státní podpory vývozu
6. Přínosy státní podpory proexportní výkonnost českých firem

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 normostran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**BÖHM, Arnošt a František JANATKA. Pojištění úvěrových rizik v mezinárodním obchodě. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0816-7.**

**MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. Mezinárodní obchodní operace. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4874-0.**

**HAVLÍČEK, Karel a Pavla BŘEČKOVÁ. Řízení exportních rizik malé a střední firmy. Praha: Eupress, 2015. ISBN 978-80-7408-113-2.**

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

**SAMUELSON, Paul Anthony a William Dawbney NORDHAUS. Economics: 19th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2009. ISBN 978-0-07-351129-0.**  
Elektronická databáze článků ProQuest.

Vedoucí bakalářské práce:

**doc. Ing. Arnošt Böhm, CSc.**

Katedra ekonomie

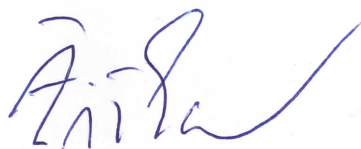
Konzultant bakalářské práce:

**Marcela Josefíková**

SBU Automotive, Česká zbrojovka a.s., Key Account Manager

Datum zadání bakalářské práce: **30. října 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2017**



doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan



prof. Ing. Jiří Kraft, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 30. října 2015

## Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

## **Anotace**

Tato práce pojednává o podpoře exportu v České republice. První část je zaměřena význam zahraničního obchodu pro ekonomiku země a vysvětluje základní informace o Exportní strategii České republiky pro období 2012-2020, její struktuře a cílech. Ve třetí kapitole jsou rozebrána rizika spojená s exportem a některé obvyklé způsoby ochrany proti nim. Následuje popis institucí, které se do značné míry podílejí na realizaci státní podpory exportu. Poslední část je zaměřena na plnění exportní strategie od jejího zavedení a hodnocení vybraných institucí ze strany podniků.

## **Klíčová slova**

vývoz, Česká republika, podpora, rizika, instituce, strategie, rozvoj

## **Annotation**

This thesis discusses the support of exports in the Czech Republic. The first part focuses on the importance of foreign trade to the country's economy and explains basic information about the export strategy of the Czech Republic for the period 2012-2020 , its structure and objectives. The third chapter analyzes the risks associated with exports and some of the common ways to protect against them. Next part deals with description of some institutions that are involved in the implementation of state export support. The last part is focused on the implementation of the export strategy since its promugation and evaluation by selected institutions.

## **Key words**

export, Czech Republic, support, risks, institutions, strategy, development

## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval svému vedoucímu bakalářské práce panu doc. Ing. Arnoštu Böhmovi, CSc. za vstřícný přístup, odborné vedení práce a cenné rady, které mi velmi pomohly k jejímu zkompletování.

Velké poděkování patří celé mé rodině a přátelům, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

# Obsah

Seznam tabulek a obrázků .....	10
Seznam použitých zkratk a značek .....	11
Úvod .....	12
1 Zahraniční obchod obecně.....	14
1.1 Význam exportu pro českou ekonomiku .....	15
2 Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020.....	16
2.1 Pilíře Exportní strategie ČR 2012-2020 .....	17
2.1.1 Pilíř I. – Zpravodajství pro export .....	18
2.1.2 Pilíř II. – Rozvoj exportu .....	19
2.1.3 Pilíř III. – Rozvoj obchodních příležitostí .....	21
3 Rizika spojená s exportem.....	23
3.1 Rizika tržní .....	24
3.2 Rizika komerční.....	25
3.3 Rizika přepravní .....	26
3.4 Rizika teritoriální.....	27
3.5 Rizika kurzová.....	27
3.6 Rizika odpovědnostní .....	29
3.7 Pojištění rizik.....	29
3.7.1 Pojištění přepravních rizik.....	30
4 Instituce podílející se na realizaci státní podpory.....	31
4.1 Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade .....	31
4.1.1 Služby poskytované CzechTrade.....	31
4.1.1 Vývoj činnosti CzechTrade v letech 2011-2014 .....	32
4.2 CzechInvest - Agentura pro podporu podnikání a investic .....	33



4.2.1 Služby poskytované CzechInvest .....	33
4.2.1 Vývoj činnosti CzechInvest v letech 2011-2014.....	34
4.3 Česká exportní banka, a.s. ....	34
4.4 Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. ....	35
4.4.1 Vývoj činnosti EGAP v letech 2011-2014 .....	36
4.5 Ministerstva ČR.....	36
5 Plnění Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 .....	38
5.1 Zpráva za rok 2012 .....	38
5.2 Zpráva za rok 2013 .....	40
5.3 Zpráva za rok 2014 .....	41
5.4 Vývoj exportu v letech 2011-2015 .....	42
5.4.1 Vývoj exportu per capita v letech 2011-2015 .....	44
5.4.2 Teritoriální struktura exportu a její vývoj v letech 2011-2015.....	44
5.4.3 Komoditní struktura exportu a její vývoj v letech 2011-2015 .....	45
6 Hodnocení státní podpory exportu ze strany firem .....	47
6.1 Podíl využívání služeb a produktů jednotlivých institucí.....	47
6.2 Zaměřeno na CzechTrade .....	48
6.3 Zaměřeno na ČEB .....	50
7 Závěr.....	51
Seznam použitých zdrojů.....	54
Literatura .....	54
Elektronické publikace .....	55

## Seznam tabulek a obrázků

Tab. č. 1 Vývoj ukazatelů činnosti Czechtrade v letech 2011-2014 .....	32
Tab. č. 2 Činnost CzechInvest v letech 2011-2014 .....	34
Tab. č. 3 Vývoj pojistné angažovanosti EGAP (mld. Kč).....	36
Tab. č. 4 Vývoj exportu v letech 2011-2015 .....	42
Tab. č. 5 Export do prioritních zemí ze SNS 2014-2015 .....	43
Tab. č. 6 Vývoj exportu per capita v letech 2011-2015 .....	44
Tab. č. 7 Teritoriální struktura exportu a její vývoj v letech 2011-2015.....	45
Tab. č. 8 Export do prioritních a zájmových zemí mimo EU 2011-2015 .....	45
Tab. č. 9 Obchodní bilance se státy EU (v mil. Kč) v letech 2011-2015 .....	45
Tab. č. 10 Komoditní struktura exportu (v %) a její vývoj v letech 2011-2015.....	46
Tab. č. 11 Využívání služeb a produktů proexportních institucí v % .....	47
Tab. č. 12 Nejčastější důvody nevyužití služeb CzechTrade v %.....	48
Tab. č. 13 Využívané služby centrály v % .....	49
Tab. č. 14 Využité služby zahraničních kanceláří v %.....	49
Tab. č. 15: Hlavní přínosy CzechTrade .....	49
Tab. č. 16: Příčiny nevyužívání služeb ČEB v %.....	50
Obr. č. 1 Podíl (v %) EU, prioritních a zájmových zemí na českém vývozu v letech 2012 a 2013 .....	40
Obr. č. 2 Vývoj kurzu USD/RUB v letech 2011-2016.....	43

# Seznam použitých zkratek a značek

ČEB - Česká exportní banka, a.s.

ČLR – Čínská lidová republika

EGAP – Exportní garanční a pojišťovací společnost a.s.

EU – Evropská unie

HDP – Hrubý domácí produkt

JAR – Jihoafrická republika

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

MZE – Ministerstvo zemědělství ČR

MZV – Ministerstvo zahraničních věcí ČR

PR – Public Relations –

RF – Ruská federace

SAE – Spojené arabské emiráty

USA – United States of America – Spojené státy americké

# Úvod

Státní proexportní politika je velmi důležitou součástí hospodářské politiky každé země, toto tvrzení platí především pro malé a otevřené ekonomiky, kterou Česká republika bezesporu je. V roce 2014 tvořil export 83,6%(The World Bank 2015) podíl na HDP. Oproti roku 2013, kdy byl tento podíl 77,2 %(The World Bank 2015), pozorujeme nárůst o 6,4 procentních bodů. Zhruba 83 %(Komora 2015) českého exportu míří do zemí EU. Přibližně třetina celkového exportu směřuje do Německa. Takto jednostranně orientované exportní aktivity mohou do budoucna znamenat riziko. Snaha o proniknutí na další trhy je tedy více než žádoucí a zaslouží si dostatečnou podporu ze strany státu.

Pro řadu podniků, hlavně ze skupiny malých a středních podniků, je státní podpora exportu klíčovým faktorem pro jejich prosazení na nových trzích a následně konkurenceschopnost na mezinárodní úrovni. Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky si tuto skutečnost uvědomuje a navrhuje různé strategie či koncepce, za účelem vytvoření lepších podmínek těmto podnikům. Aktuálně je platná Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020. Zavedení těchto koncepcí a strategií do praxe mají na starost další státní organizace. Těmito organizacemi jsou především Česká exportní banka, Exportní garanční a pojišťovací společnost a Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade.

Téma Státní podpora vývozu a postupy jejího využití v exportních aktivitách firmy si autor zvolil, protože se domnívá, že je vhodné zpracovat přehled o možnostech státní podpory vývozu a o východiskách a způsobech využívání této podpory.

Cílem práce je proto popsat a zhodnotit státní podporu exportu v České republice a možnosti, které firmám přináší při jejich exportních aktivitách.

V práci budeme vycházet na jedné straně z podkladů zmíněných institucí státní podpory vývozu a na druhé straně z hodnocení prezentovaných organizacemi podnikatelské sféry, zejména Svazem průmyslu a dopravy, Hospodářskou komorou ČR a Asociací malých a

středních podniků. K našim analýzám využijeme autentické podklady uvedených a dalších institucí, zejména jejich výroční zprávy a další dokumenty zabývající se danou problematikou.

S ohledem na zmíněný podíl zemí EU na českém vývozu připomeneme i činnost komerčních úvěrových pojišťoven KUPEG, Atradius a Čescob, jejichž dominantní činností je právě pojišťování vývozu do vyspělých tržních ekonomik.

Práce je členěna do dvou částí. Smyslem první části je popsat význam exportu a státní exportní politiky pro českou ekonomiku. Součástí této části je i popis jednotlivých složek státní podpory. Zde se zaměříme i na rizika spojená s vývozem a zásady uplatňované při státní podpoře vývozu. Druhá část je zaměřena na hodnocení dosavadního vývoje vývozu a hodnocení vlivu proexportní politiky a dalších událostí na tento vývoj.

# 1 Zahraniční obchod obecně

Mezinárodní či zahraniční obchod je obchod přes hranice státu. Tedy obchod národní ekonomiky s jednou, případně více, jinou národní ekonomikou. Též se pod tento termín řadí další zahraničněobchodní operace, což jsou obchodní operace s mezinárodním prvkem. (Štěrbová 2013)

Zahraniční obchod se dělí na dovoz (import) a vývoz (export). Importem se rozumí objem zboží a služeb, které je tuzemskými výrobci, či obchodníky, nakoupen od zahraničních a dovezen na domácí území. Export je, oproti importu, charakteristický opačným tokem zboží a služeb, tedy představuje objem zboží a služeb, který je tuzemskými výrobci a obchodníky prodáván na zahraničním trhu. Dalším pojmem je čistý export, který je jednou ze složek pro výpočet HDP výdajovou metodou, těmito složkami jsou: spotřeba, investice, vládní výdaje a čistý export. Tímto pojmem se rozumí rozdíl mezi exportem a importem. Z tohoto vztahu vyplývá, že nárůst exportu má pozitivní a nárůst importu negativní vliv na HDP. (Holman 2010)

Krom ovlivnění HDP existují i další důvody pro státní podporu podniků s exportními aktivitami a exportu obecně, tyto mají ekonomické a praktické důsledky. Lze je shrnout v těchto třech bodech:

- Rozdílnost ve výrobních podmínkách
- Rozdílnosti ve vkusu
- Rozdílnost v nákladech

Rozdílnost ve výrobních podmínkách se ze značné části projevuje ve vybavenosti jednotlivých států přírodními zdroji. Například stát, jehož plocha je z větší části hornatá, může disponovat velkým množstvím elektrické energie z vodních elektráren, na druhou stranu může mít nedostatek obdělávatelné půdy. Do této kategorie lze zařadit i případy kdy země nemá ani možnost daný produkt vytvářet. Těžko mohou být v Norsku vyžadovány banány od místních producentů. Vкус je dalším důvodem pro mezinárodní obchod.

Poptávka po určitém produktu může být na domácím trhu vyšší než nabídka, vzniká tedy místo pro dovoz tohoto zboží ze zahraničí. Náklady jsou neopominutelnou složkou, využívanou pro tvorbu finální ceny. Pokud lze produkt vyrobit v určitém státě s nižšími náklady vzniká prostor pro vývoz tohoto zboží do jiného státu, kde je sice vyráběn stejný produkt, ale s vyššími náklady a není tedy konkurenceschopný v cenové rovině. (Samuelson a Nordhaus 2009)

## **1.1 Význam exportu pro českou ekonomiku**

Česká republika, jakožto malá, otevřená ekonomika je nucena využívat export pro udržení dlouhodobé a udržitelné prosperity. Exportní aktivity stojí za zvyšováním produktivity a konkurenceschopnosti ekonomiky, na rozdíl od odvětví zaměřených na domácí trh. Export má pozitivní vliv na HDP i zaměstnanosti. (MPO 2012)

Dřívější exportní úspěchy České republiky byly založeny na využívání příznivé pozice uprostřed Evropy a relativně levné, avšak kvalifikované, pracovní síly. V dnešní době jsou však tyto nesporné předpoklady ČR značně vyčerpány. Růst reálných jednotkových nákladů na pracovní sílu je jedním z faktorů poklesu konkurenceschopnosti ČR na evropském trhu. Další nevýhodou je koncentrace exportních aktivit v několika málo odvětvích, vázaných na zahraniční výrobu lokalizovanou v ČR. Za vhodnou nelze považovat ani výraznou teritoriální exportní orientaci na státy EU, následkem může být větší zranitelnost ČR vůči výkyvům na mezinárodních trzích. (MPO 2012)

Státní podpora exportu je součástí obchodní politiky státu, což je souhrn záměrů, opatření, nástrojů, institucí apod., pomocí kterých se vláda snaží ovlivnit podnikatelské prostředí a obchodní vztahy podnikatelů za účelem podpořit optimální ekonomický vývoj národního hospodářství. Vliv obchodní politiky je úzce spjat s otevřeností ekonomiky. (Kalínská

## 2 Exportní strategie České republiky pro období 2012-2020

Exportní strategie České republiky 2012 – 2020 (schválena vládou ČR na zasedání dne 14.3.2012) je dokument, který vymezuje strategický rámec proexportní politiky do roku 2020. Navazuje na Exportní strategii ČR pro období 2006–2010 a Koncepci proexportní politiky 2003–2006, zároveň byla sestavována v souladu se Strategií mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012–2020. Strategie shrnuje celkovou vizi proexportních aktivit státu, jejich cíle a rovněž opatření, jejichž prostřednictvím má dojít k naplnění těchto cílů. Snahou je maximálně využít součinnost veřejných institucí a podpořit tak rozvoj českého exportu vytvořením služeb exportérům, které jim mají usnadnit úspěch na zahraničních trzích.(MPO 2012)

Hlavní cíl a specifické cíle Exportní strategie jsou definovány takto:

*„Hlavní cíl Exportní strategie 2012 – 2020*

- *Zvýšení počtu exportérů a zvyšování objemu exportu a z něj plynoucích přínosů pro dlouhodobý udržitelný růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů*
  - *Zvýšení per capita exportu o 25 % do roku 2020 s kontrolním cílem 12% v roce 2016*
  - *Zvýšení počtu exportérů o 15 % do roku 2020*
  - *Zvýšení počtu exportérů z řad malých a středních podniků o 50 % do roku 2020*

*Specifické cíle Exportní strategie 2012 - 2020*

- *Diverzifikace exportu do zemí mimo EU*
  - *Zvýšení objemu vývozu do zemí mimo EU v korunovém vyjádření o 50 % do roku 2020 ve srovnání s rokem 2011, s kontrolním cílem 25% do roku 2016*
  - *Dvojnásobné meziroční tempo růstu vývozu do zemí mimo EU ve srovnání s vývozem do EU*
  - *Zvýšení počtu exportérů do zemí mimo EU o 25 % do roku 2020*



- *Udržení aktivní obchodní bilance se státy EU*
- *Posun českých exportérů v hodnotových řetězcích do segmentů a odvětví s vyšší přidanou hodnotou*
  - *Zvýšení počtu vysoce inovativních exportérů (born globals, born creative) na dvojnásobek do roku 2020*
  - *Udržení a podle možností navýšení počtu velkých exportních projektů (nad 1 mld. Kč) realizovaných českými vývozci v průměru na 15 projektech za rok*
  - *Snížení produktové koncentrace o 15 % do roku 2020*
  - *Zvýšení objemu exportu služeb o 20% do roku 2020, zejména služeb s vysokou přidanou hodnotou*
- *Maximální využití pozitivních synergií jednotlivých činností státu pro export a úspor plynoucích z komplementarity aktivit, efektivní koordinace a spolupráce všech zainteresovaných subjektů“ (MPO 2012)*

Obecně lze z výše uvedeného usoudit, že snahou ČR je vytvořit co nejpříznivější prostředí pro exportní aktivity podnikatelských subjektů. Dále si vláda ČR také uvědomuje fakt, že většina českého exportu je tvořena společnostmi se zahraničními vlastníky, snaží se tedy navýšit počet exportérů z řad malých a středních podniků, u kterých lze očekávat vlastníky z ČR. Pozitivně lze hodnotit i snahu o diverzifikaci exportu mimo země EU, kam je orientována většina exportních aktivit českých podnikatelských subjektů. Důsledkem této orientace je značná závislost na stabilitě a ekonomické výkonosti EU.

## **2.1 Pilíře Exportní strategie ČR 2012-2020**

Exportní strategie ČR se skládá ze tří pilířů, obsahujících projekty, zaměřené na jednotlivé složky státní podpory exportu, přispívající k plnění cílů exportní strategie. Každý z pilířů obsahuje přehled hlavních proexportních činností, které jsou nebo by měly být realizovány v rámci daného pilíře, cíl pilíře a jakým způsobem přispívá k plnění cílů Exportní strategie. Proexportní činnosti v rámci jednotlivých pilířů jsou seskupeny do tzv. projektových karet, které obsahují návrhy opatření pro období 2012-2020. Jednotlivé projektové karty se skládají ze stručného popisu současného stavu, identifikace hlavní cílové skupiny příjemců

projektu, hlavních činností, jež mají být v rámci projektu realizovány a vazby na Strategii konkurenceschopnosti, cílů projektů a metriky k měření jejich dosažení. (MPO 2012)

### **2.1.1 Pilíř I. – Zpravodajství pro export**

Cílem tohoto pilíře je eliminovat nebo aspoň snížit bariéry exportu plynoucí z nedostatku informací o zahraničních trzích, příležitostech na těchto trzích a rizicích s exportem spojených. Důležitá je i volba kanálu, kterým mají být tyto informace předány, exportérům. Tento pilíř přispívá k plnění dvou specifických cílů Exportní strategie a to:

- **Diverzifikace exportu**
- **Posun českých exportérů v hodnotových produkčních řetězcích**

Tento pilíř se skládá ze 4 skupin proexportních činností státu:

- *„Zjednodušení přístupu k informacím*
- *Obchodní kontakty a statistiky*
- *Zpravodajství o trzích a analýzy trhů*
- *Infrastruktura a lidské zdroje pro export“ (MPO 2012)*

Součástí prvního pilíře je i definování prioritních a zájmových zemí, na jejichž trhy by měly směřovat exportní aktivity. Tyto země byly identifikovány zejména na základě růstového potenciálu ekonomik dotčených zemí, absorpční schopnosti jejich trhů. Definováno bylo 12 prioritních zemí, mezi které patří: Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Ruská federace, Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA a Vietnam. Mezi zájmové země patří 25 zemí a těmi jsou tyto: Angola, Argentina, Austrálie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Egypt, Etiopie, Chile, Ghana, Chorvatsko, Izrael, Japonsko, JAR, Kanada, Kolumbie, Maroko, Moldavsko, Nigérie, Norsko, Peru, Senegal, Singapur, SAE, Švýcarsko a Thajsko. (MPO 2012)

V rámci tohoto pilíře byly vytvořeny 3 projektové karty. Projekt č.I: Centrum sdílených služeb a zpravodajství pro export (back-office) je změřen na tvorbu efektivního zpravodajství pro export a jako koordinační centrum, které eviduje poptávky po exportních službách. Dalším úkolem back-office by měla být příprava analýz a sběr dat k určení změn v globální poptávce, tyto by také měly sloužit k alokaci zahraničních sítí CzechTrade, CzechInvest a ekonomických diplomatů MZV. Na back-office by měly být napojeny informační služby, v dnešní době realizované zejména prostřednictvím Zelené linky pro export, portálem BusinessInfo, kanceláři CzechTrade i CzechInvest a některými informačními službami zastupitelských úřadů. (MPO 2012)

Základní myšlenkou druhého projektu s názvem „Informační One-Stop-Shop“ je co největší usnadnění přístupu exportérů k potřebným informacím, tedy vytvoření jednoho místa, kde budou všechny tyto informace k dispozici. První věcí, kterou je potřeba udělat, je vytvoření online rozcestníku přístupu k One-Stop-Shopu. Tento následně doplnit o odkazy na webové stránky s podstatnými informacemi (např. stránky jednotlivých proexportních institucí).(MPO 2012)

Posledním, třetím, projektem prvního pilíře je globální diverzifikace exportu. Zaměřuje se na koncepční rozvoj jednotlivých exportních regionů. Smyslem je tedy tvorba exportní strategie pro jednotlivé regiony, podle jejich charakteristik (vývoj poptávky, potenciál pro export, potřeby trhu atd.). Stěžejním faktorem pro tento projekt je využívání informací z back-office a zahraničních sítí CzechTrade, CzechInvest a MZV spolu s navázáním na činnosti teritoriálních odborů MPO a MZV.(MPO 2012)

### **2.1.2 Pilíř II. – Rozvoj exportu**

Smyslem druhého pilíře je vytváření příznivých podmínek pro export a podpořit české exportéry k navýšení stávajících exportních aktivit, eventuálně jejich přesměrování mimo země EU, nebo přimět potenciální exportéry k exportu. Tento pilíř se podílí na plnění těchto cílů Exportní strategie:

- **Zvýšení objemu exportu jako takového a zvýšení počtu exportérů**

- **Diverzifikace**
- **Posun českých exportérů v hodnotových produkčních řetězcích**
- **Maximální využití pozitivní synergií plynoucích z efektivní koordinace proexportních činností a spolupráce všech zainteresovaných subjektů (MPO 2012)**

Druhý pilíř se skládá z těchto 4 skupin proexportních činností:

- *„Připravenost na export a exportní vzdělávání*
- *Poradenství pro export*
- *Exportní financování*
- *Exportní ekosystém“ (MPO 2012)*

Tyto jsou dále rozděleny do 5 projektových karet, pro účely této bakalářské práce budou některé pouze zmíněny.

Prvním projekt s názvem „Služby pro exportéry“ funguje na principu One-stop-shop, to znamená, že ve fázi prvního kontaktu by nemělo záležet, na kterou instituci se exportér obrátí, všude by měl obdržet stejné informace. Smyslem projektu je, aby všechny proexportní instituce byly schopny exportérovi poradit jak nejefektivněji a nejekonomičtěji využít jejich služeb. Tento projekt je založen na již zavedených službách CzechTrade, CzechInvest, MPO a MZV, navíc je však kombinuje do funkčních celků (tzv. balíčků, které by měly být maximálně vstřícné a srozumitelné pro exportéry).(MPO 2012)

Dalším projektem v rámci tohoto pilíře je Exportní financování a pojištění. Jedná se o nejvýznamnější složku státní podpory exportu. Z konzultací s exportéry vyplynulo, že pojištění realizované Exportní garanční a pojišťovací společností a.s. (EGAP) má zásadní vliv zejména u exportních aktivit mimo země EU. Co se týče exportního financování, je potřeba stabilizovat pozici České exportní banky a.s. (ČEB) směrem k EGAPu a bankám komerčním. Byl zjištěn i zájem exportérů o poskytování záruk ze strany ČEB. Na základě dat z let 2008-2009, která ukázala silný proticyklický charakter aktivit EGAP a ČEB, je navrženo zavedení automatických mechanismů na doplňování kapitálu těchto společností

za účelem zlepšení jejich schopností flexibilně reagovat na vývoj ekonomiky. Za tímto účelem je naplánováno alokování prostředků ze státního rozpočtu a to pro roky 2012-2014. Tyto prostředky jsou ve výši 1 mld. Kč pro pojistné fondy EGAP a 700 mil. Kč na pokrytí nákladů vzniklých činnostmi ČEB.(MPO 2012)

Pro účely tohoto pilíře jsou vytvořeny ještě následující tři projektové karty:

- Mezinárodní zdroje financování a rozvojová spolupráce
- Klastry a proexportní iniciativy samospráv
- Řídící a komunikační platforma

### **2.1.3 Pilíř III. – Rozvoj obchodních příležitostí**

Poslední pilíř je zaměřen na rozvoj 5 oblastí rozvoje obchodních příležitostí. Cílem je budováním dobrých vztahů a dobrého jména obchodní značky ČR, usnadnit vstup českých exportérů na problematické mimoevropské trhy a posílit jejich pozici v celosvětových produkčních řetězcích, konkrétně tedy má vliv na plnění těchto cílů exportní strategie:

- **Diverzifikace exportu**
- **Posun českých exportérů v hodnotových produkčních řetězcích**
- **Zvýšení objemu exportu ČR**
- **Maximální využití pozitivní synergií plynoucích z efektivní koordinace proexportních činností a spolupráce všech zainteresovaných subjektů (MPO 2012)**

Struktura proexportních činností tohoto pilíře je následující:

- Rozšiřování poptávky po českém exportu
- Investice pro export
- Marketing, branding a lobbying
- Obchodní politika

- Řešení problémů

Pilíř č. III identifikuje, pro splnění svého cíle, 4 projektové karty. Prvním projekt se zaměřuje na obchodní politiku EU a export na Jednotný vnitřní trh. Smyslem je maximálně usnadnit exportérům využívání veškerých možností, které jim poskytuje členství ČR v EU. Hlavními nástroji tohoto projektu jsou efektivní zastupování zájmů ČR ve společné obchodní politice EU, zjednodušení celních procedur a využívání zástupců ČR v evropských institucích. (MPO 2012)

Smyslem dalšího projektu je optimalizace sítě zahraničního zastoupení ČR, která tvoří klíčovou infrastrukturu pro podporu exportu a je spravována Ministerstvem zahraničních věcí ČR (MZV), je podle dostupných analýz složitá a teritoriálně nevyvážená. Příkladem nám může být fakt, že v evropských zemích se často nachází více různých zahraničních kanceláří českých veřejných institucí (CzechTrade, CzechInvest, zastupitelský úřad atd.). Oproti tomu v Africe, Asii či Latinské Americe je zastupitelská síť nedostačující. Na tuto projektovou kartu navazuje projekt s názvem „Služby zahraniční sítě“, jeho cílem je koordinovat řízení a rozvoj služeb, které jsou poskytovány zahraniční sítí ČR. Mezi tyto služby patří činnosti v rámci ekonomické diplomacie, lobbying za zájmy ČR, propagace a networkingové aktivity (např. veletrhy a výstavy v zahraničí). (MPO 2012)

### 3 Rizika spojená s exportem

Každá oblast podnikání je spojena s určitou mírou rizika, že dosažené výsledky nebudou odpovídat předpokládaným z důvodu nahodilých jevů. Některé druhy rizik jsou definovány značně obecně a projevují se ve větším množství oborů, jiné jsou specifikovány a ovlivňují pouze určitý segment. S exportními aktivitami firem jsou spojena určitá specifická rizika, způsobená např. vývojem kurzů měn, odlišnosti ekonomické, případně politické, situace v jiných zemích. Některá další rizika, která se projevují i na domácích trzích, mají při podnikání na zahraničním trhu ještě větší váhu. Mezi tato rizika lze zařadit např. riziko přepravní. Míra tohoto rizika je vyšší z důvodu větší geografické vzdálenosti trhů. (Machková et al. 2014)

Je třeba předeslat, že rizika mezinárodních ekonomických vztahů jsou značně nesourodou skupinou rizik. Názvosloví ani dělení rizik nejsou v této oblasti ustáleny, což je zapříčiněno různorodostí kritérií, která lze použít. Příkladem mohou být měřitelnost, vliv na výsledek apod.. (Machková et al. 2014) V této kapitole se zaměříme na hlavní skupiny rizik, z důvodu výše zmíněné nesourodosti nelze tento výčet považovat za kompletní, budou tedy uvedena rizika, která autor považuje za nejvýznamnější. Jde o tyto skupiny rizik:

- *„rizika tržní*
- *rizika komerční*
- *rizika přepravní*
- *rizik teritoriální*
- *rizika kurzová*
- *rizika odpovědnostní“* (Machková et al. 2014)

U jednotlivých typů rizik, budou uvedeny i obvyklé postupy využívané k jejich odstranění nebo snížení míry jejich dopadu. Zvláštní podkapitola pak bude věnována možnostem pojištění rizik, které je u některých druhů rizik nezbytné.

### 3.1 Rizika tržní

Tato skupina rizik reprezentuje možnost, že podnik nedosáhne předpokládaného výsledku nebo utrpí ztrátu z důvodu změny tržní situace ať už na domácím nebo zahraničním trhu. Tato změna může být způsobena mnoha příčinami např. změnou stavu nabídky a poptávky po určitém druhu zboží, změnou postavení nejdůležitějších dodavatelů či odběratelů, sezónními výkyvy apod.. Projevem těchto změn může být změna cen, růst nákladů, v nejhrošším případě i neprodejnost výrobků. (Machková et al. 2014)

Obvykle je toto riziko spojováno s obchody, které jsou charakteristické dodávkami kompletních zařízení a investičních celků, tyto bývají doprovázeny delším výrobním a prodejním cyklem. Často jsou tímto rizikem postihovány operace spojené s poskytnutím krátkodobých úvěrů, dlouhodobé kontrakty na dodávky surovin apod.. Například u krátkodobých úvěrů, s fixní úrokovou sazbou, které byly využity na aktivity podniku v zahraničí, by mohlo dojít k situaci, kdy náklady na úroky by byly vyšší než předpokládané výnosy z aktivity. Míra tohoto rizika může být snížena pomocí určitých podmínek smluvních kontraktů případně doložek. (Machková et al. 2014)

Jednou z možností je sjednání ceny pohyblivé v závislosti na vývoji trhu. V případě kontraktů na dlouhodobou dodávku surovin je možné a vhodné aby se partneři dohodli na stanovení kupní ceny podle burzovních cen v době dodávky. U tohoto způsobu je nutné přesné určení, která burzovní kotace bude nejdůležitější pro fakturaci ceny. (Machková et al. 2014)

U některých obchodů s delším výrobním a obchodním cyklem se dodavatel snaží chránit proti vzestupu nákladů. Toto riziko je výraznější, pokud je část nákladů realizována v zemi dovozu. K tomuto účelu slouží tzv. klouzavé cenové doložky. V případě sjednání je pak cena v kontraktu upravována dle vývoje nákladů např. cen surovin, mzdových nákladů apod.. Obtížnými částmi sjednání těchto doložek je zvolení objektivních kritérií pro úpravu ceny, např. pomocí ceny kotované na komoditní burze, a stanovení podílů celkové ceny,



kteřé bude úprava ovlivňovat. U některých kontraktů lze smluvit pouze budoucí jednání o změně ceny v případě podstatné změny nákladů. Zde nám však vyvstává nejistota ohledně přístupnosti obchodního partnera těmto jednáním. (Machková et al. 2014)

### 3.2 Rizika komerční

Komerční rizika vyplývají z nesplnění závazků obchodním partnerem. Hlavními aktéry v této problematice jsou importér a exportér. Tato rizika však ovlivňují i průvodní služby v obchodě využívané např. vztahy k dopravcům. Tento druh rizik se vyskytuje i na domácím trhu, avšak na trhu zahraničním je vlivnější z důvodu rozdílnosti trhů z pohledu právních a ekonomických podmínek, zvyklostí, horší dostupnosti informací o obchodních partnerech. (Machková et al. 2014)

Hlavním faktorem, který ovlivňuje dopad těchto rizik na úspěšnost obchodních operací, je důvěryhodnost a schopnost obchodního partnera. Je proto vhodné zvážit jeho obchodní zdatnost, finanční situaci a další aspekty. Druhým faktorem ošetření závazku z právní stránky. Sem patří kvalita smluvního ujednání a jeho podmínek.

Nejčastějšími projevy tohoto rizika je:

- *„Odstoupení partnera od kontraktu*
- *Nesplnění či vadné plnění kontraktu*
- *Bezdůvodné nepřevzetí zboží odběratelem*
- *Platební nevěle dlužníka*
- *Platební neschopnost dlužníka“* (Machková et al. 2014)

Stejně jako v mnoha jiných případech je nejúčinnější ochranou proti těmto rizikům prevence. Tu lze charakterizovat soustavným získáváním informací o obchodních partnerech. Tyto nás mohou varovat před případnými potížemi. V případě nového obchodního partnera je potřeba co nejpečlivěji posoudit jeho bonitu. Některé tyto informace si může společnost obstarat sama, získání jiných je složitější nebo přinejmenším zdoluhavé. Následně je potřeba tyto informace správně interpretovat a vyhodnotit. Toto

může být pro nezkušeného podnikatele problematické, je proto vhodné využít služeb společností, které se tímto profesionálně zabývají a mají bohaté zkušenosti např. CzechTrade. Zvláštní pozornost by prevenci měli věnovat malé a střední podniky, z důvodu nižších rezerv pro ně může mít pár nevydařených obchodů fatální následky. (Böhm a Janatka 2004)

Dalšími možnostmi zajištění proti komerčním rizikům jsou tyto nástroje: bankovní instrumenty (akreditiv s odloženou splatností), platební podmínky (platba předem, akontace), bankovní záruky a v neposlední řadě pojištění, často je využívání pojištění proti platební neschopnosti, které bývá spojeno se spoluúčastí pojištěné společnosti. (Böhm a Janatka 2004)

### **3.3 Rizika přepravní**

Do této kategorie rizik se řadí rizika spojená s mezinárodními obchodními operacemi s hmotným zbožím. Při přepravě zboží od prodávajícího ke kupujícímu, může dojít k jeho ztrátě či poškození, případně může dojít k nesplnění základní povinnosti prodávajícího – dodání zboží na sjednané místo a umožnit kupujícímu nabytí vlastnického práva. (Böhm a Janatka 2004)

Prvním krokem k předejití tomuto druhu rizika je zamezení různým výkladům práv a povinností obchodních partnerů. Za tímto účelem je třeba řádně sjednat dodací doložky ke kupní smlouvě. Vhodným prostředkem je sjednání této doložky podle mezinárodních pravidel, nejpoužívanějším patří tzv. INCOTERMS, což jsou mezinárodní pravidla pro výklad nejvíce používaných doložek. Nejnovější vydání je z roku 2010, obsahuje 11 dodacích doložek, a zcela vyhovuje požadavkům současné techniky a technologie. Tato pravidla však nejsou závaznou normou, jejich plnění musí tedy být uvedeno v kupní smlouvě. (Böhm a Janatka 2004)

Dále je potřeba kontrolovat, zda je zboží dodáváno v souladu s uzavřenou smlouvou, zda byly uděleny pokyny týkající se vystavení dokladů jak dispozičních, tak legitimačních, případně zda už byla zaplácena dohodnutá platba předem nebo akreditiv. U tohoto druhu rizik je téměř nezbytné sjednání pojištění (Böhm a Janatka 2004)

### **3.4 Rizika teritoriální**

Teritoriální rizika se váží na nejistotu politického a makroekonomického vývoje zemí. Tento druh rizik bývá těžko předem odhadnutelný. Nejvýznamněji se projevují rizika politická, která mohou mít za následek omezení nebo i přerušování obchodních vztahů a následnou škodu či ztrátu. Proto je potřeba maximální opatrnost v případě sjednávání dlouhodobé spolupráce se subjekty z politicky nestabilních zemí, jejichž budoucí vývoj je obtížné jakkoliv předvídat. (Machková et al. 2014)

Nejlepším způsobem, jak těmto rizikům předcházet, je získávání informací o zemích, které jsou cílem zájmu podniku. Tyto informace lze získávat mnoha různými způsoby (zprávy mezinárodních organizací, od specializovaných agentur, statistické podklady). Vzhledem k množství zainteresovaných subjektů (banky, pojišťovny apod.) je množství získatelných informací značné. V případě nezkušenosti podnikatele je možné využít služeb některé z ratingových agentur, které se specializují na analyzování faktorů ovlivňujících politickou a ekonomickou situaci zemí, eventuálně některých jejich podnikatelských i nepodnikatelských subjektů. Běžným způsobem zajištění je sjednání pojištění proti teritoriálním rizikům, avšak tyto služby bývají poskytovány pouze se státní podporou. (Machková et al. 2014)

### **3.5 Rizika kurzová**

Podstatou těchto rizik je vývoj kurzů, který může způsobit situaci, kdy bude muset subjekt, účastník se na zahraničních ekonomických vztazích, vydat větší množství prostředků než bylo plánováno, případně bude inkasovat méně oproti plánu. Změna kurzů může mít i vliv na devizové položky rozvahy podniku. Toto riziko však může mít i pozitivní vliv na

výsledky ve srovnání s původním předpokladem. Pokud dochází ke změně kurzů v době mezi kalkulací a zaplacením, může podnikatelský subjekt utrpět kurzovou ztrátou případně generovat kurzový zisk. Kurzové riziko je tedy nejvyšší u střednědobých a dlouhodobých úvěrových obchodů, obchodů s dlouhou dodací lhůtou, případně u dlouhodobých kontraktů, které nejsou smluvně zajištěny ujednáním možnosti cenových úprav dle vývoje kurzu. Zde se setkáváme s pojmem transakční expozice, čímž je myšlen dopad kurzového rizika (pozitivní i negativní) na jednotlivé transakce. (Havlíček a Břečková et al. 2015)

Vliv vývoje měnových kurzů je komplexní problematika a vyskytuje se zde mnoho proměnných faktorů např. vývoj domácí měny vůči jednotlivým měnám zahraničním, vývoj zahraničních měn navzájem apod.. Není tedy jednoduché správně odhadnout budoucí vývoj a následkem pro podnik mohou být značné ztráty, je tedy nutné vyvinout úsilí ke snížení tohoto rizika. (Machková et al. 2014)

K eliminaci negativních dopadů může podnik využít celou řadu nástrojů a postupů. Nejvýznamnější nástrojem je volba měny k vyjádření závazků v mezinárodním obchodě a ve které dochází k úhradě zboží či služeb. Zde se rozcházejí požadavky importérů a exportérů. Importéři, tedy strana, která bude v budoucnu poskytovat plnění, se bude snažit vyjádřit závazky v měně, u které se neočekává vzestup kurzu. Tento vzestup by pro importéra znamenal kurzovou ztrátu v měně domácí. Exportér se oproti tomu bude snažit vyjádřit svoji pohledávku v měně silné. (Machková et al. 2014)

Další možností jsou operace na devizových trzích tzv. finanční deriváty, tyto však omezují pouze negativní dopad kurzového rizika. Jedná se o možnost zajištění podmínek, za kterých bude zahraniční měna v budoucnu prodána. Do kategorie finančních derivátů se řadí forwardy, swapy, opce, futures a standardizované opce. Podnik sice ztrácí možnost vyššího výnosu, ale získává větší jistotu ohledně kalkulace nákladů, ke kterým je samozřejmě potřeba přičíst náklady spojené s těmito operacemi. (Machková et al. 2014)

Často využívaným nástrojem je prodej nebo postoupení pohledávky pomocí forfaitingu a faktoringu. Výhodou je urychlení finančních toků v podniku a možné osvobození věřitele od dalších rizik. (Machková et al. 2014)

Nejjednodušší možností je započtení rezervy, která bude sloužit na krytí kurzového rizika, do ceny, to je však limitováno možnostmi cenové politiky. Dříve, v dobách zlatého standardu, se využívalo měnových doložek. V dnešní době se jich však už nevyužívá protože, není možné najít dostatečně stabilní měnu, na kterou by bylo možné navázat měnu smluvní. Pokud má firma dostatečné možnosti, je možným řešením i diverzifikování pohledávek a závazků na různé trhy a různé měny. Tato metoda je náročná pro finanční řízení společnosti. (Machková et al. 2014)

### **3.6 Rizika odpovědnostní**

Odpovědnostní rizika souvisí s ochranou spotřebitele na trzích vyspělých zemí, ve kterých je výrobce odpovědný za škody na zdraví nebo majetku, způsobené vadami výrobku. Jedinou účinnou ochranou je pojištění. Existují 2 základní modely a to: loss occurrence a claims made. První typ chrání výrobce proti následkům odpovědnosti za škody, které vznikly v době, kdy je uzavřena smlouva. Druhý typ se liší v tom, že se nevztahuje na datum vzniku škody ale na datum jejího nahlášení. (Böhm a Janatka 2004)

### **3.7 Pojištění rizik**

Ekonomická úloha pojištění spočívá v náhradě ztrát, které vznikají působením náhodných událostí, nikoliv k jejich zamezení. Vynaložení těchto prostředků je možné díky pojistným fondům pojišťoven, ten je dlouhodobě vytvářen jak z finančních prostředků vložených pojistníky, tak z ostatních aktivit pojišťoven. Rizika jsou sice součástí všech podnikatelských aktivit, u mezinárodního obchodu jsou však některá specifická rizika či je míra rizika „běžného“ větší, proto je třeba věnovat možnosti pojištění proti těmto rizikům větší pozornost.

Nejčastěji užívanými druhy pojištění, v případě mezinárodního obchodu, jsou tato: pojištění přepravních rizik, pojištění zahraničních úvěrů a platebních nástrojů, pojištění odpovědnosti za škodu a pojištění veletrhů a výstav. Vesměs se pro podnikatele jedná o málo ovlivnitelná rizika, případně je nelze ovlivnit vůbec. (Machková et al. 2014)

### **3.7.1 Pojištění přepravních rizik**

Tento druh pojištění má za úkol eliminaci následků poškození, ztráty či zničení zboží během přepravy. Obvyklé příčiny škody jsou: přirozená povaha zboží (působení plísni, koroze apod.), přírodní jevy (povodně, vichřice, zemětřesení), neodborné zacházení při přepravě, krádeže apod..

V případě, že jsou využívány služby dopravce nebo zasílatele, jedná se o pojištění odpovědnosti. Tento druh pojištění má však svá omezení a to v rozsahu odpovědnosti a její výši. Proto je ještě možné sjednat pojištění přepravy zboží, které kryje škody vzniklé nad rámec pojištění dopravce. Sjednat pojištění lze jednorázově, tedy kryje rizika v jednom konkrétním kontraktu, nebo rámcově, teda na větší množství aktivit. Tento typ pojistné smlouvy bývá uzavřen na časové období, obvykle jeden rok. (Machková et al. 2014)

## **4 Instituce podílející se na realizaci státní podpory**

Rozhodnutí o koncepci státní podpory, v návaznost na vytvořené strategie obchodní politiky, má v kompetenci Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO). Praktická realizace státní podpory je úkolem celé řady institucí. V následující kapitole se budeme věnovat vybraným institucím, které se podílejí na zajištění státní podpory exportu.

### **4.1 Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade**

Agentura CzechTrade byla založena v květnu 1997.(CzechTrade 2015b) jako příspěvková organizace s úkolem podpořit mezinárodní obchod a spolupráci mezi tuzemskými a zahraničními subjekty. Mezi služby, které CzechTrade exportérům nabízí, patří informační servis a asistenční služby na území ČR i pomocí kanceláří v zahraničí.(CzechTrade 2015a)

#### **4.1.1 Služby poskytované CzechTrade**

Služby nabízené CzechTrade jsou rozděleny do 4 kategorií, které se zaměřují na informační servis pro exportéry, exportní poradenství a služby zahraniční sítě, prezentace českých firem v zahraničí a exportní vzdělávání. Společnost poskytuje celou řadu služeb bezplatně, na které v případě zájmu navazují služby specializované pro konkrétní podnik a jeho potřeby. Tyto jsou zpoplatněny.

Informační servis, jehož věcnou náplní je identifikace obchodních příležitostí, analýza teritorií, tendrů a obchodních příležitostí, je poskytován z větší části zdarma, podporuje se tak konkurenceschopnost českých exportérů a diverzifikace exportu. Tato skutečnost také napomáhá malým a středním podnikům proniknout na zahraniční trhy s co nejnižšími náklady na potřebné informace. Za tímto účelem CzechTrade spravuje portál Businessinfo.cz, kde se nachází subportál Zahraniční obchod. Na tento subportál jsou umístěovány souhrnné i aktuální ekonomické informace ze všech států světa, detailní

informace o systému státní podpory exportu v ČR, databáze aktuálních exportních a investičních příležitostí. Do kategorie placených služeb patří např. analýza teritoria, analýza tendrů a obchodních příležitostí a cílený průzkum trhu.(CzechTrade 2015c)

Exportní poradenství a služby zahraniční sítě jsou zaměřeny na individuální potřeby klienta. Největší zájem mají exportéři o vyhledávání obchodních partnerů, ověření jejich zájmu a bonity. Agentura také organizuje společnou účast českých firem na zahraničních veletrzích a výstavách. Firmy se mohou prezentovat buď osobně, nebo formou katalogu na společném stánku. Společnou účastí dosahují firmy snížení nákladů na prezentaci v zájmových teritoriích. Vzdělávání exportérů, poskytované CzechTrade, může probíhat různými formami od odborného semináře přes exportní konferenci až po firemní školení na míru. Zde jsou exportérům předávány aktuální informace důležité pro rozhodování, přípravu a vstup na zahraniční trh. (CzechTrade 2015c)

#### 4.1.1 Vývoj činnosti CzechTrade v letech 2011-2014

O činnosti CzechTrade nejlépe vypovídá počet placených zakázek a počet klientů. Dalším důležitým ukazatelem je index spokojenosti, který vychází z hodnocení firem služeb poskytovaných zahraničními kanceláři CzechTrade na stupnici od 1 (nejlepší) do 4 (nejhorší). Vývoj těchto ukazatelů je uveden v tabulce (Tab. č. 1).

Tab. č. 1 Vývoj ukazatelů činnosti Czechtrade v letech 2011-2014

	2011	2012	2013	2014
<b>počet placených zakázek</b>	1643	1417	1515	1559
<b>počet klientů</b>	984	851	932	909
<b>Index spokojenosti</b>	1,27	1,31	1,22	1,24

Zdroj: CzechTrade 2015c, vlastní zpracování

Výraznější propad všech ukazatelů v roce 2012 může být důsledkem zavedení nové Exportní strategie a možná s tím související změna přístupu ke klientele agentury. Další příčinou může být dopad hospodářské recese v eurozóně.



## **4.2 CzechInvest - Agentura pro podporu podnikání a investic**

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvková organizace, založená v roce 1992, podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR, která posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získáváním zahraničních investic z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center. V rámci zjednodušení komunikace mezi státem, podnikateli a Evropskou unií CzechInvest zastřešuje celou oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu, a to jak z prostředků EU, tak ze státního rozpočtu. CzechInvest dále propaguje Českou republiku v zahraničí jako zemi vhodnou pro umístění investic. Je výhradní organizací, která smí nadřízeným orgánům předkládat žádosti o investiční pobídky, a podporuje české firmy, které mají zájem zapojit se do dodavatelských řetězců nadnárodních společností.(CzechInvest 2015a)

### **4.2.1 Služby poskytované CzechInvest**

Veškeré služby agentury CzechInvest jsou poskytovány zdarma. Patří mezi ně například poskytování informací o možnostech podpory pro malé a střední podnikatele, implementace dotačních programů financovaných EU a státem. Odborníci z agentur CzechInvest poskytují formální poradenství k projektům a pomáhají při realizaci investičních projektů. Zaměstnanci CzechInvestu také intenzivně spolupracují s místní samosprávou a s developery při zprostředkovávání nákupů či pronájmů podnikatelských nemovitostí zahraničním i českým investorům v oblasti průmyslu a strategických služeb. Důležitou službou, kterou poskytuje agentura CzechInvest, je i podpora subdodavatelů a správa databáze českých dodavatelských firem. Specialisté agentury CzechInvest také zprostředkovávají státní investiční podpory, které jsou určeny nejen investorům zavádějícím výrobu nebo rozšiřujícím výrobu ve zpracovatelském průmyslu, ale také technologickým centrům a centrům sdílených služeb. Oddělení AfterCare poskytuje služby zahraničním investorům, kteří již působí v České republice. Následná péče se skládá zejména z podpory expanzí, reinvestic, rozvoje výzkumu, poradenství při hledání vhodných podnikatelských nemovitostí či vhodných dodavatelů v regionech.(CzechInvest 2015b)

### 4.2.1 Vývoj činnosti CzechInvest v letech 2011-2014

Číselně lze činnost CzechInvest charakterizovat dle počtu dojednaných projektů případně výše investic na tyto projekty vynaložených. Srovnání za období 2011-2014 je uvedeno v tabulce (Tab. č. 2).

Tab. č. 2 Činnost CzechInvest v letech 2011-2014

	2011	2012	2013	2014
<b>počet projektů</b>	72	81	108	147
<b>výše investice (v mil. Kč)</b>	31 716,99	20 372,55	47 949,38	86 956,14

Zdroj: CzechInvest 2015b, vlastní zpracování

Pokles výše investic zprostředkovaných agenturou CzechInvest v roce 2012 může být zapříčiněn dopadem hospodářské recese v eurozóně v té době probíhající. S postupným oživením evropského trhu souvisí i zvýšená aktivita zahraničních investorů, která se projevila nárůstem projektů a výše investic v roce 2013 a velkým skokem v roce 2014.

### 4.3 Česká exportní banka, a.s.

Založení České exportní banky a.s. (ČEB) je datováno na rok 1995. Dozorujícím orgánem, sledujícím poskytování zvýhodněného financování, je valná hromada složená ze zástupců akcionářů, tedy České republiky a EGAP. Za ČR zastupují představitelé MF, MPO, MZE, MZV. V případě bankovní licence to je Česká národní banka. Jedná se o specializovanou bankovní instituci, která je nedílnou součástí státní proexportní politiky.(ČEB 2016a)

Jejím cílem je doplnit služby komerčních bank o financování vývozních operací, vyžadujících dlouhodobé zdroje, v takových objemech a s takovými úrokovými sazbami, které jsou pro exportéra na stávajícím bankovním trhu obtížně dosažitelné. Jde tedy o vytváření takových podmínek financování exportních aktivit, které mají zvyšovat konkurenceschopnost tuzemských exportérů. Cílovou skupinou ČEB jsou vývozci bez ohledu na velikost obratu, což je obzvláště důležité pro malé a střední podniky, uvažujících o exportních aktivitách. ČEB financuje pouze projekty exportérů splňujících stanovené

požadavky, mezi které patří vyhovující vývozní kontrakt, podíl českých producentů na celkové hodnotě vyváženého zboží/služeb minimálně 50 % (výjimečně, v individuálních případech, může být tato minimální hranice snížena), vyrovnané závazky vůči státu, proti žadateli nesmí být vedeno konkursní řízení. Krom podpory vývozu do tradičních exportních teritorií je kladen důraz na podporu exportu do zemí s vysokým růstovým a tedy obchodním potenciálem. Nelze tedy říci, že by ČEB financovala rizikové projekty, ale projekty ekonomicky návratné zaměřené do rizikovějších zemí. Tímto ČEB přispívá k diverzifikaci exportu.(ČEB 2015b)

Poskytnutí financování ČEB je podmíněno sjednáním zajištění, pokud není sjednáno pojištění vývozních úvěrových rizik Exportní garanční a pojišťovací společností, a.s. Zajištění je požadováno také v případě, kdy je pojištění vývozních úvěrových rizik sjednáno s jinou exportní pojišťovnou, než EGAP.(ČEB 2015c)

#### **4.4 Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.**

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP) byla založena v roce 1992 a je plně vlastněna státem. Akcionářská práva jsou vykonávána prostřednictvím Ministerstva financí ČR, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, Ministerstva zahraničních věcí ČR a Ministerstva zemědělství ČR. EGAP je úvěrová pojišťovna. Těžiště jejích aktivit leží v pojišťování politických a komerčních rizik, která jsou tržně nezajistitelná, spojených s financováním exportu. Doplnuje tak nabídku komerčních úvěrových pojišťoven, pro něž je rozsáhlejší angažovanost v pojišťování těchto rizik z finančního, kapacitního hlediska nerealizovatelná a figuruje jako standardní vývozní úvěrová pojišťovna a státní nástroj na podporu exportu. Při poskytování pojišťovacích služeb není zohledňována velikost exportéra ani objem pojištěného vývozu. (EGAP 2016)

EGAP se zaměřuje zejména na pojištění bankovních úvěrů se splatností delší jak 2 roky, se kterými se lze setkat převážně u vývozu velkých energetických, strojních a technologických zařízení, investičních celků, dopravních staveb a investic, a to především do zemí, kde politické, ekonomické a právní prostředí přináší větší míru nejistoty a vyšší

riziko nezaplacení na straně kupujících. Krátkodobá komerční rizika nezaplacení v důsledku platební neschopnosti nebo platební nevůle kupujícího lze pojistit u KUPEG úvěrové pojišťovny a.s., která je spoluvlastněna EGAP a vznikla v roce 2005 jako komerční odnož EGAP. Služby poskytované KUPEG jsou však na komerční bázi, stejně tak služby nabízené společnostmi Čescob a Atradius, které se také zabývají pojišťováním úvěrů. (EGAP 2016)

#### 4.4.1 Vývoj činnosti EGAP v letech 2011-2014

Činnost EGAP lze dobře vyjádřit pomocí pojistné angažovanosti, která je § 2 písm. s) zákona č. 58/1995 Sb. definována takto: „*souhrn hodnot pojištěných vývozních úvěrových rizik z uzavřených pojistných smluv v nominální výši, včetně úroků a smluvních poplatků, a ze zajišťovací činnosti, snížený o hodnotu rizik, která již zanikla, a hodnot smluv o příslibu pojištění ve výši 50 % jejich nominální hodnoty*“. Tento ukazatel roste s nově přijímaným pojištěním a zároveň klesá s úhradou dílčích splátek dříve pojištěných úvěrů, investic a bankovních záruk.

Jak lze vidět na tabulce (Tab. č. 3) od roku 2011 vzrostla pojistná angažovanost EGAP o 53,2 mld. Kč, což odpovídá přibližně 18,41%. V roce 2014 byl zaznamenán pokles, který byl způsoben krizí na východě Evropy a jejími důsledky, tedy protiruských a ruských sankcí. Toto téma bude ještě zmíněno v podkapitole 5.4..

Tab. č. 3 Vývoj pojistné angažovanosti EGAP (mld. Kč)

	2011	2012	2013	2014
<b>Pojistná angažovanost</b>	180,3	224,8	230,5	213,5

Zdroj: EGAP 2015, vlastní zpracování

## 4.5 Ministerstva ČR

Mezi ministerstva nejvíce zapojená do státní podpory exportu patří Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (MPO) a Ministerstvo zahraničních věcí (MZV). MPO působí jako hlavní koordinátor veškerých proexportních aktivit a známky jeho působení lze najít ve všech aktivitách státní podpory exportu. K plnění cílů prvního pilíře zmíněné strategie přispívá

umíst'ováním informací o zahraničním obchodě na webové stránky, zasíláním upozornění na nové informace a seznamem odkazů na informace, tykající se výstav, výběrových řízení a veletrhů v zahraničí. Pořádá také setkání za účelem prezentace charakteristik trhů.(MPO 2012)

Cíle druhého pilíře jsou z pozice MPO a MZV plněny hlavně v oblasti vzdělávání pro export, formou seminářů. Také se podílí na zajištění přístupu českých podniků do projektů mezinárodních a evropských organizací, ovšem na té nejvyšší úrovni. Zajišťují i vzájemné kontakty mezi exportéry. (MPO 2012)

Do plnění třetího pilíře spadají tyto činnosti MPO a MZV: Zahraniční obchodní mise a incomingové mise, účast na veletrzích a výstavách a další aktivity umožňující setkávání dodavatelů a odběratelů; v případě MPO se jedná hlavně o účast na veletrzích, MZV zprostředkovává setkávání odběratelů a dodavatelů pomocí zahraničních zastoupení a Českých center, případně projektů ekonomické diplomacie. Podpora proexportních investic tuzemských společností probíhá zejména pod záštitou MPO. Ekonomická a obchodní diplomacie, lobbying zahraniční obchod v gesci MPO a ekonomická diplomacie v gesci MZV. Obě ministerstva se i podílejí na PR a vytváření image ČR v zahraničí. MPO zajišťuje i poskytování informací o exportních procedurách. MZV ve spolupráci s Mezinárodní obchodní komorou pořádá také teritoriální setkání, dále se specializuje na vzdělávání v oblasti INCOTERMS, mezinárodní obchodní arbitráže, nástrojů rozvojové a vnější spolupráce EU, apod. (MPO 2012)

# 5 Plnění Exportní strategie ČR pro období 2012-2020

V této části práce se zaměříme na plnění nastavené exportní strategie. Vycházet budeme hlavně ze zpráv uveřejněných na stránkách MPO, aktuálně jsou k dispozici zprávy za roky 2012-2014, a jejich porovnání. Dalším zdrojem budou údaje Českého statistického úřadu (ČSÚ). Kapitola je členěna do podkapitol, ve kterých se nejdříve zaměříme na jednotlivé zprávy o plnění exportní strategie a následně pomocí tabulek a grafů zhodnotíme vývoj exportu od roku 2011 a účinnost Exportní strategie ČR pro období 2012-2020.

## 5.1 Zpráva za rok 2012

V úvodu zprávy o plnění Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020 za rok 2012, jsou zmíněny skutečnosti uvedené v této práci v kapitole č. 1. Po schválení Exportní strategie následovalo vypracování Akčního plánu pro export a internacionalizaci, což je klíčový dokument pro zavedení Exportní strategie. Dále byl ustanoven řídicí výbor, jehož předsedou je ministr průmyslu a obchodu a členy jsou zástupci vybraných resortů a zástupci nejdůležitějších podnikatelských reprezentací (prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR, prezident Hospodářské komory ČR atd.).(MPO 2013)

Jak bylo uvedeno v kapitole č.2., jedním ze stěžejních principů Exportní strategie je diverzifikace exportu. Za tímto účelem bylo definováno 12 prioritních a 26 zájmových zemí. Pro prioritní země byly sestaveny expertní týmy, vytvořeny akční plány spolu s interaktivními profily pro jednotlivé prioritní země. Mezi zájmové země byla, na popud podnikatelské sféry, zařazena Indonésie a pro každou zájmovou zemi byl vypracován interaktivní profil. Všechny tyto informace je možné najít na portálu Businessinfo. Za zmínku stojí i uskutečnění podnikatelských misí, za doprovodu vrcholových představitelů ČR, do 15 zemí mimo EU. (MPO 2013)

Následně Zpráva dokládá, pomocí číselných údajů za rok 2012, úspěch ve směru diverzifikace obchodu. Podíl vývozu do zemí EU klesl o 1,9 %, avšak celkový vývoz do

zemí EU meziročně stoupl o 3,5 %. Zároveň došlo k růstu podílu zájmových zemí na vývozu ČR o 0,2 % a prioritních zemí o 2%. Celkový export meziročně vzrostl o 6,4 %. Tyto změny svědčí o úspěšném nastartování procesu diverzifikace českého vývozu. (MPO 2013)

Co se týče exportu na jednotný trh EU, uskutečnilo MPO kroky ke zlepšení služeb pro podnikatele na tomto trhu působících. Těmito službami jsou Jednotné kontaktní místo (JKM), kde podnikatelé získají informace o podmínkách poskytování služeb v ČR a členských státech, SOLVIT centrum, určené k mimosoudnímu řešení stížností na postupy úřadů, a Kontaktní místo pro výrobky (ProCoP), které informuje podnikatele o požadavcích kladených na výrobek národními a evropskými předpisy. (MPO 2013)

Došlo i k rozšíření zahraniční sítě MPO a to z 38 kanceláří na 48, zároveň je tato síť optimalizována a restrukturalizována, za účelem nasměrování exportu ČR mimo země EU. Na konci roku 2012 obsahovala zahraniční síť všechny prioritní země, s výjimkou Iráku, a polovinu zemí zájmových, s potenciálem na rozšíření do všech zájmových zemí v roce 2013. Dále byla inovována nabídka služeb zahraničních sítí, které byly rozděleny do 3 balíčků (basic, business a plus). (MPO 2013)

Exportéry velmi využívané financování a pojištění se státní podporou také zaznamenalo úspěch a to jak z pohledu EGAP tak ČEB. EGAP zažila nejúspěšnější rok své historie a překročila podnikatelský záměr o 14 mld. Kč, což znamená meziroční nárůst o téměř 36%. Objem podepsaných úvěrových smluv v ČEB byl přibližně 26 mld. a odpovídá plnění plánu na 101,9 %. Pro rok 2013 bylo naplánováno navýšení pojistných fondů EGAP o 1 mld. Kč a pojistné kapacity o 20 mld. Kč. Pro ČEB byla rozpočtována částka 750 mil. Kč. (MPO 2013)

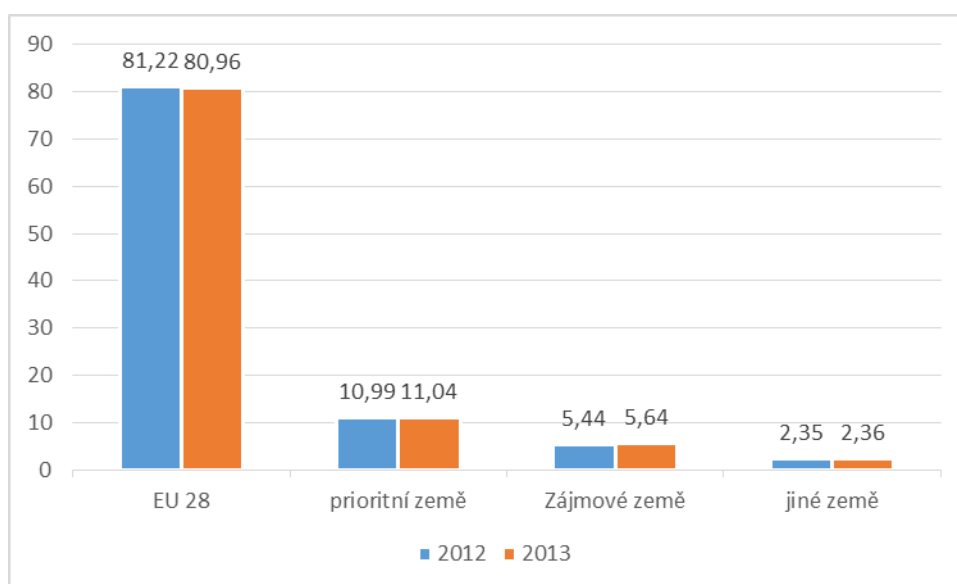
## 5.2 Zpráva za rok 2013

Struktura zprávy za rok 2013 je do značné míry stejná jako u zprávy předcházející. Expertní týmy pro 12 prioritních zemí vykonávaly dále svoji činnosti, čímž přispívaly k plnění specifického cíle diverzifikace exportu. Na portálu BusinessInfo byly k dispozici aktualizované interaktivní profily a akční plány pro prioritní i zájmové země. (MPO 2014)

V roce 2013 vzrostl o 2,8 % oproti roku 2012. Byl sledován i postup nastartovaného procesu diverzifikace exportu mimo země EU. V té době dostupné údaje uvádí, že český vývoz do prioritních zemí vzrostl o 3,2 % a do zájmových o 6,4 %. Přírůstek exportu na trhy EU byl 2,4%. (MPO 2014)

Podíl exportu do zemí EU na celkovém českém exportu klesl z 81,22 % na 80,96 %, tedy o 0,26 %. Oproti tomu podíl zboží vyvezeného do prioritních a zájmových zemí opět vzrostl. U prioritních zemí o 0,05 % a u zájmových zemí o 0,2 %. Změny v podílu jednotlivých skupin zemí znázorňuje graf (Obr. č. 1) níže. Je zřejmé, že změny byly menší než v roce 2012, avšak proces diverzifikace pokračoval. (MPO 2014)

Obr. č. 1 Podíl (v %) EU, prioritních a zájmových zemí na českém vývozu v letech 2012 a 2013



Zdroj: MPO 2014, vlastní zpracování



Zkvalitňování služeb pro podnikatele působící na vnitřním trhu EU probíhalo nadále přibližně stejným tempem, byl evidován vyšší počet stížností u SOLVIT, počet dotazů směřovaných na JKM a ProCoP byl oproti roku 2012 nižší. Dále byl spuštěn projekt Welcome Package, jehož cílem je zkvalitnit a zrychlit proceduru získávání potřebných pracovních a pobytových povolení pro klíčové cizince. (MPO 2014)

Počet kanceláří zahraniční sítě MPO v roce 2013 klesl na 47 a byla přehodnocena cílová hodnota 70 kanceláří. Vývoj potřeb a teritoriálních priorit exportérů ukázal, že by mohlo stačit 60 kanceláří. (MPO 2014)

Přijetím návrhu na změnu zákona o státním rozpočtu na rok 2013 došlo k navýšení pojistných fondů EGAP na 1,5 mld. Kč, zároveň byla navýšena i jeho pojistná kapacita na 280 mld. Kč. Tento návrh byl podán v souvislosti s významným projektem výstavby elektrárny v Erbilu/Irák?, podíl českých podniků na projektu byl odhadnut na 70,4% hodnoty kontraktu. Činnost ČEB si v tomto případě nevyžádala další prostředky. ČEB i EGAP se i v roce 2013 koncentrovali na podporu malých a středních podniků, rozšíření poskytovaných služeb a zjednodušení procesu poskytování úvěrů a pojištění exportních aktivit MSP. EGAP zahrnul do své nabídky balíček služeb určených exportérům segmentu MSP ve zjednodušeném procesu, za účelem co nejrychlejšího projednání jednotlivých obchodních případů. ČEB průběžně vyhledává pro své produkty nabízené segmentu MSP nové distribuční kanály. (MPO 2014)

### **5. 3 Zpráva za rok 2014**

Oproti Zprávám z let 2012 a 2013 se Zpráva za rok 2014 zaměřuje na hodnocení dosavadního průběhu plnění cílů Exportní strategie. Rok 2014 je prvním kontrolním bodem, druhým bude rok 2017. Tyto kontrolní body slouží k zhodnocení, zda nastavené priorit a principů stanovených Exportní strategií jsou stále aktuální.

## 5.4 Vývoj exportu v letech 2011-2015

V této kapitole bude pomocí tabulek popsán vývoj exportu pod vlivem Exportní strategie a srovnání těchto údajů s rokem 2011, tedy rokem, kdy strategie nebyla v platnosti. Dále se pak zaměříme na vývoj teritoriální a komoditní struktury. Ve všech částech se projeví určité změny a lze tedy určit vhodnost a účinnost Exportní strategie ovšem je potřeba vzít v potaz i další události ve světě, které mohly mít za následek pozitivní i negativní ovlivnění exportu. Také se pokusíme zhodnotit, jakým způsobem se daří naplnit Exportní strategii.

Sběr dat a zveřejňování statistik z těchto dat mají v kompetenci Český statistický úřad a Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Ve spojitosti s touto problematikou by bylo vhodné zmínit dva přístupy k měření objemu zahraničního obchodu. Jedná se o národní a přeshraniční pojetí zahraničního obchodu. Koncept národního pojetí byl zaveden po vstupu ČR do EU, kvůli postupující globalizaci. Základní myšlenkou je fakt, že při přechodu zboží přes hranice nemusí nezbytně dojít ke změně vlastnictví. Oproti tomu přeshraniční pojetí je založeno na fyzickém překročení hranic a nebere ohled na změnu vlastnictví. Národní pojetí má větší vypovídací hodnotu ohledně vývozní a dovozní výkonnosti ekonomiky. Zato při přeshraničním pojetí jsou údaje mezinárodně srovnatelné. (ČSÚ 2014) V této práci je použito pojetí národní.

Z následující tabulky (Tab. č. 4) je vidět, značný růst oproti roku 2011. Největší meziroční růst lze sledovat v roce 2014.

Tab. č. 4 Vývoj exportu v letech 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Export (mil. Kč)</b>	2 570 941	2 725 844	2 786 229	3 149 196	3 335 973
<b>Meziroční růst (%)</b>	-	+6,03	+2,22	+13,03	+5,93
<b>Srovnání s rokem 2011 (mil. Kč)</b>	-	+154 903	+215 288	+578 255	+765 032
<b>Srovnání s rokem 2011 (%)</b>	-	+6,03	+8,37	+22,49	+29,76

Zdroj: ČSÚ 2016a a 2015, vlastní zpracování a dopočty

Důvodem tak razantního růstu v roce 2014 mohou být intervence ČNB, která koncem roku 2013 sáhla k užití devizových intervencí, které měly za následek udržení kurzu CZK/EUR poblíž 27 Kč. Slabší kurz podporuje český vývoz a růst konkurenceschopnosti i ziskovosti podniků.

Tento jev pokračoval i v roce následujícím kdy se však na exportu negativně podepsaly sankce uvalené EU na Ruskou federaci kvůli tzv. Ukrajinské krizi a zároveň protiopatření Ruské federace, která byla zaměřena i na strojírenskou výrobu, která je stěžejní součástí českého exportu do těchto zemí. Jak znázorňuje následující tabulka (Tab. č. 5) došlo v roce 2015 ke snížení exportu do 3 prioritních zemí ze Společenství nezávislých států (Kazachstán, Ruská federace a Ukrajina) a to téměř o 30,8 %.

Tab. č. 5 Export do prioritních zemí ze SNS 2014-2015

	2014	2015
<b>Kazachstán</b>	8 825,0	5 499,3
<b>Ruská federace</b>	113 017,9	78 138,5
<b>Ukrajina</b>	20 596,8	14 949,0

Zdroj: ČSÚ 2016a, vlastní zpracování

Následkem sankcí došlo i k oslabení ekonomiky Ruské federace, která se projevila na růstu kurzu USD/RUB, respektive propadu kurzu RUB/USD, jak znázorňuje následující graf (Obr. č. 2). Na tomto grafu lze pozorovat velký nárůst kurzu USD/RUB na konci roku 2014 a dosažení nového maxima na začátku roku 2016. Určitou roli hrál i propad cen ropy, které mají zásadní vliv na ekonomiku Ruské federace. (Ghorbel a Boujelbene 2013) Tento jev mohl mít také nepříznivý vliv na export do Ruské federace.

Obr. č. 2 Vývoj kurzu USD/RUB v letech 2011-2016



Zdroj: Kurzy.cz 2016

I přes výše uvedený výpadek, který nepochybně bude ještě nějaký rok trvat, se autor odváží tvrdit, že z dlouhodobého hlediska jsou tyto trhy stále perspektivní a rozhodně by neměly být opouštěny podnikatelskými subjekty, pokud jim to jejich finanční situace umožňuje.

#### 5.4.1 Vývoj exportu per capita v letech 2011-2015

Dalším sledovaným údajem v problematice zahraničního obchodu ČR je export per capita neboli objem exportu na obyvatele. Zároveň je jeho zvýšení jedním z hlavních cílů Exportní strategie. Cílová hodnota je nárůst v roce 2020 o 25% s kontrolním bodem v roce 2016 a kontrolní hodnotou růstu 12%. Jak vyplývá z tabulky níže (Tab. č. 6) podařilo se cílové hodnoty dosáhnout již v roce 2014 a v roce 2015 byla ještě značně překonána.

Tab. č. 6 Vývoj exportu per capita v letech 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Export per capita (tis. Kč)</b>	273,13	292,18	300,97	343,7	370
<b>Srovnání s rokem 2011 (%)</b>	-	6,97	10,19	25,84	35,47

Zdroj: ČSÚ 2016a a 2015, vlastní zpracování a dopočty

V tomto případě lze tedy státní podporu exportu hodnotit pozitivně, i když se nepochybně opět projeví intervence ČNB.

#### 5.4.2 Teritoriální struktura exportu a její vývoj v letech 2011-2015

Na tuto problematiku se zaměřuje specifický cíl Exportní strategie a to diverzifikace exportu mimo země EU. Jak znázorňuje tabulka (Tab. č.7) se zavedením Exportní strategie lze sledovat pokles podílu exportu, který směřoval do zemí EU o 1,1 procentního bodu, a nárůst podílu do prioritních, o 1,6 procentního bodu, a zájmových zemí o 0,3 procentního bodu. Tento trend pokračoval i v roce 2013 se změnou u prioritních zemí kde došlo ke stagnaci a následnému poklesu o 1,1 procentního bodu v roce 2014, kdy došlo ke stagnaci i u exportu do zájmových zemí. Jak v roce 2014 tak 2015 lze pozorovat zvýšení exportu do zemí EU a to až na hodnotu odpovídající roku 2011. Autor tento jev přisuzuje z větší části Ukrajinské krizi, kvůli které část tuzemských exportérů vrátila své aktivity zpět do zemí

EU. Za zmínku však stojí i pokles exportu do Brazílie a to o 19,9 %. Tento je zapříčiněn ekonomickou recesí, se kterou se jihoamerický stát potýká.

Tab. č. 7 Teritoriální struktura exportu a její vývoj v letech 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Export do EU (%)</b>	83,3	81,2	81	82,1	83,3
<b>Export do prioritních zemí (%)</b>	9,4	11	11	9,9	8,6
<b>Export do zájmových zemí (%)</b>	5,1	5,4	5,6	5,6	5,6

Zdroj: ČSÚ 2016a a 2015, vlastní zpracování a dopočty

Pokles podílu exportu do prioritních zemí a stagnace podílu do zemí zájmových se projevil i u objemu exportu v roce 2015 a to poklesem o 0,58 %, vývoj exportu do prioritních a zájmových zemí znázorňuje tabulka (Tab. č. 8). Nutno však říci, že i s poklesem v roce 2015 se daří plnit specifický cíl Exportní strategie, kontrolní hodnota je nárůst o 25 % v roce 2016.

Tab. č. 8 Export do prioritních a zájmových zemí mimo EU 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Export (mld. Kč)</b>	428,5	514,0	536,3	570,2	567,7
<b>Meziroční růst (%)</b>	-	+19,95	+5,21	+7,19	-0,58
<b>Srovnání s rokem 2011 (%)</b>	-	+19,95	+25,16	+33,07	+32,49

Zdroj: ČSÚ 2016a a 2015, vlastní zpracování a dopočty

Při zaměření na země EU a tedy plnění specifického cíle udržení aktivní obchodní bilance, nezbyvá, dle dostupných dat (Tab. č. 9), než konstatovat, že se tento cíl daří plnit.

Tab. č. 9 Obchodní bilance se státy EU (v mil. Kč) v letech 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Obchodní bilance</b>	679 319	716 123	732 111	862 290	979 660

Zdroj: ČSÚ 2016a a 2015, vlastní zpracování a dopočty

### 5.4.3 Komoditní struktura exportu a její vývoj v letech 2011-2015

Co se týče komoditní struktury, kterou znázorňuje tabulka pod odstavcem (Tab. č. 10), došlo od roku 2011 k nárůstu podílů tříd 0,1,7,8 a 9. Snížení podílů nastalo u tříd 2,3 a 6. Třídy 4 a 5 zůstaly až na výkyvy na své původní hodnotě. Hlavně nárůst u tříd 7,8 a pokles

u třídy 6, naznačují posun aktivit exportérů v hodnotových řetězcích do segmentů s vyšší přidanou hodnotou.

*Tab. č. 10 Komoditní struktura exportu (v %) a její vývoj v letech 2011-2015*

<b>Třída SITC</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
0 Potraviny a živá zvířata	3,2	3,5	3,5	3,5	3,6
1 Nápoje a tabák	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7
2 Suroviny nepoživatelné, bez paliv	2,8	2,8	2,8	2,4	2,2
3 Minerální paliva, mazadla a příbuzné materiály	3,8	3,9	3,9	2,7	2,9
4 Živočišné a rostlinné oleje a tuky	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2
5 Chemikálie	6,2	6,2	6,2	6,5	6,2
6 Tržní výrobky tříděné hlavně dle druhu materiálu	17,6	17,3	17,3	16,3	16,4
7 Stroje a přepravní zařízení	54,8	54,2	54,2	54,1	55,9
8 Různé průmyslové výrobky	10,7	11,1	11,1	11,6	11,4
9 Nespecifikováno	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3

Zdroj: ČSÚ 2016c, vlastní zpracování a dopočty

## 6 Hodnocení státní podpory exportu ze strany firem

V této části bude popsána míra využívání podpory exportu tuzemskými exportéry a jejich spokojenost s činností institucí tuto podporu zajišťujících. Vycházet budeme hlavně z průzkumu, který realizovala Asociace malých a středních podniků (AMSP). Tento průzkum byl realizován ve spolupráci s 503 firmami ze skupiny malých a středních podniků pomocí telefonického dotazování. Tento průzkum byl vybrán ze dvou důvodů. Prvním důvodem je jeho aktuálnost a druhým je fakt, že malé a střední podniky jsou na státní podpoře exportu víc závislé než podniky velké, které státní podporu exportu často ani nevyužívají.

### 6.1 Podíl využívání služeb a produktů jednotlivých institucí

Z průzkumu, který AMSP uskutečnila v druhé polovině dubna 2015, vyplývá, že nejvyužívanější podporou jsou služby CzechTrade, které využilo 25 % z dotazovaných firem. Poněkud překvapivá je nízká využívanost služeb a produktů ČEB, která dosáhla pouhých 3 %. Proto se na tyto dvě instituce zaměří i další podkapitoly. Využívání služeb a produktů institucí zmíněných v této práci a zároveň uvedených v průzkumu je uvedeno v následující tabulce (Tab. č. 11).

*Tab. č. 11 Využívání služeb a produktů proexportních institucí v %*

CzechTrade	25
MPO	12
EGAP	7
ČEB	3
MZV	6
Vlastní pracovník	64

Zdroj AMSP 2015, vlastní zpracování

## 6.2 Zaměřeno na CzechTrade

Z průzkumu vyplývá, že 96 % firem zná společnost CzechTrade, ale 74 % nevyužilo jejích služeb. V následující tabulce (Tab. č. 12) jsou uvedeny nejčastěji uváděné důvody, pro které se firmy rozhodly nevyužít služeb CzechTrade.

Tab. č. 12 Nejčastější důvody nevyužití služeb CzechTrade v %

Není potřeba, nepotřebujeme	37
Nevýhodné	17
Zajišťuje firma sama	14
Špatná zkušenost	10
Nedostatek informací	5

Zdroj AMSP 2015, vlastní zpracování

Z výsledku průzkumu je nejvíce zarážející, že 17 % oslovených firem považuje služby CzechTrade za nevýhodné. Spolu s 5 % respondentů, kteří služeb nevyužili z důvodu nedostatku informací, naznačuje tato část průzkumu, že je potřeba lépe komunikovat produkty CzechTrade.

Ze 127 firem, které využily služeb CzechTrade, 91 % využilo služeb pražské centrály a 46% služeb zahraniční kanceláře. Podíly využívaných služeb centrály jsou uvedeny v tabulce (Tab. č. 13). Nejčastěji využívanou službou je tedy společná účast na veletrzích a výstavách, která má zásadní význam v upoutání pozornosti potenciálních obchodních partnerů. Na dalších místech je pak exportní konzultace a aktuální informace ze zahraničních trhů, jejichž význam spočívá hlavně ve zjištění rizik spojených s případnými exportními aktivitami.



Tab. č. 13 Využívané služby centrály v %

Společná účast na veletrzích a výstavách	72
Exportní konzultace	51
Aktuální informace ze zahraničních trhů	47
Poptávky a tendry	36
Networking	31
Exportní vzdělávání	22
Jiné	14

Zdroj AMSP 2015, vlastní zpracování

Nejvyužívanější službou poskytovanou zahraničními kanceláři CzechTrade je vyhledání obchodního partnera následováno ověřením jeho zájmu a průzkumem trhu, jak nám ostatně ukazuje tabulka (Tab. č. 14). Dal by se očekávat větší podíl u prověření bonity.

Tab. č. 14 Využité služby zahraničních kanceláří v %

Vyhledání obchodního partnera	61
Ověření zájmu zahraničního partnera	47
Průzkum trhu	47
Asistence při jednáních	29
Prověření bonity partnera	22
jiné	17

Zdroj AMSP 2015, vlastní zpracování

Jako hlavní přínos služeb CzechTrade vyšla z průzkumu přítomnost zástupců v teritoriích. U této služby, je podniky kladně hodnocena hlavně znalost know-how a jinak těžko získatelné obchodní kontakty. Hodnocení přínosů CzechTrade zobrazuje tabulka (Tab. č.15).

Tab. č. 15: Hlavní přínosy CzechTrade

Přítomnost zástupců v teritoriích	18
Úspora nákladů a času	9
Snadnější navázání kontaktů	9
Služby a poradenství zdarma	7
Ověřené informace z první ruky	7

Zdroj AMSP 2015, vlastní zpracování

## 6.3 Zaměřeno na ČEB

Z vybraného vzorku 503 firem nevyužívá služeb ČEB celých 490, což odpovídá 97 %. Příčiny nevyužívání služeb ČEB, které byly v průzkumu uvedeny, jsou zobrazeny i s procentuálním podílem v tabulce níže (Tab. č.16).

Tab. č. 16: *Příčiny nevyužívání služeb ČEB v %*

Exportní financování nepotřebujeme	56
Pro exportní financování využíváme svoji banku	54
Nedostatek informací o službách ČEB	22
ČEB neznáme	10

Zdroj AMSP 2015, vlastní zpracování

Nejčastější odpovědí byla nepotřebnost služeb ČEB pro exportní aktivity firmy. Tato nepotřebnost má dva důvody jedním je soběstačnost firmy a dalším je zajištění exportního financování bankou, se kterou firma již spolupracuje. Z tohoto výsledku vyplývá, že firmy berou ČEB spíše jako alternativní řešení a využívají častěji vlastní zdroje nebo nabídky komerčních bank. Důležitou roli hraje i nízká míra povědomí o produktech a službách, které ČEB nabízí. V tomto směru by se daly podniknout kroky ke zlepšení této situace.

## 7 Závěr

Zahraniční obchod je důležitou součástí hlavně otevřených ekonomik, mezi které se řadí i Česká republika. Jako hlavní ukazatel významu zahraničního obchodu je považován podíl exportu na HDP, který tvořil pro Českou republiku, v roce 2014, celých 83,6 %, aktuálnější údaj se nepodařilo získat. V roce 2015 dosáhl tuzemský export nového rekordu a to přes 3 336 289 mil. Kč (v národním pojetí). Export není důležitý pouze pro státní ekonomiku ale i pro podniky samotné. Pomocí exportních aktivit mohou podniky dosáhnout větších zisků, zejména pokud je tuzemský trh již jejich výrobkem nasycen nebo o tento druh výrobku není zájem. Exportní aktivity jsou však spojeny se specifickými druhy rizik, ze kterých mnohá jsou velice těžko odhadnutelná. V tomto směru mají podnikům pomoci některé z institucí zabývajících se o realizaci státní podpory exportu.

Státní podpora exportu je součástí státní proexportní politiky, což je soubor nástrojů, kterými stát působí na tuzemské i zahraniční subjekty a jeho cílem je nastavit takové podmínky pro podnikání, jak na domácím tak mezinárodním trhu, aby byly tuzemské firmy schopné obstát v mezinárodní konkurenci. Aktuálně platná Exportní strategie ČR pro období 2012-2020 definuje hlavní a specifické cíle. Hlavním cílem je zvýšení objemu exportu, specifické cíle jsou diverzifikace exportu mimo země EU a zároveň posun českých exportérů v hodnotových řetězcích směrem k produktům a službám s vyšší přidanou hodnotou. Projekty, které mají přispívat k plnění cílů, jsou rozděleny do tří pilířů, nesoucích tyto názvy: Zpravodajství pro export, Rozvoj exportu a Rozvoj obchodních příležitostí.

Realizace projektů v rámci pilířů mají za úkol hlavně tyto instituce: CzechTrade, CzechInvest, ČEB, EGAP a některá Ministerstva ČR. Těžiště činností agentury CzechTrade je v poskytování informačního servisu a asistenčních služeb jak na území ČR, tak pomocí zahraničních kanceláří. Dalšími nabízenými službami je společná účast na zahraničních trzích a vzdělávání exportérů. Z průzkumu, který realizovala AMSP vyplývá, že ačkoliv povědomí o agentuře je na dobré úrovni využívá její služby pouze přibližně čtvrtina dotázaných podniků. Dle indexu spokojenosti, který sice v roce 2014 klesl

z hodnoty 1,22 na 1,24 lze ho však stále považovat za slušný, jsou však tyto podniky se službami agentury spokojeny. O spokojenosti vypovídá i pomalé zotavení z propadu v roce 2012, který byl nejspíše zapříčiněn hospodářskou recesí v té době probíhající.

CzechInvest je státní příspěvková organizace, která posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získáváním zahraničních investic z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center. V roce 2014 zaznamenala tato instituce masivní nárůst počtu dojednaných projektů i výši investic.

Cílem ČEB je doplnit služby komerčních bank o financování vývozních operací, vyžadujících dlouhodobé zdroje, v takových objemech a s takovými úrokovými sazbami, které jsou pro exportéra na stávajícím bankovním trhu obtížně dosažitelné. Jde tedy o vytváření takových podmínek financování exportních aktivit, které mají zvyšovat konkurenceschopnost tuzemských exportérů. Ačkoliv tato činnost vypadá jako stěžejní podpora malých a středních podniků, využívá služeb ČEB pouze 13 z 503 dotázaných podniků, nejčastěji uváděným důvodem je využívání produktů komerčních bank, se kterými podniky již navázaly spolupráci.

Státem vlastněná úvěrová pojišťovna EGAP je zaměřena na pojišťování politických a komerčních rizik spojených s financováním exportu. Doplnuje nabídku komerčních úvěrových pojišťoven, pro něž je rozsáhlejší angažovanost v pojišťování teritoriálních a dalších tržně nezajistitelných rizik z finančního, kapacitního hlediska nerealizovatelná.

MPO vydává každoročně zprávu o plnění Exportní strategie, v době vzniku práce byly k dispozici zprávy za roky 2012, 2013 a 2014. V těchto zprávách se MPO zaměřuje na dosavadní průběh plnění cílů Exportní strategie. Nutno podotknout, že data uvedená v těchto zprávách navzájem nekorespondují. Důvodem této neshody je fakt, že v okamžiku vzniku zpráv jsou k dispozici pouze předběžná a neúplná data. Proto je v práci ještě

zpracována část o vývoji exportu v letech 2011-2015 za použití co nejnovějších informací, které byly k dispozici.

Dle předběžných údajů vzrostl objem exportu od roku 2011 do roku 2015 o téměř 30 %. Největší meziroční růst byl zaznamenán v roce 2014 a to v hodnotě více jak 13 %. Tento růst byl zapříčiněn devizovými intervencemi ČNB a pokračoval i v roce následujícím, ve kterém však měly opačný efekt protiruské a ruské sankce. Meziroční růst byl tedy zpomalen na necelých 6 %. Vývoj exportu per capita měl průběh obdobný. Růst exportu per capita je jednou ze sledovaných veličin, podle kterých se hodnotí plnění exportní strategie. Cílová hodnota je růst o 20 % do roku 2020. Ke splnění tohoto cíle došlo již, v roce 2014. Specifickým cílem exportní strategie je diverzifikace exportu mimo země EU. Tento projekt se podařilo úspěšně nastartovat v letech 2012 a částečně i 2013, kdy klesal podíl vývozu do zemí EU a rostl podíl zájmových a prioritních zemí. U prioritních zemí nastala v roce 2013 stagnace. Zlom však nastal v roce 2014, kdy se naplno projevíly již zmíněné sankce a částečně i krize v Brazílii. Od tohoto roku klesl podíl prioritních zemí na exportu na 8,6 %, zájmových zemí stagnuje na 5,6 % a podíl zemí EU se vrátil na původní hodnotu z roku 2011 83,3 %. I přes tento pokles se daří plnit specifický cíl zvýšení objemu vývozu do zemí mimo EU s kontrolním cílem 25% do roku 2016. Vývoz do zemí mimo EU dosáhl v roce 2015 ve srovnání s rokem 2011 růstu o téměř 32,5 %. Také se daří udržet aktivní obchodní bilanci se státy EU. Poslední bod se týká posunu tuzemských exportérů ve výrobních řetězcích. O úspěšném plnění tohoto cíle svědčí přesunutí části exportu ze SITC třídy 6 do tříd 7 a 8.

Celkově lze konstatovat, že se zatím daří exportní strategii plnit i když s určitými problémy způsobených ekonomickými situacemi v jiných státech. Výskyt těchto problémů je však těžko odhadnutelný.

# Seznam použitých zdrojů

## Literatura

BÖHM, Arnošt a František JANATKA. 2004. *Pojištění úvěrových rizik v mezinárodním obchodě*. 1. vyd. Praha: Grada. Finance (Grada). ISBN 80-247-0816-7.

Exports of goods and services (% of GDP). b.r.. . *The World Bank* [online]. 12.11.2015 [cit. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS>

HAVLÍČEK, Karel a Pavla BŘEČKOVÁ. 2015. *Řízení exportních rizik malé a střední firmy*. První vydání. Praha: Eupress. ISBN 978-80-7408-113-2.

GHORBEL, Achraf a Younes BOUJELBENE. Contagion effect of the oil shock and US financial crisis on the GCC and BRIC countries. *International Journal of Energy Sector Management*. Bradford: Emerald Group Publishing, Limited, 2013, 7(4). ISSN 17506220. Dostupné také z databáze proquest: <http://search.proquest.com/docview/1462482729?accountid=17116>

HOLMAN, Robert. 2010. *Makroekonomie: středně pokročilý kurz*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-861-3.

KALÍNSKÁ, E. a kol. *Mezinárodní obchod v 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-7513-5

*Komora.cz: Měsíčník Hospodářské komory České republiky*. 2015. Praha: C.O.T. media, s.r.o., 16(102015). ISSN 1802-1247. Dostupné také z: <http://www.cotmedia.cz/ecasopisy/komora/2015/1015/files/assets/basic-html/page1.html>

MACHKOVÁ, Hana 2014. *Mezinárodní obchodní operace*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4874-0.

SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. 2009. *Economics*. 19th ed. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-351129-0.

ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. 2013. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4694-4.

## Elektronické publikace

1. ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ (2015): *Export malých a středních firem* [online]. [cit. 14. 4. 2015]. Dostupné z: [http://www.amp.cz/uploads/Przkumy/Vysledky\\_33\\_pruzkumu\\_AMSP\\_CR.pdf](http://www.amp.cz/uploads/Przkumy/Vysledky_33_pruzkumu_AMSP_CR.pdf)
2. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA (2015a): *Historie*. [online]. [cit. 6. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/kdo-jsme/historie/>
3. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA (2015b): *Výroční zpráva 2014*. [online]. [cit. 25. 3. 2015]. Dostupné z: [https://www.ceb.cz/sys/FileStorage/download/2/1056/vz\\_ceb\\_2014\\_cnb.pdf](https://www.ceb.cz/sys/FileStorage/download/2/1056/vz_ceb_2014_cnb.pdf)
4. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA (2015c): *Často kladené dotazy*. [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: <https://www.ceb.cz/co-delame/casto-kladene-dotazy/>
5. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2016a): *Zahraniční obchod se zbožím – národní pojetí – časové řady*. [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/vzonu\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/vzonu_cr)
6. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2016b): *Obyvatelstvo* [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatelstvo\\_lide](https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatelstvo_lide)
7. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2016c): *Zahraniční obchod podle tříd SITC (národní pojetí)*. [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/32619288/vzonucr040616\\_3.xlsx/a5ea8360-1f4d-4646-b22a-6e46742b6164?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/10180/32619288/vzonucr040616_3.xlsx/a5ea8360-1f4d-4646-b22a-6e46742b6164?version=1.0)
8. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2015): *Statistická ročenka České republiky - 2015*. [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/statisticka-rocenka-ceske-republiky-2015>
9. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2014): *Metodika zahraničního obchodu se zbožím v národním pojetí*. [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/1-vzonu\\_m](https://www.czso.cz/csu/czso/1-vzonu_m)
10. CZECHINVEST (2015a): *O CzechInvestu* [online]. [cit. 6. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu/>

11. CZECHINVEST (2015b): *Výroční zpráva 2014* [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/czechinvest-vz-2014-final-jednostranky-5080-cz.pdf>
12. CZECHTRADE (2015a): *Představení CzechTrade*. [online]. [cit. 5. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/>
13. CZECHTRADE (2015b): *Historie agentury*. [online]. [cit. 5. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/historie-agentury>
14. CZECHTRADE (2015c): *Zpráva o činnosti 2014*. [online]. [cit. 25. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/d/documents/01/2-o-czechtrade/2-1-predstaveni-czechtrade/2-1-3-vysledky-vyrocní-zpravy/vz2014-str.pdf>
15. EXPORTNÍ GARANČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST (2015): *Výroční zpráva 2014*. [online]. [cit. 16. 4. 2016]. Dostupné z <http://www.egap.cz/dokumenty/vyrocní-zpravy/vyrocní-zprava-2014.pdf>
16. EXPORTNÍ GARANČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST (2016): *Profil*. [online]. [cit. 6. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/o-spolecnosti/profil/index.php>
17. KOMORA.CZ: *Měsíčník Hospodářské komory České republiky*. Praha: C.O.T. media, s. r. o., 2015, 16(10/2015), 68 s. ISSN 1802-1247. Dostupné také z: <http://www.cotmedia.cz/ecasopisy/komora/2015/1015/files/assets/basic-html/page1.html>
18. KURZY.CZ (2016): *Interaktivní graf kurzu americký dolar / ruský rubl (USD / RUB), celá historie*. [online]. [cit. 16.4.2016]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/kurzy-men/grafy/RUB-USD/>
19. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU (2012): *Exportní strategie České republiky pro období 2012–2020*. [online]. [cit. 28.12.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument103015.html>
20. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU (2013): *Zpráva o plnění Exportní strategie České republiky pro období 2012–2020*. [online]. [cit. 21. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument129321.html>
21. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU (2014): *Zpráva o plnění Exportní strategie České republiky pro období 2012–2020*. [online]. [cit. 21. 3. 2016]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument148451.html>



22. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU (2016): *Zpráva o plnění Exportní strategie České republiky pro období 2012–2020 za rok 2015*. [online]. [17.4.2016]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument172263.html>