

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2020-2023

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Zuzana Žáčková

Nástroje ekonomické diplomacie v ČR

Praha 2023

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Jana Marková Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2020-2023

BACHELOR THESIS

Zuzana Žáčková

Tools of economic diplomacy in Czech republic

Prague 2023

The Bachelor Thesis Work Supervisor: PhDr. Jana Marková Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autorky: Zuzana Žáčková

Poděkování

Velké poděkování patří vedoucí této práce PhDr. Janě Markové Ph.D. za vstřícné rady, trpělivé vedení a korekci při psaní práce.

Také děkuji Mgr. Radoslavu Klepáčovi za laskavou pomoc, přínosný rozhovor a zajímavé podněty k tématu práce

Anotace

Tato bakalářská práce se věnuje nástrojům ekonomické diplomacie. V první kapitole popisuje pojem ekonomické diplomacie, její následný vývoj a adaptaci pojmu ve společnosti. V jednotlivých kapitolách je popsána ekonomická diplomacie České republiky, její aktéři a struktura v rámci níž jsou popsány i jednotlivé činnosti těchto zástupců. V následující, samostatné kapitole, jsou představeny další nástroje a následně je na příkladu Veletrhů Brno představeno odvětví veletržnictví, jako nástroj ekonomické diplomacie v dnešní době, včetně osobní zkušenosti autorky s ekonomickou diplomacií v přímém přenosu, jejíž fungování pomocí rozhovoru přiblížil i Mgr. Radoslav Klepáč, ředitel pro vnější vztahu Veletrhy Brno a.s.

Klíčová slova

Diplomacie, ekonomická diplomacie, export, ministerstvo průmyslu a obchodu, ministerstvo zahraničních věcí, Veletrhy Brno, vládní agentury

Annotation

This bachelor thesis is dedicated to tools of economic diplomacy. In the first chapter is described concept of economic diplomacy, subsequent development and adaptation of the concept in society. In individual chapters is described economic diplomacy of Czech republic, its representatives and structure in which is described individual activities. In the next separate chapter are introduced next tools of these representatives and then it follows by introducing of the trade fair industry is presented on the example on the Brno fairs, like a tool of economic diplomacy in nowadays, including an personal experience of an author with an economic diplomacy. which closely described Mgr. Radoslav Klepáč, director for external relations a communication in Veletrhy Brno a.s.

Keywords

Diplomacy, economic diplomacy, export, government agencies, ministry of foreign affairs, ministry of industry and trade, trade fairs Brno

OBSAH

OBSAH	7
ÚVOD.....	8
1 DEFINICE POJMU A VÝVOJ EKONOMICKÉ DIPLOMACIE.....	11
2 EKONOMICKÁ DIPLOMACIE ČESKÉ REPUBLIKY.....	19
3 AKTÉŘI A STRUKTURA EKONOMICKÉ DIPLOMACIE ČR.....	24
3.1 Nevládní instituce	31
3.2 Nástroje ekonomické diplomacie.....	33
4 VELETRHY, JAKO NÁSTROJ EKONOMICKÉ DIPLOMACIE	40
4.1 Veletrhy Brno	40
ZÁVĚR	47
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	49

ÚVOD

Ekonomická diplomacie je v poslední době čím dál tím více skloňovaným tématem nejenom v politice, ale také v médiích a často rezonuje v konverzacích široké veřejnosti. Na poli mezinárodních vztahů se jedná o důležitou součást každodenního dění a je neodmyslitelnou součástí všech velkých světových otázek současné doby. Ať už se jedná o proběhlou pandemii viru covid-19, ruskou invazi na ukrajinské území a s tím následně spojenou krizi s pohonnými hmotami či zemním plynem, ale také například u globálního oteplování. Tyto globální problémy, a především jejich řešení je silně ovlivněno právě ekonomickou diplomacií a samozřejmě nejenom tou. Jedná se ale o důležitou a nedílnou součást. Tato práce se ale nezabývá ekonomickou diplomacií v globálním měřítku, ale zaměřuje se na ekonomickou diplomacii České republiky. Vzhledem ke všem těmto aspektům je více než žádoucí znát tento pojem a strukturu, dopady ekonomické diplomacie a jednotlivé nástroje, které mohou být využívány nejenom ve výše zmíněných světových otázkách.

Cílem práce je zhodnotit a prozkoumat stav ekonomické diplomacie v České republice, zejména pomocí používaných nástrojů k její realizaci. Přiblížit pojem a důležitost ekonomické diplomacie především v České republice, ale také o nastínění jejího fungování ve světě. Jedná se o vymezení činnosti jednotlivých zástupců. Jaká má ekonomická diplomacie význam pro Českou republiku a využití nástrojů zahraniční politiky v rámci role teorie mezinárodních vztahů.

V bakalářské práci je představen samostatný pojem ekonomické diplomacie. Jeho široká škála pochopení různými odborníky či hráči v poli ekonomické diplomacie a jejich vlastní definice, vymezení či chápání tohoto pojmu. Ať už samostatně či v kontextu ostatních druhů diplomacie. V úvodní kapitole je také představen vývoj ekonomické diplomacie jak v kontextu období, ve kterém byla vnímána jako součást klasické diplomacie, tak následně i jako samostatný vědní obor, jak v České republice, tak ve světě. Pochopení pojmu je stále poměrně rozličné, a ačkoliv definice tohoto pojmu není jednotná, tato kapitola rozhodně nabízí mnoho výkladů, které poslouží k jeho bližšímu pochopení. Je zde prezentováno i několik různých pohledů, které se samozřejmě liší v průběhu doby a situace, ve které se svět globálně nachází. Velkým přínosem pro

rozšíření pole působnosti, ale také pro pochopení důležitosti ekonomické diplomacie byly v rámci historie podstatné také podstatné jednotlivé agentury na podporu exportu, které jsou ve světovém měřítku popsány v této, první kapitole. V rámci českého měřítko jsou popsány v kapitole třetí aktéři a struktura ekonomické diplomacie v České republice.

Další část práce se zaměřuje na ekonomickou diplomacii v České republice. Především na její vývoj, Pochopení české diplomacie v rámci okolních států a uložení do kontextu světových ekonomik v obecném měřítku. Jedná se o krátké historické okénko jejího formování, kdy se dá mluvit o úseku posledních, cca 40 let jejího vývoje. Jsou zde popsány jednotlivé kroky, které zapříčinily stoupající tendenci skloňování pojmu ekonomické diplomacie v České republice. Tento vývoj byl v zemi nejvíce ovlivněn především změnou režimu, kdy se zahraniční politika a styky se i přes velkou neznámou staly jedním z předních úkolů budoucích politik a politických zástupců.

Ve třetí kapitole je představena struktura, především české diplomacie a její jednotliví aktéři. Kromě jednotlivých organizací a vymezení jejich pole působnosti, včetně dohod upravujících toto fungování. Jsou zde popsáni jednotliví hráči ekonomické diplomacie a také popsáno jednoduché rozdělení dle jejich pravomocí. Kromě ministerstev a vládních agentur, které mají svou jasnou pozici, jak na úrovni české organizace ekonomické diplomacie, tak jsou zde představeny i organizace nevládní, se kterými často kooperují a rozhodně jsou velkým přínosem pro úspěšnou ekonomickou diplomacii nejenom v ČR, ale také ve světě. Mezi tyto organizace patří komory, svazy, odbory a podobné instituce. Jsou zde krátce představeny i organizace mezinárodní, které podobné svazy sdružují na celosvětovém úrovni. Jako součást této kapitoly jsou představeny i nástroje ekonomické diplomacie, které nejčastěji připravují právě zmiňovaná ministerstva či vládní agentury a jejich výhody či možnosti použití potencionálními odběrateli těchto služeb.

V poslední kapitole je představena spíše krátká historie veletržnictví, která slouží k dotvoření obrazu toho, jak se veletržnictví transformovalo do podoby, ve které funguje dnes. Následně je zde veletržnictví představeno i jako nástroj ekonomické diplomacie, na příkladu Veletrhů Brno, kde má čtenář jedinečnou možnost se s fungováním této instituce seznámit blíže i díky rozhovoru, ke kterému autorka práce přizvala pana Radoslava Klepáče, nynějšího ředitele pro vnější vztahy Veletrhů Brno a.s. I díky osobní zkušenosti autorky v zákulisí pořádání veletrhů je tato kapitola v utvoření obrázku velice zásadní a

přínosná. Popisuje jednotlivé procesy a postupy nejenom pro přípravu veletrhů, ale i události týkajících se průběhu, či dopadů jednotlivých veletrhů.

1 DEFINICE POJMU A VÝVOJ EKONOMICKÉ DIPLOMACIE

Ekonomická diplomacie je předním motivem zevní diplomacie veškerých světových států. Jejími nositeli jsou jak vládní zástupci, tak aktéři z privátního sektoru. Definuje vnější ekonomické vztahy, jak probíhá rozhodování v rámci domácích procesů, ale i to, co je klíčové při rozhodování na mezinárodní úrovni a to, jak se tyto dva procesy vzájemně ovlivňují. Ekonomická diplomacie je stěžejní pro zahraniční politiku států. Samozřejmě nelze popřít ani důležitost vojenské či bezpečnostní diplomacie v tomto odvětví.

Ekonomická diplomacie, a její definice, stále není ve světovém měřítku pěvně uchycena v teorii mezinárodních vztahů. Důsledkem jsou různé výklady a polemika o jejím poli působnosti. Tento rozkol způsobuje i to, že ekonomická diplomacie má kromě teoretického a akademického pojetí i rovinu praktickou. Věnuje se jí spousta osob mimo akademickou sféru, jako jsou představitelé politiky, zástupci jednotlivých firem či státní úředníci. Z toho jasně vyplývá, že ekonomickou diplomaci nelze naprosto oddělit od mezinárodních vztahů, od ekonomie či od reálného politického a hospodářského života státu, institucí veřejné správy a podnikatelské sféry.¹

Ekonomická diplomacie zde byla vždy. První zmínky o diplomacii jsou dochované již ze starověkého Egypta, Řecka či Říma.

Publikace zabývající se různými součástmi ekonomické diplomacie se objevují již koncem 80. let 19. století. Většina těchto knih si klade otázku, jaký je rozdíl mezi ekonomickou diplomacií a ekonomickým „státnictvím“ (z anglického slova statecraft), ekonomickou bezpečností, obchodní, komerční a finanční diplomacií či od zahraniční, ekonomické a obchodní politiky.

¹ MARKOVÁ, Jana, Hana HAVLOVÁ a kol. *Ekonomická diplomacie nové doby*. Praha: Professional Publishing, 2020. ISBN 978-80-88260-44-8. s. 17

Ekonomická diplomacie, jako studijní obor zažila mnoho úspěchů i neúspěchů, kdy se i její vymezení a chápání v průřezu názorů výrazně liší. Někteří autoři dokonce označují veškerou diplomacii, jako diplomacii ekonomickou, vzhledem k tomu, že se dá říct, že veškerá setkání či mezinárodní vztahy vedou k budoucím obchodům či spolupracím spojené s budoucím exportem či importem. Toto tvrzení potvrzuje i E. Anthony Wayne svým výrokem: „*Pravděpodobně většina, když už ne všechno zboží a všechny služby, které kupujeme, prodáváme a spotřebováváme, jsou nějakým způsobem ovlivněny ekonomickou diplomacií*“,² či také Chatterjee, který v překladu uvádí: „*Rozsah ekonomické diplomacie je prakticky neomezený a její rozsah určují názory diplomatů na důsledky této disciplíny*.“³

Pigman dokonce tvrdí, že obchodně-ekonomická diplomacie, která má velmi dlouhou a působivou historii, existovala ještě předtím, než se zrodilo mnoho současných států.⁴

V ekonomické diplomacii, se dle britských autorů Nicolase Bayna a Stephena Woolcocka jedná o oblast diplomacie, ve které se jednotliví aktéři snaží hájit své ekonomické zájmy. Jedná se o soubor ekonomických aktivit či opatření, kterými hájí své zájmy jednotlivý aktéři v mezinárodním prostoru, a to v oblasti exportu, importu, investic, finanční pomoci a půjček.⁵

Na druhé straně jsou odborníci, kteří jsou dodnes schopni tvrdit, že ekonomická diplomacie jako taková neexistuje a jde jenom o převahu některých hráčů v pomyslném hřišti států.

² Projev „*Economic Diplomacy in the New Milenium: Next Priorities and Concerns*“. Washington, 28.června 2005

³ CHATTERJEE, Charles. *Economic diplomacy and Foreign Policy – making*. ISBN: 978-3-030-49047-8

⁴ PIGMAN, Geoffrey, Allen. *Contemporary diplomation*. 1st edition. Cambridge: Polity Press, 2011. ISBN 978-074564796

⁵ BAYNE, Nicholas, Stephen WOOLCOCK. *The new economic diplomacy: desicion-making and negotiation in international economic relations*. 4th ed. London and New York: Routledge, Taylor & Francis group, 2017. ISBN 9781472483195. s. 426

Uthmann vnímá ekonomickou diplomacii takto: „*Je jedním z nejstarších odvětví tohoto ctihodného řemesla, ale stálo značné úsilí uznat ji za rovnou rodem*“.⁶ Pravděpodobným úsilím má na mysli dřívější vnímání jednání politiků či diplomatů s obchodníky. Dříve totiž podobná jednání byla považována za něco podřadného, a i proto nemělo plnohodnotné zastoupení a podobná práce byla nechávána konzulům. I díky plnocennému zastoupení v dnešní době se dá jednoznačně označit, že ekonomická diplomacie má nyní vzrůstající trend na významu i vyšší zájem odborníků.⁷

„*Definovat pojem ekonomické diplomacie já nedokážu. Jinak obecně stojím za definicemi paní Štouračové. Každopádně jde o to na to mít čuch a mít na to správné lidi, kteří to dokážou zmanegovat, to je všechno.*“⁸ Takto vnímá pojem ekonomické diplomacie Radoslav Klepáč, který téměř 20 let působil jako český diplomat v zahraničí, jako vedoucí v ekonomicko-obchodním oddělení. Působil ve Vídni, v Londýně a v Bernu, nyní působí na druhé straně barikády. Tím je myšleno soukromém sektoru, jako ředitel pro vnější vztahy na brněnských veletrzích.

Bývalý ministr zahraničních věcí Tomáš Petříček, který působil v pozici v letech 2018-2021 u příležitosti podpisu dohody mezi o zásadách spolupráce na podporu exportu a ekonomické diplomacii následovně: „*Ekonomická diplomacie je významným nástrojem pro zvyšování prosperity a prosazování ekonomických zájmů v zahraničí. Vzhledem k proexportnímu zaměření České republiky je efektivní koordinace vnějších ekonomických vztahů nedílitelnou součástí podpory našeho budoucího růstu a prosperity a Ministerstvo průmyslu a obchodu je v tomto směru pro nás klíčovým partnerem,*“.⁹

⁶ UTHMANN, J. *Diplomaté. Státní aféry od dob faraónů po současnost*. Brno: Bonus Memorabili, 1998. ISBN 80-7242-000-3 s. 149

⁷ VESELÝ, Zdeněk. *Diplomacie (Teorie-praxe-dějiny)*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-332-2 s. 26

⁸ KLEPÁČ, Radoslav. Ředitel pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. Praha, 11.1.2023

⁹ Časopis CzechIndustry. *Ekonomická diplomacie je významným nástrojem pro zvyšování prosperity a prosazování ekonomických zájmů v zahraničí*. Casopisczechindustry.cz [online]. © 2013–2020 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.casopisczechindustry.cz/products/ekonomicka-diplomacie-je-vyznamnym-nastrojem-pro-zvysovani-prosperity-a-prosazovani-ekonomickych-zajmu-v-zahranici/>

Dalším z cílů ekonomické diplomacie je ekonomická globalizace. Globalizace však dosáhnout pouhou diplomacií, z čehož plyne potřeba mezinárodní spolupráce založené na vhodném pochopení toho, co znamená ekonomická globalizace.¹⁰ Ekonomická globalizace je nejčastěji chápána jako široký mezinárodní pohyb zboží, kapitálů, služeb, technologie a informací. Obecněji obsahuje globalizaci produkce, trhů, práce, korporací a podobně.

Ekonomická diplomacie je součástí diplomacie, kde se začala výrazněji objevovat a samostatněji projevat kolem roku 1995. Zrodila se na ekonomicko-politickém pozadí celosvětového růstu po druhé světové válce. Součástí diplomacie byla samozřejmě odjakživa, ačkoliv se některé postupy s časem mění a inovují. Nedá se jednoznačně určit, že ekonomická diplomacie vznikla až po druhé světové válce. Jedná se spíše o transformační proces, který ekonomickou diplomacii více vymezoval a podporoval její součinnost s ostatními odvětvími diplomacie. V rámci novodobé historie se vývoj ekonomické diplomacie dělí na 3 základní etapy a to předválečný, poválečný vývoj a vývoj během studené války, během které byla ekonomická diplomacie upozaděna na úkor diplomacie vojenské a bezpečnostní.

Za první příklady ekonomické diplomacie v praxi se nejčastěji uvádí uzavření smlouvy o obchodu s vínem a látkami mezi Anglií a Portugalskem při válce o španělské dědictví, k jejíž uzavření byla potřeba využití ekonomické diplomacie. Opomenout se také ale nesmí dolarová diplomacie prezidenta USA Williama H. Tafta, ale především také jeho ministra zahraničí Phila C. Knoxe, která fungovala mezi lety 1908-1913 a dopadla fiaskem. Celý tento nápad byl inspirován diplomacií T. Roosevelta, který také nabízel půjčky státům Latinské Ameriky.

Pojem ekonomické diplomacie je v ČR poměrně mladým pojmem a historie na akademické půdě se dá spočítat v řádu třech desetiletí. O velký přínos a defacto o založení

¹⁰ CHATTERJEE, Charles. *Economic diplomacy and Foreign Policy – making*. ISBN: 978-3-030-49047-8 s. 8

v českém akademickém prostředí se zasloužila Judita Štouračová. Byla pomyslnou kmotrou české ekonomické diplomacie a stála u zrodu státních institucí na podporu vývozu. Byla vlastně první českou autorkou, která vymezila pomyslné hranice a pole působnosti ekonomické diplomacie v Česku a uvedla ve svých publikacích první definici těchto pojmů v roce 2008 a 2012. Po jejím fungování v roli první generální ředitelky agentury CzechTrade se stala i velvyslankyní ČR v Bělehradě. Štouračová mluví o ekonomizaci zahraniční politiky, respektive o ekonomické dimenzi zahraniční politiky, kdy zdůrazňuje vazbu na vnitřní hospodářskou politiku a ekonomickou diplomacii definuje ji jako specifickou oblast, respektive součást diplomacie a diplomatických služeb, zaměřenou na vytváření podmínek pro naplňování ekonomických zájmů v zahraničí, což představuje širší pojetí z makro pohledu a podporu obchodních a investičních aktivit národních podnikatelských subjektů při jejich vstupu na zahraniční trhy, lobování za jejich zájmy a podobně, což představuje pohled z mikro pohledu. Třetím odvětvím je oblast průřezových aktivit a služeb.

Jednodušeji řečeno ze širšího pohledu se jedná o náplň ekonomické diplomacie, která prosazuje vlastní zájmy dané země. Počítaje účast na vytváření mezinárodního ekonomického prostředí, především na půdě mezinárodních organizací ekonomického a finančního charakteru. Zástupcem těchto organizací je například členství a spolupráce s WTO a rozličnými agendami OSN. Ze zástupců finanční sféry je možno uvést Světovou banku.

Z užšího pohledu se jedná především o tu více zjevnou část ekonomické diplomacie, především pro českou veřejnost. Tou je podpora exportu a služeb s tím spojených. Mezi ně lze počítat například poradenství, vzdělávání, obchodní mise do zahraničí či na výstavy a veletrhy, úvěry a poskytování informací.¹¹ Pomocí těchto služeb a nástrojů je usnadňována práce jednotlivým podnikům při vstupu na světové trhy. Toto má každá země, která je suverénní výhradně pod svojí taktovkou, o jediném „omezení“ se dá mluvit až v případě charakteru služeb, kdy se samozřejmě smí nabízet pouze to, co je dovoleno.

¹¹ MARKOVÁ, Jana, Hana HAVLOVÁ a kol. *Ekonomická diplomacie nové doby*. Praha: Professional Publishing, 2020. ISBN 978-80-88260-44-8. s. 21

Tím je myšleno například omezení z ustanovení WTO, které se dá zjednodušit na to, že nelze finančně zvýhodňovat či naopak diskriminovat jednu stranu subjektu v rámci exportu.

Dělit se dá také v rámci jejího fungování, a to v zásadě na třech základních úrovních, kterými jsou národní, regionální a mezinárodní. V každé z těchto úrovní se technika diplomacie liší.

Ekonomická a obchodní diplomacie jsou poměrně často zaměňovány či brány jako jedno odvětví. Dle Sridharana je komerční diplomacie aspektem ekonomické diplomacie.¹² Dalo by se říci, že ekonomická diplomacie má širší záběr než diplomacie obchodní, která se zabývá především mezistátními transakcemi či obchodem. Co ale nelze popřít je to, že obě tyto odvětví mají za cíl reciprocitu mezi státy na základě bilaterálních smluv. Je nutné ale nezaměňovat reciprocitu za závislost, mezi čímž je poměrně tenká hranice.

Za součást ekonomické diplomacie by se dle některých pravidel mohla považovat i rozvojová spolupráce (pomoc). Jedná se o možnost, která je potencionálně schopna otevřít dveře k novým možnostem v zemích s velkým obchodním potencionálem.

Ekonomická diplomacie tvoří základ pro skutečnou spolupráci mezi státy a také tvoří základ sociálně-ekonomického rozvoje. Neměla by být chápána výhradně jako prostředek k získávání finanční pomoci.¹³

V devadesátých letech minulého století, kdy vzhledem k bilaterálnímu rozdělení světa zažila ekonomická diplomacie velký boom začali v mnoha zemích vznikat agentury na podporu obchodu či exportu. Jedná se například o Trade Promotion Organization, TPO. Vznikají také státní pojišťovací a bankovní instituce, které nabízí půjčky či státní garance. Některé, z těchto zmiňovaných institucí vznikali již dříve, například v Americe Eximbank, která existovala již od roku 1934. Nesmí být opomenuty ani vládní agentury,

¹² Sridharan, K. *Commercial Diplomacy and Statecraft in the Context of Economic Reform: The Indian Experience. Diplomacy and Statecraft*, vol. 13(2). 2002. 57–82.

¹³ CHATTERJEE, Charles. *Economic diplomacy and Foreign Policy – making*. ISBN: 978-3-030-49047-8 s. 7

kteří si kladou za cíl přitahovat investory ze zahraničí. Jedná se o Investment Promotion Agency, IPA a další organizace jí podobné. K této škále organizací se řadí i agentury na podporu turismu, které se snaží propagovat a ukázat zajímavosti a turistické destinace dané země, aby podpořili příliv turistů a tím i ekonomiku v rámci cestovního ruchu. Většinou jsou tyto organizace navázány na ministerstvo zahraničí nebo ministerstvo hospodářství, ekonomiky, obchodu či podobné. Do této škály se můžou řadit i další resorty, které mají spojitost se zemědělstvím a potravinářstvím či turismem. Do výše zmiňované struktury patří i organizace nevládní, hospodářské, obchodní a jiné komory či profesní a ekonomické svazy a sdružení, které se objevují nejen na domácí půdě, ale mají zastoupení i jako mezinárodní uskupení.

Celosvětová změna vnímání ekonomické diplomacie nastala po finanční a hospodářské krizi v letech 2007–2009. Byla ponaučením pro český stát k tomu, aby se v budoucnu smlouvy uzavíraly pečlivě a s veškerou obezřetností k tomu potřebnou. Zahraniční politika se od té doby přetransformovala na dosažení dvou zásadních cílů zahraniční politiky, a to především těch ekonomických a politických.

Po krizi se mezi nejzásadnější momenty řadí pokrok Číny a podobných rozvíjejících se mocností na úkor G7. Po krizi šlo mnohem více do popředí i domlouvání obchodních dohod na regionální úrovni a plurilaterální smlouvy, zatímco multilaterální šly do pozadí. Přetrvávají problémy spojené s finanční krizí jako takové, především ty dlouhodobé, jako je krize eurozóny. Jiná dynamika je také mezi domácími a vnějšími obchody, kdy je mnohem náročnější dosáhnout mezinárodních dohod.

Problémy, které se dříve řešily především na lokální úrovni, ať už národní nebo regionální se nyní stávají globálními. V reakci na ně vznikají nové a přizpůsobují se stávající či obnovené mezivládní instituce, rozšiřuje se víceúrovňová správa a aktéři, kteří se pohybují pod národní úrovní hrají větší roli. Vytvářejí složitější kombinace a soukromá partnerství.

Jedná se o novou dynamiku globálního vládnutí 21. století, kde je potřeba, aby se globální vládní instituce zaměřili na strukturu, fungování a dopad jednotlivých mezivládních institucí, především na jejich inovativní reakce vzhledem k narůstajícím globálním výzvám. Ovlivnění globálního dosahu nestátními subjekty. Zkoumání procesů

spolupráce, konkurence a konvergence mezi mezinárodními institucemi a také mezer v globální správě, jako je terorismus a nadnárodní zločin, které nejsou podřízeny žádné mocné mezinárodní instituci, která by měla na starost jejich kontrolu. V neposlední řadě je nutné se zaměřit na to, jak globální instituce reagují na klíčové problémy, jako je změna klimatu a zdraví.

Změna situace v České republice nastává i po jejím vstupu do EU v roce 2004. Byla možnost využít výhod bližších vztahů, ale především kladné využití Společné obchodní politiky, která umožňovala domluvu se třetími zeměmi, která pro ČR byla výhodnou. Jako benefit se dá uvést i sdílení unijních sankčních pravidel.

2 EKONOMICKÁ DIPLOMACIE ČESKÉ REPUBLIKY

V devadesátých letech minulého století zažila ekonomická diplomacie svůj vzestup do popředí díky upřednostňovanému tématu zahraniční politiky. Díky ní si vláda dokázala uvědomit, že může jednat v zájmu státu i pomocí právě jí. Vzniká tím propojení zahraniční a vnitřní politiky jako takové. Je vytvářen systém pro podporu vnitřních ekonomických vztahů, které se týkají exportu zboží nebo investic ze zahraničí. Pro tuto dobu bývá příznačné, že ekonomickou diplomacií se zabývají všechny subjekty, které se jakýmkoliv způsobem podílejí na zahraniční politice státu. Pro toto období jsou také charakteristické tři zásadní oblasti, kterým je obchod, zahraniční investice a vlastní podnikání v zahraničí a užití zahraniční spolupráce.

Česká republika se v devadesátých letech také zařadila mezi země, které po vzoru vyspělejších zemí začaly vytvářet svůj vlastní systém podpory vnějších vztahů a nakládat s pojmem ekonomické diplomacie.

Ekonomická diplomacie je poměrně jasně, dle rozdělení ministerstev a jejich pravomocí mezi Ministerstvo zahraničních věcí a Ministerstvo průmyslu a obchodu poměrně jasně duální. V některých verzích vnímání rozdělení modelů ekonomické diplomacie se toto rozdělení řadí so vnímání konkurenčního, z důvodu konkurence jednotlivých ministerstev v poli působnosti, a i přes několik dohod není jejich pole působnosti jasně vymezeno. I kdyby se dalo považovat za to, že jsou obě ministerstva zaměřeny na něco jiného a mají své odbory a jednotlivé kanceláře, jejich práce se prolíná.

Stěžejní bylo především to, že se v ČR dokázala shodnout MZV a MPO na tom, že je potřeba diplomacii, která fungovala před 30 lety transformovat, a to tím směrem, že musí dostat ekonomický rozměr.¹⁴ Do této doby bylo cílem vyslanců především sběr informací, hledání příležitostí pro jednání v politických záležitostech či vztahy s jinými zeměmi. Veškerá jednání se odehrávala především na politické úrovni. Do té doby nebylo standartní to, že se diplomat potká na přímém jednání s jakoukoliv firmou, vyhledává obchodní příležitosti či se vůbec pohyboval v obchodním světě jednotlivých destinací.

¹⁴ KLEPÁČ, Radoslav. Ředitel pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. [ústní sdělení] Praha, 11.1.2023

Podoba diplomacie byla do té doby aplikována velmi konzervativním pojetím a samotné jednání o obchodu bylo až tabuizovaným tématem. V historickém kontextu se dříve diplomacie na této rovině pohybovala. Nejen politická změna ale zapříčinila to, že pojem business se stal stále více skloňovaných pojmem a v diplomatickém prostředí stále vzbuzoval negativní a až korupční prostředí, kam diplomat nesmí ani vstoupit. Někteří z řad diplomatů se dokonce ohrazovali tím, že podobné kroky nemají v popisu práce.

O podobných zkušenostech vypovídá i osobní zkušenost jednoho z českých diplomatů v této době, Radoslava Klepáče, který se s podobným názorem potkával i přes to, že působil v pozici obchodně-ekonomického rady.¹⁵

Avšak v té době nová Česká republika potřebovala hledat obchodní partnery i v zahraničí, a právě chápání ekonomické diplomacie se rapidně změnilo. Přispěly k tomu i formální kroky, a to dohody o spolupráci, které byly podepsány mezi oběma ministerstvy. V této době se tedy jednalo o skutečnou transformaci myšlení a vnímání pojmu ekonomické diplomacie.

V této době byl také vytvořen informační diplomatický systém, který funguje dodnes. Zapisují se do něj informace, které se diplomatům podařilo získat v rámci vyjednávání s firmami. Pomocí serverů se sepsaná informace dostane do firem, v podobě, ve které si mohly prohlédnout co, kde a kdo poptává. Funguje i systém, díky kterému se vyhodnocuje, do jaké míry daný velvyslanec splňuje či nespĺňuje strategii ekonomické diplomacie.

V českém prostředí se dá za ekonomickou diplomacii podřadit také agrární diplomacie, která se týká obchodování se zemědělskými produkty.¹⁶

¹⁵ KLEPÁČ, Radoslav. Ředitel pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. [ústní sdělení] Praha, 11.1.2023

¹⁶ VESELÝ, Zdeněk. Diplomacie (Teorie-praxe-dějiny). Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-332-2 s.

Nedílnou součástí transformace československé ekonomiky na počátku devadesátých let bylo právě vytvoření institucí na podporu exportu.¹⁷ První byla otevřena v roce 1992, což byla Exportní garanční a pojišťovací společnost a.s., roku 1992 agentura pro zahraniční investice CzechInvest, 1995 Česká exportní banka a roku 1997 vládní agentura CzechTrade. První kroky těchto institucí nebyly vůbec jednoduché, vzhledem k tomu, že česká společnost neuměla docenit nové možnosti ekonomické diplomacie a proexportní politiky. V letech jejich vzniku to bylo nejenom pro českou společnost naprosté novum. Tehdejší vláda si uvědomila, že budoucí export je prioritou, obzvláště pro ekonomiku, jako je ČR, což je exportně orientovaná ekonomika. Z toho důvodu bylo žádoucí, aby bylo vynaloženo maximální úsilí a byla nabídnuta pomoc českým exportérům se uplatnit na zahraničních trzích, to bylo hlavním úkolem CzechTrade. CzechInvest měla za úkol přivést zahraniční investory do ČR.

Až na přelomu nultých let se začíná vytvářet ucelená koncepce exportní politiky. Touto dobou se pro ekonomickou diplomacii stává klíčové ministerstvo zahraničních věcí a ministerstvo průmyslu a obchodu. V Česku je od roku 2017 uzavřeno memorandum o spolupráci v oblasti ekonomické diplomacie mezi Ministerstvem zahraničních věcí ČR a Asociací krajů ČR. Byla uzavíraná s vidinou podpory proexportní politiky prosazováním regionálních podnikatelů v zahraničí a tím zvýšení výroby a podpory zaměstnanosti v ČR.¹⁸ Byla vytvořena také Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR, pro období let 2012–2020, jejímž podtitulem bylo „Zpět na vrchol“ a hlavním cílem bylo stanovené dostat Českou republiku mezi 20 nejvíce konkurenceschopných ekonomik světa.¹⁹

¹⁷ MARKOVÁ, Jana, Hana HAVLOVÁ a kol. *Ekonomická diplomacie nové doby*. Praha: Professional Publishing, 2020. ISBN 978-80-88260-44-8. s. 19

¹⁸ Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Ministerstvo zahraničních věcí vstupuje do krajů. Mzv.cz [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/archiv_zprav/rok_2017/tiskove_zpravy/x2017_06_16_mzv_vstupuje_do_kraju.html

¹⁹ Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období let 2012 až 2020. Mšmt.cz [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vyzkum-a-vyvoj/strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-cr-pro-obdobi-let>

Být součástí evropské unie České republiky přináší spousty výhod. Jednou z nich je i prosazování zájmů republiky. I přes jakékoliv výhrady vůči EU, kdy spousta z nich je rozhodně oprávněná a síla spojení členských zemí je silně převažující nad individuální silou jednotlivých zemí společenství. Vzhledem k tomu, že Česká republika je členskou zemí EU se dá říci, že pravomoci provádění zahraniční obchodní politiky, včetně jednotlivých jednání a navazování nových smluvních vztahů se třetími státy je předáno na vyšší úroveň. Neznamená to však, že by se Česká republika nemohla prosadit či vyjádřit svůj názor. Podobného jednání jsme mohli být svědky při dlouhých zasedáních EU ohledně smlouvy TTIP mezi USA a EU, kdy proces schvalování byl na dlouhou dobu pozastaven i díky negociačním vyjádřením zástupců z ČR.

V roce 2015 vláda České republiky schválila novou Koncepti zahraniční politiky České republiky s třemi základními cíli, kterými jsou bezpečnost, prosperita a udržitelný rozvoj a lidská důstojnost včetně lidských práv. Kromě toho stanovila také dva další národními cíle, kterými je služba občanům a dobré jméno České republiky.²⁰ Mezi nejpodstatnější země, se kterými je potřeba utvrdit, a především rozšířit spolupráci patří Spojené státy americké, Spolková republika Německo a Slovensko. Tato koncepce navazuje na předchozí koncepci, z roku 2011.

Co se týče pozice české republiky ve světě, tak v rámci makroúrovně se dá označit rozhodně za úspěšnou. Postupným budováním svého jména se Česká republika stala poměrně zajímavou zemí pro zahraniční investory. Nejsilnějšími stránkami je pro ně především poloha ČR a levná pracovní síla v porovnání s ostatními evropskými zeměmi. Dle MMF se řadí mezi 35 nejvyspělejších ekonomik světa.

Česká republika má také silné průmyslové zastoupení, které je v rámci EU porovnatelné s Německem. Otevřenost i díky silnému zastoupení průmyslu dosahuje 70 %. Zároveň je zde ale nedostatečně zastoupený faktor potravinové úrovně, který určuje spíše pasivní specializaci země. Dlouhodobým problémem, který je v rámci vysoké

²⁰ Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Koncepce zahraniční politiky ČR. [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: [Mzv.cz
https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/analyzy_a_koncepce/koncepce_zahranicni_politiky_cr.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/analyzy_a_koncepce/koncepce_zahranicni_politiky_cr.html)

inflace a pocovidové krizi v dnešní době opět aktuálnější je nerovnováha ve státním rozpočtu mezi příjmy a výdaji. Na svém největším potenciálu růstu se česká ekonomika ocitla v období mezi lety 2005–2007.²¹

Stále častěji skloňovaným tématem v posledních letech je propojení ekonomické diplomacie s diplomacií vědeckou, o kterém se zmiňuje i programové prohlášení vlády. Jedná se o možnost, jak posílit pozici České republiky v mezinárodní ekonomické konkurenci.

²¹ ŠTOURAČOVÁ, Judita a kol. *Systém řízení ekonomické diplomacie v České republice*. Praha, 2010. Projekt. Posilování sociálního dialogu s důrazem na modernizaci institucí, rozvoj lidských zdrojů a rozvoj kvality služeb sociálních partnerů. Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha, o.p.s. [Online]. [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.spcr.cz/files/cz/dokumenty/analyza.pdf>

3 AKTÉŘI A STRUKTURA EKONOMICKÉ DIPLOMACIE ČR

U účastníků ekonomické diplomacie jsou kladeny poměrně vysoké požadavky a očekávání. Jasným cílem je především jejich znalosti v rámci problematiky ekonomiky, jak ve své, tak jiných zemích, ale jedná se také o stránku správného vykonávání své práce, na úrovni, ačkoliv v tom prostředí mají již od začátku jasnou nevýhodu. Diplomaté, kteří chtějí dosáhnout těch nejlepších výsledků se musí seznámit s cizí řečí, tradicemi a zvyklostmi. Ekonomický diplomat by měl být člověkem se znalostmi a zkušenostmi v rozličných odvětvích. Ať už se jedná o historii, geografii, mezinárodní politiku, a především také techniky vyjednávání a komunikace.

Hlavním úkolem obchodně-ekonomického diplomata je zjednodušeně přetransformovat informaci z jednoho konce na druhý a sběr informací. To znamená zadání, který diplomat dostane, například od instituce, kterou může být ministerstvo nebo agentura. Prvotní zájem bývá nejčastěji, aby český exportér nebo firma získala příležitost v zemi, kde daný zástupce funguje. Aby česká firma znala co možná nejširší rámec podnikatelských možností, ale také limitů a restrikcí, které v dané zemích existují. To ale neznamená, že musí být nutně odborníkem na každé jednotlivé odvětví a znát do detailu fungování či výrobky firmy. Znění nejčastěji obsahuje vyhledání určitého dodavatele, navštívení firmy, rozhovor se zástupcem firmy a poskytnutí zpětné vazby instituci. Rozsah jednání není specificky vymezen, ale při jednání je držena zásada, že nezasahuje do toho, co mu nepřísluší. Je tam od toho, aby otevřel ty pomyslné dveře, kterými vstoupí obchodník a pokračoval v jednání či aby zajistil prvotní informaci o tom, zda se tam obecně nachází zájem o to, co firma vyrábí a následně tyto dvě strany propojil. To je jedním ze základních pomyslných limitů.

Tím druhým je že při podobné domluvě diplomat nikdy nevstupuje do obchodního ujednání. Je spíše takovým rádcem, kdy může informovat o situaci či zvyklostí dané země. Ať už se jedná o platební morálku či zřízení pojištění obchodu. Obchodní ujednání již přísluší jednotlivým firmám.

V náplni práce zástupce obchodně ekonomického úseku ale nejsou pouze návštěvy či vyhledávání obchodních nabídek a přenos informací. Možným propojením jednotlivých firem může být i formou seminářů. Ty je možno uspořádat v jiné zemi ve spolupráci s tamním ministerstvem. „*Například v Británii jsem měl možnost zúčastnit se jako jeden z vystupujících přibližně 30 seminářů, které se týkaly ČR. Jednalo se obchodní semináře o tom, jak se v naší zemi dá podnikat, jaká je zde podoba práce a co to obnáší.*“²² V tomto případě se jednalo o událost na přelomu tisíciletí, kdy se pro Británii ČR otevřela jako nová země k obchodu v rámci toho, že nově přistoupila do EU. Jak pro britské exportéry do ČR, tak pro všelijaké kooperační spolupráce, kdy podobné uskupení seminářů organizované Velkou Británií jsou jedním z příkladů. Čeští zástupci byli pouze přizváni k tomu odprezentovat jednotlivé možnosti. V rámci seminářů vystupovali i poradci z britských ministerstev, teritorialista, který měl na starosti země střední Evropy, bankéři a právníci.

Hlavními aktéry ekonomické diplomacie dělíme na dvě základní kategorie. První z nich jsou ti, kteří působí v zahraničí, mezi které řadíme diplomatická zastoupení, diplomatické pracovníky, představitele vládních tuzemských agentur, představitele nevládních organizací, reprezentanty podniků a představitele politického, veřejného a společenského života. Do druhé kategorie se řadí ti představitelé, kteří působí vnitrostátně. K těm patří ústřední orgány vlády, MZV, MPo, specializované vládní agentury, podnikatelské svazy, komory, asociace a subjekty podnikatelské sféry.²³

Z výše vyjmenovaných nositelů ekonomické diplomacie, největšími hybateli ze všech vyjmenovaných jsou diplomatictí pracovníci působící v zahraničí. Jsou přímými aktéry hájení ekonomických zájmů státu.

Mezi nástroje ekonomické diplomacie lze rozhodně řadit i mezinárodní smluvní ujednání, ty jednotlivé státy z pravidla buď chrání nebo jim umožňují snazší ekonomický růst v rámci zahraničí. V rámci zahraniční obchodní politiky je potřeba zmínit i systém bariér,

²² KLEPÁČ, Radoslav. Ředitel pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. [ústní sdělení] Praha, 11.1.2023

²³ ŠTOURAČOVÁ, Judita. *Ekonomická diplomacie České republiky*. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-86946-71-9. s. 36–37

mezi které patří cla a jiná netarifní opatření mezi dvěma státy, které mohou buď vést k příznivému vývoji jednotlivých ekonomických vztahů či naopak utvářet až protekcionistickou politiku státu a tyto vztahy nepodporovat. Rozsah toho, jak mohou jednotlivé země ovlivnit světové ekonomické poměry je samozřejmě rozdílná. Zmíněné smlouvy se dají považovat i za primární předpoklad k vzniku a zdařilého fungování rozličných vládních agentur a podobných institucí nebo se jim minimálně v této atmosféře lépe pracuje a vytváří nástroje podpory obchodu.

V počátku této podkapitoly je na místě si uspořádat základní strukturu institucí, které jsou zainteresované v ekonomické diplomacii.

Do první kategorie se řadí prezident, vláda a vládní instituce, mezi které se řadí především ministerstva. Následně instituce finanční podpory podnikání v zahraničí a vládní implementační agentury. Druhou kategorií jsou instituce reprezentované nevládními organizacemi.

Prezident je v rámci rozhodování zahraniční politiky podléhající vládě. Na jejímž návrhu a návrhu MZV jsou voleni i vedoucí diplomatických misí.

Vláda kromě vnitrostátních otázek řeší i zahraniční styky státu, jejichž znění je běžně stanoveno ústavou. Schvaluje a ujednává mezinárodní smlouvy, které na ně přenesl prezident republiky. Jednotlivé smlouvy mohou být dle oboru působnosti převeleny na jednotlivé členy vlády. Díky tomu se dá říct, že vláda má vzhledem k podobnému uskupení spíše reprezentativní povahu k cizině. V rámci úřadu vlády ČR existuje i Sekce pro evropské záležitosti.²⁴

Parlament má v rámci své působnosti také důležitou úlohu v oblasti mezinárodních vztahů. Poslanecká sněmovna schvaluje programové prohlášení vlády, čímž určuje cíle zahraniční politiky ČR. Podobným stylem jsou zakomponované do zahraniční politiky také zahraniční výbory obou sněmoven.

²⁴ VESELÝ, Zdeněk. *Diplomacie (Teorie-praxe-dějiny)*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-332-2 s. 97

Je důležité zmínit, že v oblasti ratifikace mezinárodních smluv je vyžadován souhlas Poslanecké sněmovny i Senátu.²⁵

Neopomenutelnými zástupci jsou také zástupci na poli paradiplomacie, což v tomto odvětví mají pod taktovkou hráči na regionální úrovni. Jednotlivé kraje či regiony mohou mít své vlastní zastoupení v rámci EU.

Zásadní roli v uskutečňování ekonomické diplomacie v České republice mají dvě ústřední ministerstva, a to Ministerstvo zahraničních věcí České republiky a Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Definice jejich pravomocí v poli ekonomické diplomacie je vymezena tzv. Kompetenčním zákonem. Jedná se o zákon č. 2/1969 Sb. O zřízení ministerstvem a jiných ústředních orgánů státní správy, ve znění pozdějších předpisů.²⁶

Jejich kooperace v tomto odvětví je ustálena dvěma dohodami. Jedna z nich je Dohoda o spolupráci MZV a MPo v otázkách spojených se zabezpečováním zahraničně obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby České republiky, která byla podepsána ministry v roce 1998, s úpravou roku 2000. Druhou z výše jmenovaných je Dohoda MZV a MPo o koordinaci činnosti podřízených příspěvkových organizací, jejichž aktivity se dotýkají zahraničně ekonomické činnosti, také podepsána ministry roku 1999.

V menším rozsahu se na ekonomické diplomacii podílí i další ministerstva, v zastoupení Ministerstva pro místní rozvoj ČR (MMR), Ministerstvo zemědělství ČR a Ministerstvo životního prostředí ČR. Opomenout se nedá ale ani úloha například Ministerstva financí a kooperace jednotlivých ministerstev v případě vyjednávání dohod, obchodu či exportu týkajících se jejich odvětví. Za příklad se dá uvést součinnost Ministerstva zdravotnictví v období koronavirové krize.

²⁵ VESELÝ, Zdeněk. *Diplomacie (Teorie-praxe-dějiny)*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-332-2 s. 97

²⁶ ŠTOURAČOVÁ, Judita. *Ekonomická diplomacie České republiky*. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-86946-71-9. s. 67

MZV je zodpovědným orgánem vlády za oblast zahraniční politiky státu. Za elementární cíl prohlašuje prosazování a obhajování národních zájmů a kooperaci na tvorbě mezinárodního prostředí, orientovaný na rozvoj politické a hospodářské spolupráce.

MZV má v dnešní době pod sebou celou síť zastupitelských úřadů po celém světě, v jehož gesci je bezpečnost a hájení politických zájmů Česka. Konečné důsledky jednotlivých kroků MZV nemusí zcela logicky být jednotné se zájmy podnikatelů z jednotlivých firem. Opravdová spolupráce je však důkazem, že pomyslný rozdíl cílů mezi těmito stranami se za poslední roky velice zúžila.

Struktura ministerstva zahraničních věcí je následovná. Ministr zahraničních věcí s dvěma náměstkyněmi, kteří byli dříve tři a státní tajemník. Dále se dělí na osm dalších sekcí či odborů dle zaměření.²⁷

V dnešním světě rozhodně také nelze opomenout sociální sítě Ministerstva zahraničních věcí. V momentální chvíli se nachází na platformě LinkedIn, Facebook či Instagram.

MPO je ústředním orgánem státní správy pro obchodní a zahraničně ekonomickou politiku, zahraniční obchod a podporu exportu. Je nositelem koordinace tohoto obchodu a politiky, včetně dohod, realizací obchodní spolupráce s mezinárodními organizacemi. Nese plnou odpovědnost za komplex ekonomické diplomacie, pod kterou spadá proexportní politika vlády, jejímž je koordinátorem.

Důležitost zastupitelských úřadů v České republice v zahraničí v pomyslném žebříčku v institucionální struktuře se nacházejí tak vysoko vzhledem k jejich aktivnímu působení přímo v zahraničí.

²⁷ Ministerstvo zahraničních věcí české republiky. Organizační schéma Ministerstva zahraničních věcí. *Mzv.cz* [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/file/4943704/Organigram_MZV_CZ_01022023.pdf

U vládních agentur na podporu exportu a zahraničních investic se jedná především o zastoupení organizací s ekonomicko-obchodním záměrem a propojenost s touto diplomacií. Je možnost je dělit do kategorií dle charakteru činnosti.

Prvním zástupcem jsou agentury s příslušností k MPo a MZV, mezi které patří CzechTrade, CzechInvest, Česká centra. Nabídka služeb, které mají v portfoliu tyto agentury, především Czechtrade a Czechinvest, vyústila v to, že mají v zahraničí velmi dobrou pověst. Především díky tomu, že ti, co hledali informace se cítili velmi dobře obslouženi a agentury měly možnost vyslat své zaměstnance do zahraničí.

Následují je agentury, které jsou určené k podpoře exportu pomocí zvýhodněného pojišťování a financování. Zástupci jsou EGAP a ČEB.

Dále hospodářská sdružení. Mezi nejdůležitější patří Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR, Agrární komora, výrobní asociace.

Agentura CzechTrade vznikla v roce 1997. Je známou proexportní organizací, která díky znalosti vnějších trhů je velice vyhledávaná českými exportéry či investory. Spolupracuje s různými zastupitelskými úřady ČR v zahraničí a má i svoje vlastní zastoupení ve více než 50 zemí a funguje pod Ministerstvem průmyslu a obchodu. Díky své nabídce a zajišťování služeb nabízí a staví dobrou pověst České republiky v zahraničí a je velice vyhledávanou institucí, pokud firmy hledají oblast či teritorium či podpořit svůj další rozvoj v zahraničí. Českým exportérům nabízí asistenční a poradenské služby, jejich cílem je se stát partnerem českých firem k internacionalizaci jejich podnikatelských aktivit.²⁸ Kromě svého primárního ústředí v Praze je agentura zastoupená také regionálně a to v podobě regionálních konzultantů v menších českých městech.

Agentura CzechInvest byla založena v listopadu roku 1992 při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Jedná se o příspěvkovou organizaci pro zahraniční investice. Její předchůdkyní byla Federální agentura pro zahraniční investice FAZI, která byla založena

²⁸ CzechTrade. Představení. *Czechtrade.cz* [online]. ©2016 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni>

v říjnu roku 1990 v reakci na pád komunistického režimu. Jejím cílem bylo zajistit změnu v rámci tržních principů, navázání vztahů v rámci celosvětových trhů a modernizaci. Její činnost za léta existence doznala velké profesionality, a především velkého renomé v zahraničí. Primárním cílem však zůstává prezentace České republiky jako možnost zajímavých a výhodných investic pro investory ze zahraničí. Tuto nejtěžší úlohu naplňují především pracovníci zahraničních kanceláří CzechInvest, kteří utváří obrázek České republiky, kterou se snaží, jako partnera nabídnout světových zemích, ve kterých ČR zastupují.

Česká centra jsou příspěvkovou organizací MZV. Zaměřují se na kulturu a vzdělávání, napomáhání cestovnímu ruchu a podpora zevní ekonomické spolupráce. Velkým dílem zastupují Českou republiku také ve smyslu veřejné diplomacie.

Agentura CzechTourism je státní příspěvkovou organizací, kterou zřizuje Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Jejím hlavním cílem je propagace České republiky ve světě, jako ideální destinací pro turismus.²⁹ Její reprezentace v rámci ekonomické diplomacie je spíše okrajová, ale je potřeba ji v kontextu ostatních vládních agentur rozhodně zmínit.

Česká exportní banka (ČEB) je bankovní institucí, která je součástí systému pro podporu exportu. Vznikla v březnu, roku 1995. Vznikla jako dceřiná společnost EGAP pro zvýhodněné financování vývozních úvěrů. Od té doby dopomohli exportu do 94 zemí, jehož objem přesáhl 380 miliard korun.³⁰ Je součástí budování pověsti a jména České republiky ve světě a pomáhají tvořit prostor pro české firmy a vytvořit jim podhoubí konkurenceschopnosti. Jejich předním cílem jsou těžko dostupné trhy, který mají ale největší potenciál k růstu. Českým firmám nabízí i poradenské služby v ohledu zahraničních trhů a jejich specifik. Nabídka služeb je velice pestrá. Od exportního poradenství, až po expanzi v zahraničí či investice v cizích zemích. Byla za Českou republiku zvolena pro výkon funkce tzv. Private Sector Liaison Officer (PSLO) pro

²⁹ CzechTourism. Základní informace. *CzechTourism.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Zakladni-informace-o-agenture-CzechTourism>

³⁰ Česká exportní banka. Profil banky. *Ceb.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.ceb.cz/o-bance/profil-banky/>

World Bank Group (WBG, skupinu Světové banky), která zahrnuje i International Finance Corporation (IFC)³¹. Jedná se o kontaktní síť pro spolupráci světových bank. Se soukromým sektorem. Cílem je jednodušší spojení se soukromým sektorem a WBG, vyjednávání obchodních možností, rozšíření povědomí o vyhlášených tenderech, podpora českých firem, jako součást rozvojových projektů a pořadatel obchodních misí či vzdělávacích seminářů.

Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) je nástrojem prosazování zájmu státu pro Ministerstvo financí. MF pokrývá také dohodu a dodržování bilaterálních smluv, které upřesňují zásadový rámec a pravidla po podnikání v zahraničí. Do této kategorie spadají zejména smlouvy o dvojím zdanění a o ochraně investic. Především se ale jedná o společnost, která se snaží především o pomoc českým exportérům a investorům. Byla založena v roce 1992 a často se stává, že bývá zaměňována či navazuje úzkou spolupráci s ČEB, vzhledem k jejich záměru.

3.1 NEVLÁDNÍ INSTITUCE

Podnikatelské asociace a svazy jsou častokrát společníkem nejenom při realizaci, ale i přípravách spousty projektů, které napomáhají vývozu produktů českých firem. Může se stát, že jejich politika se lehce kříží se zájmy MZV, ale v posledních letech se jim daří najít společnou řeč a tím pádem i zmíněné zájmy.

Hospodářská komora České republiky je největším představitelem podnikatelské oblasti. Kromě hospodářské komory, jako jednoho celku existují i regionální komory. Zastítují organizaci zahraničních misí. Jedná se o profesní sdružení firem, mluví a jedná za své členy, a především v jejich zájmu. Za zmínku stojí také například oddělená agrární komora, která má podobné dělení celku jako ta hospodářská. Jedná se o samosprávnou agrární organizaci, která sdružuje a zastupuje zemědělce, lesníky, potravináře, včelaře a jiné.

³¹ Česká exportní banka. Private Sector Liaison Officer (PSLO) pro World Bank Group (WBG, skupinu Světové banky). *Ceb.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.ceb.cz/pslo/>

V soupisu činností Svazu průmyslu a dopravy České republiky je přímo ekonomická diplomacie zmiňována jako jeden z hlavních cílů organizace. Jedná se o nepolitickou organizaci, která spojuje podnikatele ČR. Je největším zaměstnavatelským svazem, reprezentující přes 11 tisíc firem, které mají dohromady téměř 1,5 milionu zaměstnanců. Jejich členy je kolem 150 firem, ale také několik desítek oborových asociací. Původní Český svaz průmyslníků byl založen s koncem první světové války, v roce 1918. Tento svaz s významným postavením a polem působnosti se tedy může náležitě přičítat historii delší, než 100 let.

Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky (AMSP ČR) byla založena roku 2001 a reprezentuje nejširší podnikatelský segment ČR. Kromě malých a středních podniků zastřešuje také spolky, cechy a sdružení zastupující konkrétní profesní zájmy. Financována je z členských příspěvků a vlastní ekonomickou činností. Díky odborným výborům je podporou pro exportní politiku, výzkum, vývoj a inovace, financování, daně, sociální politiku, dotace a vzdělávání.³²

Asociace exportérů, pomáhá českým vývozcům. Funguje již 15 let Vznikla již před 15 lety, jako reakce na silnou korunu v tomto období, kdy na 180 podniků podepsalo výzvu ČNB. Nejzásadnějším požadavkem bylo snížení úrokových sazeb, což banka zanedlouho potom opravdu učinila. Jejím primárním cílem je zvyšování konkurence schopnosti vnitrostátních firem.³³

Tyto organizace zastřešuje Enterprise Europe Network (EEN), která pomáhá podnikům inovovat a růst v mezinárodním měřítku. Jedná se o největší světová podpůrnou síť pro malé a střední podniky s mezinárodními ambicemi. Síť je aktivní po celém světě. Sdružuje odborníky z členských organizací, mezi které se řadí obchodní a

³² Asociace malých a středních živnostníků české republiky. O nás. *Amsp.cz* [online]. © 2017 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://ampsp.cz/asociace-malych-a-strednich-podniku-a-zivnostniku-ceske-republiky-ampsp-cr/>

³³ Asociace exportérů. Historie asociace exportérů. *Asociaceexporteru.cz* [online]. © 2017 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.asociaceexporteru.cz/historie/>

průmyslové komory, regionální rozvojové organizace univerzit a výzkumných ústavů či inovační agentury.³⁴

Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) je mezinárodní organizace, která pracuje na vytváření opatření pro lepší život. Jejich cílem je vytvářet opatření, která podporují prosperitu, rovnost a blahobyt pro všechny. Spolu s vládami, tvůrci politik a občany pracují na vytvoření mezinárodních standardů založených na důkazech a na hledání řešení řady sociálních, ekonomických a environmentálních problémů. Od zlepšování ekonomické výkonnosti a vytváření pracovních míst až po podporu silného vzdělávání a boj proti mezinárodním daňovým únikům.³⁵

3.2 NÁSTROJE EKONOMICKÉ DIPLOMACIE

Nástroje ekonomické diplomacie se dělí dle funkce a podstaty. Prvním dělením je rozdělení na přímé a nepřímé. Do přímých nástrojů ekonomické diplomacie se řadí například vývozní úvěry, a státní záruky za ně či vývozní subvence, které slouží k podpoře vývozu zemědělských komodit v rámci EU. K přímým nástrojům patří také investiční pobídky od CzechInvest. Mezi nepřímé nástroje řadíme bilaterální a multilaterální dohody, neformální kontakty státních představitelů a s tím spojené především poradenské služby v podobě například konzultací. Jedná se také o propagaci země ve světě, kam se řadí například i v následující kapitole blíže přiblížená výstavnická činnost.

Druhým dělením je pozitivní a negativní diplomacie. V rámci pozitivní diplomacie se dá hovořit o všech zástupcích přímé i nepřímé ekonomické diplomacie, při kterých je potřeba finanční podpory, lidskými zdroji a správně určeného pole působnosti. Stěžejním

³⁴ Enterprise Europe network. About us. *Een.ec.europa.eu* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://een.ec.europa.eu/about-enterprise-europe-network>

³⁵ The Organisation for Economic Co-operation and Development. About. *Oecd.org* [online]. © 2017 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/about/>

je také spolupráce s podnikateli.³⁶ Mezi negativní ekonomickou diplomacii řadíme sankce, cla, neudělení licence pro dovoz či vývoz či zmrazení aktiv státu či jeho příslušníků. I Ty se dělí na dvě podoblasti, kdy jednou z nich je embargo, které zakazuje jakýkoliv vývoz do země a bojkot naopak zakazuje jakýkoliv vývoz ze země. Tento druh diplomacie slouží především k vyjádření nesouhlasu, nejčastěji s politickými kroky dané země. Negativní prostředky jsou nejčastěji používány jako trest, který neslouží k nutnému zlepšení situace, ale ke stížení podmínek pro danou zemi. Jedná se o jeden z posledních prostředků před zahájením použití vojenské moci.

Česká rozvojová agentura (ČRA nebo také CzechAid) vznikla v roce 2008 a je vládní agenturou, jejímž cílem jsou úkoly v oblasti zahraniční rozvojové spolupráce. Jedná se o implementační agenturu Ministerstva zahraničních věcí. Jejími předními třemi cíli je snížení chudoby, zlepšení kvality života a udržitelnost ve světě. Nejstěžejnějším bodem zůstává chystání projektů dvoustranné zahraniční rozvojové spolupráce s následnou subvencí. Jedná se o moderní dárcovskou agenturu spolupracující s veřejnou správou, neziskovým sektorem, univerzitami, výzkumnými institucemi a soukromým sektorem.³⁷

Takzvaná souhrnná teritoriální informace (STI) je nástrojem ke snazší organizaci nejenom výprav delegací za cílem různých veletrhů či oborových výstav se pravidelně aktualizuje tzv. souhrnná teritoriální informace, dále již jen STI. STI je základním, volně přístupným, komplexním a faktografickým materiálem, který poskytuje informace o politickém a ekonomickém stavu daného státu.³⁸ Jedná se o pravidelně aktualizovaný soubor, který sestavuje velvyslanectví ČR, je sestavován z veřejných zdrojů a zpracovává

³⁶ SANER, Raymond, YIU, Lichia. *International economic diplomacy: Mutations in post-modern times*. In: *diplomacydialogue.org* [Online]. © 2003. [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <http://www.diplomacydialogue.org/images/files/20030109-DP-DSP.pdf>

³⁷ Česká rozvojová agentura. O nás. *Czechaid.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <http://www.czechaid.cz/o-nas/>

³⁸ Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Souhrnná teritoriální informace. *Mzv.cz* [online]. ©2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/oslo/cz/obchod_a_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace/index.html

se zvláště pro každou zemi. Nabízí informace o investičních možnostech, ale i o případných omezeních či výstrahách v jednotlivých zemích.

Dalším a poněkud zásadním způsobem v lepší orientaci v ekonomické diplomacii pro pozorování ekonomických trendů jednotlivých zemí je i každoročně zpracovávaná Mapa oborových příležitostí, někde uváděna jako mapa strategických příležitostí, která letos vyšla již pošesté a klade si za cíl českým firmám poskytnout informace pro jednodušší vstup na zahraniční trhy. Vzhledem k tomu, že vychází každý rok nová, snaží se vždy přizpůsobit měnící se poptávce trhu a vytváří ji čeští ekonomičtí diplomaté v zahraničních úřadech ve spolupráci se zástupci agentur na podporu exportu.

Pod ministerstvem fungují i projekty ekonomické diplomacie, konkrétně pod odborem ekonomické diplomacie (OED), který je součástí sekce mimoevropských zemí, ekonomické a rozvojové spolupráce (SED). Vedoucím tohoto oddělení je PhDr. Marek Svoboda. V pozici ředitele funguje již od roku 2014. Oddělení je zjednodušeně zodpovědné za to, aby posbíralo náměty a podněty od jednotlivých obchodních radů či vedoucích ekonomicko – obchodních úseků z českých ambasad v zahraničním zastoupení různě po světě. Následným cílem je nashromáždit návrhy projektů ekonomické diplomacie, kdy následně penzum všech těchto projektů MZV odsouhlasuje v návaznosti na rozpočet, který je na daný rok vyčleněn. Po schválení projektu následuje jednání s protistranou.

Nedají se opomenout také konzultace s ekonomickými diplomaty a zástupci, které jsou již tradiční formou události na poli agentury CzechTrade ve spolupráci s MZV, MPO a SPaD. Tyto konzultace jsou nabízeny zdarma v kratším časovém úseku dvaceti minut především pořádány jako jednotná akce či potom v součinnosti s agenturou se dají konají také po předchozí domluvě.

Trochu odlišnou formou probíhá služba Klientského centra pro export, které poskytuje konzultace ohledně exportu a investic a o jejich novinkách a příležitostech. Rozdíl je především v tom, že vybraný proexportní specialista se zákazníkovi věnuje od samého začátku, představením příležitostí a možností, které Vám následně pomáhá realizovat. Jedná se také o službu, která je poskytována zdarma a úzce souvisí s Katalogem služeb Jednotné zahraniční sítě. Jedná se o projekt Ministerstva zahraničních

věcí ČR, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a agentury CzechTrade upravený patřičnými dohodami.³⁹

Vypsané projekty ekonomické diplomacie se označují zkratkou PROPED, které vznikají v součinnosti s MPO a kladou si za cíl podporu exportu a aktivit s tím spojenou pro české firmy. PROPEdy existují i na jiných ministerstvech, například na MZe. O těchto projektech ale MZV ví, jelikož si je musí naplánovat do svého rozpočtu. MZe tuto možnost má, protože v zahraničních zastupitelských úřadech mají i své zástupce, zemědělské obchodní rady. Ti se vyskytují spíše ve vzdálenějších destinacích, jako je USA. či Tyto projekty mají nepřeborné množství podob. Může se jednat o obchodní misi ČR do zahraničí, která může být doprovázena i programem. V rámci programu je možnost nasmlouvat návštěvy ve firmách, setkání několika firem na jednom místě, které může probíhat ve spojení například s HK, svazem průmyslu a dopravy či jiným odborovým sdružením. Hlavním cílem těchto výprav je firmám zajistit potencionální partnery k jednání. Další možností tohoto projektu je i návštěva veletrhu, on sights visits. V roce 2022 bylo k realizaci vybráno 224 projektů.

Kromě PROPEdů jsou vytvářeny také projekty na podporu ekonomických aktivit PROPEA, které podporují aktivity v zahraničí. Tento program funguje díky využití služeb zahraničních expertů. Je uskutečňován spoluprací Ministerstva zahraničních věcí ČR, Hospodářskou komorou ČR a Svazem průmyslu a dopravy ČR. Hlavním cílem je poskytnutí expertních služeb českým firmám na zahraničních trzích, snížení rizik při vstupu na zahraniční trhy, ale také podpora českých firem, jejichž aktivity v zahraničí nejsou pouze export, ale spíše investice. Tyto služby jsou poskytovány s cenovým zvýhodněním při 30 % spoluúčasti firem.⁴⁰

Cílem zelené linky pro export je zprostředkování informací o exportu podnikatelům. Slouží především k časovému zefektivnění kontaktu se státní organizací a jejím cílem je

³⁹ Ministerstvo zahraničních věcí. Nástroje ekonomické diplomacie pro podporu českých exportérů. *Mzv.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/nastroje_ekonomicke_diplomacie/index.html

⁴⁰ Czech business support. Propea. *Propea.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://propea.cz>

poskytovat účinnou informační asistenci. Funguje již od roku 2006 pod zákaznickým centrem MPO. Linka vznikla i díky tomu, že byla součástí exportní strategie na období 2006-2010.⁴¹

V rámci ekonomické diplomacie hrají zásadní roli také dokumenty pro její snazší a lepší fungování. Prvním z vydávaných dokumentů je Exportní strategie ČR. Jedná se o dokument, který vytyčuje rámec strategické proexportní politiky. Pojednává o aktivitách a opatření, které mají být prostředkem k naplnění cílů.⁴² Dalším důležitým dokumentem je Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období let 2021 až 2020. Jejím účelem bylo připravit Českou republiku na globalizovaný svět, která byla složena dle definice Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), dle které konkurenceschopnost vychází ze schopnosti produkovat zboží a služby, s předpokladem obstát na světovém trhu a schopnosti udržovat či zvyšovat reálné HDP.⁴³

Podobné dohody, jako ty o volném obchodu (FTA) jsou pro zemi velikosti či typu České republiky jednoznačně obrovskou podporou. Toto tvrzení je možno jednoduše potvrdit obchodními statistikami.

Agentura CzechTrade provozuje webové stránky businessinfo.cz, které vznikly v roce 2001. Hlavní snahou bylo sjednotit různorodé informace státní správy do uceleného a přehledného celku. Web je koncipovaný jak pro začínající, ale i velmi pokročilé exportéry, ale také pro novináře, zahraniční podnikatele či širokou veřejnost zájímající se o podobné dění. Na webu je široká škála témat, kterým se věnuje. Jedná se především o export, v podobě zahraničně-obchodních informací. Informace k veřejným

⁴¹ Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Zelená linka pro export. Mpo.cz [online]. © 2005 - 2021 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/zelena-linka-pro-export/zelena-linka-pro-export--222289/>

⁴² Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Ministerstvo zahraničních věcí vstupuje do krajů. Mzv.cz [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/archiv_zprav/rok_2017/tiskove_zpravy/x2017_06_16_mzv_vstupuje_do_kraju.html

⁴³ Vláda České republiky. Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky, s. 5. Vlada.cz [online]. © 2023 [cit. 2022-11-05]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/Strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-Ceske-republiky.pdf>

zakázkám a dotacím vypsaných EU, změn pravidel či nařízení v rámci EU a formování pozice v rámci této instituce. Jsou ale zde shromážděny na jednom místě i formuláře, informace o mimořádných projektech. Businessinfo.cz je dostupné i v cizích jazycích jako reprezentace ČR pro zahraniční potencionální investory.⁴⁴

Informační proexportní systém na podporu obchodu CRM IS SINPRO 3.0 slouží pro sběr informací pro podnikatele – stávající i potenciální exportéry a pro interní potřebu řízení procesů agentury CzechTrade,⁴⁵

Časopis Moderní ekonomická diplomacie je vydáván MZV a je určen především exportérům z české republiky. Vychází vždy jednou za 2 měsíce a jsou v něm uvedeny užitečné situace ohledně zahraničních trhů a služeb, které je možné využít v rámci sítě MZV po celém světě. Přináší novinky ohledně akcí pořádaných ministerstvem či financování exportu. Sleduje trendy světové ekonomiky a přináší informace o českých úspěších.⁴⁶ Některé, a i další články je možnost vidět také na webových stránkách export.cz

International Chamber of Commerce (ICC), v českém překladu a použití se jedná o Mezinárodní obchodní komoru, která světovou organizací, která si klade za cíl podporu obchodu a pomoc podnikatelům při integraci do stále integrovanější světové ekonomiky. Její globální síť zahrnuje přes 6 milionů firem, obchodních komor a podnikatelských sdružení, které posbírala během její více jak sto leté existence. Zástupci jsou z více jak 130 zemí světa. Členové organizace se podílí na řešení obchodních problémů.⁴⁷

⁴⁴ Businessinfo. O portálu. Businessinfo.cz [online]. © 1997–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/o-portal/>

⁴⁵ Autocont. Informační systém SINPRO 3.0 pro Českou agenturu na podporu obchodu/CzechTrade. Autocont.cz [online]. © 1997–2023 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.autocont.cz/reference/Informacni-system-SINPRO-3-0#>

⁴⁶ Moderní ekonomická diplomacie Ministerstva zahraničních věcí České republiky. O nás. Export.cz [online]. © 1997–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.export.cz/o-nas/>

⁴⁷ Mezinárodní obchodní komora České republiky. O ICC ve světě. Icc-cr.cz [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.icc-cr.cz/cs/o-icc/icc-ve-svete>

V ČR je zastoupená pomocí Národního výboru, který si za cíl klade začlenění českých podniků do světového dění. ČR je díky tomu součástí utváření stanovisek ICC, ke kterým může navrhnout připomínky ve prospěch svých zástupců.⁴⁸

CzechAccelerator je akceleračním programem CzechInvestu. V její nabídce je tříměsíční pobyt v zahraničních akcelarátorech a to hned v těch nejvýznamnějších oblastech, jako je Silicon Valley, New York, Singapur a Londýn. V rámci této služby nabízí poradenské služby, mentoring, účast na propojovacích společenských akcích, ochrana duševního vlastnictví a případně asistence přímo na místě dění.⁴⁹

⁴⁸Mezinárodní obchodní komora České republiky. ICC Česká republika. icc-cr.cz [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.icc-cr.cz/cs/o-icc/icc-ceska-republika>

⁴⁹ Czechstartups. [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechstartups.org/infrastructure/czechaccelerator/>

4 VELETRHY, JAKO NÁSTROJ EKONOMICKÉ DIPLOMACIE

Pokud se ohlédneme do minulosti veletrhu a výstav, dalo by se za první reprezentaci podobných akcí jistě dalo počítat již setkávání nejenom na řemeslných trzích již ve středověké společnosti. Následně se dá hovořit o existenci evropských trhů ve 12. století, které se postupně rozšiřují díky rozvoji manufaktury ve století 16. První světová výstava průmyslu se konala roku 1851 v Londýně. O dnešním, moderním výstavnictví se dá hovořit od roku 1895 po představení prvních vzorkových veletržích v Lipsku. Největší transformaci však podoba veletržnictví absolvovala po 2. světové válce, kdy veletržnictví bylo bráno jako návrat do starých kolejí průmyslu, ekonomiky a podobně. V dnešní době by se to dalo přirovnat k povodňové době, kdy veletrhy se pozvolna, ale poměrně úspěšně zpět vrací k dobám před tímto náročným obdobím.

Názory odborníků se na budoucnost a jejich smysl liší. Někteří zmiňují vysoké veletržní náklady vystavovatelů k samotné účasti a také nedostatečnou transparentnost veletrhů, která pouze utvrzuje napětí ohledně jejich budoucího fungování. Klade se otázka, zda jsou veletrhy v době nadměrné internetové komunikace dostatečným vyrovnáním nejenom za finanční náročnost účasti, ale i za logistickou náročnost přípravy celé účasti firmy na veletrhu. Podstatným prvkem je stále v povodňové době stále ustupující trend osobního setkávání.

4.1 VELETRHY BRNO

BVV organizuje veletrhy v České republice nejenom na výstavišti v Brně, ale organizuje také veletrhy v Praze či na jiných místech. Jsou také zprostředkovatelem účasti českých firem na zahraničních veletržích a díky tomu jsou vlastně i vývozcem služeb. Ředitel pro vnější vztahy, Radoslav Klepáč, jako zástupce za BVV obdržel ocenění z rukou ministra dopravy Kupky diplom za exportéra roku, ačkoliv nikoho primárně nenapadne, že brněnské veletrhy by podobné ocenění mohly získat. Většinou společnost automaticky napadne automobilka Škoda auto, která je již po 27 let je tímto titulem pravidelně oceňována. Objektivně je ale mnohem jednodušší tento titul získat, pokud produkuje produkt, jako je automobil. Každý, kdo si u BVV objedná službu

výstavby veletržního stánku v zahraničí, například v Dubaji si danou službu objedná z jiné země, to znamená že se jedná o vývoz služeb, ve kterém je BVV poměrně aktivní. Tyto služby jsou hojně využívány i díky jejich komplexní nabídce. Ať už vezmeme v potaz kontakt s jednotlivými velvyslanci v zahraničí, komunikaci s obchodními rady ohledně projektů ekonomické diplomacie, kde je možnost diskuze o uskutečnění realizace některých z nich na mezinárodních veletrzích, jako je MSV či IDET. Pokud se na podobné spolupráci domluví, podepisuje se následná dohoda. Podobná jednání probíhají 2-3 roky před konáním samotného veletrhu.

Společnost Veletrhy Brno a.s. (zkráceně stále používající zaběhnutou zkratku BVV) zaujímá většinovou část na trhu veletržních služeb v České republice. Tradice výstav roku se datuje až do roku 1928, díky čemuž se Brno může pyšnit pověstí veletržního města. Od roku 2016 je jediným akcionářem společnosti město Brno.⁵⁰

Samozřejmě covidová doba zasáhla nejenom BVV, ale celkové pole výstavnictví, kdy spousta událostí odsunula, posunula či naprosto zhatila. Nyní je jasným cílem vrátit se zpět k mezinárodním veletrhům za účasti zahraničních delegací. K tomu je potřeba učinit firemní rozhodnutí, kterými zajistí příjezd nejenom zahraničních delegací, ale i vystavovatelů a návštěvníků. Za tímto cílem BVV spravuje vlastní síť zahraničních zástupců, kteří momentálně působí ve 32 zemích světa. Pro představu to funguje podobně, jako kdyby MZV mělo ambasády ve stejném počtu zemí. V každé z těchto zemí mají zástupce, který hájí jejich zájmy. Snaží se o získání vystavovatelů, kteří by se chtěli zúčastnit některého z veletrhů, které BVV organizuje. Jedná se o obchodní zástupce, jejichž zastoupení se budovalo po mnoho let. Zastoupení v jednotlivých zemích je pohyblivé, někdo někde skončí, v jiné zemi zase přibude nebo se zástupce vymění. Tito zástupci fungují ryze na obchodních principech. To znamená, že pokud se mu povede přivést vystavovatele na veletrh, dostane provizi, která se počítá dle zakoupených m2 prostoru, které si daný vystavovatel na dobu veletrhu pronajme. I díky tomu se jim daří držet vysoký podíl zahraničních vystavovatelů velmi vysoko. Na MSV je kolem 50 %

⁵⁰ Veletrhy Brno. O společnosti Veletrhy Brno. Bvv.cz [online]. © 2023 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.bvv.cz/veletrhy-brno/spolecnost/>

vystavovatelů ze zahraničí. Pro BVV jsou stěžejními zástupci v Německu a ve Francii. Pro tyto obě země fungují zástupci, kteří fungují v Praze. Za Německo je to česko-německá obchodní komora, která je celoněmeckou organizací v Německu a má svoje pobočky po celém světě. Partnerem pro Francii je zase francouzsko-česká obchodní komora.

Aby se veletrhu zúčastnili zahraniční vystavovatelé, musí se dojednávat a konzultovat jak s velvyslanectvími, tak s obchodními zástupci. Ideálním a stavem, a zároveň nejjednodušší cestou je v tomto případě, pokud se tito 2 lidé v zahraničí potkávají či se znají. V rámci organizace zahraničních misí ať už z ČR do zahraničí či naopak se většinou podílí HK, regionální komory, Svaz průmyslu a dopravy, oborové svazy. Pro příklad MSV se spolupracuje se svazem strojírenské technologie.

Nejčastěji bývají již zmiňované obchodní mise pořádány na veletrh strojírenského průmyslu MSV a či na veletrhu zemědělské techniky TechAgro.

Veletrhy, jako je MSV nesou svou tradici. V roce 2022 byl již 63. ročník mezinárodního strojírenského veletrhu. To upevňuje jeho pozici a dá se s přehledem označit za největší strojírenský veletrh ve střední Evropě. Na každý ročník se organizátoři snaží najít pro veletrh partnera v podobě jedné země. Roku 2017 byla hlavním partnerem Indie, v jiných ročnících například Turecko, Čína, Německo.

To sebou přirozeně nese všechna aranžmá, časové rozvrhy, organizace vystavovatelů, delegací, seminářů, prezentací, konferencí a workshopů.

Jedná se vlastně o takový marketing jednotlivých oblastí či zemí, s výhledem lepších nabídek a výsledků. BVV si nechalo udělat průzkum mezi firmami, kde z 3000 respondentů jich 79% napsalo, že veletrh je pro ně neodmyslitelným marketingovým nástrojem a nedokážou si bez něj svou marketingovou strategii představit. Pro každou z těchto zemí z toho automaticky plyne větší publicita, větší povědomí o od prezentovaných produktech, možnost podepsání různých dohod či setkání smíšených komisí.

Obecně nemusí mít nutně rámec účasti pouze na veletrzích, ale může se vybrat jiné datum či propojit to s nějakou větší, obsáhlejší misí, kdy se veletrhy stanou pouze jednou ze

zastávek. V roce 2021 byl o rozhodnutí uspořádat veletrh i přes to, že se počítalo s tím, že nebude taková účast vystavovatelů, kterou se veletrh mohl pyšnit v minulých ročnících. Místo 1600 se jich zúčastnilo kolem 800. Bylo otázkou, zda stojí podobný krok za pomyslné snížení úrovně veletrhu, zda budou firmy spokojené a spoustu dalších. Vystavovatelé byli předem upozorňováni, že celý veletrh bude v menším měřítku. I přes to se jim povedlo domluvit zahraničního partnera veletrhu. Již při rozhodování, zda se bude veletrh vůbec konat probíhala setkání ve Francii, kde se projednávala jejich účast. Jejich spolupráce se domluvila prezentováním největšího průmyslového regionu ve Francii, kolem města Lyon, který je známý pod jménem Auvergne-Rhones-Alpes. I po této menší verzi veletrhu byli natolik spokojeni že se rozhodli kontaktovat jejich obchodního zástupce, že by se chtěli stát partnery i ročníku následujícího. Na tomto příkladu můžeme vidět vliv jednotlivých zástupců, kteří jsou vlastně takovým pomyslným nástrojem BVV, které využívají.

Na tomto případě si můžeme ukázat participanty ekonomické diplomacie. Ať už je to český úřad v Paříži, velvyslanec Michel Fleischmann, organizátoři BVV, česká delegace se zástupci české vlády a vlastně každý jiný, kdo se toho zúčastnil si to může přičíst jako svou zásluhu.

V rámci české delegace se posledního ročníku zúčastnil premiér Petr Fiala, předseda senátu Miloš Vystrčil a ministr průmyslu a obchodu Jozefa Síkelu. která se během návštěvy stánku potkala s guvernérem regionu Auvergne-Rhones-Alpes Laurentem Wauquiezem. V rámci naplánované trasy delegace se zástupci ČR potkali se zástupci Rakouska, Maďarska, Slovenska, Tchaj-wanu a dalších zemí či vystavovatelů. Z firemního pohledu se jednalo o jednu z nejdůležitějších činností protokolu, které zastřešuje Mgr. Radoslav Klepáč.

Tím se dostáváme k dalšímu bodu, které musí organizátoři veletrhů v rámci jedné akce zastřešit. Dojednat jednotlivá jednání, naplánovat a domluvit trasu delegace. Obeznámit zástupce jednotlivých zemí. Tyto kroky jsou dopředu předjednané s protokolem.

MSV roku 2022 politicky navazoval na převzetí českého předsednictví v radě EU, které ČR přebírala od Francie. To znamená, že politický kontext spočíval v tom, že v datumu

MSV se mohlo odehrát spoustu z nutných kroků. Nemuselo to nutně být stěžejním důvodem účasti, ale velmi dobře to zapadlo do kontextu.

„Podstata veletrhu, jako je setkávání face to face, podávání rukou a kompletně všechno, co se kolem toho děje, to pořád ještě zaplat' pánbůh tomu fyzickému naturelu lidstva neuteklo, a proto ten veletrh pravděpodobně stále bude mít v některých těch oblastech nezastupitelné místo. To nám dává optimismus do budoucna“⁵¹

Konkurencí veletrhů není jenom to, že existují i jiní organizátoři veletrhů ale i to, že se v rámci republiky udělá obdobný veletrh. Tento příklad existuje například s veletrhem IDET, kdy velmi podobným je k němu veletrh Future Forces. Pár let se bojovalo o to, že nemá smysl mít v jedné zemi natolik obdobné veletrhy, následně se ty hranice vymezili i časově, kdy se každý veletrh koná jednou za 2 roky.

Vzhledem ke zkušenostem autorky textu, jako externí redaktorky v průběhu veletrhů a její účasti využití nástrojů ekonomické diplomacie v přímém přenosu se přínos veletrhů, jako součást ekonomické diplomacie rozhodně nedá popřít. Ačkoliv je škála veletrhů velice rozmanitá, ať už co se portfolia nabídky týče, tak i cílem jednotlivých vystavovatelů, kterých chtějí na veletrhu docílit a tím i uzpůsobením stánku či portfolia a programu v rámci daného veletrhu. Těmito nejčastějšími cíli bývá buď setkávání s již stálými obchodními partnery, uzavírání nových obchodních smluv a kontraktů, představení jejich portfolia či novinky, kterou uvádí na trh.

Tato zkušenost se opět nejlépe uvádí na příkladu MSV, jelikož se jedná o největší ze zástupců mezinárodního veletrhu z portfolia BVV, kde v posledním ročníku tohoto veletrhu, jak už je uvedeno v předchozí kapitole byl francouzský region Auvergne-Rhône-Alpes. V předním zastoupení regionu se veletrhu zúčastnil vice-prezident regionu pro mezinárodní vztahy Philippe Meunier, který v rámci účasti vyzdvihl vrůstající spolupráci mezi českými a francouzskými společnostmi a k účasti na veletrhu se vyjadřuje následovně: *„Rozhodli jsme se tento veletrh podpořit, protože když čelíme krizi, je třeba nacházet dobré spojence. Byli jsme zde loni, jsme tu letos a budeme tu i příští*

⁵¹ KLEPÁČ, Radoslav. Ředitel pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. [ústní sdělení] Praha, 11.1.2023

*rok. Chceme naše vztahy dále posilovat, a právě průmysl je důležitý pro vytváření nových šancí.*⁵². Na tomto ročníku se předvedlo rekordních 28 francouzských firem.

Na stejném ročníku veletrhu se přijel prezentovat také široký zástup spousty jiných firem či regionů nebo spolkových zemí podporované vládou či proexportní institucí, například ze spolkové německé země Bavorska, Maďarska, Moldavska, Polska, Rakouska, Slovenska, Tchajwanu a poprvé se MSV 2022 kolektivně zúčastnila šestice firem z Finska, která se prezentovala v oblasti digitalizace.

S mezinárodní účastí se také pojí účast delegací, kde nebylo zastoupení pouze české, ale také například z indického státu Tamil Nadu a německé spolkové země Sasko-Anhaltsko.

Zdánlivě snižující se důležitost konání veletrhů ale stále vyvracují ohlasy vystavovatelů či jednotlivých účastníků delegací z veletrhů, ve kterých je často skloňováno navázání nových kontaktů, zachycení pozornosti potenciálních kupujících, představení a dostání do povědomí nového produktu, rozšiřování reputace v povědomí zákazníků a konkurence ale i ve smyslu marketingového nástroje, kde v rámci veletrhu v tomto oboru můžete využít hned několik příležitostí. Nejedná se ale pouze o navazování kontaktů s novými zákazníky, ale také o získání kontaktů, které mohou posloužit například ve výrobě či představení řemesla či produktu odborným školám. Na druhou stránku samozřejmě slouží k prohlubování vztahů s již stávajícími zákazníky či obecněji jako společenskou událost. Už jenom ten fakt, že se potká tolik lidí z oboru na jednom místě není zcela běžné a z organizačního hlediska vůbec jednoduché.

Výše zmiňovaný MSV ale není jediným veletrhem, s takto pozitivními ohlasy a s prvky na tolik výrazné ekonomické diplomacie. Autorka práce se domnívá, že větší trend podobného ekonomicko-diplomatického setkávání se uskutečňuje především na B2B veletrzích, které jsou určené především pro odbornou veřejnost, ne nutně pro

⁵² Veletrhy Brno. Mezinárodní strojírenský veletrh se vrací na předcovidovou úroveň. Bvv.cz [online]. © 2023 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.bvv.cz/msv/aktuality/mezinarodni-strojirensky-veletrh-se-vraci-na-predcovidovou-uroven/>

širokou. Mezi tyto veletrhy můžeme řadit například veletrh Opta, což je mezinárodní veletrh oční optiky, optometrie a oftalmologie. Veletrh EmbaxPrint a SalimaTech, kde dokonce je možné v tomto případě pozorovat vývoj z klasického veletrhu Salima, který sloužil především pro širokou veřejnost, což byl mezinárodní potravinářský veletrh do veletrhu SalimaTech, který představuje především potravinářskou technologii. Právě na brněnských veletrzích se tento veletrh převtělil do Festivalu chutí, který se má konat v tomto roce. Následuje se tak trend různých zaměřených gastronomických festivalů, jako je například Burgerfest, Ice cream festival či plánovaný Gastro festival s podporou Makra v O2 Universu.

Pokud si budeme chtít představit tento rozměr v menším měřítku, než je MSV, který má mezinárodní renomé a obrovský počet vystavovatelů, rozhodně se dá určit veletrh Opta, který se konal v březnovém termínu roku 2023. V rámci sběru ohlasů vystavovatelů bylo na veletrhu často skloňovaným tématem opět navazování kontaktů, ale i návštěvnost z různých světových zemí, ať už jejich obchodních partnerů, zástupců či odběratelů jejich produktu.

ZÁVĚR

Jako celek práce poskytla vhléd do aktuálního stavu ekonomické diplomacie a používaných nástrojů v České republice. Poukázala i na poměrně dobré postavení v rámci světového žebříčku nejenom díky fungování vládních agentur a kooperace ministerstev také s nevládními agenturami.

V rámci práce byl představen samostatný pojem ekonomické diplomacie. Mnohé pojetí a vymezení tohoto pojmu v České republice i ve světě. Odlišné vnímání nejenom pojmu, ale také jejího vymezení, které se do dnešní doby stále velmi liší. Spolu s definicí pojmu byl představen i vývoj ekonomické diplomacie, který jde ruku v ruce s její definicí a formováním obrázku o tomto oboru, a především vnímání její důležitosti.

Pomocí vymezení pozice České republiky na světovém trhu byla představena ekonomická diplomacie České republiky, která byla blíže představena i ve druhé kapitole, kde byla vymezena působnost jednotlivých organizací a tím i struktura ekonomické diplomacie České republiky, včetně jejich reprezentantů a hráčů na tomto poli působnosti. V rámci následující kapitoly byla čtenáři představena struktura kooperujících ministerstev, české zastoupení v zahraničí, vládní agentury pro podporu exportu či přílivu zahraničních investic a v neposlední řadě také oborové svazy a představení jejich práce a pomoci pro utváření jména ČR ve světě. V této kapitole jsou také představeny funkce a výhody jednotlivých nástrojů ekonomické diplomacie, ať už vládních nebo nevládních agentur. Jedná se o širokou škálu portfolia, kterou může potenciální exportér či investor využít v případě, že chce prorazit na jiný trh. Nejedná se ale pouze o nástroje, které může využít jen tato skupina, ale i ve svůj prospěch česká ekonomika. Důležitou roli hrají i jednotlivé informační kanály, ať už se jedná o časopis či webové stránky spravované ministerstvy nebo sociální sítě, kde můžeme pozorovat nejnovější dění ve světě ekonomické diplomacie

V poslední kapitole bylo představeno již v předchozích kapitolách několikrát zmiňované veletržnictví, jako nástroj ekonomické diplomacie, které je přiblíženo na konkrétním příkladu Veletrhů Brno a.s., kde je možno se dozvědět, že zdánlivě upadající forma přímého setkávání a promování služeb či produktu v dnešním online světě, ba naopak roste na významu a je stále důležitou součástí portfolia nejenom marketingu, ale

také prezentace. Slouží ke sběru kontaktů pro stále poměrně velké množství vystavovatelů z různých odvětví. Kromě vystavovatelů se jedná také o podstatný nástroj pro prezentaci různých zemí, jejich možností a představení jejich produktů. V této kapitole je také vhléd Mgr. Radoslava Klepáče, ředitele pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. o fungování zákulisí přípravy veletrhů, jejich samotného fungování a i dopady, úspěchy, či historii veletrhů. Tento vhléd je podpořen i vlastní zkušeností autorky, která se jako redaktorka několika veletrhů zúčastnila.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

KLEPÁČ, Radoslav. Ředitel pro vnější vztahy Veletrhy Brno a.s. [ústní sdělení, nahrávka] Praha, 11.1.2023

MARKOVÁ, Jana, Hana HAVLOVÁ a kol. *Ekonomická diplomacie nové doby*. Praha: Professional Publishing, 2020. ISBN 978-80-88260-44-8.

ŠTOURAČOVÁ, Judita. *Ekonomická diplomacie České republiky*. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-86946-71-9.

ŠTOURAČOVÁ, Judita a kol. *Systém řízení ekonomické diplomacie v České republice*. Praha, 2010. Projekt. Posilování sociálního dialogu s důrazem na modernizaci institucí, rozvoj lidských zdrojů a rozvoj kvality služeb sociálních partnerů. Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha, o.p.s.. [Online]. [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.spcr.cz/files/cz/dokumenty/analyza.pdf>

UTHMANN, J. *Diplomaté. Státní aféry od dob faraónů po současnost*. Brno: Bonus Memorabili, 1998. ISBN 80-7242-000-3 s. 149

VESELÝ, Zdeněk. *Diplomacie (Teorie-praxe-dějiny)*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-332-2

Seznam použitých zahraničních zdrojů

BAYNE, Nicholas, Stephen WOOLCOCK. *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in international economic relations*. 4th ed. London and New York: Routledge, Taylor & Francis group, 2017. ISBN 9781472483195

CHATTERJEE, Charles. *Economic diplomacy and Foreign Policy – making*. ISBN: 978-3-030-49047-8

PIGMAN, Geoffrey, Allen. *Contemporary diplomation*. 1st edition. Cambridge: Polity Press, 2011. ISBN 978-074564796

SANER, Raymond, YIU, Lichia. *International economic diplomacy: Mutations in post-modern times*. In: [diplomacydialogue.org](http://www.diplomacydialogue.org) [Online]. © 2003. [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <http://www.diplomacydialogue.org/images/files/20030109-DP-DSP.pdf>

Sridharan, K. *Commercial Diplomacy and Statecraft in the Context of Economic Reform: The Indian Experience*. *Diplomacy and Statecraft*, vol. 13(2). 2002. 57–82.

Seznam použitých internetových zdrojů

Asociace exportérů. Historie asociace exportérů. *Asociaceexporteru.cz* [online]. © 2017 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.asociaceexporteru.cz/historie/>

Autocont. Informační systém SINPRO 3.0 pro Českou agenturu na podporu obchodu/CzechTrade. *Autocont.cz* [online]. © 1997–2023 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.autocont.cz/reference/Informacni-system-SINPRO-3-0#>

Asociace malých a středních živnostníků české republiky. O nás. *Amsp.cz* [online]. © 2017 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://ampsp.cz/asociace-malych-a-strednich-podniku-a-zivnostniku-ceske-republiky-ampsp-cr/>

Businessinfo. O portálu. *Businessinfo.cz* [online]. © 1997–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/o-portalu/>

CzechInvest. O nás. *Czechinvest.cz* [online]. ©1994–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/CzechInvest/O-nas?force>

Czechstartups. CzechAcceleator. *Czechstartups.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechstartups.org/infrastructure/czechaccelerator/>

CzechTourism. Základní informace. *CzechTourism.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Zakladni-informace-o-agenture-CzechTourism>

CzechTrade. Představení. *Czechtrade.cz* [online]. ©2016 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni>

Časopis CzechIndustry. Ekonomická diplomacie je významným nástrojem pro zvyšování prosperity a prosazování ekonomických zájmů v zahraničí. *Casopisczechindustry.cz* [online]. © 2013–2020 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.casopisczechindustry.cz/products/ekonomicka-diplomacie-je-vyznamnym-nastrojem-pro-zvysovani-prosperity-a-prosazovani-ekonomickych-zajmu-v-zahranici/>

Česká centra. O nás. *Czechcentres.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechcentres.cz/about-us>

Česká exportní banka. Profil banky. *Ceb.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.ceb.cz/o-bance/profil-banky/>

Enterprise Europe network. About us. *Een.ec.europa.eu* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-05]. Dostupné z: <https://een.ec.europa.eu/about-enterprise-europe-network>

Exportní a garanční pojišťovací společnost. Profil. *Egap.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.egap.cz/cs/profil>

Hospodářská komora České republiky. O nás. *Komora.cz* [online]. © 2017–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.komora.cz/o-nas/>

Mezinárodní obchodní komora České republiky. ICC Česká republika. *Icc-cr.cz* [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.icc-cr.cz/cs/o-icc/icc-ceska-republika>

Mezinárodní obchodní komora České republiky. O ICC ve světě. *Icc-cr.cz* [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.icc-cr.cz/cs/o-icc/icc-ve-svete>

Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Zelená linka pro export. *Mpo.cz* [online]. © 2005 - 2021 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/zelena-linka-pro-export/zelena-linka-pro-export--222289/>

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období let 2012 až 2020. *Mšmt.cz* [online]. © 2013–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vyzkum-a-vyvoj/strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-cr-pro-obdobi-let>

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Souhrnná teritoriální informace. *Mzv.cz* [online]. ©2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/oslo/cz/obchod_a_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace/index.html

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Mapa globálních oborových příležitostí. *Mzv.cz* [online]. ©2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/mapa_globalnich_oborovych_prilezitosti/index.html

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Ministerstvo zahraničních věcí vstupuje do krajů. *Mzv.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/archiv_zprav/rok_2017/tiskove_zpravy/x2017_06_16_mzv_vstupuje_do_kraju.html

Moderní ekonomická diplomacie Ministerstva zahraničních věcí České republiky. O nás. *Export.cz* [online]. © 1997–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.export.cz/o-nas/>

Svaz průmyslu a dopravy České republiky. O nás. *Spcr.cz* [online]. © 2017–2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.spcr.cz/o-nas>

The Organisation for Economic Co-operation and Development. About. *Oecd.org* [online]. © 2017 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/about/>

Veletřhy Brno. Mezinárodní strojírenský veletrh se vrací na předcovidovou úroveň. *Bvv.cz* [online]. © 2023 [cit. 2023-03-04]. Dostupné z: <https://www.bvv.cz/msv/aktuality/mezinarodni-strojirensky-veletrh-se-vraci-na-predcovidovou-uroven/>

SEZNAM ZKRATEK

AMSP – Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

ČEB – Česká exportní banka

ČR – Česká republika

EEN – Enterprise Europe Network

EGAP – Exportní garanční a pojišťovací společnost

EU – Evropská unie

FTA – Dohody o volném obchodu

HDP – Hrubý domácí produkt

HK – Hospodářská komora České republiky

ICC – International Chamber of Commerce

IFC – International Finance corporation

IPA – Investment promotion agency

STI – Souhrnná teritoriální informace

MF – Ministerstvo financí

MMR – Ministerstvo místního rozvoje ČR

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu

MZV – Ministerstvo zahraničních věcí

OECD – The Organisation for Economic Co-operation and Development, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj

OED – Obor ekonomické diplomacie

SPaD – Svaz průmyslu a dopravy

PROPED – Projekt ekonomické diplomacie

PROPEA – Projekt ekonomických aktivit

PSLO – Private Sector Liaison Officer

TPO – Trade. Promotion. Organization

WBG – World Bank Group, Skupina světové banky

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Zuzana Žáčková

Obor: Mezinárodní vztahy a diplomacie

Forma studia: Prezenční

Název práce: Nástroje ekonomické diplomacie v ČR

Rok: 2023

Počet stran textu bez příloh: 41

Celkový počet stran příloh: 0

Počet titulů českých použitých zdrojů: 6

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 5

Počet internetových zdrojů: 25

Vedoucí práce: PhDr. Jana Marková Ph.D.