

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2015

Jana Bizoňová

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE

Fakulta mezinárodních vztahů

Hlavní specializace: Mezinárodní politika a diplomacie

Vstup českých malých a středních podniků na čínský trh

Diplomová práce

Vypracovala: Bc. et Bc. Jana Bizoňová

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Zuzana Stuchlíková, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Vstup českých malých a středních podniků na čínský trh“ vypracovala samostatně. Veškerou použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v přiloženém seznamu literatury.

V Praze dne

.....

Podpis

Poděkování

Děkuji vedoucí mé diplomové práce, paní doc. Ing. Zuzaně Stuchlíkové, Ph.D., za její cenné rady a připomínky, které mi poskytla během zpracování této práce, a mé rodině a partnerovi za jejich podporu během celého studia.

Obsah

ÚVOD.....	1
1 Ekonomická diplomacie.....	4
1.1 Teoretické vymezení a modely ekonomické diplomacie.....	5
1.2 Ekonomická diplomacie v ČR	9
1.3 Formulace ekonomické diplomacie ČR.....	15
2 Česká ekonomická diplomacie v Číně	24
2.1 Zahraníční obchod ČR s Čínou.....	25
2.2 Vývoj česko-čínských vztahů	29
2.3 Lidská práva v Číně jako výzva české ekonomické diplomacie.....	37
3 České malé a střední podniky a jejich vstup na čínský trh.....	42
3.1 Význam malých a středních podniků pro českou ekonomiku a export	43
3.2 Vstup malých a středních podniků na čínský trh	45
3.3 Státní podpora MSP při vstupu na čínský trh	58
3.4 Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků	79
ZÁVĚR.....	86
Seznam použité literatury	91
Seznam příloh	99

Seznam grafů, tabulek a schémat

Seznam grafů

Graf 1: Nominální HDP, celkový vývoz a dovoz ČR a podíl vývozu a dovozu na HDP v mld. Kč a %, 2013.....	16
Graf 2: Poměr států EU a států mimo EU na celkovém vývozu a dovozu ČR, 2005-2013, v mld. Kč	18
Graf 3: Vývoz, dovoz a bilance zboží ČR s ČLR v letech 2000 – 2014, v mld. Kč	27
Graf 4: Zbožová struktura vývozu ČR do ČLR v roce 2014, v %	28
Graf 5: Zbožová struktura dovozu ČR z ČLR v roce 2014.....	29
Graf 6: Vývoz a dovoz MSP v letech 2011-2013, v mil. Kč.....	43

Seznam tabulek

Tabulka 1: Hlavní oblasti podpory exportu ČR pro období 2012-2020.....	19
Tabulka 2: Projektové karty Exportní strategie pro období 2012-2020	19
Tabulka 3: Teritoriální struktura českého zahraničního obchodu za rok 2014, mil. Kč a % ...	25
Tabulka 4: Česko-čínská setkání na nejvyšší úrovni v roce 2014.....	36
Tabulka 5: Plánovaná česko-čínská setkání na nejvyšší úrovni v roce 2015.....	37
Tabulka 6: Kategorie MSP a jejich kritéria podle EU	42
Tabulka 7: Základní kroky MSP pro úspěšný vstup na čínský trh.....	45
Tabulka 8: Možnosti dopravy zboží do Číny	57
Tabulka 9: Čtyři pilíře státní podpory českého exportu	60
Tabulka 10: Schválené projekty ekonomické diplomacie v Číně na rok 2015	61
Tabulka 11: Plánované veletrhy s českou oficiální účastí v Číně na rok 2015	67
Tabulka 12: Možnosti státní podpory MSP při vstupu na čínský trh	77
Tabulka 13: Balíčky služeb agentury CzechTrade do roku 2013, ceny bez DPH.....	84

Seznam schémat

Schéma 1: Průnik možného a žádoucího v zahraniční politice ČR vůči Číně	40
---	----

Seznam zkratek

AMSP ČR	Asociace malých a středních podniků České republiky
B2B	Obchodní vztahy mezi firmami (Business-to-Business)
CT	Agentura na podporu exportu CzechTrade
ČEB	Česká exportní banka, a.s.
ČLR	Čínská lidová republika
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.
ČSÚ	Český statistický úřad
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.
ES	Evropské společenství
ESVO	Evropské společenství volného obchodu
FMZO	Federální ministerstvo zahraničního obchodu
GATT	Všeobecná dohoda o clech a obchodu (General Agreement on Tariffs and Trade)
GK	Generální konzulát
JV	Spolupráce dvou či více podniků (Joint Venture)
KCE	Klientské centrum pro export
MMF	Mezinárodní měnový fond
MOFCOM	Ministerstvo obchodu Čínské lidové republiky
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malé a střední podniky
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
OEÚ	Obchodně ekonomický úsek
OPPI	Operační podnikatelský program inovací
SEZ	Speciální ekonomická zóna
SMK	Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012-2020
STI	Souhrnná teritoriální informace
V4	Visegrádská skupina či Visegrádská čtyřka
WFOE	Společnost stoprocentně vlastněná zahraničním investorem (Wholly Foreign Owned Enterprise)
WTO	Světová obchodní organizace (World Trade Organization)
ZÚ	Zastupitelský úřad

ÚVOD

Česká republika je malou, proexportně zaměřenou ekonomikou, která vyvází do zemí EU a OECD více než 90 % celkového objemu svého vývozu.¹ Ekonomická krize z roku 2008 a další události světové ekonomiky (rusko-ukrajinský konflikt, bezpečnostní situace v Sýrii a Iráku) ukázaly, že závislost české ekonomiky na několika vybraných trzích může mít negativní dopady na vývoj zahraničního obchodu ČR. Diverzifikace exportních trhů je ústředním tématem Exportní strategie ČR 2012-2020, která definuje prioritní země českého exportu, mezi nimiž je i Čínská lidová republika (dále také „ČLR“ nebo „Čína“). ČR ji považuje za jednoho ze svých nejdůležitějších zahraničních obchodních partnerů. Přesto je třeba podotknout, že země EU stále představují a i v budoucnu budou představovat nejdůležitější odbytiště českého exportu.

Čínská lidová republika bývá často označována jako tzv. late-comer neboli velmoc, která se do mezinárodního obchodu zapojila až výrazně později než současné nejvyspělejší země světa. Přesto je dnes jednou z nejrychleji rostoucích ekonomik a měřeno velikostí HDP také největší ekonomikou světa.² Čínský ekonomický a sociální rozvoj s trhem čítajícím více než jednu miliardu spotřebitelů je s velkým zájmem sledován po celém světě a dělí společnost na dva názorově protichůdné tábory. Skeptici se obávají dlouhodobě vysokého ekonomického růstu, který by mohl vést až k přehřátí ekonomiky a následné recesi, realitní bublině a dalším problémům vyvolaných hlavně státem podporovanou urbanizací. Optimisté naopak vidí v čínské ekonomice zejména nenasycený trh lačný po produktech západní kvality a renomé, který evropské ekonomiky vzpamatovávající se z finanční krize zoufale potřebují.

Vstup zahraničního zboží či služeb na čínský trh ale není snadnou záležitostí. Odlišná kultura a obchodní prostředí, vzdálenost, jazyk, hodnoty a složitý administrativní aparát se spoustou protekcionistických opatření dělá z Číny jeden z nejtěžších exportních trhů na světě. Přesto je možné na něm uspět. Českým firmám se to v minulosti povedlo a některé z nich si získaly velmi dobrou pověst, na kterou by současní čeští exportéři rádi navázali. Oporou by jim v tom měl být stát, jehož prioritou je především obchodní spolupráce s Čínou, která se však neobejde bez dobrých politicko-diplomatických vztahů a kvalitní ekonomické

¹ Zdroj: HECZKOVÁ, M. Fakta o obchodě Česka se zahraničím. In: Statistika&My [online]. 09/2014. [cit. 1.2.2015]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/09/fakta-o-obchode-ceska-se-zahranicim/>

² Aktualizovaná data o vývoji světové ekonomiky a velikosti HDP Číny měřeného paritou kupní síly informoval v říjnu 2014 Mezinárodní měnový fond. Zdroj: IMF. World Economic Outlook: Legacies, Clouds, Uncertainties [online]. October 2014 [cit. 3.1.2015]. ISBN: 978-1-48438-0-666. Dostupné z: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/>

diplomacie. V roce 2014 oslavily ČLR a ČR 65. výročí navázání diplomatických styků. Přestože byly vzájemné vztahy v minulosti opakovaně narušovány, ČR aktivně usiluje o prohloubení vzájemných vazeb, které by napomohly českým exportérům, zejména pak těm ze segmentu malých a středních podniků, považovaným za motor ekonomiky, při jejich vstupu na čínský trh.

Autorka si v předložené diplomové práci s názvem „Vstup českých malých a středních podniků na čínský trh“ klade dva hlavní cíle: prvním cílem je analyzovat českou ekonomickou diplomacii jako nástroj, resp. prostředek zahraniční politiky státu k prosazování jeho ekonomických zájmů a cílů v zahraničí, konkrétně pak zájmů a cílů týkající se proexportní politiky státu; a druhým cílem je zjistit, zda mají české malé a střední podniky možnost využít státní podpory exportu ve všech fázích vstupu na čínský trh.

Autorka v práci využívá metodu literární rešerše, komparaci, analogii, analýzu a syntézu. Kvantitativní metody využívá jen zprostředkovaně prostřednictvím výsledků již zpracovaných průzkumů.

Práce je rozdělena do tří kapitol. V první kapitole autorka objasňuje pojem ekonomická diplomacie a její vztah k zahraniční (hospodářské) politice státu a uvádí přehled pěti základních modelů řízení ekonomické diplomacie ve světě. Následně se podrobněji zabývá českým modelem a poukazuje zejména na jeho nedostatky, které vychází z nejasného vymezení kompetencí jednotlivých aktérů české ekonomické diplomacie, a na dosavadní snahy tyto nedostatky odstranit. V závěru kapitoly autorka analyzuje dva základní vládní dokumenty formulující ekonomickou diplomacii ČR: Exportní strategii ČR 2012-2020 a Koncepci zahraniční politiky ČR z roku 2011 a 2015.

Druhá kapitola je zaměřena na realizaci české ekonomické diplomacie v Číně. Autorka analyzuje česko-čínský zahraniční obchod a předkládá možná vysvětlení nízkého objemu českého exportu do Číny. Vedle ekonomických vztahů se zabývá také vývojem politicko-diplomatických vztahů, které do jisté míry předurčují úspěchy vzájemného obchodu mezi zeměmi.

Třetí kapitola se věnuje malým a středním podnikům a jejich významu pro českou ekonomiku a export. Zdůrazňuje, že přestože je segment malých a středních podniků považován za tahouna nejen české, ale i unijní ekonomiky, při vstupu na čínský trh je sužován nedostatkem finančních i lidských zdrojů nutných pro překonání čínských kulturních i obchodních odlišností a specifik. Autorka v této části využívá také vlastních zkušeností ze stáže na pobočce Agentury na podporu exportu CzechTrade (dále také „agentura“ nebo „CzechTrade“) v Šanghaji, při které měla příležitost hovořit se zástupci českých malých a

středních exportérů, a definuje osm základních kroků pro úspěšný vstup malých a středních podniků na čínský trh.

Autorka v této kapitole mapuje možnosti státní podpory malých a středních podniků, které plánují vstoupit na čínský trh a analyzuje služby a produkty čtyř hlavních aktérů systému podpory exportu ČR vhodných pro malé a střední podniky – Ministerstvo zahraničních věcí, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Českou exportní banku a Exportní a garanční pojišťovací společnosti. V závěru třetí kapitoly autorka sumarizuje, jaké služby a produkty stát nabízí v jednotlivých krocích vstupu malých a středních podniků na čínský trh a prostřednictvím výsledků průzkumů Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (dále také „AMSP ČR“) zjišťuje, jak jsou čeští exportéři spokojeni se státní podporou exportu.

V samotném závěru práce autorka předkládá možné důvody nespokojenosti českých exportérů a nastiňuje jejich řešení.

V práci se vyskytuje řada čínských slov, které autorka nepřepisuje do české transkripce a používá anglický přepis vycházející z pinyinu.³ V české transkripci jsou ponechána pouze často užívaná čínská slova (např. Šanghaj, Peking), jejichž český přepis je již zažitý.

Práce se zabývá pouze celkovým vývozem a dovozem či vývozem a dovozem zboží. Český statistický úřad totiž nezveřejňuje zahraniční obchod službami mezi ČR a Čínou. Z údajů uvedených na webu businessinfo.cz vyplývá, že vývoz služeb činil v roce 2013 pouze asi 5 % celkového českého vývozu do Číny. Autorka navíc předpokládá, že exportéři ze segmentu malých a středních podniků vyvážejí na čínský trh především zboží.

Autorka připouští, že v závěru své práce využívá výsledků starších průzkumů (z let 2009 a 2012), které by mohly přinést nepřesnosti. Důvodem je především neexistence novějších průzkumů, které by se týkaly spokojenosti českých exportérů se státní podporou exportu v rozsahu použitých starších průzkumů. Tato skutečnost by neměla mít na závěry této diplomové práce významnější vliv, neboť výsledky průzkumů z let 2009 a 2012 se významněji neliší.

³ Pinyin je oficiální fonetický systém transkripce mandarínské výslovnosti čínských znaků, který využívá latinku.

1 Ekonomická diplomacie

Obory zahraniční politika a diplomacie jsou si velmi blízké a zejména v tisku a médiích často dochází k jejich zaměňování. Diplomacie včetně diplomacie ekonomické ale představuje pouze jednu z mnoha cest, jakými lze dosáhnout vytyčených cílů státu v zahraničí. Rozdíl mezi zahraniční politikou a diplomacií blíže vysvětluje odborník na mezinárodní právo Vladimír Outrata: „*Zahraniční politika, popřípadě mezinárodní politika se někdy ztotožňují s diplomacií. Správně by bylo třeba ponechat termín diplomacie k označení té metody zahraniční politiky, která se snaží dosáhnout zamýšlených cílů vyjednáváním mezi státy.*“⁴ Základními funkcemi diplomacie je usnadňování komunikace mezi politickými představiteli států a dalšími aktéry světové politiky, vyjednávání smluv, shromažďování informací o zahraničí, minimalizace konfliktů a tzv. symbolická funkce, navázání diplomatických vztahů.⁵

Obor diplomacie můžeme dělit podle předmětu vztahů, kterými se zabývá, na poměrně oddělené samostatné podobory. Jedná se například o diplomacii bezpečnostní, vojenskou, ekonomickou, kulturní, veřejnou, sportovní, agrární aj. Od konce studené války se spolu s uspořádáním mezinárodních vztahů mění i význam jednotlivých zdrojů moci státu pro naplňování jeho mocenských cílů. Zatímco význam vojenské síly státu ustupuje vlivem rostoucí globalizace a ekonomické propojenosti světa do pozadí, nejvýznamnějším zdrojem moci se stává síla ekonomická, která například podle Petra Robejška určuje diplomacii.⁶

Ekonomizace mezinárodních vztahů vede k růstu významu ekonomické diplomacie, která zaujímá v oboru diplomacie stále významnější místo a představuje ekonomickou dimenzi zahraniční politiky státu.⁷ V tomto duchu pojímá zahraniční politiku také Česká republika, v jejíž Koncepci zahraniční politiky z roku 2011⁸ jsou uvedeny pouze tři základní dimenze zahraniční politiky: politická, bezpečnostní a ekonomická. Vojenská dimenze zde zcela chybí.

⁴ OUTRATA, V. Mezinárodní právo veřejné. Praha: Orbis, 1969. S. 11. University of Minnesota

⁵ DRULÁKOVÁ R., DRULÁK, P. Tvorba a analýza zahraniční politiky. 2., přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. S. 33-34. ISBN 80-245-1184-3

⁶ ROBEJŠEK, P. Diplomacii musí určovat ekonomika. Magazín Obchod, Kontakt, Marketing. 10/2001, S. 4

⁷ ŠTOURÁČOVÁ, J. a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie [online]. Praha: Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha, o.p.s., 2010 [cit. 5.3.2015]. S. 14. Zpracováno pro Svaz průmyslu a dopravy ČR. Dostupné z: <http://www.spcr.cz/files/cz/dokumenty/analiza.pdf>

⁸ ČR. Ministerstvo zahraničních věcí ČR. Koncepce zahraniční politiky České republiky [online]. Schváleno vládou ČR dne 20. července 2011 [cit. 12.12.2014]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/vyrocní_zpravy_a_dokumenty/koncepce_zahranicni_politiky_ceske.html

1.1 Teoretické vymezení a modely ekonomické diplomacie

V teorii mezinárodních vztahů existuje mnoho různě odlišných definic diplomacie a ekonomické diplomacie.⁹ Tato práce vychází výhradně z definic českých autorů, a to hned ze dvou důvodů. Zaprvé, autorka je přesvědčena, že nelze zformulovat jednu univerzálně platnou definici diplomacie, neboť diplomacie každého státu je unikátní co do řízení, realizace, nástrojů i aktérů. A za druhé, čeští autoři znají českou diplomacii, jakožto diplomacii malého evropského státu, včetně všech jejích specifik, nejlépe.

Nejvýznamnější českou autorkou dlouhodobě se zabývající českou ekonomickou diplomacií je Judita Štouračová, která diplomacii definuje jako „*nástroj, resp. prostředek zahraniční politiky státu k prosazování jeho zájmů a cílů zejména v zahraničí*“.¹⁰ Tuto definici doplňují odborníci na českou zahraniční politiku Druláková a Drulák¹¹, kteří dodávají, že k prosazování těchto zájmů a cílů dochází „*bez použití násilí, cestou jednání mezi státy*“.

Ekonomickou diplomacii lze analogicky definovat jako nástroj, resp. prostředek zahraniční politiky státu k prosazování jeho ekonomických zájmů a cílů zejména v zahraničí, a to bez použití násilí, cestou jednání mezi státy. Ministerstvo zahraničních věcí ČR ve své definici uvádí konkrétní oblasti, kterých se ekonomické zájmy a cíle státu v zahraničí týkají, a popisuje ekonomickou diplomacii jako „*prosazování politik vlády v oblasti výroby, pohybu nebo výměny zboží, služeb, práce a investic směrem do a ze zahraničí a také přispívá k pozitivnímu obrazu země ve světě*“.¹²

Štouračová jde ve své definici ještě hlouběji a poukazuje na propojení ekonomické diplomacie a vnitřní hospodářské politiky státu: „*Ekonomická diplomacie je kromě prostředku též do určité míry i předpokladem realizace záměrů zahraniční dimenze vnitřní hospodářské politiky státu, především jeho proexportní politiky, politiky spjaté s přílivem zahraničních investic, s programem podpory investování domácích podnikatelů v zahraničí, v neposlední řadě s programy podpory exportních aktivit malých a středních podniků a dalších*“.¹³

Další český autor zabývající se ekonomickou diplomacií, Jakub Hladík, definuje ekonomickou diplomacii jako „*nástroj cílevědomého a systematického uplatňování té části zahraniční politiky státu, která se týká ekonomických zájmů země a jejích subjektů*“ a zmiňuje

⁹ Např. definice N. Bayna a S. Woolcocka, Bergeijka, K.S. Rana a dalších.

¹⁰ ŠTOURÁČOVÁ, J. Ekonomická diplomacie České republiky. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2008. 249 s. ISBN 978-80-86946-71-9.

¹¹ DRULÁKOVÁ R., DRULÁK, P. Tvorba a analýza zahraniční politiky. 2., přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 183 s. ISBN 80-245-1184-3.

¹² MZV. Události a média: Ekonomická diplomacie [online]. 29.09.2014 [cit. 5.5.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/ekonomicka_diplomacie.html

¹³ ŠTOURÁČOVÁ. Ekonomická diplomacie České republiky, 2008. S. 24

také aktéry ekonomické diplomacie „...která je prováděna pověřenými orgány, zejména hlavou státu nebo vládou, ministrem zahraničních věcí a diplomatickými zástupci“.¹⁴

Podle Štouračové lze rozdělit ekonomickou diplomacii na dvě části podle úrovně, na které je realizována. Na **makroúrovni** se zabývá především vytvářením podmínek pro naplňování ekonomických zájmů v zahraničí a zahrnuje multilaterální diplomacii, obchodní politiku, mezinárodní smluvní jednání apod. (tzv. makroekonomická diplomacie).

Na **mikroúrovni** naopak převažují bilaterální jednání, jejichž cílem je konkrétní podpora domácích ekonomických subjektů při jejich obchodních a investičních aktivitách v zahraničí a lobbování za jejich zájmy, stejně jako podpora zahraničních subjektů při vstupu na domácí trh (tzv. mikroekonomická diplomacie).¹⁵

Členské země EU do jisté míry přišly o možnost realizovat nezávislou ekonomickou diplomacii na makroúrovni, konkrétně o možnost uplatňovat vlastní obchodní politiku. Obchod mezi členskými zeměmi probíhá na jednotném vnitřním trhu, který funguje jako obchod vnitrostátní (neexistují cla ani kvóty, regulace, technické překážky nebo celní kontroly), kde obchodní politika ztratila význam. Obchodní politika vůči třetím zemím je zase součástí společné obchodní politiky EU, která: „se zakládá na jednotných zásadách, zejména pokud jde o úpravy celních sazeb, uzavírání celních a obchodních dohod, sjednocování liberalizačních opatření, vývozní politiku a obchodní ochranná opatření, jako jsou opatření pro případ dumpingu a subvencování“.¹⁶ Členské státy mohou i nadále prosazovat cíle v oblasti zahraničního obchodu, ale pouze prostřednictvím společných unijních jednání.¹⁷

Podle Štouračové není ekonomická diplomacie státu bezprostřední, nedílnou součástí společné obchodní politiky EU, a ani Lisabonská smlouva nehovoří o převzetí činností spojených s ekonomickou diplomacií jednotlivých členských států¹⁸, z čehož vyplývá, že členské státy včetně ČR, mohou i nadále realizovat samostatnou ekonomickou diplomacii, a to zejména na mikroúrovni, bez výrazných omezení. Proexportní aktivity státu ale musí být v souladu s mezinárodními dohodami, ke kterým se státy zavázaly přímo či prostřednictvím členství v EU a dalších organizacích, například s pravidly státní finanční podpory exportu, které upravuje tzv. Konsenzus OECD.¹⁹

¹⁴ HLADÍK, J. Ekonomická diplomacie ve službách firmy. Praha: Arista, 2001. ISBN: 80-86410-17-X

¹⁵ ŠTOURAČOVÁ a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie, 2010. S. 138.

¹⁶ EU. Konsolidovaná znění Smlouvy o EU a Smlouvy o založení ES. Úřední věstník Evropské komise, 2006. Dostupné také z: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/ce32120061229cs00010331.pdf>

¹⁷ ŠTOURAČOVÁ a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie, 2010. S. 13.

¹⁸ Tamtéž s. 16.

¹⁹ Konsenzus OECD, v oficiálním anglickém znění Arrangement on Guidelines for Officially Supported Export Credits, jsou pravidla pro podporované vývozní úvěry, které byly původně pouze tzv. gentlemanskou dohodou uzavřenou mezi členskými státy OECD. V roce 2011 ale Evropský parlament a Rada EU přijali Nařízení

Ekonomická diplomacie je velmi komplexní obor, jehož činnost zasahuje do různých oblastí fungování států a zapojuje různé instituce. Přestože implicitně z většiny definic vyplývá, že diplomacie je výhradní doménou ministerstev zahraničí, proces globalizace a demokratizace přispěl ke zvýšení vlivu alternativních subjektů zasahujících do realizace ekonomické diplomacie. Větší zapojení dalších ministerstev do politických dialogů s protějšky ze zahraničí a intenzivnější setkávání ministrů na mezinárodní úrovni vede k omezení tradičního vedoucího postavení ministerstev zahraničí a postupné erozi jejich monopolu v realizaci ekonomické diplomacie.

Tento trend decentralizace moci a kompetencí se začíná objevovat především v EU, kde mezi členskými zeměmi již nedochází tak často k jednání na státní úrovni (diplomacie na makroúrovni) a zvyšuje se počet jednání, které probíhají přímo mezi ministerstvy či dalšími nestátními subjekty ekonomické diplomacie. Typickou reakcí ministerstev zahraničí na trend decentralizace je buď snaha omezit zásahy dalších ministerstev do realizace ekonomické diplomacie, nebo postupné navázání spolupráce a smíření se s poklesem významu a druhořadou rolí. Ideálním řešením se jeví ale další varianta, kdy se ministerstvo zahraničních věcí posune do role koordinátora či konzultanta, který na zahraniční ekonomické aktivity ostatních ministerstev dohlíží a koordinuje je.²⁰

Řízením ekonomické diplomacie se dlouhodobě zabýval Kishan S. Rana, který následně zformuloval pět základních modelů institucionálního zastřešení ekonomické diplomacie.²¹ Rana definoval modely podle toho, jaký subjekt (státní či nestátní) je pověřen realizací ekonomické diplomacie a který subjekt ekonomickou diplomaci v zemi řídí.

Integrovaný (unified) model soustředí zahraniční věci a zahraniční obchod pod jedno ministerstvo, obvykle ministerstvo zahraničních věcí. Toto ministerstvo je hlavním koordinátorem ekonomických zájmů země na mezinárodní úrovni, definuje strategii a priority ve spolupráci s dalšími orgány státu. Ekonomická diplomacie státu je řízena pouze jedním orgánem a nedochází tak k problému rozdělení kompetencí. Tento model uplatňuje např. Kanada, Švédsko nebo Austrálie.

V **částečně integrovaném (part unification) modelu** jsou výkonem ekonomické diplomacie pověřeny dva orgány, obvykle ministerstvo zahraničních věcí a ministerstvo

č. 1233/2011, kterým se Konsenzus OECD stává platným v každém členském státě přímo, bez prováděcího vnitrostátního aktu. Originální znění nařízení je k dispozici na: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32011R1233>

²⁰ SANER, R., YIU, L. International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern times. Discussion Papers in Diplomacy [online]. Netherlands Institute of International Institute Clingendael, 2001. ISSN 1569-2981. Dostupné z: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20030100_cli_paper_dip_issue84.pdf

²¹ RANA, Kishan S. Bilateral Diplomacy. Geneva: DiploHandbooks, 2002. S. 70-71. ISBN 9990955166

hospodářství. Tato dvě ministerstva za vzájemné spolupráce zformují společnou vládní organizaci se speciálně vyškolenými diplomaty, která má na starost ekonomické mise a která je podřízena oběma ministerstvům, a je jí přidělen samostatný rozpočet. Náplň práce ekonomické mise kontroluje ministerstvo hospodářství, zatímco ministerstvo zahraničních věcí má spíše funkci dozorující.²² Příkladem tohoto modelu je Velká Británie.

Model třetí agentury je charakteristický pro Singapur, který převedl ekonomickou agendu na tzv. třetí agentury – speciální samostatné útvary, na které dohlíží ministerstvo hospodářství, ale které jsou koordinovány jak ministerstvem zahraničních věcí, tak ministerstvem hospodářství.

Duální (competition) model, jak název napovídá, je charakteristický štěpením kompetencí mezi dva ústřední orgány, obvykle ministerstvo zahraničních věcí a ministerstvo hospodářství. Tento model je typický pro ČR, Slovensko, Maďarsko aj.

Poslední model, v anglicky psané literatuře označován jako „**renunciation**“ (dosl. zřeknutí se), je typický tím, že ministerstvo zahraničních věcí se vzdává bilaterální ekonomické činnosti ve prospěch jiného ministerstva nebo agentury. Tento model je typický pro Německo a Čínu.

Z uvedených modelů vyplývá, že státy opravdu následují současné trendy decentralizace ekonomické diplomacie. Zatímco koordinační funkci si stále ponechávají ministerstva, realizace je přenášena na další subjekty, ať už státní či nestátní.

²² BARANAY, P. Actual Problems of Economics: Modern Economic Diplomacy [online]. Publications of Diplomatic Economic Club, 2009 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: http://www.dec.lv/mi/Baranay_Pavol_engl.pdf

1.2 Ekonomická diplomacie v ČR

Hlavními aktéry české ekonomické diplomacie, jejíž významnou součástí je podpora exportu, jsou vedle hlavy státu a předsedy vlády **ústřední orgány vlády**, zejména Ministerstvo zahraničních věcí ČR (dále jen „MZV“) a Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (dále jen „MPO“) a další ministerstva s přesahem činnosti do zahraničí (Ministerstvo zemědělství ČR, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Ministerstvo životního prostředí), jejichž úkolem je vymezit ekonomické zájmy ČR v zahraničí a připravit půdu pro jejich naplňování; specializované **vládní agentury** na podporu ekonomických aktivit českých podnikatelských subjektů na zahraničních trzích; instituce pro finanční a pojišťovací agendu; **podnikatelské svazy, komory, asociace** a samotné **subjekty podnikatelské sféry**, které se na vstup na zahraniční trhy teprve připravují nebo na nich již působí. Výše zmínění aktéři jsou aktivní především na domácím trhu, ovšem jejich aktivity mají ze své podstaty značný přesah do zahraničí.

Činnost převážně na zahraničních trzích je vedle hlavy státu a předsedy vlády v režii **diplomatických zastoupení** (velvyslanců a obchodně ekonomických diplomatů), **představitelů českých vládních agentur, podnikatelských svazů, komor a asociací** a samotných **zástupců subjektů podnikatelské sféry** (viz Přílohu 1).

Aktéři české ekonomické diplomacie se podílejí na fungování poměrně složitého mechanismu podpory českých podnikatelských subjektů při vstupu na zahraniční trhy, který zahrnuje dvě základní dimenze:²³

1. policko-ekonomická oblast: navazování kontaktů s klíčovými vládními představiteli v zahraničí, prosazování co nejlepších podmínek pro podnikání českých subjektů, vytváření sítě kontaktů, pomoc při realizaci konferencí, veletrhů apod.;
2. obchodní oblast: praktická podpora exportu a rozpracování konkrétních obchodních příležitostí formou systematické přímé podpory obchodu a služeb – MPO, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Pro úspěšnou realizaci ekonomické diplomacie je nutné zajistit její efektivní řízení a kvalitní spolupráci jejích aktérů. Klíčovými vládními aktéry v tvorbě a naplňování ekonomické diplomacie v ČR jsou dvě státní instituce: MZV a MPO. Jde tedy o výše popsany duální neboli konkurenční model řízení, který je charakteristický rozdělením kompetencí mezi

²³ Koncepce zahraniční politiky České republiky, 2011. S. 19

dva státní orgány, kdy jeden nese hlavní zodpovědnost za celkové vystupování státu v mezinárodních vztazích a koordinaci všech jeho diplomatických aktivit a druhý vstupuje do ekonomické diplomacie z titulu své funkce výkonu obchodní politiky státu.²⁴

Ekonomická diplomacie ze své podstaty stojí na pomezí zahraničních vztahů jak politických, tak ekonomických, což přináší problémy. Duální model je problematický hned ze dvou důvodů: nejasné vymezení kompetencí mezi ministerstvy a komplikované řízení činnosti ekonomických úseků zastupitelských úřadů. Český model se podobá tomu francouzskému. Ve Francii jsou kompetence také rozděleny mezi dvě hlavní ministerstva a další výkonné agentury (duální model), ale s tím rozdílem, že ve Francii jsou kompetence ekonomické diplomacie mezi ministerstvy jasně rozdělené – vedoucí úlohu má ministerstvo zahraničí.²⁵

Problematika dělení kompetencí

Rozdělení kompetencí mezi ministerstvy v ČR formálně upravuje mnohokrát novelizovaný zákon č. 2/1969 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále jen „kompetenční zákon“)²⁶, ten je ale nepřesný a obsahuje pouze obecný popis kompetencí. K jeho zásadním změnám došlo po rozpadu ČSFR, kdy zaniklo Federální ministerstvo zahraničního obchodu (dále jen „FMZO“), které v roce 1991 odstartovalo politiku liberalizace zahraničního obchodu, která měla přispět k ekonomické transformaci země. Kompetence FMZO byly převedeny zákonem č. 474/1992 Sb. ze dne 23. září 1992 o opatřeních v soustavě ústředních orgánů státní správy České republiky²⁷ na federální ministerstva zahraničních věcí a hospodářství.

Agenda zahraničního obchodu tak byla roztržena mezi několik ministerstev. Na nově vzniklé ministerstvo průmyslu a obchodu byly převedeny mj. tyto kompetence: vnitřní obchod a ochrana zájmů spotřebitelů a zahraniční obchod a podpora exportu. Ministerstvo mezinárodních vztahů bylo i nadále ústředním orgánem státní správy pro tvorbu a uskutečňování mezinárodní politiky v oblasti zahraniční politiky, zabezpečování styků

²⁴ PAJTINKA, E. Hospodářská diplomacia: Hľadanie efektívneho modelu riadenia, alebo boj o obchodných atašé? In: Mezinárodní politika. Ročník 31, číslo 10. 2007. s. 16-18. ISSN 0543-7962

²⁵ KRČÁL, A. Komparace systémů fungování a řízení ekonomické diplomacie ve vybraných státech [online]. Současná Evropa 02/2013 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: <http://www.vse.cz/se/76>

²⁶ ČR. Zákon č. 2/1969 Sb., Zákon České národní rady o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky (kompetenční zákon). 1969, částka 1. In: Sbírka zákonů České republiky.

²⁷ ČR. Zákon č. 474/1992 Sb. ze dne 23. září 1992, o opatřeních v soustavě ústředních orgánů státní správy České republiky. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/vyhledavani-aspi/?Id=40241&Section=1&IdPara=1&ParaC=2>

s mezinárodními organizacemi a koordinaci vztahů dvoustranné a mnohostranné spolupráce a přípravu pracovníků pro výkon zahraničních služeb, zatímco kompetence ministerstva hospodářství se týkaly spíše domácí ekonomiky, konkrétně malých a středních podniků, živností, cestovního ruchu, surovinové a investiční politiky.

Následující text předkládá některé do značné míry konfliktní části kompetenčního zákona v aktuálním znění vymezující kompetence MZV a MPO:

§ 6 odst. 1.: „MZV je ústředním orgánem státní správy pro oblast zahraniční politiky a koordinuje vnější ekonomické vztahy, podílí se na sjednávání mezinárodních sankcí a koordinuje postoje k nim.“

§ 6 odst. 2.: „MZV zabezpečuje vztahy ČR k ostatním státům, mezinárodním organizacím a integračním seskupením, koordinuje aktivity vyplývající z dvoustranné a mnohostranné spolupráce.“

§ 6 odst. 3. písm. a): „MZV koordinuje činnost ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy v oblasti zahraničních vztahů a jim svěřených úsecích státní správy, působí k tomu, aby na těchto úsecích byly dodržovány závazky vyplývající pro ČR z mezinárodních smluv, jakožto i z členství ČR v mezinárodních organizacích.“

§ 13 odst. 1. písm. a): „MPO je ústředním orgánem státní správy pro obchodní politiku a zahraničně ekonomickou politiku“ a dále „koordinuje zahraničně obchodní politiku České republiky ve vztahu k jednotlivým státům.“

§ 13 odst. 1. písm. c): „MPO je ústředním orgánem státní správy pro vnitřní obchod a ochranu zájmů spotřebitelů, zahraniční obchod a podporu exportu.“

§ 13 odst. 3. písm. b): „MPO zabezpečuje sjednávání dvoustranných a mnohostranných obchodních a ekonomických dohod včetně komoditních dohod.“

§ 13 odst. 3. písm. c): „MPO realizuje obchodní spolupráci s ES, ESVO, GATT a jinými mezinárodními organizacemi a integračními seskupeními.“

V minulosti došlo k několika pokusům vyřešit problém nejasných kompetencí mezi ministerstvy pomocí mezirezortních dohod. V roce 1998 byla například přijata a v roce 2000 aktualizována **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**²⁸, která stanovuje zásady vzájemné spolupráce, výběru, financování a řízení pracovníků obchodně-ekonomický úseků

²⁸ ČR. Dohoda o spolupráci Ministerstva zahraničních věcí a Ministerstva průmyslu a obchodu, v otázkách spojených se zabezpečováním zahraničně obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby České republiky. Původní text z 8. 10. 1998 změněn v říjnu 2000. MPO, MZV, 2000.

zastupitelských úřadů. Dohoda rozšířila působnost MPO při zajišťování ekonomické dimenze zahraniční politiky a zvýšila jeho pravomoc v odborném řízení pracovníků obchodně-ekonomických úseků, kteří ale i nadále zůstali zaměstnanci MZV. Pracovníci obchodně-ekonomických úseků tak byli i nadále přímo podřízeni vedoucímu zastupitelského úřadu, odborně je ale řídilo MPO. Štouračová tuto situaci trefně vystihla příměrem: „jeden nás platí, druhý i první nás řídí“.²⁹

V roce 1999 byla podepsána **Dohoda MZV a MPO o koordinaci činností podřízených příspěvkových organizací, jejichž aktivity se dotýkají zahraničně ekonomické činnosti**.³⁰ Dohoda doplňuje výše zmíněnou mezirezortní dohodu a ustanovuje mezirezortní koordinační orgán pro podporu exportu a investic, jehož cílem je koordinace příspěvkových organizací, jejichž aktivity se dotýkají zahraničně ekonomické činnosti. Dohoda stanovuje hlavní oblasti aktivit Správy českých center (všeobecná podpora zahraničně ekonomických zájmů), České agentury na podporu exportu CzechTrade (podpora exportu a nefinanční oblasti) a České agentury pro zahraniční investice CzechInvest (všestranná podpora získávání zahraničních investic).³¹ Tato dohoda má ale opět poměrně deklaratorní povahu a dostatečně jasně nevymezuje, které ministerstvo bude tento koordinační orgán řídit.

V roce 2006 byl usnesením vlády ČR³² jmenován koordinátor pro koordinaci aktivit ČR v zahraničí, jehož úkolem bylo koordinovat mezinárodní aktivity výše zmíněných příspěvkových aktivit a každé pololetí předkládat ministerstvům informaci o činnosti.

Toto usnesení bylo zrušeno komplexnějším vládním dokumentem zabývajícím se řízením ekonomické diplomacie ČR **Usnesením vlády ČR ze dne 17. března 2008 č. 256 k vybudování efektivního modelu ekonomické diplomacie jako jednoho ze základních prostředků české zahraniční politiky**.³³ Usnesení upozorňuje na základní problémy české ekonomické diplomacie v koordinaci participujících objektů, na duplicity v činnostech či tzv. resortismus³⁴ a nesrozumitelnou působnost jednotlivých agentur. Usnesení stanovuje, že koordinace spolupráce mezi MZV a MPO bude probíhat prostřednictvím Stálé pracovní

²⁹ ŠTOURAČOVÁ a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie, 2010. S. 34.

³⁰ ČR. Dohoda Ministerstva zahraničních věcí a Ministerstva průmyslu a obchodu o koordinaci činností podřízených příspěvkových organizací, jejichž aktivity se dotýkají zahraničně ekonomické činnosti. MPO, MZV, 1999.

³¹ Podrobněji o těchto agenturách v kapitole 3.3.

³² ČR. Usnesení vlády ČR ze dne 4. ledna 2006 č. 32, o jmenování koordinátora pro koordinaci aktivit ČR v zahraničí. Dostupné z: http://kormoran.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/web/cs?Open&2006&01-04

³³ ČR. Usnesení vlády ČR ze dne 17. března 2008 č. 256 k vybudování efektivního modelu ekonomické diplomacie jako jednoho ze základních prostředků české zahraniční politiky. Dostupné z: http://racek.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/web/cs?Open&2008&03-17

³⁴ Zaměření na pouze úzký okruh činnosti.

skupiny jednající na úrovni náměstků ministrů obou úřadů. Vláda si dále klade za cíl zejména zlepšit spolupráci mezi ministerstvy, zjednodušit a rozvíjet systém řízení služeb státu v zahraničí v oblasti podpory exportu, investic a obchodní politiky, realizovat projekt sloučení sítí CzechTrade a CzechInvest v zahraničí, zvýšit ekonomickou odbornost zaměstnanců obchodně ekonomických úseků, optimalizovat síť obchodně ekonomických úseků kanceláří agentur a zahájit činnost Rady pro obchod a investice pro prohloubení spolupráce s podnikatelskou veřejností.

V usnesení je ke každému úkolu přiřazen i jeho realizátor (odpovědné pracoviště), nedochází ale k žádným změnám v rozdělení kompetencí, naopak vláda v usnesení odkazuje na již dříve přijaté dohody mezi ministerstvy, které nastavují zásady spolupráce a koordinace jejich společných aktivit: „*Podřízenost obchodně ekonomických úseků jak MZV, tak i MPO vyplývá ze zákona č.2/1969 Sb. (kompetenční zákon) a na něj navazující dohody ministrů obou resortů. Změnit tento stav by si vyžádalo úpravu kompetenčního zákona.*“.³⁵ Hlavním cílem usnesení tak bylo především stanovení cesty ke zvýšení efektivnosti řízení ekonomické diplomacie, ne upravení kompetencí ministerstev.

Dalším příslibem zlepšení spolupráce a koordinace činnosti obou ministerstev bylo **Ujednání MZV a MPO o zásadách spolupráce při budování, provozování a řízení sítě zahraničních zastoupení organizace zřízené MPO**³⁶ z července 2013. Ujednání stanovuje postup pro otevření zahraničního zastoupení organizace zřízené MPO v zahraničí (dále jen „Kancelář“), stanovuje, že Kancelář nebude součástí zastupitelského úřadu v zahraničí a že vyslaní pracovníci Kanceláře budou vybaveni služebními pasy³⁷ (ve výjimečných případech mohou být pracovníci registrováni/notifikováni dokonce jako administrativně-techničtí pracovníci zastupitelského úřadu), přičemž MPO musí požádat o jejich vydání MZV. Ujednání také stanovuje zásady spolupráce pracovníků MPO a MZV při činnosti Kanceláře. Ujednání v podstatě umožňuje působení diplomatů i pracovníků MPO na jednom zahraničním zastoupení a posiluje pozici pracovníků MPO v zahraničí.

Zatím nejzásadnějším zlomem v realizaci ekonomické diplomacie ČR je podpis dvou smluv **Rámcové dohody mezi MPO a MZV o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie ČR a Dohody mezi MPO a MZV o zřízení a**

³⁵ ČR. Usnesení vlády ČR ze dne 4. ledna 2006 č. 32, o jmenování koordinátora pro koordinaci aktivit ČR v zahraničí. Dostupné z: http://kormoran.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/web/cs?Open&2006&01-04

³⁶ ČR. Ujednání MZV a MPO o zásadách spolupráce při budování, provozování a řízení sítě zahraničních zastoupení organizace zřízené MPO ze dne 25.7.2013. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/app/content/files/dokumenty/Ujednani_MZV_a_MPO_2013.pdf

³⁷ Služební pas vydává MZV vymezenému okruhu osob (např. nejvyššímu státnímu zástupci, náměstkovi ministra, místopředsedovi Nejvyššího soudu atd.) a lze ho použít pouze ke služební cestě do zahraničí, viz zákon č. 329/1999 Sb., o cestovních dokladech.

fungování společného Klientského centra pro podnikatele³⁸, ke kterému došlo v červnu roku 2014. Dohody mají za cíl ukončit dlouholetou rivalitu mezi ministerstvy a nastavují pravidla spolupráce při podpoře českého exportu. Za základní prvek systému podpory exportu a ekonomické diplomacie ministerstva shodně považují zřízení a fungování tzv. společného Klientského centra pro podnikatele (dále jen “Klientské centrum”) a jednotné zahraniční síť ČR pro podporu exportu (dále jen „jednotná zahraniční síť“).

Dohody stanovují sídlo Klientského centra, které bude v prostorách agentury CzechTrade v Praze. Podle dohod bude Klientské centrum využívat pro zajištění služeb jednotnou zahraniční síť, která spojuje ekonomické činnosti zastupitelských úřadů ČR a zahraničních kanceláří agentury CzechTrade.

Požadavky exportérů z řad MSP spadají většinou do kategorie vztahů B2B (přímé podnikatelské vztahy) a zpravidla jsou postoupeny Klientským centrem zahraničním kancelářím agentury CzechTrade. Důležitou informací pro MSP je, že dohody definují tzv. **základní exportní službu**, tedy přípravu na obchodní jednání, která je pro exportéry poskytována v celé jednotné zahraniční síti zdarma a zahrnuje:

- poskytnutí základních informací o podmínkách vstupu na trh;
- vyhledání možných partnerů podle domluvy s klientem;
- zprostředkování seznamu tlumočnicků a překladatelů a další logistiky podle možností;
- doporučení, jak vést obchodní jednání na daném trhu s ohledem na místní specifika;
- poskytnutí podpory a asistence pro obchodní jednání podle potřeby a možností.

Dohody centralizují služby pro české stávající i potenciální exportéry tak, aby se už nemuseli obracet na několik míst (MZV, MPO, zastupitelské úřady, zahraniční kanceláře agentury CzechTrade či komerční subjekty) jako tomu bylo dříve, ale aby existovalo pouze jedno kontaktní místo, kde bude mít exportér přístup ke všem službám a informacím.

Výhodou jednotné zahraniční sítě má být především zavedení nového komunikačního nástroje - sdíleného informačního systému SINPRO, v rámci kterého by měly všechny subjekty zahraniční jednotné sítě přístup k požadavkům exportérů formou zápisu z jednání. Požadavek exportéra by tak mohl být bezodkladně předán k řešení kompetentnímu subjektu jednotné zahraniční sítě.

³⁸ ČR. Rámcové dohoda mezi MPO a MZV o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie ČR ze dne 26.6.2014. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/1199574/Ramcova_dohoda_MZV_MPO.pdf

Dohody dbají na jasné vymezení rolí MZV, MPO a dalších subjektů při činnostech a naplňování cílů Klientského centra. Jde ale o ad hoc vymezení kompetencí mezi subjekty, které se vztahuje pouze na činnost Klientského centra. Nedochozí k decentralizaci pravomocí, ani k jejich převodu na Klientské centrum. Kompetence ministerstev zůstávají stále stejné a řídí se i nadále kompetenčním zákonem.

Přestože realizaci české ekonomické diplomacie vágní vymezení kompetencí ministerstev v kompetenčním zákoně bezesporu komplikuje, MZV i MPO se snaží nedostatky zákona vyřešit ad hoc meziresortními dohodami. Podle Štouračové by nejasnosti v chápání pravomocí a funkcí jednotlivých ministerstev eliminovala existence prováděcích pravidel, která by navazovala na kompetenční zákon.³⁹ Jasně stanovená pravidla a kompetence by přispěly k omezení kompetenčních sporů mezi ministerstvy a zefektivnění realizace české ekonomické diplomacie. Z podstaty duálního modelu má česká ekonomická diplomacie k dispozici zaměstnance ze dvou ministerstev, pokud budou kvalitně řízeni, mohou ze současného modelu vytěžit maximum a přispět k růstu českého exportu. Podle Pavla Hořáka, bývalého obchodního rady v Paříži, Bruselu a Vídni, to ale bez zásadní úpravy kompetenčního zákona nepůjde.⁴⁰ Zásadní úprava kompetenčního zákona by znamenala jeho kompletní přepracování, nejen pouze dílčí novelizaci. To by vyžadovalo velmi úzkou spolupráci nejen MPO a MZV, ale všech ministerstev. K tomuto nelehkému úkolu ale zatím nebyla dostatečná politická vůle.

1.3 Formulace ekonomické diplomacie ČR

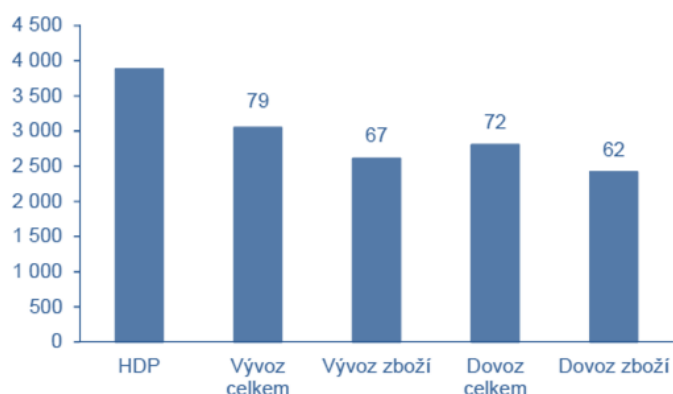
Česká republika je ve světovém měřítku spíše malou ekonomikou, která se výrazně orientuje na export, který tvoří téměř 80 % HDP země (2013).⁴¹ Úspěch českých exportérů a jejich konkurenceschopnost na zahraničních trzích tak do značné míry určuje úspěch celé ekonomiky. Graf 1 ukazuje, jaký podíl měl český vývoz a dovoz na tvorbě HDP v roce 2013.

³⁹ ŠTOURAČOVÁ a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie, 2010. S. 33

⁴⁰ HOŘÁK, P. Podpora exportu - máme co napravovat. Praha: SPO [online]. 11.12.2014 [cit. 7.5.2015]. Dostupné z: <http://www.stranapprav.cz/regiony/prispevek-k-tematu--proexportni-strategie-heslo--podpora-exportu---mame-co-napravovat--425822.htm>

⁴¹ LÍZAL, L. Export, motivace tuzemské ekonomiky[online]. 163. Žofinské fórum, 2014 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/lizal_20140414_zofin.pdf

Graf 1: Nominální HDP, celkový vývoz a dovoz ČR a podíl vývozu a dovozu na HDP v mld. Kč a %, 2013



Zdroj: Převzato z LÍZAL, L. Export, motivace tuzemské ekonomiky[online]. 163. Žofínské fórum, 2014 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/lizal_20140414_z_ofin.pdf

Ekonomická diplomacie a proexportní aktivity státu jsou jednou z priorit Vlády ČR, která ekonomickou diplomacii chápe jako „*soubor opatření zaměřený na prosazování politik vlády v oblasti výroby, pohybu nebo výměny zboží, služeb, práce a investic směrem do a ze zahraničí a rovněž na vytváření pozitivního obrazu země ve světě*“.⁴² **Hlavním úkolem české ekonomické diplomacie je podpora exportu**, která zahrnuje sledování vývojových trendů a aktuální situace na zahraničních trzích, vymezení ekonomických zájmů ČR na těchto trzích a zajištění příznivých podmínek k jejich naplňování.

Efektivní ekonomická diplomacie „*musí mít jasnou vizi a orientaci, musí být účelně uspořádána, vybavena dostatečnými lidskými i finančními zdroji, pojmána jako aktivní součást zahraniční a hospodářské politiky státu, realizována v partnerství s podnikatelskou sférou a být založena na reálné poptávce českých firem po jejich službách*“.⁴³ Těžiště české ekonomické diplomacie se po vstupu ČR do EU a jejím podpisem Lisabonské smlouvy přesouvá na mikroúroveň. Vztah podnikatelských a státních subjektů se postupně dostává do roviny vzájemné spolupráce až partnerství, které se projevuje v oblasti vytváření a zajišťování důležitých podmínek a podpor podnikatelských aktivit.⁴⁴

Ekonomická diplomacie ČR jako taková nebyla dosud explicitně zformulována do žádného samostatného oficiálního dokumentu. Směr české ekonomické diplomacie udávají

⁴² ČR. Ekonomická diplomacie a proexportní aktivity Ministerstva zahraničních věcí ČR [online]. MZV, 2008 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/72946/EkonomickaDimenzeZahranicniPolitiky.pdf>

⁴³ ČR. Ekonomická diplomacie a proexportní aktivity Ministerstva zahraničních věcí ČR [online]. MZV, 2008 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/72946/EkonomickaDimenzeZahranicniPolitiky.pdf>

⁴⁴ LÍZAL, L. Export, motivace tuzemské ekonomiky[online]. 163. Žofínské fórum, 2014 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/lizal_20140414_zofin.pdf

vládní dokumenty připravované především MZV a MPO, které se týkají mj. naplňování ekonomických zájmů ČR v zahraničí. Těmi nejdůležitějšími jsou v současnosti Exportní strategie ČR 2012–2020 a Koncepce zahraniční politiky ČR z roku 2011.

Formulaci těchto dokumentů předcházelo založení institucí podporujících zahraniční obchod a export českých firem. V roce 1992 byla založena Exportní garanční a pojišťovací společnost (dále také „EGAP“) a Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest, v roce 1993 Centrum vnějších ekonomických vztahů, které bylo v roce 1997 přeměněno na Českou agenturu na podporu obchodu CzechTrade (jejíž generální ředitelkou se stala Judita Štouračová), a v roce 1995 Česká exportní banka (dále také „ČEB“). Tyto instituce jsou dnes v podpoře proexportních aktivit českých podnikatelských subjektů klíčové a vláda je využívá jako nástroj k plnění svých ekonomických cílů ČR v zahraničí.

Prvním uceleným dokumentem formulujícím ekonomické zájmy ČR v zahraničí byla Koncepce proexportní politiky ČR z roku 1997 vypracovaná MPO, na kterou v roce 1999 navázala druhá koncepce na období 2003–2006. Propracovanějším dokumentem byla až Exportní strategie ČR pro období 2006–2010, která má na rozdíl od předchozích dokumentů dlouhodobější charakter a již reflektuje vstup ČR do EU v roce 2004. Do roku 2004 se česká ekonomická diplomacie usilovně snažila využívat rozvojovou pomoc jako jednu z cest přímého exportu.⁴⁵ Vstupem do EU se oblasti zahraničních obchodních vztahů díky zjednodušenému přístupu na evropské trhy rozšířily z vývozu zboží na vývoz služeb (IT, engineering a design, telekomunikace, logistika, doprava, poradenství a turismus), investiční aktivity, transfer know-how.⁴⁶

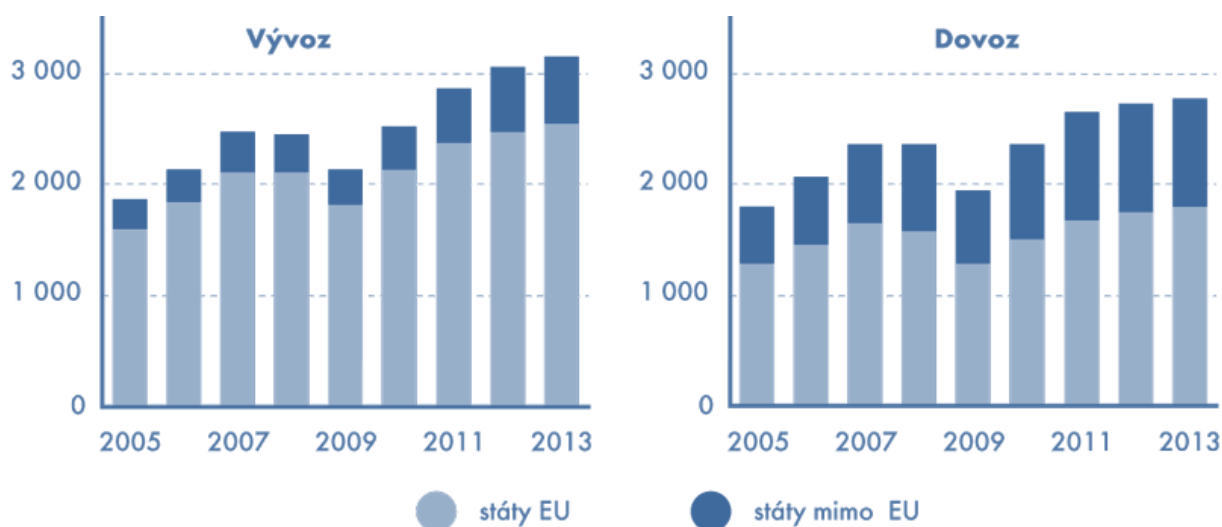
Exportní strategie ČR

Nejkomplexnějším dokumentem je zatím současná **Exportní strategie ČR na období 2012–2020** (dále také „Strategie“), která vychází z Analýzy a Koncepce podpory exportu ČR, kterou vypracovalo MPO v roce 2011. Strategie vymezuje cíle proexportní politiky, zabývá se nástroji k dosažení těchto cílů, mezi které patří nově internacionalizace českých podniků. Strategie mimo jiné upozorňuje na nízkou přidanou hodnotu a příliš jednostrannou orientaci českého exportu na trhy EU a dokonce ji považuje za hrozbu. Následující grafy demonstrují závislost české ekonomiky na trzích EU v letech 2005–2013.

⁴⁵ TESAR, F. Můžeme, chceme, dokážeme?: Česká ekonomická, veřejná a kulturní diplomacie a Balkán. Ústav mezinárodních vztahů, v. v. i., 2013. S. 21. ISBN: 9788087558096.

⁴⁶ ČR. Exportní strategie ČR pro období 2006 – 2010 [online]. MPO, 2005 [cit. 5.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument92065.html>

Graf 2: Poměr států EU a států mimo EU na celkovém vývozu a dovozu ČR, 2005-2013, v mld. Kč



Zdroj: HECZKOVÁ, M. Fakta o obchodě Česka se zahraničím. In: Statistika&My [online]. 09/2014. [cit. 1.2.2015]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/09/fakta-o-obchode-ceska-se-zahranicim/>

ČR vyváží do zemí EU a OECD více než 90 % celkového exportu. Finanční krize z roku 2008 ukázala, jak jsou tyto trhy propojené a upozornila na nutnost diverzifikace českého zahraničního obchodu. V posledních letech tedy exportéři obrací svou pozornost i k zemím, které vykazují vysokou dynamiku růstu, navzdory jejich vyšší rizikovosti.

Hlavním cílem Exportní strategie je zvýšení počtu exportérů s důrazem na zvýšení exportérů z řad malých a středních podniků o 50 % do roku 2020 a zvyšování objemu exportu a z něj plynoucích přínosů pro dlouhodobý udržitelný růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů. Naplnění tohoto cíle vyžaduje úzkou spolupráci se zástupci podnikatelské sféry prostřednictvím jejich sdružení a asociací. Ochotu spolupracovat s podnikateli a naslouchat jejich potřebám a zájmům projevilo MPO již při tvorbě Strategie a později zřízením Řídicího výboru pro implementaci exportní strategie (viz dále), na jehož půdě dochází k výměně zkušeností a názorů na realizaci a další směřování podpory českého exportu.

Specifickým cílem Strategie je diverzifikace exportu do zemí mimo EU, posun českých exportérů do segmentu s vyšší přidanou hodnotou a maximální využití pozitivních synergií jednotlivých činností státu pro export a úspor plynoucích z komplementarity aktivit, efektivní koordinace a spolupráce všech zainteresovaných subjektů.⁴⁷ Strategie vymezuje tři hlavní oblasti podpory exportu, viz Tabulku 1.

⁴⁷ ČR. Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020. MPO, 2011 [cit. 3.12.2014]. Schváleno vládou ČR dne 14.3.2012. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/exportni-strategie-cr-2012-az-2020-7148.html#/>

Tabulka 1: Hlavní oblasti podpory exportu ČR pro období 2012-2020

1. Zpravodajství pro export	2. Rozvoj exportu	3. Rozvoj obchodních příležitostí
Zjednodušení přístupu k informacím pro export	Připravenost na export a exportní vzdělání	Rozšiřování poptávky po českém exportu
Obchodní kontakty a statistiky	Poradenství pro export	Investice pro export
Zpravodajství o trzích a analýzy trhů	Exportní financování	Marketing, branding a lobbying
Infrastruktura a lidské zdroje pro export	Exportní ekosystém*	Obchodní politika

Zdroj: ČR. Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020 [online]. MPO, 2011 [cit. 5.12.2014]. Schváleno vládou ČR dne 14.3.2012. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/exportni-strategie-cr-2012-az-2020-7148.html#!>

*Exportní ekosystém představuje soustavu mechanismů, jimiž se utváří a koordinuje pravidelná spolupráce mezi veřejnými a soukromými exportně orientovanými subjekty a formuluje se podnikatelské prostředí příznivé pro export.

Na tyto oblasti navazuje 12 projektových karet, které přesně popisují, jaké úkoly musí být splněny pro naplnění dílčích cílů Strategie, kdo bude úkoly realizovat a kdo je za ně zodpovědný, a stanovuje jejich harmonogram. Témata jednotlivých karet jsou uvedeny v Tabulce 2.

Tabulka 2: Projektové karty Exportní strategie pro období 2012-2020

Číslo	Název projektové exportní karty
1	Centrum sdílených služeb a zpravodajství pro export (back-office)
2	Informační One-Stop-Shop
3	Globální diverzifikace exportu
4	Služby pro exportéry (front-office služby)
5	Exportní financování a pojištění
6	Mezinárodní zdroje financování a rozvojová spolupráce
7	Klastry a proexportní iniciativy samospráv
8	Řídící a komunikační platforma
9	Obchodní politika a export na Jednotný vnitřní trh EU
10	Optimalizace zahraniční sítě
11	Služby zahraniční sítě
12	Investice a inovace pro export zboží a služeb

Zdroj: ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020 [online]. Schváleno vládou ČR dne 14.3.2012 [cit. 3.12.2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument103015.html>

Za tímto účelem bylo vytvořeno 12 projektových týmů, které jsou výkonnými orgány Strategie a které zajišťují implementaci exportních projektových karet. Týmy tvoří projektoví manažeři, zástupci příslušných odborných útvarů MPO, zainteresovaných resortů a institucí a

zástupci sociálních partnerů. Projektové týmy se schází pravidelně a výstupy o jejich činnosti jsou základem pro roční Zprávu o plnění Exportní strategie (viz dále).

V oblasti diverzifikace exportu Strategie uvádí seznam prioritních zahraničních trhů. Prioritní země byly vybrány na základě ekonomických ukazatelů (růstového potenciálu ekonomik jednotlivých zemí, absorpční schopnosti jejich trhů, měřeno podílem na světovém dovozu a kompatibilitu ve vztahu k české ekonomice). Ve zkratce jde o velké ekonomiky, které pro český export představují velký potenciál, a trhy, na kterých je již české zboží známé nebo trhy, kde potřebuje ČR budovat své pozice a výrazněji se profilovat vůči konkurenci jiných zemí. V této souvislosti bylo navrženo využít již existujících institucí k řízení podpory exportu na prioritní trhy (jejich synergického efektu) s tím, že „...*hlavní úlohu budou mít MPO a MZV a jejich podřízené organizace*“.⁴⁸

Pro roky 2012-2020 byly Vládou ČR definovány následující prioritní země českého exportu: **Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Rusko, USA, Srbsko, Turecko, Ukrajina, Vietnam**. Kromě prioritních zemí Strategie definuje také zájmové země, kterých je 25 (Angola, Argentina, Austrálie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Egypt, Etiopie, Chile, Ghana, Chorvatsko, Izrael, Japonsko, JAR, Kanada, Kolumbie, Maroko, Moldavsko, Nigérie, Norsko, Peru, Senegal, Singapur, SAE, Švýcarsko a Thajsko).⁴⁹

Definování prioritních zahraničních partnerů není v zahraniční politice ojedinělé. EU podle neoficiálního seznamu, který vychází ze společných prohlášení a unijních politik, považuje za strategické partnery těchto deset zemí: Brazílie, Čína, Kanada, Indie, Japonsko, Mexiko, Rusko, JAR, Jižní Korea a USA.⁵⁰ Seznam prioritních a zájmových zemí pro export se s unijním seznamem shoduje v sedmi položkách: země BRICS (Brazílie, Rusko, Indie, Čína a JAR), Mexiko a USA.

Řada odborníků na zahraniční politiku a diplomacii zpochybňuje význam definování prioritních zemí a strategických partnerů. Podle Renarda byli například strategičtí partneři EU „*vybráni více náhodou než na základě strategické úvahy*“.⁵¹ Grevi považuje takové seznamy

⁴⁸ ČR. Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020 [online]. MPO, 2011. Schváleno vládou ČR dne 14.3.2012 [cit. 3.12.2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument103015.html>

⁴⁹ Indonésie byla na seznam zájmových zemí přiřazena dodatečně v říjnu roku 2012 pro velký hospodářský potenciál a množství příležitostí pro české exportéry. BusinessInfo: Státní podpora exportu. MPO. Prioritní země pro export [online]. 24. 7. 2009, © 1997-2013 CzechTrade [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nove-prioritni-zeme-pro-export-3812.html>

⁵⁰ GREVI, G. Why EU strategic partnership matter [online]. European Strategy Partnerships Observatory, June 2012 [cit. 15.5.2015]. Working Paper 1, ESPO. Dostupné z: <http://www.egmontinstitute.be/wp-content/uploads/2014/01/ESPO-Grevi1-JUNE.pdf>

⁵¹ RENARD, T. The EU Strategic Partnership Review: Ten Guiding Principles [online]. European Strategy Partnerships Observatory, April 2012 [cit. 15.5.2015]. Policy Brief 2, ESPO. Dostupné z: [http://www.ies.be/files/private/28\)%20Renard%20-%20Ten%20Guiding%20Principles.pdf](http://www.ies.be/files/private/28)%20Renard%20-%20Ten%20Guiding%20Principles.pdf)

rovněž za náhodné a dodává, že koncept strategických partnerů v politice či obchodě je nesmyslný, protože ve většině případů postrádá následné efektivní uplatňování.

Také Štouračová upozorňuje na problémy seznamu zemí prioritního zájmu, které se týkají frekvence změn složení souboru prioritních zemí, jeho úpravy a následné promítnutí stanovených prioritních zemí do celého systému aktivit ekonomické diplomacie. Štouračová navíc zpochybňuje správnost výběru prioritních zemí, který odráží spíše historický vývoj (nosným ukazatelem je např. dosavadní obchodní směna).⁵²

Vyhodnocování spolupráce při naplňování cílů Strategie a aktualizaci nových překážek a výzev pro české exportéry má na starost Řídící výbor pro implementaci Exportní strategie (dále jen „Řídící výbor“).⁵³ Řídící výbor například v roce 2012 aktualizoval seznam zájmových zemí, když dodatečně přidal Indonésii pro její velký hospodářský potenciál a množství příležitostí pro české exportéry.⁵⁴ Plnění Strategie monitoruje MPO, které každoročně vydává výroční Zprávu o plnění Exportní strategie ČR pro období 2012 až 2020, která informuje o přijatých opatřeních k realizaci Strategie a shrnuje konkrétní aktivity na podporu exportu. Poslední hodnotící zprávu vydalo MPO v roce 2014. Zpráva pozitivně hodnotí především služby zahraniční sítě MPO a rozšíření informačních služeb portálu Zpravodajství pro export a paralelní Klientskou a Partnerskou zónu portálu, která umožňuje rychlejší přístup k informacím ze zahraničních trhů. Za mimořádně pozitivní pak MPO považuje službu marketingové podpory v zahraničí, která je jednou z nejžádanějších forem podpory. Zpráva ale také informuje o potřebě přizpůsobit současnou Strategii prioritám nové vlády a projednat celou problematiku s partnery v rámci Řídícího výboru. Členové výboru se následně shodli na „*nutnosti upgrade exportních záměrů, které budou pružněji odrážet geopolitický i ekonomický vývoj*“ a navrhli přejít k „*určování prioritních trhů prostřednictvím oborových příležitostí*“, jejichž mapu budou spoluvytvářet MPO a MZV.⁵⁵ K radikálním změnám Strategie by tak mělo dojít v roce 2015.

Exportní strategie je plně v souladu se **Strategií mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012–2020** (dále jen „SMK“) připravenou opět MPO a schválenou vládou dne 27. 9. 2011, jejímž hlavním cílem je, aby se ČR stala do roku 2020 jednou z dvaceti nejvíce konkurenceschopných ekonomik světa. SMK vychází z definice OECD, která konkurenceschopnost definuje jako „*schopnost produkovat zboží a služby, které obstojí*

⁵² ŠTOURAČOVÁ a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie, 2010. S. 55

⁵³ Výbor se skládá ze zástupců podnikatelské sféry a dalších resortů státní správy.

⁵⁴ MPO. Výroční zpráva o plnění Exportní strategie České republiky za rok 2013 [online]. 7.4.2014 [cit. 5.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument148451.html>

⁵⁵ MPO. Řídící výbor pro implementaci Exportní strategie [online]. 10.3.2015 [cit. 15.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument156644.html>

v testu mezinárodní konkurence a zároveň schopností udržovat nebo zvyšovat reálný HDP“.⁵⁶ SMK zahrnuje celkem 43 projektů v oblasti institucí, infrastruktury, veřejných financí, vzdělanosti, zdravotnictví, inovací a jiných a splnění jejího cíle „vytvořit přívětivé podmínky pro tvořivé podnikání, inovace a růst životní úrovně“ je základním předpokladem úspěchu českých podniků při pronikání na zahraniční trhy.⁵⁷

Koncepce zahraniční politiky ČR

Jak bylo zmíněno výše, ekonomická diplomacie bilancuje na pomezí zahraničního obchodu a zahraniční politiky. Zatímco priority a cíle zahraničního obchodu formuluje především MPO⁵⁸ v Exportní strategii, koncepce zahraniční politiky je v režii MZV. Jednou z priorit Koncepce zahraniční politiky ČR schválené vládou 20.7.2011 (dále jen „Koncepce“) je prosazovat hospodářské a obchodní zájmy v zahraniční politice (včetně energetické bezpečnosti) a posilovat pozitivní obraz a vnímání ČR v zahraničí.

Přestože Koncepce explicitně „ekonomickou diplomacií“ nevymezuje, část o ekonomických a obchodních cílech ČR v zahraničí na ni nepřímo ukazuje („činnost české diplomacie v oblasti podpory exportu“). Koncepce připomíná, že „ekonomické vztahy nelze zužovat jen na export, patří k nim i oblast služeb, investic, často i sekundární efekty rozvojové spolupráce nebo transformační pomoci či mezilidských kontaktů, například turistiky“.⁵⁹

Cílem koncepce v oblasti zahraničních ekonomických vztahů je prosazování zájmů a jejich koordinace mezi resorty a diverzifikace na teritoria mimo EU a OECD. Nástroji k dosažení cílů jsou monitorování, analýzy, informování o vývoji trhů v jednotlivých zemích a podpora českých ekonomických subjektů v zahraničí⁶⁰.

V roce 2015 připravilo MZV v pořadí již čtvrtou koncepci zahraniční politiky na následujících pět let, která poprvé explicitně vymezuje ekonomickou diplomaci a její aktivity. Nová koncepce konkrétně uvádí, že **ekonomická diplomacie je: „významným nástrojem pro zvyšování prosperity ČR v globálním kontextu a prosazování ekonomických zájmů v zahraničí“** a identifikuje i oblasti jejích aktivit: „vytváření podmínek pro rozvoj ekonomických kontaktů nejen v oblasti obchodu se zbožím a službami, ale i v oblasti investic,

⁵⁶ ČR. Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012 až 2020. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/Strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-Ceske-republiky.pdf>

⁵⁷ Tamtéž.

⁵⁸ Aktuální Exportní strategie na období 2012 - 2020 byla vypracována MPO ve spolupráci s Mezinárodní hospodářskou komorou.

⁵⁹ ČR. Koncepce zahraniční politiky České republiky [online]. MZV, 2011. Schváleno vládou ČR dne 20. července 2011 [12.12.2014]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/vyrocní_zpráva_a_dokumenty/koncepce_zahranicni_politiky_ceske.html

⁶⁰ Koncepce zahraniční politiky České republiky, 2011.

podporu komerční návaznosti projektů rozvojové spolupráce a podporu rozvoje cestovního ruchu“. Velký důraz klade na mimoevropské trhy, které spolu s příležitostmi přináší také značná rizika (korupce, slabá vymahatelnost práva, nestabilní politická či ekonomická situace) a na roli sítě diplomatických zastoupení v zahraničí.⁶¹

Nová koncepce oproti předchozí neklade důraz jen na ekonomické zájmy, ale také na respekt k lidským právům. Ministr zahraničí Lubomír Zaorálek připustil, že zdůrazňování lidských práv může v některých zemích působit konfrontačně, ale dodal, že: *„je třeba hledat různé strategie, jak debatu vést, podle prostředí, kontinentu, kultur, ale to neznamená, že můžeme ustupovat“*.⁶² Nová koncepce ale zatím nebyla vládou schválena a je otázkou, v jaké podobě bude finální dokument nakonec přijat.

Podle MZV by se ekonomické vztahy ČR neměly omezovat jen na export, neboť zahrnují i *„oblast služeb, investic, často i sekundární efekty rozvojové spolupráce nebo transformační pomoci či mezilidských kontaktů, například turistiky“*.⁶³

Česká ekonomická diplomacie ale hraje klíčovou roli zejména při vstupu českých podnikatelských subjektů na trhy mimo EU, které se významně liší od podnikatelského prostředí v ČR. Častou překážkou vstupu na tyto trhy totiž není pouze jazyková bariéra a vzdálenost, ale také zcela jiná legislativa, obchodní zvyklosti a kulturní prostředí. Autorka se proto v předkládané práci soustředí primárně na českou ekonomickou diplomacii a její roli při vstupu na zahraniční trhy a státní podporu exportu. Práce tak abstrahuje od ostatních částí ekonomické diplomacie, na které MZV v Koncepci zahraniční politiky či MPO v Exportní strategii upozorňují v souvislosti s mezinárodními ekonomickými vztahy.

⁶¹ Vládou dosud neschválená nová koncepce zahraniční politiky je dostupná ze serveru lidovky.cz: ŠAFARÍKOVÁ, K. Koncepce zahraniční politiky: návrat lidských práv a Drulákova prohra [online]. 31.3.2015 [cit. 15.5.2015]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/koncepce-zahranicni-politiky-navrat-lidskych-prav-a-prohra-drulaka-1pk-/zpravy-domov.aspx?c=A150331_084523_ln_domov_ele

⁶² Česká televize. Nová koncepce zahraniční politiky: Už ne jen ekonomika, ale i lidská práva [online]. 13. 4. 2015 [cit. 15.5.2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelivize.cz/ct24/domaci/307621-nova-koncepce-zahranicni-politiky-uz-ne-jen-ekonomika-ale-i-lidska-prava/>

⁶³ Koncepce zahraniční politiky České republiky, 2011.

2 Česká ekonomická diplomacie v Číně

Čína je v současnosti s prioritními zeměmi českého exportu zmiňována asi nejčastěji. V říjnu roku 2014 Mezinárodní měnový fond (dále jen „MMF“) zveřejnil aktualizovaná data týkající se vývoje světové ekonomiky, ve kterých Čína poprvé figurovala jako největší ekonomika světa (podle HDP měřeného paritou kupní síly) a z pomyslného trůnu tak sesadila Spojené státy americké, kterým tato pozice patřila téměř dvě stě let.⁶⁴ Přestože mnozí považují výpočet MMF u HDP pomocí parity kupní síly za zkreslený a zpochybňují výsledky čínské ekonomiky⁶⁵, faktem zůstává, že růst čínské ekonomiky, který průměrně v posledních třiceti letech dosahoval 10 %, je pozoruhodný.⁶⁶ Zájem o čínský trh odráží dynamika zahraničního obchodu Číny, která se výrazně zvýšila zejména po vstupu Číny do Světové obchodní organizace (dále jen „WTO“) v roce 2001.

Přestože se členstvím Číny ve WTO vstup na čínský trh v mnoha oblastech zjednodušil, pro exportéry stále představuje jeden z nejtěžších trhů na světě. Přetrvávající protekcionistická opatření Číny spočívají v nutnosti získat řadu certifikátů (např. certifikát o nezávadnosti produktu) a povolení pro vstup na trh (např. pro stavební sektor a firmy dovážející kosmetiku, zdravotnická zařízení a potraviny), splňovat čínské standardy a normy, odlišné od českých a unijních apod.⁶⁷ To se projevuje negativní bilancí zahraničního obchodu s Čínou, která je typická také pro český zahraniční obchod.

Úkolem mikroekonomické diplomacie je co nejvíce podpořit české podnikatelské subjekty při jejich vstupu na čínský trh a tento proces jim i přes veškerá opatření a překážky zjednodušit. Předpokladem splnění tohoto úkolu jsou dobré politicko-diplomatické vztahy mezi zeměmi a obratná diplomacie v oblasti lidských práv.

⁶⁴ IMF. World Economic Outlook: Legacies, Clouds, Uncertainties [online]. October 2014 [cit. 3.1.2015]. ISBN: 978-1-48438-0-666. Dostupné z: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/>

⁶⁵ CARTER, B. Is China's economy really the largest in the world?[online]. BBC News, 16.12.2014 [cit. 5.1.2015]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/magazine-30483762>

⁶⁶ Deloitte. Competitiveness: Catching the next wave. China [online]. Global Creative studio, 2014 [cit. 20.3.2015] Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-china-competitiveness-report-web.pdf>

⁶⁷ Více v: USA. United States Trade Representative. Report to Congress On China's WTO Compliance [online]. December 2014. [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: <https://ustr.gov/sites/default/files/2014-Report-to-Congress-Final.pdf>

2.1 Zahraniční obchod ČR s Čínou

Čína je od roku 2005 nejdůležitějším obchodním partnerem ČR mimo státy EU a její podíl na celkovém komoditním zahraničním obchodu ČR se stále zvyšuje. Význam Číny pro českou ekonomiku zmiňuje i Koncepce zahraniční politiky z roku 2011, která ji označuje za jednoho z nejdůležitějších partnerů ČR. Koncepce konkrétně uvádí, že „...těžištěm spolupráce mezi oběma zeměmi je především oblast ekonomická. Cílem ČR je dále prohlubovat vzájemnou obchodní výměnu s důrazem na snižování negativní obchodní bilance.“⁶⁸

Zatímco podíl vývozu do Číny na celkových českých vývozech je poměrně zanedbatelný a v roce 2014 zaujímal pouze 1,2 %, podíl čínských dovozů na celkových dovozech ČR dosahoval 11,4 % (viz Tabulku 3).⁶⁹ Pozice Číny v zahraničním obchodě ČR se zbožím je tak významná zejména z pohledu dovozu. V roce 2014 byla Čína po Německu druhým největším dovozcem a dokonce prvním největším mimo země EU. Český vývoz do Číny skončil v porovnání s exportem do ostatních zemí v roce 2014 až na 18. místě.

Tabulka 3: Teritoriální struktura českého zahraničního obchodu za rok 2014, mil. Kč a %

Země	Obrat	%	Vývoz	%	Dovoz	%	Bilance
ČR	6 762 037	100	3 604 756	100	3 157 281	100	447 475
SRN	1 977 242	29,2	1 154 040	32,0	823 202	26,1	330 838
Slovensko	466 084	6,9	299 205	8,3	166 879	5,3	132 326
Polsko	456 657	6,8	214 268	5,9	242 389	7,7	-28 121
Čína	400 983	5,9	42 321	1,2	358 662	11,4	-316 341
Rusko	244 217	3,6	113 332	3,1	130 885	4,1	-17 553
Francie	285 437	4,2	182 760	5,1	102 677	3,3	80 083
Rakousko	254 061	3,8	155 489	4,3	98 572	3,1	56 917
Itálie	260 945	3,9	132 599	3,7	128 346	4,1	4 253
V. Británie	251 005	3,7	183 361	5,1	67 644	2,1	115 717
Nizozemsko	204 425	3,0	98 438	2,7	105 987	3,4	-7 549
Maďarsko	173 206	2,6	100 154	2,8	73 052	2,3	27 102
USA	158 241	2,3	81 205	2,3	77 036	2,4	4 169

Zdroj: ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Zahraniční obchod 1-12/2014 [online]. 2014 [cit. 2.2.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/statistika-zahr-obchod/>

Podle Semeráka nejde o nic překvapivého: „Česká struktura zahraničního obchodu je vcelku přirozenou adaptací na pozici ČR v Evropě. Pokles podílu mimoevropských teritorií

⁶⁸ Koncepce zahraniční politiky České republiky, 2011.

⁶⁹ Podobně jako většina zahraničních institucí vykazuje i Český statistický úřad data zahraničního obchodu ČR s Hong Kongem a Taiwanem samostatně.

*v českých exportech, ke kterému reálně po roce 1989 došlo, byl spíše návratem k normálu.*⁷⁰ Podle Fürsta je důvodem nízkých objemů exportu do Číny nesnadné prostředí teritoria, kam se obtížně realizují exporty, a „ani ekonomicky silnější a asertivnější státy EU, ani EU jako celek v ČLR nedosahují podstatných úspěchů“. Fürst ale zároveň připouští, že „objem vývozu do Číny je částečně skryt v položkách českého exportu do EU“.⁷¹

Statistiky totiž nepočítají s fenoménem tzv. „reexportu“, při kterém je sice české zboží exportováno do ČLR, ale prostřednictvím jiných zemí EU (nejčastěji přes Německo). Je tomu tak hned z několika důvodů: lepší pověst, stabilní odbytiště, importní licence zahraničního subjektu nebo výhodnější bilaterální obchodní podmínky s danou zemí apod. Statistiky bohužel s reexporty nepracují a vykazují je „jen“ jako export do zemí EU. Nutno dodat, že tento fenomén zatěžuje i import čínského zboží do ČR, které mnohdy procestuje až 75 zemí než se dostane do cílové destinace.⁷²

Podobně jako ČR jsou na tom i další země Visegrádské čtyřky (dále jen „V4“)⁷³ Maďarsko, Polsko a Slovensko, které jsou si kulturně i historicky blízké a které vstoupily do EU i WTO ve stejný rok (2004 a 1995). Čína pro ně nepředstavuje hlavní exportní trh, ale významného dovozce. Podíl vývozu do Číny na celkovém exportu představuje v Polsku 1,06 %, v Maďarsku 1,85 % a ve Slovensku 2,48 %, zatímco podíl dovozu z Číny na celkových dovozech dosahuje mnohem vyšších procent – v Polsku 9,48 %, v Maďarsku 5,38 % a ve Slovensku 7,27 % (2013).⁷⁴

Objem čínského dovozu do ČR v roce 2014 několikanásobně převyšoval objem českého vývozu do Číny a vzájemný obchod zbožím skončil nejvyšším deficitem zbožové bilance od roku 2000.⁷⁵ Vývoj vývozu, dovozu a bilance zboží s Čínou v letech 2000-2014

⁷⁰ SEMERÁK, V. Zachrání Čína české exporty? [online]. Praha: Národohospodářský ústav AVČR, 2012 [cit. 15.12.2014]. Studie 6/2012, CERGE-EI. Dostupné z: http://idea.cerge-ei.cz/documents/studie_2012_06.pdf

⁷¹ FÜRST, R. Má mít Česká republika dlouhodobou strategii ve vztazích s Čínou? [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2013 [cit. 25.1.2015]. S. 3 - 4. Dostupné z: <http://www.iir.cz/article/ma-mit-ceska-republika-dlouhodobou-strategii-ve-vztazich-s-cinou>

⁷² Čína: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. BusinessInfo.cz [online]. 6.10.2014 [cit. 12.12.2014]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cina-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr-19057.html#sec4>

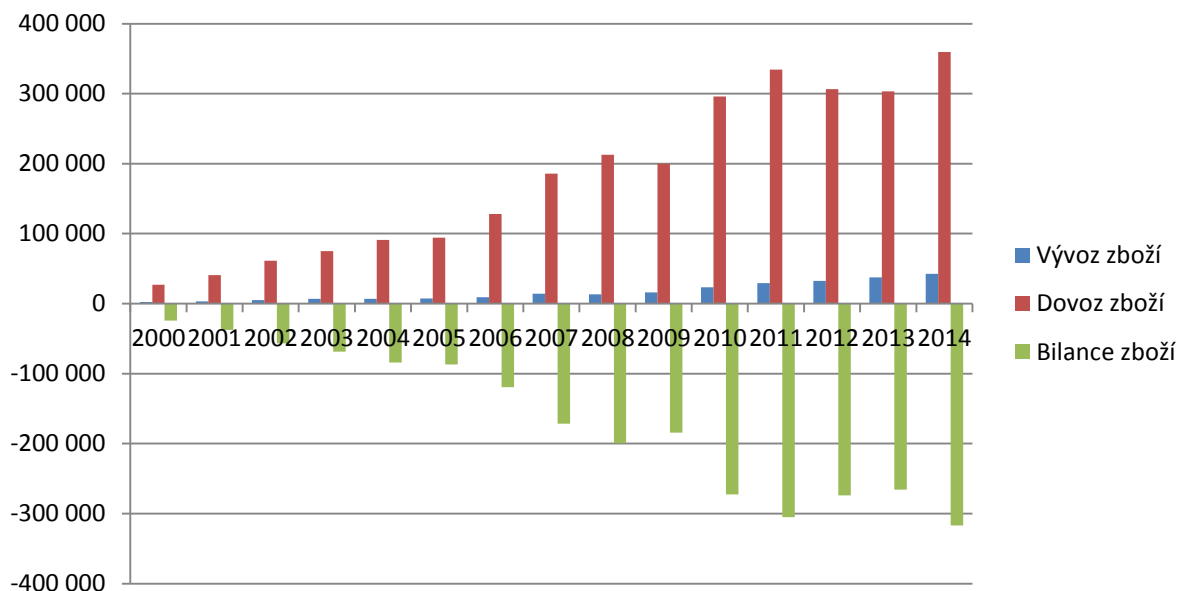
⁷³ V4 je aliance čtyř středoevropských států České republiky, Maďarska, Polska, Slovenska, která vznikla v roce 1991 a byla motivována čtyřmi faktory: 1) eliminovat pozůstatky komunistického bloku ve střední Evropě, 2) překonat historické animozity mezi státy střední Evropy, 3) víra v to, že společným úsilím může být jednodušeji dosaženo stanovených cílů (sociální transformace a vstup do EU), 4) ideová blízkost politických elit v zemích. Zdroj: About [online]. Visegradgroup.eu, © 2000-2015 International Visegrad Fund [cit. 22.3.2015]. Dostupné z: <http://www.visegradgroup.eu/about>

⁷⁴ World Bank. World Integrated Trade Solution. 2013 [cit. dne 22.5.2015]. Dostupné z: <http://wits.worldbank.org/detailed-country-analysis-visualization.html>

⁷⁵ ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Zahraniční obchod 1-12/2014 [online]. 2014 [cit. 2.2.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/statistika-zahr-obchod/>

demonstruje Graf 3, který dokládá, že obchod s Čínou dlouhodobě negativně ovlivňuje HDP české ekonomiky.

Graf 3: Vývoz, dovoz a bilance zboží ČR s ČLR v letech 2000 – 2014, v mld. Kč



Zdroj: ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Zahraniční obchod 1-12/2014 [online]. 2014 [cit. 2.2.2015].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/statistika-zahr-obchod/>

Z Tabulky 3 je navíc patrné, že v porovnání s 12 nejvýznamnějšími zahraničně obchodními partnery ČR podle obrátu obchodu zbožím má ČR s Čínou výrazně nejhorší obchodní bilanci -316,3 mld. Kč. Deficitem skončila obchodní bilance také s Polskem (28,1 mld. Kč), Ruskem (17,6 mld. Kč) a Nizozemskem (7,5 mld. Kč), ale v porovnání s tím čínským jde o relativně zanedbatelné částky.

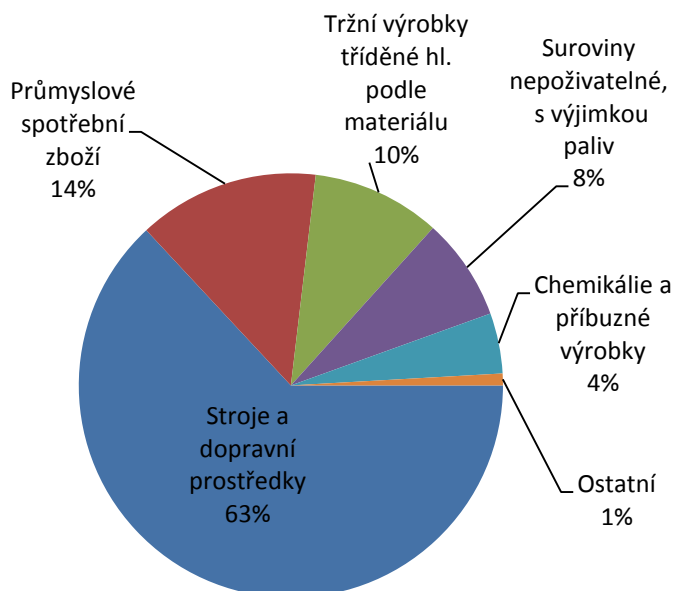
ČR proto zejména v posledních několika letech usiluje o zefektivnění mechanismu podpory exportu nejen do Číny, ale i do dalších teritorií s důrazem na teritoria mimo EU, která by mohla pozitivně ovlivnit vývoj HDP české ekonomiky.

Zahraničnímu obchodu ČR s Čínou v roce 2014 (analyzováno podle SITC 1 – místo⁷⁶) jednoznačně dominovala komoditní skupina Stroje a dopravní prostředky, která tvořila 63 % z celkového vývozu o objemu 42,4 mld. Kč a 75 % z celkového dovozu o objemu 359,4 mld. Kč. Dalšími velkými komoditními skupinami vývozu byly v roce 2014: Průmyslové spotřební zboží (14 %), Tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu (10 %), Suroviny nepoživatelné,

⁷⁶ SITC (Standard International Trade Classification) je standardní mezinárodní klasifikace obchodovaných komodit využívaná statistiky a celními úřady sestavená poprvé OSN v roce 1988. Je tvořena pěti úrovněmi numericky kódovanou hierarchickou strukturou. Jednotlivé úrovně jsou označovány SITC 1 až SITC 5. Zdroj: International Trade Center UNCTAD/WTO. Difference between the Standard International Trade Classification (SITC) and the Harmonized System (HS) [online]. [cit. 21.8.2015]. Dostupné z: <http://legacy.intracen.org/mas/sitchs.htm>

s výjimkou paliv (8 %) a Chemikálie a příbuzné výrobky (4 %). Položka Ostatní v Grafu 4 v sobě kumuluje několik objemově menších komoditních skupin: Nápoje a tabák, Minerální paliva, maziva a příbuzné materiály a Potraviny a živá zvířata, které dohromady tvořily pouhé 1 % celkového českého vývozu do ČLR (Graf 4, podrobněji Příloha 2).

Graf 4: Zbožová struktura vývozu ČR do ČLR v roce 2014, v %



Zdroj: ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit.23.5.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>

Nejvýznamnějšími konkrétními položkami českého vývozu do Číny (podle objemu v Kč a metodiky HS4⁷⁷) byly: Části, součásti vozidel motorových, osobních aj. traktorů (3,3 mld. Kč), Čerpadla i se zařízením měřicím, zdviže na kapaliny (2,7 mld. Kč), Části, přístroje k ochraně apod. obvodů, rozvaděčů aj. (2,2 mld. Kč), Buničina dřevěná, chemická, pro chemické zpracování (2 mld. Kč), Zařízení elektrické k ochraně, spínání elektrických obvodů (1,7 mld. Kč).⁷⁸

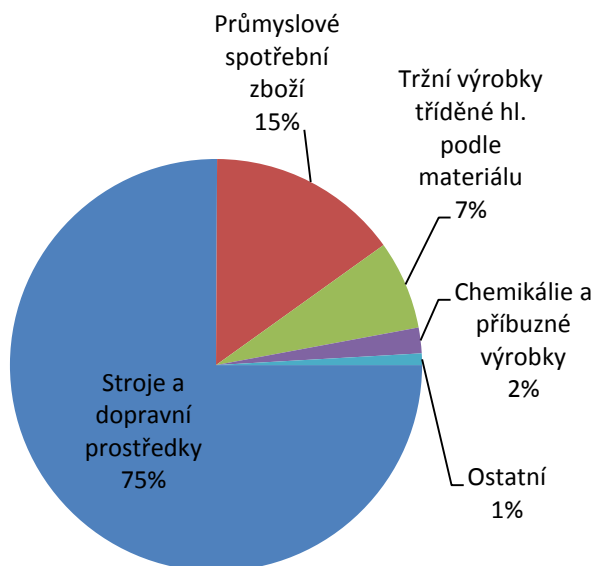
Největšími komoditními skupinami dovozu z ČLR po Strojích a dopravních prostředcích (75 %) byly: Průmyslové spotřební zboží (15 %), Tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu (7 %) a Chemikálie a příbuzné výrobky (2 %). Položka Ostatní v Grafu 5 v sobě kumuluje několik objemově menších komoditních skupin: Nápoje a tabák, Komodity a

⁷⁷ Harmonizovaný systém (HS, Harmonized System) je mezinárodní klasifikace obchodovaných komodit sestavená OSN v roce 1988. HS klasifikace umožňuje přesnější popis jednotlivých výrobků než SITC a může mít až 10 úrovní. Zdroj: International Trade Center UNCTAD/WTO. Difference between the Standard International Trade Classification (SITC) and the Harmonized System (HS) [online]. [cit. 21.8.2015]. Dostupné z: <http://legacy.intracen.org/mas/sitcs.htm>

⁷⁸ ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>

předměty obchodu, Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky, Minerální paliva, maziva a příbuzné materiály, Potraviny a živá zvířata, Suroviny nepoživatelné, s výjimkou paliv (Graf 5, podrobněji Příloha 3).

Graf 5: Zbožová struktura dovozu ČR z ČLR v roce 2014



Zdroj: ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>

Nejvýznamnějšími konkrétními položkami dovozu z Číny v roce 2014 (podle objemu v Kč a metodiky HS4) byly: Stroje pro automatické zpracování dat, jednotky, snímače apod. (72,3 mld. Kč), Přístroje telefonní, ostatní přístroje pro vysílání, příjem hlasu, dat a jiného (54,5 mld. Kč), Části strojů psacích, počítačích pro automatické zpracování dat (10 mld. Kč), Monitory, projektory bez TV, přijímače televizní (12,7 mld. Kč), Části přístrojů vysílacích, přijímacích, televizí (10,6 mld. Kč).⁷⁹

2.2 Vývoj česko-čínských vztahů

ČR si dobře uvědomuje rostoucí význam a postavení Číny ve světové i domácí ekonomice a „vnímá ji jako příležitost, aniž by nezbytně opouštěla ty hodnoty, v jejichž vnímání se s Čínou rozchází“.⁸⁰ Koncepce zahraniční politiky tak nepřímou poukazuje na problematiku přístupu Číny k ochraně lidských práv (viz dále) a vztahy s Čínskou republikou na Taiwanu (dále také „Taiwan“). Čínská republika byla založena roku 1912 na území

⁷⁹ ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>

⁸⁰ Koncepce zahraniční politiky České republiky, 2011.

pevninské Číny se sídlem v Nanjingu. Po porážce Čínské republiky v čínské občanské válce, se kuomintangská vláda přemístila na ostrov Taiwan, nad kterým pekingské úřady nikdy nevykonávaly suverenitu.⁸¹ Do vyhlášení Čínské lidové republiky v roce 1949 byla kuomintangská vláda zákonnou vládou celé Číny a v OSN ji zastupoval kuomintangský delegát. V roce 1971 byl vlivem politických událostí kuomintangský delegát nahrazen reprezentantem Čínské lidové republiky. Zánik členství v OSN a uznání Čínské republiky některými mocnostmi mělo zničující dopad na mezinárodní postavení Čínské republiky na Taiwanu.⁸² Dnes je Taiwan v rámci „politiky jedné Číny“ považován za jednu z provincií ČLR a většina států světa, včetně ČR, jej oficiálně neuznává (uznává jej pouze 22 států, v Evropě pouze Svatý stolec) a s Taiwanem udržuje pouze ekonomické vztahy.

V roce 2014 oslavily ČLR a ČR 65. výročí navázání diplomatických styků a podle MPO je Čína v ČR vnímána jako „*silná ekonomika, která se úspěšně vydala na cestu reform, otevřela se světu a stala se ztělesněním úspěchu moderní doby*“.⁸³ Přestože byly česko-čínské vztahy v minulosti opakovaně narušovány (viz dále), Česká republika aktivně usiluje o prohloubení česko-čínských vztahů. Ekonomická krize v Evropě byla impulsem k diverzifikaci českých exportních trhů a ke zvýšení konkurenceschopnosti české ekonomiky. České firmy si na čínském trhu získaly v minulosti velmi dobrou pověst, na kterou by dnes Česká republika ráda navázala. Přestože prioritou ČR je zejména obchodní spolupráce s Čínou, ekonomické vztahy jsou velice úzce propojeny se vztahy politicko-diplomatickými.

Základy soudobých diplomatických vztahů mezi oběma zeměmi byly položeny v roce 1919, kdy Čínská republika uznala jako jeden z prvních států Československo za nezávislý a suverénní stát.⁸⁴ V meziválečném období spolu země udržovaly zejména obchodní vztahy. Československému exportu dominovaly zbraně, které dosahovaly až 85 % celkového vývozu, strojírenské výrobky, spotřební zboží a investiční celky.⁸⁵ Nejúspěšnějšími československými firmami na čínském trhu se spolu s výrobcí piva a mistry skláři staly Škoda (významné dodávky lokomotiv do Mandžuska ve 20. letech⁸⁶) a Baťa (firma na trhu působí přes

⁸¹ Čínská republika (Taiwan). Ministerstvo zahraničních věcí. Čínská republika na první pohled 2012 [online]. Srpen 2012 [cit. 11.8.2015], Dostupné z: <http://www.taiwanembassy.org/public/Attachment/210251774271.pdf>

⁸² ČR. MZV. Tchaj-wan: Zahraničně-politická orientace [online]. [cit. 11.8.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asie/tchaj_wan/politika/zahranicne_politicka_orientace.html

⁸³ ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Nová etapa pro česko-čínské vztahy [online]. Odbor 51600, 9.2.2015 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument155778.html>

⁸⁴ ČR. Ministerstvo zahraničních věcí. Čína [online]. 26.8.2014 [cit. 15.3.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/cina.html

⁸⁵ Fürst, R. Česko-čínské vztahy po roce 1989. Praha: Karolinum, 2010. s. 29. ISBN 978-80-246-1653-7

⁸⁶ ŠKODA Transportation, a.s. O společnosti: Historie [online]. [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://skoda.cz/cs/o-spolecnosti/historie/>

120 let⁸⁷), jejichž zástupci působili na čínském trhu od počátku 19. století a usadili se v oblasti města Harbin.⁸⁸ Vyústěním vzájemné obchodní spolupráce byla *Československo-čínská přátelská a obchodní dohoda* z roku 1930, na kterou o rok později navázalo otevření československého velvyslanectví v Pekingu a oficiální navázání diplomatických styků.⁸⁹

Vzájemné vztahy ve 40. letech ovlivnila především politická situace v Číně. Občanská válka a stranický boj o moc skončily v roce 1949 vítězstvím komunistů a vyhlášením Čínské lidové republiky, kterou Československá republika (dále jen „ČSR“) vzápětí uznala a navázala s ní diplomatické vztahy.⁹⁰

Čínská ekonomika byla po občanské válce ve velmi špatném stavu, který ještě zhoršovalo vysoké zapojení ekonomické síly v neefektivní zemědělské výrobě.⁹¹ S cílem modernizovat ekonomiku poptávala ČLR strojírenské výrobky a investiční celky v zemích východního bloku, neboť vztahy se západními demokratickými zeměmi byly z politicko-ideologických důvodů v 50. letech vyloučeny. ČSR a ČLR pojilo v té době úzké politické spojení, které bylo podpořeno podpisem řady bilaterálních smluv: *Dohoda o kulturní spolupráci*, *Dohoda o vědecké spolupráci*, *Ujednání o poštovní službě* nebo *Ujednání o telekomunikačních stycích*, které měly přispět k dalšímu prohlubování vztahů.⁹² Československé firmy měly na čínském trhu dobrou pověst již z doby mezi válkami a dokázaly Číně nabídnout přesně to, co v tu chvíli potřebovala: zemědělské a průmyslové stroje, automobily, traktory a z investičních celků také tepelné elektrárny a turbíny. ČLR se stala třetím nejdůležitějším obchodním partnerem ČSR za SSSR a NDR a její podíl na obratu zahraničního obchodu v ČSR vzrostl během let 1954-57 z 5,8 % na 6,2 %.⁹³ Vrcholem československo-čínských vztahů byla 50. léta také díky uzavření nadstandardní *Smlouvy o přátelství a spolupráci mezi ČSR a ČLR* (podobnou smlouvu v té době s ČLR měla pouze

⁸⁷ Bata World News: Bata Pop-up Store Launched in China [online]. 2.5.2014 [cit. 23.6.2015]. Dostupné z: <http://world.bata.com/news/2014/bata-pop-store-launched-china>

⁸⁸ MZV. Události a média: Čína [online]. 26.08.2014 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/cina.html

⁸⁹ Velvyslanectví ČR v Pekingu. Platné smlouvy mezi ČR a ČLR [Online]. 1.2.2012 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z:

http://www.mzv.cz/beijing/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_dohody_s_clr/platne_smlouvy_mezi_cr_a_clr.html

⁹⁰ V roce 1949 vláda Československé republiky jako jedna z prvních zemí uznala ČLR a současně zrušila diplomatické styky s kuomintangskou vládou (ROC, Republic of China, Čínská republika).

⁹¹ Během občanské války došlo ke zničení infrastruktury a po válce s Japonskem sovětské vojsko rozebralo a odvezlo téměř polovinu strojního vybavení v nejdůležitější průmyslové oblasti na severovýchodě země, poválečná zemědělská produkce byla navíc na pouhých 30 % své úrovně před válkou. Více v: BHAUMIK, T.K. *Old China's New Economy: The Conquest by a Billion Paupers*. India: SAGE Publications, 2009. 328 s. ISBN: 8132100905.

⁹² Velvyslanectví ČR v Pekingu. Platné smlouvy mezi ČR a ČLR [Online]. 1.2.2012 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_dohody_s_clr/platne_smlouvy_mezi_cr_a_clr.html

⁹³ Fürst, Česko-čínské vztahy po roce 1989, s. 30

NDR a SSSR) a státním návštěvám na nejvyšší úrovni (československou delegaci přijal čínský ministr zahraničí Zhou Enlai i samotný Mao Zedong).⁹⁴

V 60. letech byly vzájemné vztahy ovlivněny tzv. sovětsko-čínskou roztržkou (SSSR odmítl poskytnout Číně jaderné zbraně), během které se tehdejší Československá socialistická republika (dále jen „ČSSR“) postavila na stranu Moskvy. Následovalo ochlazení česko-čínských politických i obchodních vztahů. ČLR ztratila ekonomickou podporu SSSR a vlastními politickými rozhodnutími (politika velkého skoku, kulturní revoluce) přivedla zemi na pokraj úplného zhroucení ekonomiky, omezení zahraničního obchodu a poklesu importů.⁹⁵

Až počátkem 70. let došlo ke zlepšení vztahů ČLR se západními zeměmi výměnou za členství v OSN, kde ČLR v roce 1971 nahradila Čínskou republiku (Republic of China, ROC).⁹⁶ Vztahy s ČSSR ale zůstaly velmi chladné a ještě se zhoršily v roce 1979, kdy se ČSSR opět postavila na stranu Moskvy při hlasování v Radě bezpečnosti OSN o sankcích pro Čínu kvůli invazi do Vietnamu.⁹⁷

K revitalizaci vztahů došlo až v polovině 80. let, kdy byly v ČLR zřízeny montážní závody Tatra a Liaz a kdy byla podepsána *Dohoda o zamezení dvojího zdanění a Dodatkový protokol o dlouhodobé obchodní dohodě mezi ČSSR a ČLR na léta 1986-1990*.⁹⁸ Hlavním zájmem ČSSR bylo zachovat dobré obchodní vztahy s ČLR, což potvrzuje i fakt, že v roce 1989 československá média ovládaná Komunistickou stranou Československa neodsoudila zásah čínské vlády při povstání na náměstí Nebeského klidu v Pekingu.⁹⁹

S rozpadem Sovětského svazu a postupnou transformací zemí bývalého sovětského bloku se vzájemné vztahy obou zemí zkomplikovaly. ČLR procházela ekonomickými reformami řízenými Dengem Xiaopingem, které vyvrcholily politikou otevřených dveří a zaváděním speciálních ekonomických zón. Ekonomické reformy usnadnily realizaci čínského mezinárodního obchodu a urychlily ekonomickou modernizaci ČLR. Období 90. let je tak

⁹⁴ Tamtéž.

⁹⁵ BHAUMIK, T.K. *Old China's New Economy*, 2009

⁹⁶ V 70. letech došlo k normalizaci vztahů mezi USA a Čínou prostřednictvím tzv. pingpongové diplomacie. Po obratné diplomacii Henryho Kissingera (poradce amerického prezidenta Nixona), pozvala ČLR americký reprezentační tým stolních tenistů v roce 1971 do Pekingu. Poté následovalo oteplení vztahů mezi státy a oficiální návštěva Nixona v Číně. Více v: SYRUČEK, M. *Bůh či ďábel diplomacie*. Epocha, 2004. Indiana University. S. 399. ISBN: 8086328481

⁹⁷ Fürst, R. *Česko-čínské vztahy po roce 1989*, 2010. S. 34

⁹⁸ Platné smlouvy mezi ČR a ČLR, 2012.

⁹⁹ Povstání (někdy také masakr, protest či incident) na náměstí Nebeského klidu neboli „pekingské jaro“ bylo násilné potlačení demonstrantů požadujících demokratizaci společnosti čínskou armádou v hlavním městě ČLR Pekingu v roce 1989. Čínská vláda nařídila proti povstalcům 4. června 1989 použít ozbrojené složky včetně tanků, což mělo za následek stovky mrtvých (přesný počet obětí není znám) a tisíce raněných. Zásah čínské vlády odsoudily a zaujaly velmi kritický postoj včetně zavedení odvetného opatření (Evropské společenství zavedlo embargo na vývoz zbraní do ČLR, které platí dodnes) nejen západní země, ale také některé socialistické státy jako Polsko, Jugoslávie či Maďarsko. Více např. LIM, L. *The people's Republic of Amnesia: Tiananmen Revisited*. Oxford University Press. 2015. S. 288. ISBN-10: 0190227915

charakterizováno prudkým nárůstem objemu obchodu Číny s celou Evropou, včetně tehdejší ČSFR, která s Čínou podepsala obchodně ekonomickou dohodu (dohoda byla v roce 2004 nahrazena Dohodou o hospodářské spolupráci).

Po pádu komunismu byly česko-čínské vztahy stále znatelněji zatěžovány otázkami lidských práv a demokracie, které do zahraniční politiky vnesly osobnosti československého disentu. Československá vláda svůj postoj k Číně vyjádřila pozváním tibetského duchovního vůdce dalajlámy do Prahy v únoru 1990.¹⁰⁰ Od té doby jsou vzájemné vztahy poněkud chladné, nicméně obchodní vztahy mezi zeměmi byly zachovány.

Po vzniku České republiky v roce 1993 byla hlavním cílem české zahraniční politiky integrace do evropských obranných a politických struktur. Intenzita obchodu mezi zeměmi klesala a od roku 1994 je obchodní bilance s Čínou trvale pasivní. Český export už nebyl omezen pouze na země východního bloku a před stále komplikovanějším vstupem na čínský trh (vysoká míra ochrany vnitřního trhu – dovozní cla, kvóty, licence, certifikáty) dával přednost trhům evropským. Rovněž čínští odběratelé získali přístup na západní trhy a mohli si více vybírat v době, kdy východoevropští dodavatelé nebyli schopni držet krok s jejich nároky na kvalitu a množství zboží.¹⁰¹

K výraznému ochlazení vzájemných vztahů došlo v roce 1995, kdy na základě předchozího pozvání navštívil Českou republiku bývalý premiér Taiwanu Lian Zhan, což čínská vláda vnímala jako porušení čínské suverenity a principu „jedné Číny“. Na tento diplomatický prohřešek navázal téhož roku prezident Havel u příležitosti 50. výročí založení OSN v New Yorku, kde na tiskové konferenci podpořil nárok Taiwanu na znovupřijetí do OSN.¹⁰² Česká vláda později učinila prohlášení, ve kterých zdůraznila podporu principu jedné Číny a vyjádřila naději na rozvoj vztahů a vzájemné spolupráce. Toto prohlášení potvrdil také tehdejší náměstek ministra zahraničí ČR Vondra, když prohlásil, že česká vláda trvá na principu jedné Číny.

V druhé polovině 90. let došlo k postupnému obnovování oboustranných návštěv na úrovni náměstků ministrů. V roce 1996 navštívil Českou republiku čínský vicepremiér a ministr zahraničí Qian Qichen, o rok později vicepremiér Wu Bangguo a v roce 1999 už uskutečnil český ministr zahraničí Kavan oficiální návštěvu Číny a premiér Zeman spolu

¹⁰⁰ BĚLOHLÁVEK, T., HUBIČKA, J. Čím jsme to žili – v únoru 1990. Rozhlas.cz [online]. 25.2.2015 [cit. 9.8.2015].

Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/archiv/dokument/_zprava/cim-jsme-to-zili-v-unoru-1990--1459739

¹⁰¹ Fürst, R. Česko-čínské vztahy po roce 1989, 2010. S. 80

¹⁰² Fürst, R. Česko-čínské vztahy po roce 1989, 2010. S. 215

s čínským protějškem uveřejnil *Společné komuniké vlády Čínské lidové republiky a vlády České republiky*.

V roce 2000 došlo ale k dalšímu ochlazení vzájemných vztahů poté, co česká strana umožnila bývalému prezidentovi Čínské republiky Li Denghuiovi a dalajlámovi účast na konferenci „Fórum 2000“ a jejich oficiální setkání s prezidentem Václavem Havlem.

Česká zahraniční politika nabrala nový směr ve vztahu k Číně po zvolení nového prezidenta Václava Klause v roce 2003. Klaus zastával vůči Číně pragmatický přístup a zdůrazňoval české ekonomické zájmy. V roce 2004, poprvé v historii České republiky, navštívil český prezident Čínu. Klaus během návštěvy podepsal hned tři smlouvy: *Dohodu o hospodářské spolupráci*, *Protokol o kulturní spolupráci* a *Memorandum o porozumění a spolupráci v oblasti životního prostředí*.¹⁰³ V roce 2005 Prahu navštívil čínský prezident Hu Jintao a později i předseda vlády Wen Jiabao, který podepsal kontroverzní *Dohodu O podpoře a ochraně investic*.¹⁰⁴

Navzdory oživení problematiky lidských práv na české politické scéně Stranou zelených, která se v roce 2006 poprvé dostala do Poslanecké sněmovny, uskutečnila ČR mezi lety 2007–2008 několik oficiálních návštěv Číny. Během roku 2007 navštívil Čínu ministr zemědělství Petr Gandalovič a ministr průmyslu Martin Říman. Začátkem roku 2008 pak stihl Čínu navštívit ještě ministr kultury Václav Jehlička.

V roce 2009 Česká republika předsedala Radě EU a Praha hostila summit EU-Čína¹⁰⁵, kterého se účastnil také čínský premiér. V témže roce skupina českých poslanců oficiálně nominovala na Nobelovu cenu míru čínského disidenta Liu Xiaobo¹⁰⁶ a po říjnovém Fóru 2000, kam byl pozván dalajláma, a festivalu Jeden Svět, kde byl oceněn vězněný Liu Xiaobo, tak mohl v roce 2009 navštívit premiér Jan Fischer pouze Hong Kong a Macao, nikoliv

¹⁰³ Velvyslanectví ČR v Peking. Platné smlouvy mezi ČR a ČLR [Online]. 1.2.2012 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z:

http://www.mzv.cz/beijing/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_dohody_s_clr/platne_smlouvy_mezi_cr_a_clr.html

¹⁰⁴ Dohoda byla podle některých pro českou stranu jednoznačně nevýhodná a dokonce v rozporu s unijním právem, viz např.: Česká dohoda s Čínou podle MF plně nevyhovuje právu. Euroskop.cz [online]. 08.12.2005 [cit. 12.1.2015]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8952/3900/clanek/ceska-dohoda-s-cinou-podle-mf-plne-nehovuje-pravu-eu/>

¹⁰⁵ Summit je setkáním nejvyšších představitelů EU a Číny. První EU-Čína summit se konal v roce 1998 a od té doby se koná každoročně střídavě v Pekingu a Bruselu. Setkává se na něm čínský premiér doprovázen ministry a prezident Rady ministrů EU, prezident Evropské komise, vysoký představitel EU pro zahraniční věci a bezpečnostní politiku a další relevantní vice-prezidenti a komisaři Evropské komise, kteří probírají pozice obou zemí v bilaterálních, regionálních a mezinárodních záležitostech. Více na: EU External Action: EU-China Summits [online]. [cit. 16.8.2015]. Dostupné z: http://eeas.europa.eu/china/summits_en.htm

¹⁰⁶ KOŘAN, M. a kol. Česká zahraniční politika v roce 2010: analýza ÚMV [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2011 [cit. 22.1.2015]. S. 383. ISBN 978-80-86506-95-1. Dostupné také z: <http://www.dokumenty-iir.cz/Knihy/CZP10.pdf>

Peking.¹⁰⁷ Česko-čínské vztahy byly na několik let zmrazeny a do roku 2012 už k žádné oficiální návštěvě mezi zeměmi nedošlo. Krizi ve vztazích způsobila nejen častá setkání vrcholných českých politiků s tibetským duchovním vůdcem dalajlámou, ale také vyvěšování tibetské a taiwanské vlajky na vládních budovách a vznik Skupiny přátel Tibetu v Parlamentu ČR.

Výrazným kritikem prohrěšků českých politiků nejen ve vztahu k Číně patřil premiér Petr Nečas. Nečas se se svým čínským protějškem setkal při příležitosti dubnového summitu předsedů vlád ČLR a šestnácti zemí Střední a Východní Evropy ve Varšavě v roce 2012¹⁰⁸ a v listopadu téhož roku na brněnském Mezinárodním strojírenském veletrhu kritizoval podporu dalajlámy a ruské skupiny Pussy Riot s tím, že je podle něj „*nutné zabránit některým módním politickým projevům*“, které mají vliv na český export.¹⁰⁹ Proti těmto výrokům se silně ohradil ministr zahraničí Karel Schwarzenberg, který vyjádřil naději v to, že „*žádný český ministr zahraničí nikdy neskloní hlavu před velmocemi, pokud půjde o lidská práva*“ a dodal, že „*proti diktátorům se musí postupovat stejně, ať jsou jakkoli velcí*“.¹¹⁰ Téma lidských práv v Číně tak již poněkolikáté rozdělilo domácí politickou scénu.

K aktuálnímu oživení vztahů došlo po patnácti letech od návštěvy posledního ministra zahraničí Jana Kavana v dubnu roku 2014, kdy na základě pozvání čínského ministra zahraničních věcí Wang Yi odcestoval do Číny český ministr zahraničních věcí Lubomír Zaorálek. Cílem vlády Bohuslava Sobotky bylo, aby se ČR vyrovnala ostatním zemím EU (Francii, Německu, Velká Británii), které vedou s ČLR funkční dialog a rozvíjí intenzivní ekonomické i politické kontakty. Podle Sobotky: „minulé vlády Čínu jako silného hospodářského partnera ignorovaly a chovaly se tak zcela v rozporu se zájmy ČR“.¹¹¹ Na návštěvu Zaorálka navázal v říjnu prezident Miloš Zeman. Cílem jednání s čínskými státními představiteli bylo posílit vzájemné investice, zjednodušit obchodní vztahy, ale hlavně opětovně po patnácti letech zavést tradici setkávání na vrcholné státní úrovni. V průběhu

¹⁰⁷ PŠENÍČKA, J. Po třech letech pojede do Číny první český ministr. Ekonom.cz [online]. 19.10.2012 [cit. 22.1.2015]. Dostupné z: <http://ekonom.ihned.cz/c1-57991670-cesky-byznys-se-uci-cinsky>

¹⁰⁸ FÜRST, R. Čína znovu objevuje bývalou východní Evropu: Důvod k radosti či obavám? [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2015 [cit. 25.3.2015]. Dostupné z: http://irsec-hub.org/download/docs/304_pp-cina-znovu-objevuje.pdf

¹⁰⁹ Vláda ČR. Premiér: Dokončení Temelína bude významným impulsem pro český průmysl (přepis projevu Petra Nečase) [online]. 10.9.2012 [cit. 1.3.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/premier/vyznamne-projevy/premier-dokonceni-temelina-bude-vyznamnym-impulsem-pro-cesky-prumysl-98892/>

¹¹⁰ KŘIVKA, V. Schwarzenberg: Nečasův projev je úlet, přebírá čínskou propagandu [online rozhovor s Karlem Schwarzenbergem]. Lidové noviny, 11.9.2012 [cit. 22.2.2015]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/necas-podpora-pussy-riot-ci-dalajlamy-skodi-exportu-fys-/firmy-trhy.aspx?c=A120910_181740_ln_domov_sk

¹¹¹ Vláda ČR. Vláda mění vztahy s Čínou [online]. 23.4.2014 [cit. 17.8.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vlada-meni-vztahy-s-cinou-117922/>

Zemanovy cesty byly podepsány dohody a memoranda ekonomického charakteru: *Dohoda o spolupráci mezi Českou exportní bankou a EXIM Bank v Pekingu*, *Memorandum o spolupráci mezi MPO a National Energy Administration* a *Memorandum o porozumění mezi Elektronickým zkušebním ústavem s.p. a China Quality Certification Centre (CQC)*.¹¹²

Česká vláda si je vědoma rezerv, které v zahraniční politice vůči Číně má, a její ambicí je rozšířit dialog a vzájemnou komunikaci na nejvyšší úrovni. V roce 2014 zintenzivnila setkání, zasedání a vzájemné návštěvy na nejvyšší úrovni, z nichž se řada uskutečnila při příležitosti 65. výročí navázání diplomatických styků mezi zeměmi. Přehled těch nejvýznamnějších za rok 2014 přináší následující tabulka.

Tabulka 4: Česko-čínská setkání na nejvyšší úrovni v roce 2014

Únor	Setkání prezidentů obou zemí Miloše Zemana a Xi Jinping v Soči
Duben	Jednání ministra zahraničních věcí Lubomíra Zaorálka a prvního náměstka ministra Zhong Shana
Červen	Účast ministra průmyslu a obchodu Jana Mládka na 13. ročníku mezinárodního veletrhu zemí střední a východní Evropy
Srpen	Konání 9. zasedání Ekonomické smíšeného výboru (poslední zasedání se konalo v roce 2004 v Pekingu), Čínského investičního fóra a Fóra regionálních zástupců
Říjen	Státní návštěva prezidenta Miloše Zemana do ČLR, kam ho doprovázela početná podnikatelská delegace a kde se sešel s mnoha významnými čínskými partnery a svým protějškem Xi Jinpingem
Prosinec	Setkání předsedů vlád v rámci iniciativy ČLR k šestnácti zemím střední, východní a jihovýchodní Evropy (16+1) v Bělehradě

Zdroj: MPO. Nová etapa pro česko-čínské vztahy [online]. 9.2.2015 [cit. 21.3.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument155778.html>

V únoru roku 2015 MPO zveřejnilo dokument pojmenovaný *Nová etapa česko-čínských vztahů*, který představuje plán na vytvoření a posílení příznivých podmínek pro investory a podnikatele obou zemí.¹¹³ MPO v dokumentu identifikuje tři prioritní oblasti vzájemné spolupráce s Čínou. První oblastí je letecký průmysl a letectví, v rámci které by MPO chtělo mimo jiné obnovit dialog o zavedení přímé linky Praha-Šanghaj či Praha-Chengdu, druhou oblastí je rozšíření obousměrných investic a prozkoumání možnosti rozvoje ekonomických a technologických zón v ČR a třetí oblastí pak spolupráce na regionální úrovni a podpora různých druhů hospodářské a obchodní spolupráce mezi provinciemi a kraji obou zemí. Uvedené oblasti patřily k hlavním bodům programu již Zemanovy cesty do Číny na

¹¹² Všechny zmíněné dohody mají povahu nezávazné smlouvy o spolupráci či porozumění (memoranda), ze které nevyplynou žádné závazky ani jedné ze stran a slouží čistě k demonstraci přátelských vztahů a odhodlání k budoucí spolupráci.

¹¹³ Nová etapa pro česko-čínské vztahy, 2015.

podzim roku 2014 a zůstávají i nadále ústředními tématy česko-čínských vztahů. S cílem vyjednávat o dalších možnostech spolupráce v těchto oblastech, MPO plánuje řadu setkání na nejvyšší úrovni, jejichž přehled nabízí Tabulka 5.

Tabulka 5: Plánovaná česko-čínská setkání na nejvyšší úrovni v roce 2015

Návštěva delegace MOFCOM Zhejiang vedená náměstkem Chen Rufang ohledně CEEC's Products Fair 2015 (14. ročník Čínského mezinárodního veletrhu spotřebního zboží v Ningbo)
Vládní delegace s podnikatelskou misí do ČLR při příležitosti oficiální účasti ČR na 3. ročníku Čínského mezinárodního technologického veletrhu (20.—25.4.2015)
Návštěva vicepremiérky Liu Yandong při příležitosti setkání ministrů zdravotnictví v rámci 16+1 v ČR (15.—17. 6. 2015)
Návštěva vice administrátora Úřadu pro civilní letectví ČLR (CAAC) Wang Zhiqing v ČR
Návštěva ministra průmyslu a informačních technologií MIAO Wei v ČR
10. zasedání Ekonomického smíšeného výboru v Pekingu
Setkání premiérů zemí severovýchodní Evropy s ČLR

Zdroj: MPO. Nová etapa pro česko-čínské vztahy [online]. 9.2.2015 [cit. 21.3.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument155778.html>

Přestože česko-čínské vztahy v minulosti zaznamenaly řadu výkyvů způsobených politickým, ideologickým i ekonomickým vývojem v obou zemích, obchodní vztahy mezi zeměmi nebyly nikdy úplně přerušeny. Aktivita současné české vlády navíc naznačují velký zájem o stabilizaci vzájemných vztahů a jejich další rozvoj a prohloubení.

Největší výzvou české ekonomické diplomacie ve vztahu k Číně tak i nadále zůstává, jak vhodně zkombinovat ekonomické, zahraničně-politické a lidsko-právní aspekty vzájemných vztahů. Problematice se věnuje následující kapitola.

2.3 Lidská práva v Číně jako výzva české ekonomické diplomacie

Problematika lidských práv je jednou z hlavních příčin nekonzistentnosti české zahraniční politiky vůči Číně. Čeští politici kritizovali porušování lidských práv zejména po povstání na náměstí Nebeského klidu v Pekingu v roce 1989, po kterém řada států sáhla po odvetných opatřeních, např. v EU platí embargo na vývoz zbraní do Číny dodnes.

Většině států se ale od té doby postupně podařilo s Čínou nastavit korektní politické vztahy, které přispívají k rozvoji vztahů ekonomických, a to i navzdory setkání jejich

vrcholných představitelů s dalajlámou.¹¹⁴ České republice se to zatím nepodařilo. Jako jednu z možných příčin lze označit domácí vlivy např. společenské síly, nátlakové skupiny, média a veřejné mínění, které vedle institucionálních struktur také ovlivňují tvorbu zahraniční politiky ČR.¹¹⁵

Podle Fürsta Česká republika reflektuje zklamání z nedemokratického vývoje v ČLR aktivní neohroženou kritikou Pekingů a ostentativní podporou dalajlamy, kterou podporují (až na čestné výjimky) i česká média.¹¹⁶ K Fürstovi se připojuje i česká sinoložka Olga Lomová, která ve svém komentáři k české zahraniční politice vůči ČR, upozorňuje na neprofesionalitu českých médií při tvorbě zpráv o Číně, které jsou a priori negativní.¹¹⁷ Negativní zprávy v médiích přispívají k negativnímu smýšlení občanů o Číně. Pro české politiky je pochopitelně veřejné mínění důležité a ovlivňuje jejich chování. Z průzkumu GfK pro Deník z roku 2008 například vyplývá, že 57 % Čechů si myslí, že by prezident měl upozornit Čínu na nutnost dodržování lidských práv.¹¹⁸ Za kritiku Pekingů a setkání s dalajlámou si tak možná politici vyslouží nesouhlas některých českých podnikatelů a neziskových organizací, ale získají pomyslné plusové body do příštích voleb.

Historicky bývají české středo-levicové vlády spíše pro čínské (premiéři Zeman, Paroubek), pravice se rétoricky staví spíše proti Pekingů (premiér Topolánek¹¹⁹, ministr Schwarzenberg), v praxi už však podstatně méně (prezident Klaus, premiér Nečas). Přestože vrcholní politici mají plné právo na vlastní názor na lidskoprávní situaci v Číně, měli by podle Fürsta pamatovat na pragmatickou dohodu z počátku devadesátých let, ve které se obě země dohodly, že vzájemné rozdíly v politické kultuře nebudou zasahovat do oficiálních vztahů a nebudou konfliktní s ekonomickými zájmy.¹²⁰ I přes osobní názory a zájmy by mělo být možné zastupovat ČR navenek profesionálně a konzistentně.

¹¹⁴ V minulosti se s dalajlámou setkala i německá kancléřka Merkelová nebo bývalý francouzský prezident Sarközy.

¹¹⁵ Tvorba a analýza zahraniční politiky, 2007. S. 73

¹¹⁶ FÜRST, R. Má mít Česká republika dlouhodobou strategii ve vztazích s Čínou? [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2013 [cit. 25.1.2015]. s. 3. Dostupné z: <http://www.iir.cz/article/ma-mit-ceska-republika-dlouhodobou-strategii-ve-vztazich-s-cinou>

¹¹⁷ LOMOVÁ, O. Naše zahraniční politika vůči ČLR. Denikreferendum.cz [online]. 6.12.2014 [cit. 28.3.2015]. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/19289-nase-zahranicni-politika-vuci-clr>

¹¹⁸ NOHEJL, T. Češi chtějí, aby prezident hájil lidská práva v Číně. Denik.cz [online]. 25.1.2008 [cit. 25.1.2015]. Dostupné z: Více na: http://www.denik.cz/z_domova/cina20080125.html

¹¹⁹ Premiér Topolánek se například odmítl účastnit zahajovacího ceremoniálu Letních olympijských her v Londýně v roce 2012. Svou návštěvou podpořil pouze české sportovce a to ještě se symbolem nezávislého Tibetu na klopě saka, čímž si uzavřel cestu k setkání s čínskými politickými špičkami. Viz Česko-čínské vztahy: politický chlad i čilé obchodování, 2008.

¹²⁰ FÜRST, R. Má mít Česká republika dlouhodobou strategii ve vztazích s Čínou? [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2013 [cit. 25.1.2015]. s. 3. Dostupné z: <http://www.iir.cz/article/ma-mit-ceska-republika-dlouhodobou-strategii-ve-vztazich-s-cinou>

To si podle dalšího výzkumu uspořádaného v roce 2015 při příležitosti setkání organizace Chartered Financial Analyst (CFA) Society Czech Republic, sdružujícího certifikované finanční odborníky, myslí i 61,5 % z 1699 respondentů, kteří sice upřednostňují prosazování hodnot demokracie a lidských práv před ekonomickými zájmy země ve vztahu k Rusku a Číně, zároveň se ale 50,9 % z nich domnívá, že čeští politici mají možnost účinně podporovat zájmy českých firem na těchto trzích.¹²¹

Rozdílné postoje k lidským právům v Číně nesoužují jen českou politickou scénu a zahraniční politiku. Na půdě EU panují mezi členskými státy také neshody. Zdrženlivějšími státy jsou tradičně Německo, Francie a Itálie, které například v roce 1997 nepodpořily dánský návrh rezoluce Komise OSN pro lidská práva odsuzující stav lidských práv v ČLR, zatímco zbylých 10 států EU rezoluci podpořilo. Severské státy jsou naopak přísnějšími kritiky, což znemožňuje dosáhnout konsenzu a zvolit jednotný postup EU vůči Číně. Postoj členských zemí k lidským právům v Číně, tak zůstává v režii jednotlivých států, které jej mohou vyjádřit v závislosti na cílech své zahraniční politiky.

Lidská práva v Číně a cíle zahraniční politiky ČR

Cíle zahraniční politiky by podle Drulákové a Druláka měly být **průnikem žádoucího a objektivně možného** v úsilí státu.¹²² Cíle můžeme dělit na **mocenské, ideové a ekonomické**. Pro dosažení mocenských cílů musí stát disponovat schopností ovlivnit v souladu se svými záměry chování jiných států, a to i proti jejich vůli. Šířením hodnot a myšlenek, které dominují vnitřní politice státu lze dosáhnout ideových cílů a posilováním prosperity státu, jeho exportu, a podporou přímých zahraničních investic pak cílů ekonomických.

Následující schéma znázorňuje, co by mělo být hlavním cílem české zahraniční politiky vůči Číně ve všeobecné rovině.

¹²¹ JELÍNEK, T. Forecasting Dinner 2015: Průzkum. Dbm.cz [online]. 2015 [cit. 25.3.2015]. Dostupné z: <http://www.dbm.cz/pruzkumy/>

¹²² Tvorba a analýza zahraniční politiky, 2007.

Schéma 1: Průnik možného a žádoucího v zahraniční politice ČR vůči Číně

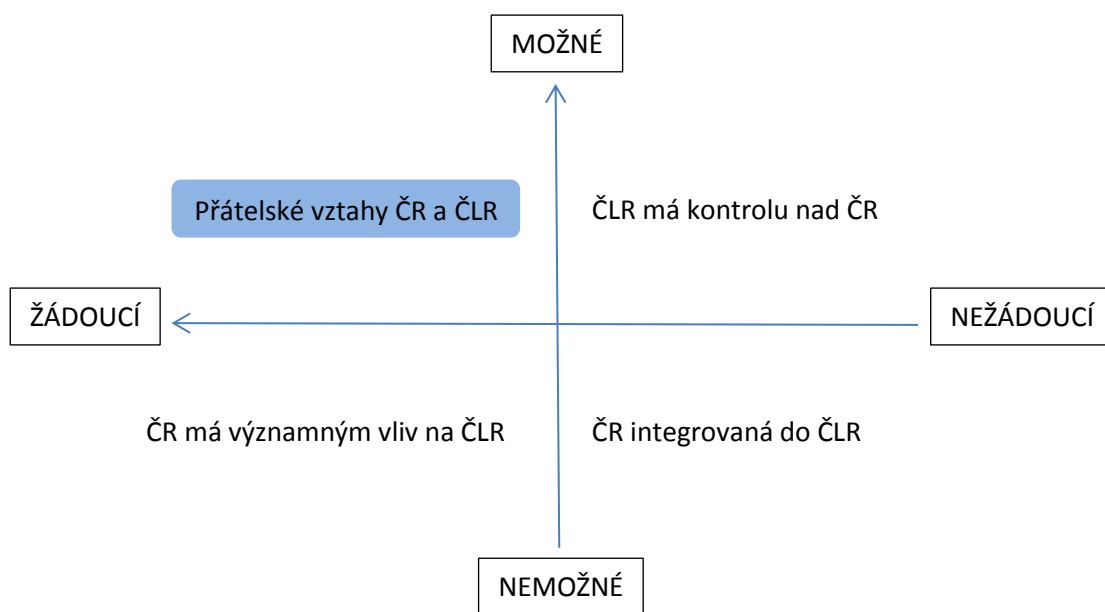


Schéma: Vlastní zpracování dle Druláková R., Drulák, P. Tvorba a analýza zahraniční politiky, 2007

Ze schématu vyplývá, že hlavním cílem zahraniční politiky ČR by měly být **přátelské vztahy** s Čínou, které jsou možné a zároveň žádoucí (1. kvadrant schématu). Ne všechny tři typy cílů zahraniční politiky se ale slučují se zachováním přátelských vztahů.

ČR nedisponuje takovými zdroji (území, klima, nerosty, úroda, populace, znalosti, industrializace) ani schopnostmi (vojsko, HDP, obchod, zemědělství, technologie, diplomatické a zpravodajské služby, média), aby byla schopna ovlivnit v souladu se svými záměry chování ČLR, a to i proti její vůli. Mocenské cíle tedy nemohou být ve vztahu k ČLR prioritou.

Podpora demokracie a lidských práv v zahraniční politice vůči Číně může být vnímána jako vměšování se do vnitřních záležitostí státu a narušování jeho suverenity, což je v rozporu se zachováním přátelských vztahů.

Zahraniční politika Číny se řídí tzv. **pěti principy mírového soužití**, někdy nazývanými **Panča šíla**.¹²³

3. vzájemné respektování územní celistvosti a svrchovanosti;
4. neútočení;
5. nevměšování se do vnitřních záležitostí;
6. rovnoprávnost a vzájemná výhodnost;
7. mírové soužití.

Principy představují základní pilíře zahraniční politiky Číny, vycházejí z buddhismu a původně upravovaly vzájemné vztahy mezi Indií a Čínou. Dnes jsou zásady aplikovány na vztahy Číny s rozdílnými sociálními a politickými systémy.¹²⁴

Podpora demokracie a lidských práv bezesporu patří mezi základní hodnoty ČR. Koncepce ZP ČR v části Podpora demokracie a lidských práv uvádí, že „*vlastní transformační zkušenost může ČR zúročit především ve vztahu k zemím, které jsou jí kulturně, geograficky, historicky nebo jinak blízké*“.¹²⁵ Šíření těchto hodnot je v zahraniční politice realizováno prostřednictvím projevů státníků, práce s médii s dosahem v zahraničí, podpory ideově spřízněných skupin, chování se v souladu s určitou myšlenkou a účasti na mezinárodních kulturních událostech a organizování výstav v zahraničí.¹²⁶ Jedná se o nepostradatelnou a žádoucí součást české zahraniční politiky, ve vztahu k Číně by ale neměla představovat prioritní cíl zahraniční politiky především proto, že lidská práva nikdy nebyla hlavním tématem české zahraniční politiky vůči ČLR a proto, že nelze tvrdit, že by nepříznivě ovlivňovala výsledky obchodu s Čínou (viz Přílohu 4).

Fürst navíc připomíná, že problematikou lidských práv by se měly zabývat zejména nevládní organizace a stát by tudíž neměl suplovat jejich poslání.¹²⁷

Jedinou možnou a zároveň žádoucí prioritou zahraniční politiky ČR vůči Číně se jeví cíle ekonomické. K jejich naplnění vede účinná a obratná ekonomická diplomacie a použití ekonomických prostředků posilující prosperitu země, především podpora exportu a zahraničních investic.

¹²³ VESELÝ, Z. Dějiny mezinárodních vztahů. 2. upr. Vydání. Praha: Aleš Čeněk, 2010. 605 s. ISBN: 9788073802783

¹²⁴ Principy Panča šíly byly definovány ve smlouvě Panchscheel Treaty z roku 1954 mezi Indií a Čínou a později byly rozpracovány do deseti zásad, jimiž se měly řídit vztahy mezi státy, které se účastnily konference v Bandungu v r. 1955 (Hnutí nezúčastněných).

¹²⁵ Koncepce zahraniční politiky České republiky, 2011. s. 22

¹²⁶ Tvorba a analýza zahraniční politiky, 2007. s. 38

¹²⁷ FÜRST, R. Má mít Česká republika dlouhodobou strategii ve vztazích s Čínou?, 2013

3 České malé a střední podniky a jejich vstup na čínský trh

MSP hrají v české ekonomice významnou roli při tvorbě pracovních příležitostí a přidané hodnoty.¹²⁸ Také Evropská unie zdůrazňuje význam MSP pro unijní ekonomiku a v *Evropské chartě pro malé a střední podniky* je označuje za „páteř evropské ekonomiky“.¹²⁹ V české legislativě není definice malého a středního podnikání explicitně uvedena, ale zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, odkazuje na definici uvedenou v příloze I Nařízení Komise (ES) č. 70/2001, o použití článků 87 a 88 Smlouvy o ES u státní podpory malého a středního podnikání.

Definice je založena na třech kritériích, kterými jsou: počet zaměstnanců, celkový roční obrat firmy zaměnitelný podle potřeby s roční bilanční sumou a ekonomická nezávislost. Tabulka 6 uvádí první dvě kritéria a rozděluje podniky na tři kategorie.

Tabulka 6: Kategorie MSP a jejich kritéria podle EU

	Počet zaměstnanců	Roční obrat	nebo	Roční bilanční suma
Mikropodnik	< 10	< 2 mil. EUR		< 2 mil. EUR
Malý podnik	< 50	< 10 mil. EUR		< 10 mil. EUR
Střední podnik	< 250	< 50 mil. EUR		< 43 mil. EUR

Zdroj: Nová definice malých a středních podniků – Uživatelská příručka a vzor prohlášení, Evropské společenství: Úřad pro úřední tisky, 2006, ISBN 92-894-7917-5, dostupné z: http://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_stazeni%2Ffeafdrd%2F1182414202559.pdf

Třetím kritériem je ekonomická nezávislost. Obecně je většina MSP nezávislých, tj. jsou buď zcela **nezávislé, nebo mají jedno či více menšinových partnerství (každé s méně než 25 %) s jinými podniky**. Pokud tento podíl nepřekročí 50 %, považuje se tento vztah za vztah mezi partnerskými podniky. Nad tímto stropem jsou podniky tzv. propojené.¹³⁰ Dále pro české MSP platí, že musí mít trvalé bydliště nebo sídlo na území ČR.

Předkládaná práce zohledňuje pouze kritérium počtu zaměstnanců, neboť Český statistický úřad, jehož data práce využívá, vymezuje české MSP právě podle tohoto kritéria

¹²⁸ MPO. Akční plán podpory malých a středních podnikatelů na rok 2015 [online]. Oddělení MSP a maloobchodu, březen 2015 [cit. 27.8.2015]. S. 4. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument157011.html>

¹²⁹ EU, Evropská komise. Evropská charta pro malé podniky: Schválena členskými státy na zasedání Evropské rady ve Feire 19. - 20. června 2000. Lucemburk: EUR-OP, 2004. ISBN 9289476087.

¹³⁰ Nová definice malých a středních podniků, 2006

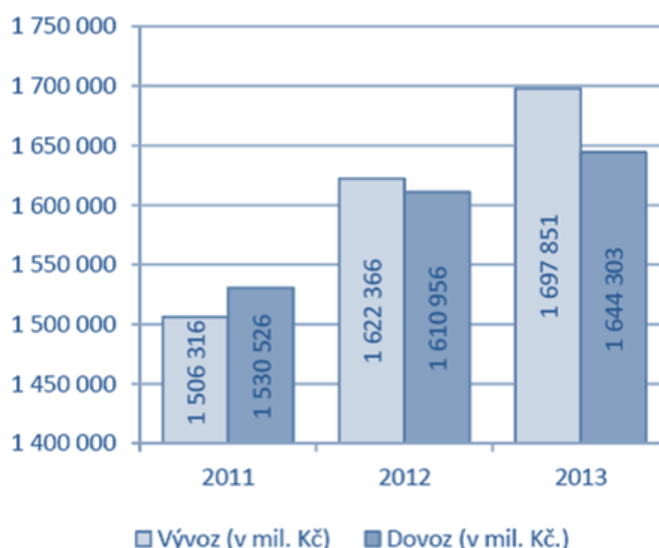
jako právnické a fyzické osoby s maximálně 249 zaměstnanci a podniky rozděluje do třech kategorií: drobné, malé a střední podniky.¹³¹ „Polehčující okolností“ tohoto zjednodušení může být i fakt, že kritéria ročního obrátu a roční bilanční sumy, tak jak jsou stanoveny v definici ES, dosahuje pouze minimum českých podniků.

3.1 Význam malých a středních podniků pro českou ekonomiku a export

Od konce 90. let je podíl MSP na celkovém počtu ekonomických subjektů v ČR stabilní a v odvětví nefinančních podniků a domácností se pohybuje kolem 99 % s rozdíly podle odvětví.¹³² V roce 2013 byl podíl MSP na celkovém počtu aktivních podnikatelských subjektů dokonce 99,83 %. Podíl přidané hodnoty MSP činil 54,8 % a podíl zaměstnanců MSP na celkovém počtu zaměstnanců podnikatelské sféry ČR 60 %. Sektor MSP tak v české ekonomice zaujímá významné postavení.

MSP se stále více podílí také na zahraničním obchodě ČR. V roce 2013 došlo k meziročnímu zvýšení vývozu MSP o 4,7 % a dovozu o 2,1 %. Podíl MSP na celkovém vývozu činil ve stejném roce 53,6 % a na celkovém dovozu 58,4 %.

Graf 6: Vývoz a dovoz MSP v letech 2011-2013, v mil. Kč



Zdroj: MPO. Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013. 2014 [cit. 25.4.2015]. Str. 12. Dostupné z: http://www.mpo.cz/assets/cz/podpora-podnikani/msp/2015/1/Zprava_o_vyvoji_MSP_2013.pdf

¹³¹ KUPKA, V. Krátká tematická analýza - Malé a střední podniky: jejich místo a role v české ekonomice [online]. Praha: ČSÚ, 2007 [cit. 26.4.2015]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/male-a-stredni-podniky-jejich-misto-a-role-v-ceske-ekonomice-2005-rhybfgzbyj0>

¹³² Tamtéž

V podkapitole 2.1 bylo zmíněno, že zahraniční obchod ČR s Čínou trápí dlouhodobě záporná bilance, která negativně ovlivňuje růst české ekonomiky. Vývoz MSP byl v letech 2011-2013 vždy vyšší než dovoz a zahraniční obchod realizovaný MSP tak ve sledovaném období vykazoval kladnou obchodní bilanci (viz Graf 6). V roce 2013 se například sektor MSP podílel více než 15 % (53 548 mil. Kč) na celkové kladné obchodní bilanci ČR, která dosáhla 351 219 mil. Kč. Lze tedy očekávat, že podpora MSP v exportních aktivitách se státu vrátí formou vyššího podílu MSP na tvorbě čistého exportu a následně HDP ekonomiky.

Je třeba si ale uvědomit, že ne všechny české MSP obchodují se zahraničím. Podle závěrů Evropské komise je totiž devět z deseti MSP v EU tzv. mikropodniky (s méně než 10 zaměstnanci), u nichž lze předpokládat, že jejich prioritou není zahraniční obchod.¹³³

MSP mají oproti velkým podnikům řadu výhod, kterých mohou při exportu na složitější trhy využít. MSP například dokáží mnohem flexibilněji reagovat na změny v ekonomice a jsou tedy odolnější při ekonomických krizích, v porovnání s velkými podniky nedisponují takovými zdroji, ale o to jsou vynalézavější, protože navzdory chybějícím zdrojům musí s velkými podniky udržet krok. Další velkou výhodou MSP je, že mohou učinit rychleji a snáze podnikatelské rozhodnutí, ke kterému se větší podniky se složitější organizační strukturou dopracovávají mnohem déle a komplikovaněji. Pro spotřebitele jsou MSP zajímavější zejména proto, že nabízejí mnohem širší škálu produktů a služeb, zatímco velké podniky se často soustředí výhradně na produkty a služby aktuálně moderní či tzv. „main-streamové“ (tj. oblíbené u hlavního proudu spotřebitelů).

Za největší nevýhodu lze považovat nedostatek zdrojů, a to nejen finančních, ale i lidských. Přístup k cizím zdrojům je pro MSP omezený a nákladný, neboť pro finanční instituce představují MSP vyšší riziko nesplacení úvěrů. Podnikatelé proto často financují své aktivity z vlastních zdrojů. Nemohou si tak dovolit investovat tolik do své propagace a reklamy a často jim chybí zdroje i na rozšíření výroby za účelem dosažení úspor z rozsahu. Omezený rozpočet jim také často nedovoluje platit jazykově vybavené odborníky pro správní a řídicí pozice, kteří jsou při vstupu na zahraniční trhy klíčovými zaměstnanci.¹³⁴

¹³³ Evropská komise. Enterprise and Industry: Fact and figures about the EU's Small and Medium Enterprise (SME) [online]. 2013 [cit. 12.4.2015].

Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index_en.htm

¹³⁴ NOVOTNÝ, J., SUCHÁNEK, P. Nauka o podniku I. – Distanční studijní opora. 1. Vydání. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2004. ISBN 80-210-3333-9

3.2 Vstup malých a středních podniků na čínský trh

MSP mají při vstupu na čínský trh velký potenciál, neboť čínský trh stále skýtá spoustu menších příležitostí. Jedná se zejména o mezery ve strukturách obchodních vztahů mezi velkými podniky, které může MSP zaplnit jako subdodavatel, nebo o úplně nové příležitosti, které nejsou pro velké podniky z důvodu menšího počtu odběratelů/spotřebitelů nebo relativně nízké marže zajímavé. MSP ale naopak mohou tyto mezery díky své flexibilitě, vynalézavosti a rychlému jednání zaplnit mnohem efektivněji.

Čínský trh je pro exportéry jedním z nejsložitějších trhů, protože je finančně i časově velmi náročný a nepřináší příznivé obchodní výsledky ihned. Velké podniky si tuto zátěž s vidinou získání alespoň zlomku čínských spotřebitelů mohou dovolit, pro mnohé MSP je ale vývoz do Číny otázkou „života či smrti“.

Následující část práce uvádí přehled osmi základních kroků – analýz a rozhodnutí (viz Tabulku 7), které musí MSP učinit pro úspěšný vstup na čínský trh. Při zpracování této části práce autorka využila také vlastních zkušeností ze stáže v Agentuře na podporu exportu CzechTrade v Šanghaji, při které se setkala s řadou českých exportérů ze segmentu MSP.

Tabulka 7: Základní kroky MSP pro úspěšný vstup na čínský trh

Základní kroky MSP pro úspěšný vstup na čínský trh
1. Interní analýza vlastních možností a připravenosti MSP
2. Analýza podnikatelského prostředí Číny
3. Analýza čínského teritoria
4. Analýza vybraného odvětví čínského trhu
5. Volba formy vstupu na čínský trh
6. Prezentace a výběr obchodního partnera
7. Zajištění financování a platebního styku
8. Podpis smlouvy, dovoz a realizace exportu

Zdroj: Vlastní zpracování.

Interní analýza vlastních možností a připravenosti malých a středních podniků

Prvním krokem při plánování vstupu na čínský trh je interní analýza vlastních možností podniku. Jde především o zhodnocení stavu finančních zdrojů podniku, zajištění jazykově vybaveného personálu, kvalitního managementu a také kritické zhodnocení samotného produktu (výrobku či služby), se kterým podnik plánuje na čínský trh vstoupit.

Čínský trh už dávno není nenasyceným trhem, který by lačně absorboval jakékoliv importované zboží. Konkurence se od 90. let výrazně zvýšila a také čínští spotřebitelé jsou stále náročnější. Kromě vysoké kvality, která je dnes již samozřejmostí, požadují ještě něco navíc – lákavý image, originální provedení, doplňkové služby apod.¹³⁵

Pro účely interní analýzy podniku lze využít metodu SWOT, tedy analýzu silných a slabých stránek podniku, možných hrozeb a příležitostí při vstupu na čínský trh.¹³⁶ Interní analýzou možností MSP se práce zabývat nebude, neboť jde čistě o rozhodování na úrovni každého podniku, do kterého stát nezasahuje.

Kritickým zhodnocením vlastních možností podniku a samotného produktu či služby ale rozhodování exportéra zdaleka nekončí, a to ani při jeho pozitivních závěrech. Následuje komplexní analýza čínského trhu, kterou můžeme rozdělit do tří částí – analýza obecného podnikatelského prostředí, analýza čínského teritoria a analýza specifického prostředí v odvětví plánovaného exportu.

Analýza podnikatelského prostředí Číny

Tato analýza trhu se podobá analýze domácího trhu, kterou si podnikatelé zpracovávají ještě před založením podniku v ČR. Analýza domácího trhu či trhu EU je pro české podnikatele samozřejmě jednodušší, protože tyto trhy jsou podobné českému obchodnímu a podnikatelskému prostředí. V případě čínského trhu je ale vše mnohem složitější.

Pro analýzu podnikatelského prostředí lze využít analýzu PEST¹³⁷, neboli analýzu prostředí politicko-právního (P), ekonomického (E), sociokulturního (S) a technologického (T).

V části **politicko-právní** se při vstupu na čínský trh analyzuje právní a politický systém, politická stabilita země a čínské zákony a regulace. Současný prezident Xi Jinping zavedl řadu antikorupčních opatření, které měly přispět k větší stabilitě právního a politického prostředí, avšak korupce je stále rozšířeným fenoménem. Od roku 2014 je na vzestupu také čínská kybernetická špionáž, která přispívá ke zhoršující se úrovni ochrany práv duševního

¹³⁵ Více o chování a trendech čínského spotřebitele např. v ATSMAN, Y., MAGNI, M. Meet the Chinese consumer of 2020. KMPG Insights. March 2012 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: http://www.mckinsey.com/insights/asia-pacific/meet_the_chinese_consumer_of_2020 nebo KU, E., SHIRA, D. a ZITO, M. China's Domestic Consumer Market in 2020. China Briefing. 15.8.2014 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: <http://www.china-briefing.com/news/2014/08/15/chinas-domestic-consumer-market-2020.html>

¹³⁶ Z anglického: S – strengths (silné stránky), W – weaknesses (slabé stránky), O – opportunities (příležitosti), T – threats (hrozby).

¹³⁷ JAKUBÍKOVÁ, D. Strategický marketing. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8

vlastnictví. Práva duševního vlastnictví nejsou efektivně chráněna a plagiátorství a ilegální padělání výrobků je zcela běžné. Čínské soudnictví ovlivňují silné politické tlaky a rozsáhlá korupce je propojena se sektorem bankovníctví, financí, vládních zakázek a stavebnictví. Pro Evropany je nezvyklé také pojetí vlastnického práva, které úzce souvisí s ochranou zahraničních investic. Vlastnické právo je u nemovitostí časově omezené – nemovitost lze vlastnit (být zapsán jako vlastník) nejdéle 70 let a jde tedy spíš o dlouhodobý pronájem. Půdu vlastnit nelze vůbec, protože veškerá půda patří státu. Pozemky a nemovitosti zahraničních investorů jsou tudíž pouze pronajaté a o jejich osudu rozhoduje výhradně stát.

Čína podstoupila v posledních letech řadu právních změn, například založení podniku nově vyžaduje pouze jedenáct kroků a trvá okolo jednoho měsíce.¹³⁸ Získání licencí potřebných pro podnikatelské aktivity ale zůstává problematické. Pracovní právo je poměrně flexibilní, ale vynucovací mechanismy nejsou dostatečně konzistentní a transparentní.¹³⁹

Český exportér tak musí být obezřetný nejen při analýze zákonů a pravidel, ale musí zjistit, jak dochází k jejich uplatňování a vynucování v praxi. Pro český podnik jsou nejdůležitější zákony související se zahraničním obchodem, zákony na ochranu spotřebitele, životního prostředí, pracovní právo a daňové zákony. Analýza právního prostředí by měla obsahovat také informace o licencích, které musí exportér získat pro legální dovoz do Číny, a o dovozních kvótách či dalších netarifních opatřeních týkajících se dovozu.

Část ekonomická identifikuje silné a slabé stránky čínské ekonomiky a snaží se přiblížit její specifika. Mezi silné stránky patří bezesporu vzrůstající vnitřní poptávka a zvyšující se konkurenceschopnost, mezi ty slabé pak závislost na zahraničních technologiích a dodávkách, vysoká spotřeba surovin a nízká produktivita práce. Mezi příležitosti, které Čína nabízí, se řadí rychle se rozvíjející infrastruktura (rozvoj infrastruktury je ale velmi nerovnoměrný, viz část Analýza čínského teritoria), podpora výzkumu a vývoje a další zvyšování vnitřní poptávky.

Za rizika lze označit rostoucí ceny energií, surovin a dalších nákladů, chybějící sociální systém a stárnoucí obyvatelstvo. Dalšími stěžejními informacemi pro zahraniční investory jsou úrokové míry, míra inflace, výše minimální a průměrné mzdy a úroveň daňového zatížení.

¹³⁸ V ČR lze například od roku 2014, kdy vstoupil v účinnost nový občanský zákoník a zákon o obchodních korporacích, založit společnost s ručením omezeným již za pouhé 3 dny a 3000 Kč. Více v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník a zákoně č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích.

¹³⁹ The Heritage Foundation. 2015 Index of Economic Freedom: China [online]. 2015 [cit.29.4.2015]. Dostupné z: <http://www.heritage.org/index/country/china>

Důležitým zdrojem informací o trendech a směřování čínské ekonomiky je tzv. pětiletý plán, jehož prioritou je zajištění dlouhodobé prosperity země. Plán uvádí přehled průmyslových odvětví, kterým Čína přikládá největší význam. Investice do těchto odvětví se často těší velké podpoře vlády, včetně investičních pobídek ve formě daňových zvýhodnění, či symbolických cen za pronájmy apod. Současná 12. pětiletka je téměř u konce a zahraniční investoři již nyní spekulují o prioritách čínské vlády na další pětileté období.¹⁴⁰

V rámci **sociokulturního prostředí** jsou analyzovány kulturní hodnoty, životní styl, úroveň vzdělání a přístup k práci a volnému času. Všechny tyto faktory ovlivňují chování čínského spotřebitele, zaměstnance či obchodníka a mohou českému exportérovi zjednodušit sestavování marketingové strategie, taktiky při vyjednávání či výběr čínských zaměstnanců. Znalosti o čínské kultuře mohou také zjednodušit rozhodování o vhodném názvu a obalu produktu pro čínský trh, včetně barvy, tvaru a dalších vlastností.

Technologické prostředí Číny opět částečně souvisí s pětiletým plánem a dále s Katalogem pravidel pro zahraniční investory¹⁴¹, tzv. Investičním katalogem (viz dále), neboť oba dokumenty jasně ukazují na podporovaná odvětví, která jsou předmětem státní podpory. 12. pětiletka kladla velký důraz na rozvoj sektoru výzkum a vývoj (R&D) a zároveň všech technologických řešení, které snižují znečištění životního prostředí a spotřebu energií.¹⁴² Úroveň technologií v zemi je faktorem úspěchu českých exportérů, kteří na základě této úrovně mohou lépe odhadnout, zda bude mít jejich produkt na čínském trhu úspěch, či zda se ztratí v záplavě nabídky domácích konkurentů.

Analýza čínského teritoria

Analýzu PEST je potřeba doplnit analýzou čínského teritoria a identifikovat tak nejvhodnější místo vstupu na čínský trh. Zde se pro české podniky přímo nabízí města, ve kterých jsou české zastupitelské úřady a zahraniční pobočky agentury CzechTrade, které poskytují českým exportérům asistentské a konzultantské služby, jedná se o Šanghaj, Peking a Chengdu.

¹⁴⁰ Více např. v HAACKE, O. Understanding China's 13th Five-Year Plan. China Business Review. 12.2.2015 [cit. 29.4.2015]. Dostupné z: <http://www.chinabusinessreview.com/understanding-chinas-13th-five-year-plan/>

¹⁴¹ Investiční katalog (Oficiální angl. název: Catalogue for the Guidance of Foreign Investment in Industries) upravuje režim zahraničních investic v Číně, které rozděluje do tří kategorií: podporované, omezené a zakázané investice. Kategorizace je úzce spjata s průmyslovými a regionálními preferenčními politikami a cíli čínské vlády v oblasti zahraničních investic.

¹⁴² KPMG. China's 12th Five Year Plan: Overview [online]. 2011 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: <http://www.kpmg.com/cn/en/issuesandinsights/articlespublications/publicationseries/5-years-plan/pages/default.aspx>

Čína je co do rozlohy obrovská země a ekonomická úroveň jednotlivých provincií se velmi liší. Zatímco provincie východního prostředí byly historicky mnohem více podporované státem a těšily se přílivu zahraničních investic, západní a centrální provincie trpí nedostatkem investic a horší infrastrukturou a nižší životní úrovní.

Čínská vláda se v současnosti snaží rozvíjet především centrální a západní část země, která byla historicky opomíjena. V roce 2001 vláda odstartovala tzv. **Západní rozvojový plán**¹⁴³, jehož cílem je rozvoj ekonomicky méně rozvinutých provincií Číny v centrální a západní části země. Původně šlo zejména o zvýšení příjmů a snížení chudoby, ale dnes patří mezi cíle projektu také zkvalitnění a rozvoj infrastruktury. Oblast centrální a západní Číny tak dnes nabízí investorům řadu výhod a investičních pobídek – daňové úlevy, odloženou daň, levnější nájmy, dotace apod. V provinciích vzdálenějších od východního pobřeží je ale třeba počítat s komplikovanějším logistickým řešením. Ekonomicky méně vyspělejší provincie mohou nabídnout levnější pracovní sílu, ale na druhou stranu nejsou vhodné pro finální prodej, neboť jejich obyvatelé mají také nižší kupní sílu.

Investory lákají především tzv. **speciální ekonomické zóny (SEZ)**, ve kterých čínská vláda podporovala zahraniční obchod a příliv investic již od 80. let. SEZ jsou více tržně orientované a těší se příznivější ekonomické politice včetně jednodušších pravidel pro vstup zahraničních investorů. SEZ jsou ve velkých přístavních městech východního a jižního pobřeží Číny s výbornou infrastrukturou, které historicky obchodovaly se zahraničím nejvíce. SEZ byly jedním z nástrojů politiky otevřených dveří Denga Xiaopinga, významného reformátora čínské ekonomiky, a dnes patří mezi nejrozvinutější a nejmodernější části Číny.

Pro exportéry jsou nejpodstatnější výhody, které SEZ přináší – daňové pobídky a větší svobodu v podnikatelských aktivitách. SEZ jsou spravovány provinčními vládami, které mají legislativní moc a kompetenci vykonávat ekonomickou správu zóny, což znamená například jednodušší zakládání společností se zahraniční účastí či zjednodušené celní postupy. V pětiletém plánu je SEZ věnována speciální část a rovněž jejich financování je odděleno od národních ekonomických aktivit státu.¹⁴⁴

Šanghajská pilotní zóna volného obchodu¹⁴⁵ byla oficiálně spuštěna v září 2013 a je první zónou volného obchodu (dále jen „zóna“) v Číně. Jde o pilotní projekt čínské vlády pro

¹⁴³ China Briefing. Catalogue of Priority Industries for Foreign Investment in Central and Western China [online]. 2013 [cit. 21.4.2015]. Dostupné z: <http://www.china-briefing.com/news/2013/05/16/china-updates-catalogue-of-priority-industries-for-foreign-investment-in-central-and-western-regions.html>

¹⁴⁴ SUDWORTH, J. Shanghai News: Shanghai Free-Trade Zone Launched. BBC [online]. 2013 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/business-24322313>

¹⁴⁵ V anglickém jazyce: China (Shanghai) Pilot Free-Trade Zone. Zóna volného obchodu je forma ekonomické integrace mezi dvěma či více územními celky (v Číně přeneseně mezi provinčním městem Šanghaj a

zavádění ekonomických a sociálních reforem. Zóna původně vznikla spojením čtyř městských částí a v dubnu 2015 byla rozšířena na osm a zaujímá tak více než 120 km². Zahraničním investorům umožňuje investovat i do odvětví, které jsou ve zbytku země zakázány nebo omezeny (neuplatňuje se na ně princip „national treatment“). Přehledně jsou uvedeny v tzv. **Negativním seznamu**¹⁴⁶, který vydává čínská Státní rada. U investic ze seznamu není vyžadován předběžný souhlas čínských úřadů s podnikatelským projektem, schválení stanov společnosti a dalších obchodních smluv nebo souhlas se založením společnosti se zahraniční účastí, úřadům stačí odevzdat pouze vyplněnou zprávu (report) o podnikatelském záměru. Zóna umožňuje také konvertibilitu kapitálového účtu a osvobození od cla pro některé druhy zboží (například víno).¹⁴⁷ Seznam ovšem nezahrnuje investice do veřejného sektoru a národní obrany.¹⁴⁸ Aktuální verze Negativního seznamu byla spolu s rámcovými plány pro vznik tří nových pilotních zón volného obchodu ve Fujianu, Guangdongu a Tianjinu vydána 20. dubna 2015 a v platnost vstoupila 8. května 2015.¹⁴⁹

Šanghajska pilotní zóna volného obchodu je pravděpodobně nejvhodnější bránou na čínský trh pro většinu podnikatelů, neboť administrativní zátěž při založení podniku je zde minimální.

Analýza vybraného odvětví čínského trhu

Analýza vybraného odvětví plánovaného exportu zahrnuje především seznámení se s aktuálními trendy vybraného odvětví, s konkurencí a konečnými zákazníky.

Ještě před analýzou vybraného odvětví je vhodné se ujistit, zda čínská vláda vůbec vstup do daného odvětví zahraničním investorům umožňuje. Národní rozvojová a reformní komise ČLR spolu s Ministerstvem obchodu ČLR (MOFCOM) totiž už od roku 1995

zahraničními investory). V zóně nejčastěji dochází ke snížení či úplnému odstranění cel na některé výrobky a k dalším zvýhodněním v některých průmyslových odvětvích.

¹⁴⁶ V anglickém jazyce: The "Special Administrative Measures (Negative List) on Foreign Investment Access to the China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone.

¹⁴⁷ ZITO, M. The Maturing Tastes of China's Wine Industry. China Briefing [online]. 9.5.2014 [cit. 25.5.2015]. Dostupné z: <http://www.china-briefing.com/news/2014/05/09/maturing-tastes-chinas-wine-industry.html#sthash.AVeRXLo.dpuf>

¹⁴⁸ HKTDC Research. China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone [online]. 29. června 2015 [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://china-trade-research.hktdc.com/business-news/article/Fast-Facts/China-Shanghai-Pilot-Free-Trade-Zone/ff/en/1/1X000000/1X0A2U8A.htm#sthash.dgGmfz6f.dpuf>

¹⁴⁹ Deloitte. Business Regulation and Tax Newsflash. China's Pilot FTZs: New Negative List further relaxes foreign investment sectors [online]. Deloitte Insights: Issue 21. 7. května 2015 [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://www2.deloitte.com/cn/en/pages/tax/articles/cpftz21-new-negative-list-further-relaxes-foreign-investment-sectors.html>

vydávají pravidelně aktualizovaný **Investiční katalog**.¹⁵⁰ Investiční katalog upravuje režim zahraničních investic v Číně, které rozděluje do tří kategorií: podporované, omezené a zakázané investice. Kategorizace je úzce spjata s průmyslovými a regionálními preferenčními politikami a cíli čínské vlády v oblasti zahraničních investic. Kategorie se liší možností založit společnost 100% vlastněnou zahraničním investorem (WFOE) či povinností založit joint venture (JV) s čínským partnerem (případně JV s čínským partnerem, který vlastní majoritní podíl) a počtem povolení a licencí, které je třeba od čínských úřadů získat pro založení a provoz zahraniční společnosti ve vybraném odvětví.¹⁵¹

Mezi podporované investice jsou zařazeny investice využívající vyspělé produkty a technologie, které zefektivňují výrobu (high-tech zařízení, nové technologie a postupy) a jsou šetrné k životnímu prostředí, či moderní služby (R&D, média, telekomunikační služby a konzultantské služby). Kategorie omezených investic zahrnuje starší a méně efektivní technologie, zařízení a postupy a investice, které zatěžují životní prostředí a jsou energeticky náročné či spotřebovávají nedostatkové suroviny. Zakázanými investicemi jsou ty, které mohou ovlivnit národní bezpečnost a strategické zájmy země či přímo ohrožují životní prostředí, přírodní zdroje a zdraví občanů.¹⁵²

Pro samotnou analýzu vybraného odvětví by si měl český exportér zjistit, jaké jsou aktuální trendy prodeje ve vybraném odvětví, neboť tato informace pomůže při odhadu, jak obtížné je na trh vstoupit. Zatímco stagnující trh může exportéra odradit, rostoucí trh poskytuje prostor pro export. Informace o úrovni dovozu jsou také jistým signálem pro exportéra, například z růstu dovozů lze vyvodit závěr, že domácí výrobci zaostávají a trh je vhodný pro dovoz. Podstatné jsou také příčiny aktuálních trendů, na základě kterých lze odhadnout další vývoj.

¹⁵⁰ Poslední revidovaná verze Katalogu vstoupila v platnost 10. dubna 2015 a přinesla řadu změn. Navzdory celkové liberalizaci zahraničních investic (velké množství podporovaných investic není nově podmíněno založením JV s čínským partnerem či omezeno max. výší podílu zahraničního investora), došlo k výraznému omezení v sektorech zdravotnictví a vzdělávání a některé sektory byly přesunuty z kategorie omezených do kategorie zakázaných investic. Zdroj: People's Republic of China. Ministry of Commerce. Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries (Amended in 2011) [online]. 2012. Dostupné z: <http://english.mofcom.gov.cn/article/policyrelease/aaa/201203/20120308027837.shtml>, People's Republic of China. FDI: Invest in China. Laws and Regulations: Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries (Amended in 2015) [online]. 2015. Dostupné z: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_39_4830_0_7.html

¹⁵¹ People's Republic of China. FDI: Invest in China. Laws and Regulations: Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries (Amended in 2015) [online]. 2015. Dostupné z: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_39_4830_0_7.html

¹⁵² EY. China Tax & Investment Express [online]. Issue No. 2015011, March 20, 2015. Dostupné z: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-CTIE-2015011-ENG/\\$FILE/EY-CTIE-2015011-ENG.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-CTIE-2015011-ENG/$FILE/EY-CTIE-2015011-ENG.pdf)

Pro analýzu trhu se využívá nástroje průzkumu trhu a metody marketingového mixu „4P“.¹⁵³ Metoda odpovídá na otázky – proč je dané zboží na vybraném trhu jedinečné, jaká bude jeho cena (a zda je na daném trhu výrobek této ceny konkurenceschopný), kde se bude prodávat a jakým způsobem jej bude podnik propagovat. V této fázi dochází k opětovné sebereflexi – uspěje můj produkt v této konkurenci, jaké jsou jedinečné charakteristické vlastnosti mého produktu, existují spotřebitelé pro můj produkt, kolik jich je?

Konkurenci lze analyzovat pomocí metody SWOT, která identifikuje slabé a silné stránky konkurentů, příležitosti i hrozby. Užitečné je znát také nabídku a konkurenční výhody konkurentů, jejich distribuční kanály, marketingové praktiky a obvyklé platební podmínky.

Zcela zásadním krokem analýzy vybraného odvětví je **porozumět konečným zákazníkům** (spotřebitelům či odběratelům). Export do Číny není levnou záležitostí, proto je dobré vyvážit produkt, se kterým budou zákazníci spokojeni a nekoupí jej jen jednou, ale budou se pro něj vracet.¹⁵⁴

Identifikace koncového zákazníka, analýza jeho tržního chování a vytvoření jeho profilu (věk, pohlaví, sociální vrstva atd.) pomůže přizpůsobit produkt na míru koncovému zákazníkovi (druh a tvar balení, barva a další vlastnosti).

Získávání informací o spotřebitelích a konkrétním odvětví je obtížnější jednak z důvodu vzdálenosti čínského trhu a také z důvodu jazykové bariéry českých podnikatelů, proto je nutné dbát na kvalitu získaných informací. Nejspolehlivější informace bude mít samozřejmě subjekt působící na daném trhu či přímo v daném odvětví. Může jim být obchodní partner, profesionální konzultant či jiná česká firma, která v daném odvětví již působí.

Volba formy vstupu na čínský trh

V případě, že se český exportér po prostudování výsledků analýzy čínského trhu rozhodne na čínský trh vstoupit, musí se rozhodnout, jakou formu vstupu na trh zvolí. Pro MSP, které vyžadují nízkou časovou a finanční náročnost, se jako nejvhodnější jeví vstup **prostřednictvím agenta či distributora**.

¹⁵³ Z angl. product (zboží), price (cena), promotion (reklama) a place (umístění). Metoda odpovídá na otázky – proč je dané zboží jedinečné, jaká bude jeho cena, kde se bude prodávat a jakým způsobem jej bude podnik propagovat.

¹⁵⁴ Ceny dopravy do Číny se pohybují od 700 Kč za lodní dopravu (nejpomalejší, trvá i několik měsíců) až po 24 000 Kč za leteckou dopravu (nejrychlejší, dodání také do druhého dne) u zboží o hmotnosti 500 kg. Zdroj: ČR. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Export do Číny: Manuál pro exportéry [online]. 2012 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_Ciny.pdf

Hlavním rozdílem mezi těmito dvěma formami je jejich vztah k českému zboží. Zatímco agent se nestává vlastníkem zboží a je placen pouze formou provizí z prodaného zboží, distributor zboží od exportéra přímo nakupuje a následně sám na svůj účet a za vlastní ceny dále prodává. Obchodní spolupráce s distributorem je dána smluvním vztahem mezi oběma stranami. Tato forma vstupu na trh ale není vhodná pro všechna průmyslová odvětví. Český exportér při této formě nemá pod kontrolou marketingovou strategii prodeje výrobku (cenu, umístění výrobku, způsob propagace, celkový image apod.). Proto je nutné předem všechny možnosti vstupu na čínský trh prostudovat a zvážit jejich výhody a nevýhody.

Dalšími formami vstupu na čínský trh jsou: založení vlastního zastoupení – reprezentační kanceláře, vybudování obchodního týmu v rámci plně vlastněné zahraniční společnosti¹⁵⁵ a tzv. joint venture neboli společný podnik. Tyto formy jsou ale mnohem nákladnější, přináší řadu omezení a problémů a obecně jsou vhodnější pro již zkušenější exportéry s větší kapitálovou vybaveností.

Reprezentační kanceláře (Representation Office, REPO) v Číně mohou zaměstnat pouze čtyři zahraniční pracovníky a jejich činnost je omezena pouze na některé oblasti podnikatelských aktivit (marketing, průzkum trhu, shromažďování kontaktů apod.) a zatížena vyššími daněmi. Reprezentační kanceláře navíc nemají právní subjektivitu a nemohou tak vstupovat do právních vztahů.¹⁵⁶

Založení plně vlastněné zahraniční společnosti (Wholly Foreign Owned Enterprise, WFOE) je administrativně náročnější, podléhá schválení místních úřadů a vyžaduje splacení základního kapitálu. Na druhu stranu má ale právní subjektivitu a může zaměstnat neomezený počet zahraničních pracovníků.

Společný podnik je pro začínající exportéry zcela nevhodný a podle statistik končí až 70 % takových podniků na čínském trhu neúspěchem, proto se autorka této formě dále nevěnuje.¹⁵⁷

¹⁵⁵ Tuto formu ale nelze využít ve všech průmyslových odvětvích. Informace opět poskytne Investiční katalog, který upřesňuje, jaké formy jsou v daném odvětví přípustné.

¹⁵⁶ EU SME Centre. Establishment and Operation of a Representative Office in China [online]. 14.9.2011 [cit. 28.12.2014]. Dostupné z: <http://www.eusmecentre.org.cn/guideline/establishment-and-operation-representative-office-china>

¹⁵⁷ EU SME Centre. How can foreigners establish an office in China? [webinar]. 26.3.2013 [cit. 28.12.2014]. Dostupné z: <http://www.eusmecentre.org.cn/content/webinar-how-can-foreigners-establish-office-china-wholly-foreign-owned-enterprise-wofe-or-re>

Prezentace podniku a výběr obchodního partnera

V této fázi je již český podnik rozhodnutý vstoupit na čínský trh a do vybraného odvětví a hledá možnosti **prezentace svého produktu a navázání prvních kontaktů** s potenciálními obchodními partnery. Číňané preferují osobní kontakt, proto je pro českého exportéra důležité, aby se do Číny vypravil osobně a zúčastnil se vhodných networkingových akcí, například veletrhu, výstavy či dalších setkání týkajících se odvětví, kterým se český exportér zabývá. Účast na těchto akcích je často zlomovým bodem celého procesu vstupu českého podniku na čínský trh, neboť se zde český exportér mnohdy vůbec poprvé setká tváří v tvář s čínskou konkurencí a jejími produkty, zjistí, jaké jsou obvyklé podmínky spolupráce s čínskou stranou (platební, dodací, reklamační aj.) a má jedinečnou možnost navázat první osobní kontakty a dojednat první obchodní jednání.

Akce přímo na čínském trhu jsou ideální příležitostí pro první **prezentaci** podniku i jeho produktů. Doporučuje se také připravit webovou stránku a propagační materiály v čínském jazyce a připravit ceníky v dolarech či eurech. Webová stránka by měla obsahovat kontakt na odpovědné pracovníky podniku v čínském formátu a podrobný popis produktů. V propagačních materiálech je dobré zdůraznit historii podniku, jeho úspěchy a ocenění, zmínit současné obchodní partnery a podtrhnout originalitu či výjimečnost produktů. Zároveň je nutné se připravit na otázky ohledně dopravy a skladování (cena, způsob, časová náročnost), finanční spoluúčasti na marketingu a možnosti poskytnutí množstevní slevy.

Po navázání kontaktu s potenciálním čínským obchodním partnerem je na řadě jeho **prověření**. V Číně neexistuje žádný centrální obchodní rejstřík, do kterého by měl každý přístup jako v ČR a mohl alespoň zevrubně na základě finančních výkazů a zakladatelských listin odhadnout důvěryhodnost obchodního partnera. Na veletrhy má přístup každý, kdo si zaplatí pronájem vystavovacího stánku či návštěvnickou vstupenku.¹⁵⁸ Na základě prvního setkání s obchodním partnerem je tak téměř nemožné odhadnout, zda jde skutečně o podnikatele a zda jsou informace, které nám poskytne, pravdivé. Český exportér musí vynaložit nemalé úsilí na prověření svého čínského protějšku, případně si najmout čínského

¹⁵⁸ Nejdůležitější veletrhy z pohledu českých exportérů jsou obvykle s oficiální českou vládou účastí a zahraničním zastoupením MPO. V roce 2014 to byly například: CHINA MED (zdravotnická technika), Airshow China 2014 (letecký průmysl), 90th China Food & Drinks Fair (potravinářský průmysl), LuxeHome 2014 (nábytek, sklo, bižuterie a drobné zboží) nebo MUSIC CHINA (hudební nástroje). Zdroj: MPO. Veletrhy a výstavy 2014 - plánované oficiální účasti ČR v zahraničí. 1.12.2014 [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument142766.html> a CzechTrade. Kalendář akcí –Výstavy, veletrhy a prezentace (Čína, rok 2014). [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/kalendar-akci/vystavy-veletrhy-prezentace/>

právnicka, který prověří, zda proti čínskému partnerovi nebylo vedeno trestní řízení, zda není na seznamu dlužníků, zda má všechny potřebné licence a povolení k podnikatelské činnosti.

Zajištění financování a pojištění

Čínský finanční sektor patří mezi ty nejvíce regulované. Od roku 2012 mají oprávnění obchodovat v yuanech jen ty zahraniční společnosti, které jsou držiteli exportní a importní licence. Nerezidenti si v Číně mohou bez problému otevřít cizoměnové účty, otevření RMB účtu ale podléhá komplexním pravidlům.¹⁵⁹

Obchodování s Čínou představuje pro české MSP zvýšenou finanční zátěž a jen málokterý podnik jej může financovat z vlastních zdrojů. Finanční instituce považují exportéry za klienty s vyšším rizikem nesplacení úvěrů, proto si za vývozní úvěry a další finanční služby účtují vyšší ceny a požadují dodatečné dokumenty, zejména u rizikových teritorií vývozu, ke kterým patří i Čína.¹⁶⁰ Kromě získání finančních zdrojů exportér čelí ale i dalším výzvám – zvolení způsobu ošetření rizika kurzových ztrát, zajištění plateb ze zahraničí a zvýšené administrativě při žádosti o bankovní úvěr. „Žadatel o úvěr musí čím dál častěji prokazovat, že jeho odběratelé, kteří mu platí, jsou schopni zaplatit v termínu a v sumě, která je požadována. Kolikrát musí prokázat, že je prověřil, nebo si musí opatřit i záruku za jejich platební schopnost – například od jejich banky“ vysvětluje Josef Tauber, ředitel České bankovní asociace a předseda správní rady Fondu pojištění vkladů.¹⁶¹

Čínská vláda má poměrně velkou kontrolu nad čínskou měnou, proto je nutné ošetřit kurzové riziko proti neočekávanému vývoji kurzu a dobře zvolit druh platebního styku s čínským obchodním partnerem.¹⁶² Mezi platebně zajišťovací bankovní instrumenty využívanými pro export do Číny patří: exportní dokumentární akreditiv a bankovní záruky, financování exportních pohledávek – forfaiting a faktoring.¹⁶³

¹⁵⁹ PORT, H. Platební styk a obchodování v Číně a Japonsku. Hospodářské noviny [online]. 23.7.2013 [cit. 29.4.2015]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-60297440-platebni-styk-a-obchodovani-v-cine-a-japonsku>

¹⁶⁰ Čína má v klasifikaci vývozního úvěrového rizika zemí podle Konsensu OECD číslo 2 (0 mají země s nulovým rizikem a číslo 7 označuje země s nejvyšším rizikem). Klasifikace zemí je pravidelně aktualizována na zasedáních Podskupiny exportů pro riziko zemí členy Konsensu OECD a používá ji většina českých bank. K poslední aktualizaci došlo na 72. zasedání v Paříži v červnu 2015. Více na OECD. Export credits. Prevailing Country Risk Classification. 16. června 2015 [29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/tad/xcred/cre-crc-current-english-rev3.pdf>

¹⁶¹ NĚMEČEK, J. Výběr správného financování exportu není jen tak. Export Journal. 01/2001, s. 22.

¹⁶² V době světové krize se například čínská vláda opět uchýlila k pevnému měnovému kurzu ve výši 6,83 yuanu za dolar ve snaze zmírnit dopady krize na čínskou ekonomiku. Zdroj: ŠÍVAROVÁ, M. Platby přímo v jüanech mohou být výhodnější. Export Journal. 01/2001, s. 27.

¹⁶³ CHABR, J. Jin a Jang obchodování s Čínou. Export Journal 01/2001, s. 24-25.

Český MSP jako český exportér může financovat svůj export prostřednictvím státem podporované instituce. Česká exportní banka (ČEB) a Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) jsou státními institucemi na podporu vývozu a českým exportérům nabízí bankovní i pojišťovací služby se státní podporou. ČEB poskytuje vývozní úvěry a další služby financování související s exportem a doplňuje tak nabídku komerčních bank o financování vývozních operací, které vyžadují dlouhodobé zdroje financování za úrokové sazby a v objemech pro vývozce jinak nedosažitelných. ČEB od roku 2012 poskytuje také služby na podporu MSP.¹⁶⁴

EGAP poskytuje služby všem bankám financujícím export a všem vývozům bez ohledu na jejich velikost, právní formu či objem vývozu. Pro MSP nabízí výrazně zjednodušenou variantu pojištění předexportních úvěrů (tzv. PEX) a bankovních záruk.¹⁶⁵

Pro financování vývozu lze využít také produkty komerčních bank, které se exportem do Číny zabývají, například Komerční banka a Unicredit.¹⁶⁶ Výběr optimálního systému financování a zajištění není jednoduchou záležitostí a mnohdy vyžaduje odbornou radu bankovního poradce.

Podpis smlouvy, dovoz a realizace exportu

Číňané při jednání odsouhlasí mnohé, aby neztratili tvář.¹⁶⁷ Zjistit, co vlastně bylo dojednáno, je mnohdy přímo nemožné, proto se doporučuje vést o jednání záznam a na závěr jednání si zažádat o podpis protistrany.

Pro Číňany nemá **podpis smlouvy** ani zdaleka takovou váhu jako pro Evropany či obchodníky z dalších západních zemí. I přesto je ale obchodní smlouva pro české podniky jediný dokument stvrzující obchodní spolupráci a při jejím uzavírání se doporučuje dbát několika zásad:¹⁶⁸

¹⁶⁴ ČEB. Co nabízíme a Kdo jsme. 2015 [29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/>

¹⁶⁵ EGAP. O společnosti a EGAP pro MSP. 2015 [29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/index.php>

¹⁶⁶ KB. Firmy. Služby pro obchod a export, konverze. 2015 [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/firmy/firmy-s-obratem-pod-60-milionu/služby-pro-obchod-a-export-konverze/index.shtml> a Unicredit. Firmy a veřejný sektor: Roční obrat nad 50 mil. Kč. Financování a zajišťování obchodních transakcí. 2015. [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/web/firmy/produkty-a-sluzby/financovani-a-zajistovani-obchodnich-transakci/predexportni-financovani>

¹⁶⁷ Ten, kdo v čínské kultuře „ztratí tvář“, není rovnocenný a je společensky méně hodnotný. Společensky je ztrátou tváře zahanben a v Číně v takové situaci nepřichází další spolupráce s takovým partnerem vůbec v úvahu. Obecně se ztráta tváře vymezuje jako nastalá trapná situace pro jednoho z partnerů jednání (partner například neumí odpovědět nebo s protistranou nesouhlasí).

¹⁶⁸ ČR. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Export do Číny: Manuál pro exportéry [online]. 2012 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_Ciny.pdf

- ověření totožnosti podepisující osoby a ověření, zda je tato osoba oprávněna za společnost jednat;
- každý obchod s distributorem či agentem by měl být ošetřen samostatnou obchodní smlouvou;
- ve smlouvě by měl být určen rozhodný jazyk pro výklad smlouvy (smlouvy se často uzavírají ve dvoujazyčné podobě, obvykle česko-čínské);
- smlouva by měla obsahovat informaci o tom, kdo bude krýt náklady na propagaci a marketing produktu;
- uvedení rozhodčí doložky (uvedení příslušného rozhodčího soudu, ideálně v ČR nebo v hlavních provinčních městech Číny).

Mnozí experti na obchod s Čínou ale tvrdí, že podpisem smlouvy obchod v Číně nekončí, ale teprve začíná.

Pro **dopravu zboží do Číny** lze využít několik typů dopravy: lodní, leteckou a železniční (viz Tabulku 8). Lodní doprava je nejlevnější, ale trvá nejdéle, naopak letecká je nejrychlejší, ale zato nejdražší. Železniční doprava je podle některých údajů čtyři až osmkrát levnější, ale hrozí zde větší riziko ztráty či poškození. Při volbě typu dopravy je tak nutné zvážit cenu, dobu dodání, možný objem přepravy a případná rizika.

Tabulka 8: Možnosti dopravy zboží do Číny

Typ	Výhody	Nevýhody	Cena v Kč za 500 kg	Doba dodání	Provozovatel
Lodní	Nízká cena, velký objem	Dlouhá dodací lhůta, prostorově limitovaná	700-5 600	6-8 týdnů	DHL, DSV
Železniční	Středně dlouhá dodací doba	Riziko poškození/ztráty, pouze pokusné linky	Podle zboží	3-4 týdny	Deutsche Bahn
Letecká	Rychlé dodání	Vysoká cena	16-24 000	Několik dnů	Yangtze River Express a China Airlines Cargo, DHL

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČR. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Export do Číny: Manuál pro exportéry [online]. 2012 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_Ciny.pdf

Celní odbavení je poměrně složité, má řadu pravidel a přesných postupů. Zboží musí být například označeno speciálním registračním kódem, který musí být uveden na celních deklaracích u všech zásilek s výjimkou dokumentů a osobních věcí. Veškeré zboží musí být přesně a podrobně popsáno v průvodní dokumentaci, kterou spolu s čínským odběratelem

připravuje český exportér. Pro českého začínajícího exportéra je nejvýhodnější přenechat jednání s celními úřady čínskému odběrateli. Při nedodržení čínských pravidel a postupů totiž hrozí zabavení zboží. Důležitou informací pro začínající exportéry je, že prezentační materiály a vzorky jsou od cla osvobozeny stejně jako u ostatních členů WTO, musí být ale do tří měsíců vyvezeny zpět ze země (aby nedocházelo k jejich prodeji na území daného státu).¹⁶⁹

Další nepříjemností dovozu je velké **množství netarifních obchodních opatření**, jakými jsou kvóty, dovozní licence a inspekční osvědčení. Tato opatření se vztahují pouze na některé druhy zboží a nevyžadují je všechny čínské administrativní celky. Dovážené zboží podléhá také **povinné registraci, včetně bezpečnostní certifikace** *China Comodity Inspection Bureau* a osvědčení *China Compulsory Certificate (CCC)*. Postupy pro získání osvědčení jsou poměrně složité, proto se vyplatí je řádně nastudovat.

Všechny výše zmíněné aspekty čínského trhu mají významný vliv na rozhodnutí podniku, zda na trh vstoupit a jak na něj vstoupit. Upozorňují na rizika, ale i příležitosti tohoto kulturně i jazykově velmi odlišného podnikatelského prostředí. Pro zpracování kvalitních analýz jsou stěžejní spolehlivé informace a ty nikdy nejsou zadarmo. Na tomto místě tedy vstupuje do hry stát, který dokáže poskytnout českým MSP velké množství informací a služeb zcela bezplatně. Následující část se věnuje proexportní politice ČR a státní podpoře exportu se zaměřením na MSP.

3.3 Státní podpora MSP při vstupu na čínský trh

V této kapitole autorka hodnotí současnou proexportní politiku ČR, hlavní pilíře podpory exportu s důrazem na jednotlivé služby, dokumenty a produkty, kterých mohou MSP využít v jednotlivých fázích vstupu na čínský trh.

Podpora exportu je prioritou české ekonomické diplomacie a je součástí Exportní strategie, jež byla rozebrána ve všeobecné rovině v první kapitole. Tato kapitola blíže analyzuje státní podporu exportu MSP, jejichž rezerv chce vláda využít pro naplnění cílů ekonomické politiky – hospodářského růstu a zaměstnanosti. Exportní strategie je proto zaměřena především na MSP. Jedním z jejich cílů je např. zvýšení počtu exportérů z řad MSP

¹⁶⁹ WTO. Mezinárodní úmluva o usnadnění dovozu obchodních vzorků a reklamního materiálu (v právním řádu ČR v zákoně č. 17/1956 Sb.). Sjednána dne 7.11.1952 v Ženevě na VII. Zasedání smluvních stran Všeobecné doody o slech a obchodu. [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <https://docs.wto.org/gattdocs/q/%5CGG%5CMGT%5C53-3.PDF>

o 50 % do roku 2020. Podle posledních údajů ČSÚ se tento cíl zatím daří plnit a počet exportérů ze sektoru MSP opravdu roste, i když jen nepatrně.¹⁷⁰

Exportní strategie ale není jediným dokumentem, který zdůrazňuje význam MSP pro národní hospodářství. MPO v lednu roku 2013 vydalo **Koncepci podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014-2020**¹⁷¹ (dále také „Koncepce MSP“), která přisuzuje MSP nezastupitelnou úlohu v tržní ekonomice. Koncepce MSP prosazuje následující oblasti podpory:

- vzdělávání a školení zaměřené na internacionalizaci;
- informační, zpravodajské a poradenské služby pro podporu internacionalizace;
- podpora hledání obchodních partnerů a partnerů pro technologickou spolupráci;
- vytváření sítí spolupráce a inkubačních center v zahraničí;
- podpora účasti MSP na specializovaných veletrzích a výstavách;
- podpora MSP ve veřejných zakázkách v zahraničí;
- bilaterální i multilaterální programy mezinárodní spolupráce, nadnárodní projekty evropských a mezinárodních organizací;
- financování a pojištění exportu.

Důraz koncepce klade především na zjednodušení přístupu k informacím důležitým z hlediska exportu za účelem snížení nákladů a rizik souvisejících se zahájením mezinárodních aktivit MSP.

Strategickou prioritou vlády je zaměřit se především na podporu schopnosti MSP vytvářet inovace, ať už v technické, či netechnické podobě, přičemž inovace chápe jako zavedení nového nebo podstatně zlepšeného produktu (výrobku nebo služby), nebo procesu, nové marketingové metody nebo nové organizační metody v podnikatelských praktikách, organizaci pracoviště nebo externích vztahů. Faktor inovační schopnosti hraje klíčovou roli zejména v **internacionalizaci, tzn. schopnosti prosadit se na zahraničních trzích**. V Číně jsou právě inovativní produkty a služby ty nejžádanější, neboť čínští spotřebitelé vyžadují hlavně originalitu a inovace. Vláda svým usnesením č. 581 ze dne 14. července 2014 schválila Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014-2020 (OPPIK), jehož součástí je i podpora zvýšení internacionalizace MSP, včetně jejich účasti na zahraničních výstavách a veletrzích.

¹⁷⁰ Meziroční nárůst činil v roce 2013 pouze necelé 1 % (ČSÚ).

¹⁷¹ ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014–2020 [online]. 2013 [cit. 3.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument119071.html>

Realizátory cílů ekonomické diplomacie, proexportní politiky a podpory MSP jsou čtyři vládní instituce, které jsou již tradičně považovány za **pilíře českého exportu**, viz Tabulku 9.

Tabulka 9: Čtyři pilíře státní podpory českého exportu

Subjekt	Druh podpory
1. Ministerstvo zahraničních věcí (MZV)	podpora na vládní úrovni
2. Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO)	praktická podpora
3. Česká exportní banka (ČEB)	podpořené exportní financování
4. Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP)	podpořené pojištění exportu

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tuto platformu dále doplňují Hospodářská komora ČR, Regionální komory zřízené MPO, Smíšené komory, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Oborové svazy a jednotlivá ministerstva, pod která exportní příležitosti či dané obchodní aktivity na zahraničních trzích věcně spadají. Veškeré aktivity výše zmíněných subjektů, které přispívají k úspěšnému vstupu a působení českých firem na zahraničních trzích jsou součástí ekonomické diplomacie ČR.

Ministerstvo zahraničních věcí ČR

Agendou spojenou s vnějšími ekonomickými vztahy ČR se na MZV zabývá **Ekonomická sekce**, která se dále dělí na odbory a organizační složky (viz Přílohu 5), podílející se na realizaci ekonomické diplomacie na území ČR i v Číně. Na vládní úrovni usiluje o odstraňování tarifních a netarifních překážek ve vzájemném obchodě s Čínou a lobuje za ekonomické zájmy ČR v čínských vládních a municipálních orgánech a institucích.¹⁷²

O tom, co nabízí Ekonomická sekce MZV českým podnikatelům pro jejich úspěšnou expanzi do zahraničí, informuje dokument **„Desatero“ služeb MZV pro český byznys v zahraničí**.¹⁷³ Od roku 2013 například nově definuje obory, ve kterých se objevují podnikatelsky a investičně zajímavé příležitosti. Ty korespondují s nejperspektivnějšími obory podnikání v Číně:

¹⁷² ČR. Ministerstvo zahraničních věcí. Ekonomická diplomacie [online]. [cit. 3.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/index.html>

¹⁷³ ČR. MZV. Desatero služeb MZV pro český byznys v zahraničí aneb co nabízí MZV podnikatelům a firmám [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/poskytovana_podpora/desatero_sluzeb_mzv_pro_cesky_byznys_v.html

1. doprava a dopravní technika;
2. energetika ;
3. ICT a nové technologie;
4. voda a životní prostředí;
5. zdravotnictví a farmaceutika;
6. zemědělství a potravinářství.

Stěžejním odborem Ekonomické sekce pro podporu exportu MSP je **Odbor dvoustranných ekonomických vztahů a podpory exportu**. Odbor ve spolupráci s příslušnými teritoriálními odbory MPO zabezpečuje úkoly v oblasti bilaterálních ekonomických a obchodních vztahů a poskytuje podporu českým podnikům a jejich obchodně-ekonomickým zájmům v Číně, zejména při navazování kontaktů a při získávání informací o čínském trhu a obchodních příležitostech.

Odbor úzce spolupracuje rovněž s příslušnými organizacemi, institucemi a sdruženími podnikatelských subjektů (Czechtrade, Czechinvest, ČEB, EGAP, Hospodářská komora, Svaz průmyslu a dopravy, Asociace exportérů atd.) a připravuje **projekty na podporu ekonomické diplomacie** (exportu) v Číně, jejichž seznam zveřejňuje na webových stránkách MZV. Projekty zastřešuje MZV a jsou jednou z forem veřejné podpory českým exportérům, prostřednictvím které mohou české podniky využít možnosti prezentovat se na zahraničních trzích. Jsou realizovány prostřednictvím zastupitelských úřadů a přinášejí **možnost vytvoření nových kontaktů, prezentace výrobků a služeb a získání nových nebo prvních zakázek**. Ročně MZV organizuje v průměru 60 takových akcí v různých zemích světa – semináře, prezentace, účasti na výstavách a veletrzích, konference, podnikatelské mise, kulaté stoly a „české dny“. V Číně jsou na rok 2015 plánovány hned čtyři projekty, jejichž seznam uvádí Tabulka 10.

Tabulka 10: Schválené projekty ekonomické diplomacie v Číně na rok 2015

Zastoupení	Projekt	Sektor
ZÚ Peking	Český letecký sektor: A-Z řešení pro Čínu II.	Letecký sektor
GK Šanghaj	Czech Republic - startup nation	Hardware
GK Šanghaj	B2B ChinaJoy 2015 - vstup herního průmyslu ČR do ČLR	Game industry
GK Hong Kong	Prezentace environmentálních technologií - Eco Expo Asia 2015	Vodní a odpadové hospodářství

Zdroj: ČR. MZV. Projekty na podporu ekonomické diplomacie pro rok 2015 [online]. 11.3.2015 [cit. 5.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/projekty_ekonomicke_diplomacie/projekty_na_podporu_ekonomicke.html

Akce se týkají především prioritních sektorů českého exportu s vysokou přidanou hodnotou – aplikace moderních technologií, včetně informačních technologií, biotechnologií a environmentálních technologií, a tradičních oborů – strojírenství, energetika, dopravní systémy, vodohospodářství, automobilový průmysl, letecký průmysl, potravinářské technologie apod. Zájem o tyto akce až čtyřnásobně převyšuje počet volných míst, proto je vhodné se s předstihem spojit s obchodně-ekonomickým úsekem zastupitelského úřadu, který akci pořádá.

MZV řídí **činnost zastupitelských úřadů** v Číně, včetně jejich obchodně ekonomických úseků a ekonomických diplomatů, a podílí se na tvorbě a přípravě bilaterálního smluvního rámce vnějších ekonomických vztahů s Čínou. Dále působí v médiích a na veřejných akcích, vytváří dobré jméno ČR v Číně a pozitivní „branding“ českých výrobků v zemi. Na vládní úrovni odstraňují diskriminační překážky omezující pronikání českých podniků na čínský trh, monitorují podnikatelské i makroekonomické prostředí Číny a následně zpracovávají průběžné informace do tzv. STI neboli Souhrnné teritoriální informace – Čína (viz dále).

Zahraniční zastoupení tvoří páteční infrastrukturu podpory exportu a rozvoje internacionalizace českých podniků. V Číně jsou v současnosti tři zastupitelské úřady: **Velvyslanectví v Pekingu a Generální konzuláty v Šanghaji a Hong Kongu**. Čeští podnikatelé mají možnost přímo kontaktovat ekonomické diplomaty na těchto zastoupeních, jejichž seznam včetně všech kontaktů je zveřejněn na stránkách MZV.

Pro české podniky vyhledávají zastupitelské úřady obchodní příležitosti ve veřejných zakázkách a zajišťují podporu českým zájemcům o účast v těchto tendrech, monitorují nové trendy ve vědě, technologiích, tvorbě nových výrobků a služeb důležité pro perspektivní exportní zaměření českých firem.

Na zastoupeních jsou dva typy diplomatů, kteří mohou českým exportérům pomoci v obchodních záležitostech. Prvním typem je **diplomat s primárně ekonomickou agendou (DEK)**, druhým pak **diplomat, jenž se zabývá ekonomickou agendou pouze částečně (ALL)**. Typ diplomata je uveden vždy za jeho jménem na stránkách zastoupení a může exportérovi napovědět, jak velký časový fond diplomat bude mít pro projednání jeho případu.

Kromě monitorování makroekonomického prostředí země, identifikace nejzajímavějších oborů a sledování trendů v těchto oborech, mohou **zastupitelské úřady českým podnikům nabídnout následující služby:**¹⁷⁴

¹⁷⁴ ČR. MZV. Servis exportérům: Poskytovaná podpora [online]. 11.3.2015 [cit. 5.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/poskytovana_podpora/index.html

- poskytnutí detailnějších informací o podnikatelském prostředí v Číně;
- konzultace k podnikatelským záměrům českých podniků v Číně;
- konzultace k řešení problematických situací českého podniku v Číně;
- spolupráce při organizaci podnikatelských misí a tvorba ekonomického programu;
- příprava účasti českých subjektů na výstavách a veletrzích a s tím spojené propagační akce aliancí firem, sektorových asociací a svazů českých podniků;
- služby české správy prostřednictvím CzechPointu – výpisy z katastru nemovitostí ČR, výpisy z rejstříku trestů ČR apod.

Mimo tyto standardní služby českých zastupitelských úřadů v Číně nabízí Obchodně-ekonomický úsek (OEÚ) české ambasády v Pekingu ještě tři doplňkové služby zdarma: prověření čínského partnera, business v Číně – online rádce a webové stránky českých výrobců v čínštině.

Úřad je schopen prověřit limitované množství obchodních partnerů českých podnikatelů následujícím způsobem: zavoláním do firmy (telefonické ověření existence a funkčnosti telefonního čísla), vyhledáním ve veřejně přístupných rejstřících (obchodní rejstřík, telefonní seznam atd.), prověření čínského internetu (reference, diskuzní fóra, stížnosti atd.).

Dále umožňuje zkonzultovat případ českého exportéra online. Online konzultace zahrnuje probrání specifik vývozu a dovozu zboží z Číny, probrání příležitostí místního trhu, nebo seznámení se s obchodními zvyklostmi a praktikami v Číně. Zhruba půlhodinová konzultace probíhá formou Skype rozhovoru s pracovníkem obchodně-ekonomického úseku velvyslanectví.

Úřad je také schopen připravit pro české exportéry prezentace na webu v čínštině, speciálně upravené pro čínské vyhledávače. Prozatím byly vytvořeny webové stránky pro následující skupiny exportérů: vinařství, letecký průmysl, strojírenství, sklo a dobývací technika.¹⁷⁵

MZV každý rok pořádá **setkání s ekonomickými diplomaty zahraničních zastoupení**, které se obvykle koná poslední týden v červnu v Praze a trvá celý týden. Během tohoto setkání mají české podniky možnost se s diplomaty setkat osobně a prodiskutovat s nimi své plány a svůj postup na zahraničních trzích. V roce 2012 se na organizaci setkání podíleli také MPO a Svaz průmyslu a dopravy, Hospodářská komora, Asociace malých a

¹⁷⁵ ČR. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Obchod a Ekonomika [online]. [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/obchod_a_ekonomika/aktivity_obchodne_ekonomickeho_useku_zu.html

středních podniků a další a došlo k navýšení času na individuální konzultace diplomatů s českými podniky. V rámci této akce došlo v roce 2012 vůbec poprvé ke speciálnímu setkání diplomatů se zástupci MSP, kteří mohli využít možnosti individuálních konzultací. Akce se zúčastnilo přes 350 firem. Setkání mohou dodat sebevědomí začínajícím exportérům a povzbudit je k dalšímu postupu na cestě na čínský trh.¹⁷⁶

Informace užitečné pro exportéry MZV zveřejňuje na svých stránkách a exportně zaměřeném webu www.export.cz, na kterém je možné nalézt takřka stejné informace jako na www.businessinfo.cz. Zastupitelský úřad v Pekingu zpracovává a vydává dokument *Souhrnná teritoriální informace Čína (STI)*, jehož účelem je poskytnutí základních informací o Číně s důrazem na praktické informace pro exportéry. Dokument je dvakrát ročně aktualizován a je naprostým minimem, které by měl český podnikatel, uvažující o vstupu na čínský trh, znát. Obsahuje informace o čínském teritoriu, vnitropolitické charakteristice Číny a její zahraničně-politické orientaci, informuje o ekonomickém charakteru země, finančním a daňovém sektoru, zahraničním obchodu Číny a její obchodní a ekonomické spolupráci s ČR. Přibližuje čínské investiční klima a vyjmenovává základní podmínky pro uplatnění českého zboží na čínském trhu. V závěru nabízí odhad očekávaného vývoje v teritoriu.

Na svých stránkách MZV zveřejňuje také tipy pro začínající exportéry¹⁷⁷, kde radí, jak vybrat vhodný cílový trh, co vzít v úvahu při tvorbě kvalitního exportního plánu, jakým způsobem postupovat při výběru distribučních cest nebo jak správně nastavit cenu zboží na zahraničním trhu. Na jednotlivé země je zaměřena část Praktické rady pro exportéry¹⁷⁸, která se zabývá exportem do jednotlivých zemí a pro podnikatele exportující do Číny zveřejňuje dokument *Export do Číny: manuál pro exportéry*, který vydal Zastupitelský úřad v Pekingu. Manuál českým podnikům radí, jak zhodnotit konkurenci vlastních produktů, jak získat informace o trhu a obchodní kultuře v Číně a jakou marketingovou strategii, dopravu nebo formu vstupu na zahraniční trh zvolit. Na stránkách jednotlivých zastupitelských úřadů v Číně lze najít novinky z Číny, informace o připravovaných akcích (veletrhy a výstavy) a obchodní příležitosti pro české podniky.

Mezinárodní spolupráce ve vědě, výzkumu a inovacích má jasnou vazbu na posilování konkurenceschopnosti ČR a tedy rovněž na prosazování ekonomických zájmů v zahraničí. Realizací této priority je pověřen zvláštní zmocněnec pro vědu a technologie,

¹⁷⁶ MZV. Desatero, 2013

¹⁷⁷ ČR. MZV. Servis exportérům: Tipy pro rozjezd exportu [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/tipy_pro_rozjezd_exportu/tipy_pro_rozjezd_exportu.html

¹⁷⁸ ČR. MZV. Servis exportérům: Praktické návody pro exportéry [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/prakticke_navody_pro_exportery/index.html

který je zodpovědný za koordinaci těchto aktivit v rámci diplomatické služby a jménem MZV spolupracuje se zodpovědnými resorty, vládními a nevládními agenturami, univerzitami, výzkumnými centry, technologickými parky a inovativními firmami v ČR s relevantními zahraničními partnery. MZV se zastupitelskými úřady zpracovává analýzy z této oblasti, realizuje networkingové akce s důrazem na komercializaci inovací a přenos nejlepších zkušeností, dále organizuje prezentace, semináře a konference. Propaguje excelentní výsledky české vědy, výzkumu a inovací a pomáhá českým subjektům při uplatnění jejich technologií na zahraniční trh.

Vedle institucionálních aktivit se MZV zapojuje také do nestátních soukromých iniciativ, které podporují český export. Nestátní soukromá aktivita podporovaná MZV „Žijeme v zahraničí“ propojuje Čechy žijící v zahraničí s českými podnikateli. Projekt není určen jen Čechům dlouhodobě žijícím v zahraničí, ale slouží také českým exportérům, kteří na portálu www.zijemevzahranici.cz mohou získat odborné i praktické informace. Češi registrovaní na portále žijí trvale v Číně a na webu zveřejňují, jaké služby jsou schopni sami poskytnout či dodat a za jakých podmínek (čas, jazyk, zkušenosti, kontakty apod.). V Číně jsou společenské a obchodní vztahy, tzv. guanxi, velmi důležité a portál může být další možností, jak tyto vztahy v Číně budovat (viz Přílohu 6).

Na MZV v Praze lze kontaktovat také zmocněnce pro krajské záležitosti, který může být nápomocen při hledání Čechů žijících v Číně, se kterými je možné při vstupu na čínský trh spolupracovat. Krajané mohou v Číně například pomoci s prověřením kvality produktů či výrobním zázemím čínského partnera. V případě, že krajan pracuje v sektoru, ve kterém chcete v Číně obchodovat, bude takový člověk zdrojem cenných praktických informací a kontaktů, kterými často státní instituce nedisponují.

Další příležitostí pro výměnu informací, zkušeností a kontaktů týkajících se obchodu ve vybrané zemi je tzv. **hospitality package**. Jedná se o společnou platformu MZV, zahraničních kanceláří vládních agentur, sdružení, soukromých osob i institucí a dalších (krajané, absolventi vysokých škol, čeští pracovníci firem působící v Číně apod.). Jde v podstatě o setkání všech zmíněných subjektů na půdě zahraničního zastoupení.

Ministerstvo průmyslu a obchodu

Agendou spojenou s vnějšími ekonomickými vztahy ČR se na MPO zabývá **Sekce Evropské unie a zahraničního obchodu**, která se ještě dále dělí na odbory (viz Přílohu 7). Jedním z nich je **Odbor řízení exportní strategie a služeb**, který patří spolu se Sekcí průmyslu pro české podniky exportující do Číny mezi nejdůležitější.

MPO podporuje exportéry odstraňováním překážek obchodu s Čínou, uzavíráním obchodních dohod, zjednodušením přístupu k informacím a pořádáním vládních a podnikatelských misí. Na těchto aktivitách úzce spolupracuje s MZV a dalšími ministerstvy, jejichž oborů se takové aktivity přímo týkají.¹⁷⁹

Větší část podpory českého exportu převedlo MPO v roce 1997 na Agenturu na podporu exportu CzechTrade (dále jen „CzechTrade“ nebo „agentura CzechTrade“). Agentura vznikla jako příspěvková organizace MPO a je mu tudíž jako svému zřizovateli přímo podřízena (viz dále).

MPO zpracovalo pro MSP a začínající exportéry dokument Export v kostce 2015¹⁸⁰, který je velmi komplexním přehledem o státní podpoře v oblasti obchodu a investic. Dokument vznikl ve spolupráci s agenturou CzechTrade, Českou exportní bankou (ČEB) a Exportní garanční a pojišťovací společností (EGAP), Asociací malých a středních podniků ČR (AMSP ČR) a dalšími subjekty podporujícími proexportní zájmy českých podniků.

Dalším nástrojem podpory exportu MPO je Zelená linka pro export, která je českým podnikům k dispozici zdarma. Hlavním úkolem linky je zprostředkovat informace a být prvním kontaktním místem pro podnikatele, se kterým se setkají na počátku cesty k úspěšnému exportu. Spolu s portálem businessinfo.cz představují hlavní informační zdroje MPO na podporu exportu českých podniků.

MPO podporuje a finančně se podílí na realizaci oficiální české účasti na mezinárodních veletrzích a výstavách. V roce 2015 budou mít v Číně českou účast tři veletrhy (viz Tabulku 11).

¹⁷⁹ ČR. MPO. Zahraniční obchod: Podpora exportu [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/>

¹⁸⁰ ČR. MPO. Export v kostce 2015 [online]. 17.3.2015 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument156975.html>

Tabulka 11: Plánované veletrhy s českou oficiální účastí v Číně na rok 2015

Město a veletrh	Sektor	Iniciátor
Peking, CIMT	CIMT - Mezinárodní strojírenský veletrh (duben)	Svaz strojírenské technologie
Šanghaj, Music China	Music China - Mezinárodní veletrh hudebních nástrojů (říjen)	Asociace výrobců hudebních nástrojů
Peking, China Coal & Mining	China Coal and Mining - Mezinárodní veletrh uhlí a těžební techniky (přelom října a list.)	Česká dobývací technika

Zdroj: MPO. Zahraniční obchod: Veletrhy a výstavy 2015 - plánované oficiální účasti ČR v zahraničí. 27.8.2015 [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument152169.html>

Agentura CzechTrade

Cílem agentury je usnadnit českým podnikům rozhodování o výběru vhodných teritorií, zkrátit dobu vstupu na daný trh a podpořit aktivity směřující k dalšímu rozvoji podniku v zahraničí. CzechTrade má v současnosti tři zastoupení na území Číny - v Pekingu, Šanghaji a Chengdu. Uvažuje se i o otevření čtvrtého zastoupení v Guangzhou.

Pracovníci na zahraničních pobočkách se umí orientovat na čínském trhu, znají místní podnikatelské prostředí, kulturu, životní styl i mentalitu čínských obchodníků a díky těmto schopnostem dokáží odhadnout reálnost očekávaných výsledků českých podnikatelů. Navíc disponují kontakty na místní úřady a dokáží doporučit další služby (například právní), které mohou českým podnikatelům pomoci se na komplikovaném čínském trhu rychleji zorientovat.

Agentura CzechTrade je pro MSP jakousi bránou na čínský trh, neboť její pracovníci dokáží vyhledat místní obchodní kontakty, zpracovat průzkum čínského trhu pro požadovaný segment produktu a umí pomoci s technickými překážkami vstupu na trh.

Českým exportérům CzechTrade nabízí informační služby, poradenství, akce pro exportéry a exportní vzdělávání. Zahraniční zastoupení dokáží pomoci českým exportérům ve všech fázích vstupu na čínský trh – od prvotního mapování trhu (průzkum trhu), přes výběr, oslovení a prověření potenciálních klientů, asistenci při jednání s čínskými partnery, až po vstup podniku na čínský trh.¹⁸¹

Agentura CzechTrade a MPO spustily v roce 2002 **oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz**¹⁸², který shromažďuje informace o možnostech státní podpory exportu a jeho financování, o jednotlivých zahraničních trzích a o aktuálních exportních

¹⁸¹ CzechTrade [online]. [cit. 5.4.2015]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/>

¹⁸² BusinessInfo [online]. MPO, © 1997-2015 CzechTrade [cit. 6.4.2015]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu.html>

příležitostech pro české podnikatele. Portál lze označit za hlavní zdroj těch nejdůležitějších informací pro české exportéry, neboť jim zdarma umožňuje získat informace, analýzy, zprávy, aktuality a další dokumenty státních (MZV, MPO, zastupitelské úřady, agentura CzechTrade, CzechInvest) i nestátních institucí (asociace, komory a sdružení)¹⁸³ na jednom místě, přehledně roztržené podle jednotlivých teritorií.¹⁸⁴ Součástí portálu je i online databáze, která nabízí přehled aktuálních zahraničních poptávek a nabídek, projektů, tendrů a investičních příležitostí, do které přispívají zastupitelské úřady v zahraničí a zahraniční zastoupení CzechTrade.¹⁸⁵ Pro rychlou orientaci pak exportér může využít tzv. mapu oborových příležitostí, která umožňuje vyhledávat exportní příležitosti podle země a oboru. Na portále lze najít také Manuál exportéra, který se průřezově věnuje různým rozhodovacím a procesním fázím exportních případů a radí českým exportérům, jak vybírat vhodný trh k podnikání v zahraničí, jak na tento trh proniknout a jaké zvolit dodací a platební podmínky a formy přepravy.

Portfolio poradenských služeb agentury je rozděleno na služby bezplatné a zpoplatněné. Základní služby zdarma zahrnují: vstupní exportní konzultaci (informace o systému státní podpory exportu, zhodnocení exportní připravenosti klienta), identifikaci obchodních příležitostí a informační servis z portálu businessinfo.cz. Další služby agentury jsou již zpoplatněné a zahrnují vypracování cíleného průzkumu trhu, doporučení vhodného veletrhu, oslovení potenciálního obchodního partnera a ověření jeho zájmu o výrobek či službu českého podnikatele, prověření bonity čínského obchodního partnera, organizace obchodních jednání, zajištění překladů, tlumočení a propagačních a prezentačních materiálů v čínském jazyce. Agentura také v rámci zpoplatněných služeb organizuje společnou účast českého podniku na výstavách a veletrzích v Číně (společný výstavní stánek pod hlavičkou CzechTrade) nebo oborově zaměřené akce pro exportní aliance, sdružení a klastry (B2B setkání). Další služby jsou analytické a zaměřují se na analýzu konkrétního oboru, obchodních příležitostí a trendů v tomto oboru.

Dlouhodobější spolupráce české firmy s kanceláří v Číně pak probíhá formou dlouhodobé exportní asistence (monitoring konkurence, organizace prezentací a podpora při

¹⁸³ V části webu s názvem Státní podpora exportu (<http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/statni-podpora-exportu.html>, dne 29.8.2015) a části Nestátní podpora exportu (<http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/nestatni-podpora-exportu.html>, dne 29.8.2015)

¹⁸⁴ V části webu s názvem Zpravodajství pro export (<http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/zpravodajstvi-pro-export.html>, dne 29.8.2015)

¹⁸⁵ V části webu s názvem Exportní příležitosti (<http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/exportni-prilezitosti.html>, dne 29.8.2015)

účasti na veletrzích a výstavách, využití zázemí kanceláří zahraničních poboček, asistence při výběru čínského zástupce, podpora při jednání s úřady či při certifikaci výrobků apod.).

V ČR agentura organizuje **konzultační dny a meeting pointy**, což jsou teritoriálně zaměřené konzultace zástupců firem s pracovníkem čínského zastoupení probíhající v regionech po celé ČR. Centrálně organizované jsou tzv. meeting pointy – individuální konzultace firem s pracovníky čínských zastoupení. Agentura organizuje také setkání čínských subjektů (obchodních zástupců, distributorů a nákupčích) s potenciálními českými dodavateli, ke kterým dochází formou B2B matchmakingu (setkání čínských subjektů s potenciálními tuzemskými dodavateli), incomingových misí (setkání s čínskými podnikateli doprovázejícími vysoce postavené představitele Číny) a Sourcing days CzechTrade (představení a osobní setkání s čínskými nákupčími).

Program exportního vzdělávání agentury se zaměřuje jak na podniky bez přechozích exportních zkušeností, tak na již zkušenější exportéry. Semináře a vzdělávací kurzy nutně nesouvisí pouze se vstupem na čínský trh, ale také s individuálním rozvojem dovedností podnikatelů (interkulturní management, obchodní jednání). Pro MSP exportující do Číny jsou nejzajímavější teritoriální semináře a exportní konference. Exportní konference pořádá agentura obvykle zdarma a na území ČR. Poslední exportní konference zaměřená na Čínu byla zaměřena na představení českého a čínského průmyslu a prezentaci vybraných firem obou zemí.

Vedle podpory státu ve formě oficiální účasti MPO na akcích v Číně, může český podnikatel využít také služby agentury CzechTrade, která organizuje společnou účast českých podniků a zástupců agentury na výstavách, veletrzích a prezentacích v Číně. Jde buď o specializované výstavy a veletrhy za finanční podpory z evropských strukturálních fondů (OPPI) nebo prezentace na čínských veletrzích pod hlavičkou CzechTrade, kde se mohou české podniky prezentovat pomocí katalogové či osobní prezentace na společném stánku. Cílem těchto společných prezentací je snížení nákladů českých podniků.

V zemích, kde působí zastupitelské úřady i zahraniční kanceláře agentury CzechTrade, mezi které patří i Čína, platí, že požadavek z firemní oblasti (B2B) je přednostně zpracován zahraniční kanceláří CzechTrade.¹⁸⁶

¹⁸⁶ ČR. MPO. Síť českých ekonomických diplomatů ve světě [online]. 5.1.2015 [cit. 4.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument153663.html>

Agentura CzechInvest

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest byla založena v roce 1992 jako státní příspěvková organizace podřízená MPO. Jejím hlavním cílem je zvýšení konkurenceschopnosti české ekonomiky prostřednictvím podpory MSP, podnikatelského infrastruktury a inovací. Agentura zastřešuje oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu z prostředků EU a státního rozpočtu, získává zahraniční investice z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center¹⁸⁷ a podporuje české firmy, které mají zájem zapojit se do dodavatelských řetězců nadnárodních společností, formou rozvojových programů a svých služeb.

Pro MSP jsou stěžejní informace o možnostech podpory a dotačních programech financovaných EU a státem, které jsou podnikatelům zprostředkovávány prostřednictvím regionálních kanceláří. Programy podpory obvykle zahrnují také semináře, konference a networkingové akce, které pomáhají firmám rozvíjet manažerské zkušenosti a marketingové dovednosti. V rámci programů mohou podnikatelé čerpat také finanční příspěvky například na právní služby, poradenské služby, místní experty, ubytování či letenky.

Pro exportující MSP je zvláště zajímavý Program podpory mezinárodní technologické spolupráce (vývoj software a aplikací) zaměřený na realizaci společných projektů mezi českými podniky a podnikatelskými subjekty ze zemí mimo EU, který je přednostně určen MSP (projekt má být ukončen v roce 2016).¹⁸⁸ V letech 2011 – 2014 bylo v rámci projektu CzechAccelerator, podporujícího obory ICT, biotechnologie, nanotechnologie, přesné strojírenství aj., podpořeno 39 inovativních firem z řad MSP. Firmy měly mimo jiné možnost získat zkušenosti s podnikáním na vyspělých zahraničních trzích ve formě několikaměsíčního pobytu ve vybrané destinaci.¹⁸⁹

CzechInvest má v Číně v současnosti pouze jedno zastoupení, a to v Šanghaji, kde plní pro český export důležitou funkci – aktivně se zabývá propagací ČR a zvyšuje povědomí čínských podnikatelů o ČR a její kultuře.

¹⁸⁷ CzechInvest: O CzechInvestu [online]. [cit. 22.4.2015]. Dostupné z: <http://czechinvest.org/o-czechinvestu>

¹⁸⁸ CzechInvest: Programy podpory [online]. [cit. 7.9.2015]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/program-podpory-mezinarodni-technologicke-spoluprace>

¹⁸⁹ CzechAccelerator: O nás [online]. [cit. 7.9.2015]. Dostupné z: <http://www.czechaccelerator.cz/>

Česká exportní banka

Česká exportní banka, a.s. (ČEB) je specializovanou bankovní institucí, která byla založena v roce 1995 jako akciová společnost, jejímiž akcionáři jsou česká ministerstva.¹⁹⁰ Jejím cílem je zajistit dlouhodobé financování objemově významných exportních obchodů českých podniků za zvýhodněných podmínek oproti běžným komerčním bankovním službám. Zvýhodnění se týká zejména předmětu vývozu, objemu financovaného exportu, délky splatnosti a teritoria odběratele.¹⁹¹

ČEB v roce 2009 založila specializovaný odbor zabývající se službami pro MSP a výrazně pro ně rozšířila služby financování. Odbor malých a středních podniků vznikl na základě národního protikrizového plánu ČR a jeho činnost se zaměřovala především na podporu růstu mezinárodní konkurenceschopnosti MSP, financování MSP do výše obratu 50 mil. EUR, spolupráci s komerčními bankami a Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou (dále také „ČMZRB“), spolupráci s agenturou CzechTrade a hospodářskými komorami a asociacemi. Samostatný odbor pro MSP v současnosti v bance již neexistuje, ale služby jsou MSP poskytovány ve stejné formě i nadále.¹⁹² ČEB poskytuje úvěrové a záruční produkty vhodné jak pro samotné exportéry, tak pro jejich odběratele. Při financování exportu MSP banka spolupracuje s několika českými faktoringovými společnostmi.

Financování výroby pro vývoz (tzv. předexportní úvěr)

Předexportní úvěr neboli PEX je klasické financování materiálových a mzdových nákladů do maximální výše 85 % vývozního kontraktu na maximálně 2 roky. Splatnost těchto úvěrů je v praxi půl roku až jeden rok.¹⁹³

Přímý dodavatelský úvěr

Přímý dodavatelský úvěr neboli EX je profinancování odložené splatnosti, do 2 let a až do výše 100 % kontraktu/potvrzené objednávky. U faktury na desítky tisíc EUR bývá odložená splatnost okolo 90-180 dní, v případě stovek tisíc to je 160-360 dní. V případech faktur na částku kolem 1 mil. EUR to bývají 2 roky, ale české MSP kontrakty v takové výši neuzavírají. Historicky nejnižší úvěr byl poskytnutý českému MSP v částce 16 000 EUR se splatností 90 dní do Mexika. Nejmenší doporučená dodávka je 15 000 EUR, ale záleží to také na teritoriu a předmětu dodávky.

¹⁹⁰ Ministerstvo financí, MPO, MZV, Ministerstvo zemědělství a EGAP

¹⁹¹ Česká exportní banka [online]. © 2015 [cit. 20.4.2015]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/>

¹⁹² Prezentace ČEB: Praha, Olympijský park Letná. 13.2.2014. Seminář české exportní banky: „Financování pro malé a střední podniky“.

¹⁹³ JENÍK, M. Emailová komunikace s úvěrovým manažerem ČEB, a.s., 24.4.2015

Krátkodobé financování vývozu

Doporučený objem vývozu u tohoto typu financování je 2 mil. EUR, ale objem závisí na poplatcích za zpracování úvěru, zejména na poplatcích za právní služby pro vypracování smluvní dokumentace. Často se totiž musí najmout externí právní kancelář se specializací na dané zahraniční právo. V případě Číny se při rozhodování sporů používá tzv. Singapurská arbitráž, náklady se tak nedají odhadnout dopředu a dosahují vysokých částek.

Program podpory subdodavatele exportéra

Program nabízí tři typy proexportní záruky, které umožňují českému MSP získat provozní úvěr od komerčních bank za účelem profinancování subdodávek pro zpravidla většího exportéra, který je již klientem ČEB nebo jiné komerční banky. ČEB tyto produkty poskytuje ve spolupráci s komerčními bankami, neboť podstatou je komerční financování zajištěné bankovní zárukou ČEB. Výhodou této formy financování pro MSP je rychlý a jednoduchý přístup k finančním zdrojům, dostupnost na pobočkách komerčních bank a kvalitní bankovní záruka ČEB

Proexportní záruka může mít podobu platební bankovní záruky za placení úvěru (záruka za úvěr) a zajišťuje dluh subdodavatele (MSP) splatit provozní úvěr, který mu byl poskytnut komerční bankou v souvislosti s financováním smlouvy o subdodávce.

Dalším typem proexportní záruky je platební záruka za úhradu pohledávky (záruka za pohledávku), která zajišťuje dluh exportéra uhradit subdodavateli (MSP) kupní cenu z titulu smlouvy o subdodávce.

Proexportní záruka může mít také formu neplatební bankovní záruky, která zajišťuje dluh subdodavatele (MSP) vyplývající ze smlouvy o subdodávce. Záruky jsou vystavovány ve prospěch exportéra.

Exportní garanční a pojišťovací společnost

Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) byla založena v roce 1992 s cílem podpořit český export ve formě úvěrového pojištění. EGAP je specializovaná státní úvěrová pojišťovna plně vlastněná státem¹⁹⁴ se zaměřením na tržně nepojistitelná politická a komerční rizika spojená s financováním vývozu zboží, služeb a investic z ČR.

Cena pojišťovacích služeb společnosti EGAP se odvíjí od klasifikace země, do které exportér vyváží. Klasifikace se provádí na základě výsledků ekonometrického modelu, který bere v úvahu finanční a ekonomickou situaci země, míru teritoriálního a politického rizika a

¹⁹⁴ Akcionáři jsou Ministerstvo financí, MPO, MZV a Ministerstvo zemědělství.

další faktory typické pro danou zemi. Země jsou klasifikovány do 7 rizikových kategorií (1 - minimální riziko, 7 - největší riziko). Speciální kategorií je kategorie „0“, kam spadají země, ve kterých nehrozí žádná teritoriální rizika a pojišťovací služby jsou zde poskytovány na tržním principu, tedy bez státní podpory.

Čína spadá do kategorie 2 (2015), což znamená, že podnikatel exportující do Číny má nárok na státem zvýhodněné produkty a služby společnosti EGAP. Mezi politická rizika, kterým je exportér do Číny vystaven, patří administrativní a legislativní opatření, která mohou zabránit ve splácení, nebo také politické události v podobě revolucí, válek, generálních stávek apod. Kromě politických rizik je ale exportér vystaven také klasickému komerčnímu riziku – platební neschopnost nebo odepření zaplacení pohledávky.

EGAP poskytuje českým exportérům nebo bankám financujícím export ochranu před těmito riziky ze strany zahraničního odběratele, tj. nezaplacením z komerčních či teritoriálních důvodů¹⁹⁵.

EGAP nabízí řadu služeb pro MSP, které jsou navrženy tak, aby jejich využití znamenalo co nejmenší administrativní zátěž a jejich projednání bylo co nejrychlejší.

Pojištění vývozního dodavatelského úvěru proti riziku nezaplacení

Pojištěným proti riziku, že odběratel ve stanoveném termínu řádně nezaplatí celou dlužnou částku, tj. cenu za dodané zboží nebo služby, je přímo exportující český MSP. Vývozním dodavatelským úvěrem je úvěr poskytnutý exportérem odběrateli (zahraniční osoba) formou odkladu platby za dodané zboží nebo služby (vývozní pohledávka). Krátkodobý vývozní dodavatelský úvěr je se splatností do dvou let, u střednědobého a dlouhodobého úvěru je splatnost nad dva roky a odběratel musí zaplatit předem (akontace) minimálně 15 % celkové hodnoty vývozu (cena sjednaná ve smlouvě o vývozu).

Analogicky lze pojistit také vývozní dodavatelské úvěry financované bankou. V takovém případě úvěr od exportéra odkoupí banka bez možnosti zpětného postihu. Pojištěným je banka proti riziku, že odběratel ve stanoveném termínu řádně nezaplatí celou dlužnou částku. Pojistnou smlouvu podepisuje také exportér, který uznává všechny své závazky z pojistné smlouvy, zejména že zajistí řádné plnění smlouvy o vývozu.

Pojištění úvěru na předexportní financování pro vývoz

Jedná se o úvěr poskytnutý bankou exportérovi (popř. výrobcí) na financování výroby pro vývoz a v případě pozitivní zkušenosti s daným exportérem i na financování investic pro potřeby výroby pro vývoz. Pojištění zajišťuje riziko banky proti nedodržení vývozního

¹⁹⁵ EGAP [online]. © EGAP 2015 [cit. 23.4.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/>

kontraktu českým exportérem. Pojištěným je banka a pojištění lze sjednat pouze v návaznosti na pojištění některého z typů vývozních úvěrů proti riziku nezaplacení zahraničním odběratelem.¹⁹⁶

Pojištění proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu

Pojištění chrání českého exportéra proti riziku nedodržení podmínek smlouvy o vývozu v průběhu výroby (finanční ztráta), které způsobil zahraniční odběratel – platební neschopnost, odmítnutí převzetí dodaného zboží či politická, finanční nebo makroekonomická situace v zemi odběratele. Pojištění může být sjednáno samostatně nebo v kombinaci s pojištěním pohledávek z vývozního úvěru či úvěru na financování výroby pro export.¹⁹⁷

Pojištění bankovních záruk

Pojištění bankovní záruky poskytuje krytí vystavující bance proti riziku neoprávněného čerpání (překročení peněžní částky určené ve smlouvě) zahraničním odběratelem nebo jeho bankou v případě, kdy by příkazce (český exportér) porušil povinnosti vyplývající ze smlouvy o vývozu.¹⁹⁸

Přestože produkty a služby ČEB a EGAP lze teoreticky využít pro export MSP do Číny, v praxi je jejich využitelnost omezená (viz Přílohu 8).

Akce na podporu exportérů organizované více subjekty

Podnikatelské mise doprovázející vládní a ústavní činitele ČR při jejich zahraničních cestách jsou významným nástrojem české ekonomické diplomacie zejména do vzdálenějších teritorií s komplikovanějším vstupem na trh. Pro MSP představují tyto mise jedinečnou příležitost navázat kontakt s místními podnikateli a poznat odlišné kulturní a obchodní prostředí. Mise jsou koordinovány příslušnými ministerstvy či úřadem vlády ve spolupráci s podnikatelskými asociacemi či komorami při příležitosti pracovních cest zástupců ministerstev, vrcholných státních návštěv, meziresortních jednání apod. Součástí pracovního programu jsou obchodní semináře či podnikatelská fóra, při nichž se zástupci MSP mohou osobně setkat se stávajícími či potenciálními partnery, a které jsou bezesporu ideální příležitostí pro dojednání konkrétních obchodních případů nebo navázání obchodní spolupráce.

¹⁹⁶ EGAP. Pojistné produkty pro MPS [online]. 2015 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/egap-pro-msp/pojistne-produkty-pro-msp/index.php>

¹⁹⁷ Tamtéž.

¹⁹⁸ EGAP. Pojistné produkty pro MPS [online]. 2015 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/egap-pro-msp/pojistne-produkty-pro-msp/index.php>

Pro MSP se zájmem o vstup na čínský trh to platí dvojnásob, neboť malý či střední podnik se v záplavě velké konkurence v Číně lehce „ztratí“, zatímco skupina podnikatelů navíc s vládní podporou v zádech jistě udělá na čínské partnery mnohem větší dojem. Osobní kontakt s čínským partnerem je navíc i dnes v záplavě technologických vymožeností stále na prvním místě, mise je tak vhodnou příležitostí pro zapuštění kořenů v Číně tolik důležitých vzájemných společenských a obchodních vztahů – *guanxi* (viz Přílohu 6). Kontakt s dalšími již úspěšnými českými podniky na misi pak může přinést příležitost podílet se na projektech s čínskými partnery alespoň v podobě subdodavatelských kontraktů.

V roce 2013 se uskutečnilo 22 podnikatelských misí do 26 zemí, z čehož 11 mířilo do prioritních zemí, do Číny se uskutečnila pouze jedna mise. Zástupci MSP tvořili na těchto doprovodných misích více než polovinu účastníků.

Možnost navázání prvního kontaktu se zahraničním partnerem nabízí také tzv. **incomingové akce či mise**, při kterých jsou významní zahraniční státní představitelé při své cestě do ČR doprovázeni zahraničními podnikateli. Tyto návštěvy doprovází semináře, kulaté stoly či podnikatelská setkání, při kterých mají české podniky také možnost získat informace ze svého oboru a poznat své potenciální partnery.

V roce 2013 bylo realizováno celkem 15 tuzemských incomingových akcí, většina z nich byly mise. Zástupci MSP na těchto akcích tvořili většinu zúčastněných.

Na základě rezortních dohod o spolupráci MPO s partnerskými zahraničními ministerstvy a mezivládních dohod o spolupráci jsou organizovány **smíšené výbory a komise**, kterých se mohou české MSP účastnit. V roce 2013 proběhlo 20 takových jednání za účasti MSP, bohužel ani jedno se nekonalo v Číně.

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest v roce 2013 organizovala **technologické mise**, z nichž jedna se konala i v Číně. V Praze se později uskutečnilo setkání s členy incomingových technologických misí z Taiwanu. Tradičně se každoročně koná Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně, na němž nechyběla účast MZV a MPO, a který je rovněž vhodnou příležitostí k navázání kontaktů se zahraničními partnery pro MSP z oboru strojírenství.

Specifickým nástrojem pro podporu vědy, výzkumu a inovací jsou **české technologické dny**, které se skládají ze série prezentací, při kterých se setkávají čeští zástupci a zahraniční partneři. Tyto akce jsou vhodnou příležitostí pro navázání přímých obchodních kontaktů a budování základů konkrétní spolupráce českých a čínských firem. České firmy mají možnost prezentovat své produkty, cíle svého vývoje a prodiskutovat možnosti

spolupráce s čínskými partnery. Do této oblasti podpory MSP spadá také možnost výměny zaměstnanců, studentů, či doktorandů.

Realizace těchto dnů probíhá ve spolupráci MPO, CzechInvest, Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, Rady pro výzkum, vývoj a inovace a samotných univerzit a podniků. V minulých ročnících došlo k úspěšnému navázání kontaktů na úrovni týmů, malých a středních inovativních firem pro společný vývoj a komercializaci nových technologií a formulování platformy spolupráce s investory. Poslední české technologické dny v Číně byly zaměřeny na biotechnologie a ICT a na Taiwanu se zaměřením na „life sciences“.

České dny v Číně jsou významným impulsem rozvoje obchodní spolupráce mezi zeměmi. Na organizaci akce se podílí kromě MZV a MPO také nestátní instituce. České dny jsou obvykle zaměřeny na konkrétní průmyslové odvětví a mají velkou finanční podporu vlády (letecká doprava, pronájem vystavovacího stánku a další jsou pro české firmy zdarma). České dny jsou také často spojeny s nějakým větším veletrhem, který se koná ve stejném městě. Kromě podpory konkrétního průmyslového sektoru ale České dny propagují také Českou republiku, českou kulturu, kuchyni, umění a hudbu.

V Číně se v dubnu roku 2015 konaly České dny v Šanghaji, které byly zaměřeny na technologie a inovace. Na akci se podílel ZÚ Peking, MZV, MPO a zahraniční pobočka agentury CzechTrade v Šanghaji. Akce na podporu českých exportérů se uskutečnily také v Nanjingu, Suzhou, Hangzhou a hlavním městě Pekingu. Iniciátorem akce byl nestátní subjekt Smíšená česko-čínská komora. Akce se zúčastnilo několik desítek českých podniků, zástupců univerzit, asociací a komor.¹⁹⁹

Stát české exportéry podporuje prostřednictvím subjektů, které přímo řídí (MPO, MZV, ZÚ, CzechTrade, CzechInvest), a subjektů, ve kterých má majetkovou účast (ČEB, EGAP). Tyto subjekty poskytují služby a produkty, provozují weby, vydávají dokumenty a organizují akce, jejichž cílem je zjednodušit českým exportérům vstup na zahraniční trhy. Tabulka 12 přehledně ukazuje, jakých služeb, produktů, dokumentů, webů a akcí mohou české MSP využít v jednotlivých fázích jejich vstupu na čínský trh.

¹⁹⁹ ČR. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Obchodní a investiční aspekty Českých dnů v Šanghaji [online]. 14.4.2015 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/obchod_a_ekonomika/prehled_akci_uskutecnenych/obchodni_a_investicni_aspekt_y_ceskyh.html

Tabulka 12: Možnosti státní podpory MSP při vstupu na čínský trh

Fáze vstupu na trh	Druh analýzy	Subjekt	Služba/produkt	Dokument/web	Akce
1. Interní analýza vlastních možností a připravenosti MSP	Interní analýza vlastních možností podniku bez podpory státu	Podnik			
	Analýza připravenosti MSP na export	MPO	Zelená linka pro export	Export v kostce 2015	
		MZV		„Desatero“ služeb MZV pro český byznys v zahraničí Tipy pro rozjezd exportu	
		CT	Zhodnocení exportní připravenosti	BusinessInfo.cz: manuál exportéra	Exportní vzdělávání a konference
		ZÚ			Konzultace k podnikatelským záměrům českých podniků v Číně
2. Analýza podnikatelského prostředí Číny	Politicko-právní	MZV, MPO, CT, ZÚ	Konzultace		
		ZÚ Peking	Online rádce	STI Čína	
	Ekonomická	ZÚ Peking	Online rádce	STI Čína Export do Číny: manuál pro exportéry	
		ZÚ	Poskytnutí detailní informace o podnikatelském prostředí		
	Sociokulturní	MZV			Setkání se všemi ekonomickými diplomaty ZÚ v Praze
		ZÚ Peking		STI Čína	
	Technologická	MZV a ZÚ	Analýzy z oboru technologií a inovací		Konference, prezentace, semináře
		Více subjektů			České technologické dny a mise
3. Analýza čínského teritoria		ZÚ Peking			STI Čína
		CT			Konzultační dny a meeting pointy v ČR
		ZÚ, CT			Služby podnikatelům
4. Analýza vybraného odvětví čínského trhu		MZV, MPO, CT			Veletrhy a výstavy
		CT	Analýza vybraného odvětví Průzkum trhu Konzultace	Businessinfo.cz: Exportní příležitosti	
		MZV			Projekty ekonomické diplomacie
		ZÚ Peking	Online rádce		
		Více subjektů			Incomingové akce, kulaté stoly, smíšené výbory, konference

Fáze vstupu na trh	Druh analýzy	Subjekt	Služba/produkt	Dokument/web	Akce
5. Volba formy vstupu na čínský trh		CT, ZÚ	Konzultace		
		ZÚ Peking		STI Čína Export do Číny: manuál pro exportéry	
		ZÚ Peking		STI Čína	
6. Presentace a výběr obchodního partnera	Výběr obchodního partnera	MZV	Hospitality package		Projekty ekonomické diplomacie
		MZV, MPO, CT			Veletrhy a výstavy
		CT	Oslovení potenciálního obchodního partnera		Matchmaking (B2B), Sourcing days
		Podpora MZV			Žijeme v zahraničí (nestátní projekt)
		Více subjektů			Podnikatelské mise, incomingové akce, České dny
	Prezentace	CT	Zajištění propagačních materiálů v čínšském jazyce		Cílené prezentace, Výstavy a veletrhy
		MZV, MPO, CT			
		CI			Akce na propagaci ČR
	Prověření obchodního partnera	ZÚ Peking	Webové stránky českých výrobků v čínštině		
		ZÚ Peking, CT	Prověření čínského partnera		
7. Zajištění financování a pojištění	Financování	ČEB	Předexportní úvěr Přímý dodavatelský úvěr Krátkodobé financování vývozu Proexportní záruka		
	Pojištění	EGAP	Pojištění vývozního dodavatelského úvěru proti riziku nezaplacení		
	Pojištění		Pojištění proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu Pojištění bankovních záruk		
8. Podpis smlouvy, dovoz a realizace exportu	Podpis smlouvy	CT, ZÚ	Služby podnikatelům		
	Možnosti dovozu	CT	Konzultace		
		ZÚ Peking	Online rádce	Export do Číny: manuál pro exportéry STI Čína	
	Celní procedury	CT, ZÚ	Služby podnikatelům		

CzechTrade (CT), CzechInvest (CI), Zastupitelský úřad (ZÚ), Souhrnná teritoriální informace (STI)

Zdroj: Vlastní zpracování.

3.4 Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků

Z Tabulky 12 vyplývá, že stát nabízí podporu MSP ve všech fázích vstupu na čínský trh. Analýza Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (dále také „AMSP ČR“ nebo „Asociace“) ale poukazuje na to, že čeští exportéři ne vždy státní podpory využívají a ne vždy jsou s ní spokojeni.

AMSP ČR sdružuje kromě českých malých a středních podniků a živnostníků také jejich organizace, banky, finanční instituce (např. ČEB, Českomoravská záruční a rozvojová banka, EGAP) a vysoké školy. Asociace podporuje všechny obory české ekonomiky a svým členům i široké veřejnosti poskytuje informace zejména ze segmentu malých a středních podniků (marketing, legislativa, statistika, vzdělávání). Asociace od roku 2009 zpracovává průzkumy o názorech podnikatelů na problémové oblasti podnikání. V letech 2009 a 2012 Asociace zpracovala dva průzkumy s názvem „Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků“, které mapují znalost a hodnocení institucionálního rámce podpory exportu v ČR ze strany MSP. Výsledky obou průzkumů Asociace zveřejnila na svých internetových stránkách.²⁰⁰

Průzkumu se v roce 2009 zúčastnilo 246 exportérů z oblasti průmyslu, v roce 2012 se průzkumu zúčastnilo 505 exportérů s oborem činnosti výroba, služby, obchod a zemědělství. Výběr firem ze segmentu MSP byl proveden podle odborné metodiky ČSÚ a dotazování proběhlo formou telefonických rozhovorů.

Ke dni 18. 10. 2015 bohužel nebyl zpracován novější průzkum podobného charakteru, autorka tedy spoléhá na to, že názory podnikatelů na státní podporu exportu se od roku 2012 významně nezměnily. Vzhledem k tomu, že závěry průzkumu z roku 2012 se jen velmi málo liší od závěrů průzkumu v roce 2009, lze předpokládat, že toto zjednodušení nebude mít významnější vliv na závěry této práce.

Následující část práce seznámí čtenáře s hlavními závěry (podrobněji Příloha 9) průzkumů týkajících se služeb čtyř pilířů státní podpory exportu: obchodně ekonomických úseků zastupitelských úřadů (dále také „OEÚ“) a agentury Czechtrade (konzultační služby exportérům), ČEB a EGAP (služby financování a pojištění exportu).

²⁰⁰ Výsledky průzkumů byly zveřejněny pod názvy: Výsledky průzkumu č. 2 AMSP ČR Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků (2009) a Výsledky průzkumu č. 14 AMSP ČR Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků II. (2012) a jsou dostupné na webových stránkách AMSP ČR: <http://www.amspace.cz/14-pruzkum-amspace-cr-nazory-podnikatelu-na-podporu-exportu> a <http://www.amspace.cz/2-pruzkum-amspace-cr-podpora-exportu>.

Z porovnání výsledků průzkumů spokojenosti týkajících se služeb OEÚ a agentury CzechTrade z let 2009 a 2012 vyplývá, že čeští exportéři využívají podstatně více služeb agentury CzechTrade (38 % respondentů v roce 2009 a 28 % v roce 2012) než OEÚ (14 % respondentů v roce 2009 a 10 % v roce 2012).²⁰¹ Na tomto místě je ale nutné připomenout, že důvodem může být, že v zemích, kde působí zastupitelský úřad nebo generální konzulát ČR i zahraniční kancelář CzechTrade platí, že požadavek z firemní oblasti (B2B) je přednostně zpracován zahraniční kanceláří CzechTrade.²⁰²

Z průzkumů dále vyplývá, že čeští exportéři nejsou příliš zvyklí využívat služeb státní podpory při exportu na zahraniční trhy. Dalo by se očekávat, že místo nich využívají exportéři služeb komerčních subjektů, z navazujících otázek průzkumu z roku 2009 ale vyplývá, že pouze 6 % respondentů ze všech dotazovaných využívá zpoplatněných služeb místních poradenských či marketingových agentur. Toto nízké procento je zřejmě způsobeno vysokou cenou, neboť z 80 % aktivních uživatelů, kteří mají ke komerčním službám výhrady, si 86 % stěžuje právě na platby za služby.

Alarmující pak je nízké procento spokojenosti exportérů využívající služby OEÚ či agentury CzechTrade (36 % resp. 43 % v roce 2009). Výhrady exportérů směřovaly ve velké míře k **nízké kvalitě výstupů a zdoluhavosti** u OEÚ a k **nízké kvalitě výstupů a platbám za služby** u agentury CzechTrade (k vysvětlení těchto výhrad viz dále).

Z výsledků průzkumů spokojenosti týkajících se služeb a produktů ČEB a EGAP z let 2009 a 2012 vyplývá, že čeští exportéři využívají podstatně více služeb a produktů EGAP (25 % respondentů v roce 2009 a 15 % v roce 2012) než ČEB (5 % respondentů v roce 2009 a 2 % v roce 2012). Důvodem může být všeobecné povědomí o ČEB jako o bance financující hlavně velké exportéry. ČEB se tuto zažitou představu snaží postupně měnit. Hlavním impulsem byl například vznik odboru Malé a střední podniky, na který navázala marketingová strategie banky více zaměřená právě na malé a střední podniky.

Z obou průzkumů týkajících se ČEB a EGAP ale opět vyplývá, že čeští exportéři nejsou příliš zvyklí využívat služeb státní podpory při exportu na zahraniční trhy. Aktivní uživatelé služeb pak většinou nejsou se službami plně spokojeni a poukazují zejména na jejich **vysokou cenu**.

²⁰¹ Opět nelze uvažovat o poklesu, neboť jde o dva různé soubory respondentů z jiných oborů činností.

²⁰² ČR. MPO. Síť českých ekonomických diplomatů ve světě [online]. 5.1.2015 [cit. 4.10.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument153663.html>

Vysvětlení příčin nespokojenosti

Lze tedy definovat několik příčin nespokojenosti českých exportérů se službami jednotlivých pilířů podpory exportu: nízká kvalita výstupů, zdlouhavost a vysoká cena za služby. To vede k závěru, že ekonomickou diplomacií ČR je potřeba posílit jak kvalitativně, tak kvantitativně, a zároveň zvážit výši poplatků za služby podpory exportu.

V následující části textu autorka předkládá možné vysvětlení nespokojenosti českých exportérů. Kapitola vychází především z autorčiných rozhovorů s pracovníky CzechTrade, ambasády, ČEB a EGAP, z neformálních rozhovorů se začínajícími českými exportéry na vzdělávacích seminářích o exportu do Číny, exportních fórech a čínských kulatých stolech a působení autorky na zahraniční pobočce CzechTrade v Šanghaji v roce 2013.

Kvalitativní posílení ekonomické diplomacie

Podle Jana Hebnara, bývalého obchodního rady OEÚ pekingského zastupitelského úřadu, je největším problémem špatná adaptace české diplomacie. Hebnar připomíná, že diplomacie se za poslední desetiletí výrazně změnila. Diplomacie a ambasády už nemají za úkol předcházet a zabránit válkám, ale podporovat export a ekonomické aktivity státu v zahraničí. Tomu by se ale mělo přizpůsobit také výběrové řízení diplomatů. Hebnar doplňuje, že dnes v obchodně-ekonomických úsecích ambasád pracují lidé, kteří nemají ekonomické vzdělání a mají třeba vystudované jazyky a historii. Takoví lidé, ačkoliv jsou velmi inteligentní, často obchodu nerozumí a neznají základní ekonomické a obchodní termíny. Podnikatelům dokáží podat základní informace o teritoriu, čínské ekonomice a kultuře, když ale přijde řeč třeba na obchodní marži, podnikatel rychle pochopí, že jim diplomat není schopen poskytnout důležité informace pro jeho strategické obchodní rozhodování. Hebnar dále poukazuje na to, že moderní diplomaté, a nejen ti ekonomičtí, se dnes musí kromě běžné diplomatické agendy orientovat také ve světě businessu, neboť čeští exportéři od nich očekávají nejen základní ekonomický přehled, ale konkrétní a poměrně detailní informace o trhu na manažerské úrovni.²⁰³

Otázka kvality personálu OEÚ nás vrací na úplný začátek kariéry diplomata, a to ke způsobu **výběru diplomata** a stanovení jeho kvalifikačních předpokladů. Podle Štouračové se například čeští exportéři (respondenti průzkumu) domnívají, že by se výběrových řízení na místa obchodně ekonomických diplomatů měli ve větší míře účastnit reprezentanti podnikatelských sfér (třeba prostřednictvím svých sdružení) s větší vahou hlasů při

²⁰³ HEBNAR, J. Osobní rozhovor. Šanghaj, 16.4.2015

rozhodování.²⁰⁴ Větší zapojení podnikatelské sféry do ekonomické diplomacie je velkým tématem české diplomacie již delší dobu. Přestože k otevření výběrového řízení na diplomatické pozice pro podnikatele zatím nedošlo, výběr ekonomických diplomatů dnes již neprobíhá pouze z řad MZV, ale nově také z řad pracovníků MPO a v případě zemědělských diplomatů také z ministerstva zemědělství, u kterých se předpokládají větší znalosti z obchodu a ekonomiky.²⁰⁵

Agentura CzechTrade vypisuje požadavky na své zaměstnance v rámci vlastních výběrových řízení a vybírá si je samostatně bez konzultace s MZV. MPO dne 1. 8. 2012 ze zaměstnanců agentury udělalo zaměstnance MPO.²⁰⁶ Šlo o reakci ze strany tehdejšího ministra Martina Kuby na rozhodnutí MZV o snížení počtu ekonomických diplomatů zastupitelských úřadů MZV. Kuba měl v plánu vytvořit vlastní síť ekonomické diplomacie přes zahraniční kanceláře agentury CzechTrade. Tento krok znamenal zvýšení postavení pracovníků CzechTrade v některých zemích, včetně Číny, kde je obrovský rozdíl v tom, zda má podnikatel v zádech pracovníka vládní agentury či ministerského úředníka. Přestože si agentura vybírá pracovníky sama, podle kompetenčního zákona spadá reprezentace ČR v zahraničí včetně jejího výběru výhradně pod MZV, které musí těmto pracovníkům vystavit akreditaci. Noví pracovníci zahraničních kanceláří agentury jsou obvykle vybíráni na základě svých předchozích mnohaletých zkušeností ze soukromého sektoru v daném teritoriu (příkladem mohou být všichni ředitelé kanceláří agentury v Číně).

Další otázkou související s kvalitou výstupů a služeb ekonomických diplomatů je **frekvence změn složení** OEÚ. Zde je pravděpodobně ve výhodě agentura CzechTrade, která nedodržuje pravidlo MZV: „*dva roky v zahraničí a dva roky doma*“. Pracovníci agentury často trvale v zahraničí žijí, jako například ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade v Šanghaji Aleš Červinka, který v Číně žije více než deset let a má tak nejen cenné zkušenosti z teritoria, ale také důležité obchodní a společenské vazby guanxi, jejichž vybudování vyžaduje několik let.

Na nespokojenost českých exportérů s kvalitou výstupů OEÚ zastupitelských úřadů Sobotkova vláda zareagovala a připravuje nový model hodnocení OEÚ, který by měl nastavit a pomoci udržet standard služeb a aktivit v celé zahraniční síti. Dále v návaznosti na rámcovou dohodu z roku 2014 vznikl projekt společného vzdělávání pracovníků MZV, MPO a CzechTrade v ekonomické agendě. V únoru 2015 byl podepsán smluvní dokument, který

²⁰⁴ ŠTOURAČOVÁ a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie, 2010. S. 59.

²⁰⁵ MPO. MZV a MPO představily společné vzdělávání ekonomických diplomatů [online]. 17.2.2015 [cit. 15.10.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument156013.html>

²⁰⁶ Lidé vybraní MPO musí mít prověrku Národního bezpečnostního úřadu.

definuje nová pravidla společného vzdělávání ekonomických diplomatů z řad pracovníků MZV, MPO a CzechTrade. Cílem projektu je posílit kvalitu české ekonomické diplomacie a poskytovat kvalitnější služby českým exportérům.²⁰⁷

Kvantitativní posílení ekonomické diplomacie

Kromě nutnosti kvalitativního posílení ekonomické diplomacie, je nutné posílení také kvantitativní. Naprosto nelogické byly z tohoto pohledu snahy předchozí Nečasovy vlády²⁰⁸ snižovat počty pracovníků ambasád a zahraničních zastoupení v rámci vládních úspor a škrťů, které ve svém programovém prohlášení ze 4. srpna 2010 vláda označuje jako „*racionalizaci systému zahraničních agentur ČR a obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů*“.²⁰⁹

Výsledky průzkumů AMSP ČR poukazují na přílišnou pracovní vytíženost pracovníků OEÚ. Dodání výstupů jim trvá příliš dlouho, nebo musí dokonce české exportéry pro nedostatek času odmítat. Důvodem pracovního vytížení pracovníků OEÚ může být nedostatek času na ekonomickou agendu v rámci celkové pracovní agendy nebo vysoký počet požadavků ze strany českých exportérů na jednoho pracovníka. V obou případech se zdá jako vhodné řešení zvýšení počtu pracovníků OEÚ či dalších úseků tak, aby měli ekonomičtí pracovníci větší prostor na poskytování služeb českým exportérům.

Současná Sobotkova vláda považuje otevření nových ambasád a kanceláří CzechTrade a zvýšení počtu ekonomických pracovníků za klíčové priority programu vlády na rok 2015. MZV v roce 2015 otevře několik plnohodnotných diplomatických zastoupení na úrovni velvyslanců a posílí OEÚ stávajících zahraničních zastoupení o deset nových ekonomických diplomatů, v příštím roce pak o dalších šestnáct.²¹⁰

Novinkou jsou také tzv. zemědělství diplomaté, jejichž pozice vznikly na základě Memoranda o spolupráci mezi MZV a ministerstvem zemědělství. Primárním úkolem zemědělských diplomatů je podpora exportu zemědělských a potravinářských komodit a navazujících technologií. V roce 2015 bude pět z nich vysláno na vybrané zastupitelské

²⁰⁷ Vláda ČR. Podpora exportu, získávání nových investic a vytváření nových pracovních míst jsou klíčové priority vlády B. Sobotky. 16.4.2015 [cit. 15.9.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/podpora-exportu--ziskavani-novych-investic-a-vytvoreni-novych-pracovnich-mist-jsou-klicove-priority-vlady-b--sobotky--128999/>

²⁰⁸ Nečasova vláda trvala od července 2010 do července 2013

²⁰⁹ Vláda ČR. Programové prohlášení vlády ČR ze 4.8.2010, [cit. 13.9.2015]. Dostupné z: http://www.vlada.cz/assets/media-centrum/dulezite-dokumenty/Programove_prohlaseni_vlady.pdf

²¹⁰ Nové ambasády vzniknou v Kolumbii, Keni, Senegalu a generální konzulát v Kurdistánu. Plánuje se také otevření nových kanceláří CzechTrade v Indii a Singapuru. Zdroj: Vláda ČR. Podpora exportu, získávání nových investic a vytváření nových pracovních míst jsou klíčové priority vlády B. Sobotky. 16.4.2015 [cit. 15.9.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/podpora-exportu--ziskavani-novych-investic-a-vytvoreni-novych-pracovnich-mist-jsou-klicove-priority-vlady-b--sobotky--128999/>

úřady²¹¹ pro posílení ekonomické diplomacie. Jeden zemědělský diplomat posílí také ekonomickou diplomacii v Číně, konkrétně zastupitelský úřad v Pekingu.²¹²

Platby za služby podpory exportu – CzechTrade, ČEB, EGAP

Do roku 2013 poskytovala agentura CzechTrade exportérům placené služby (tedy služby nad rámec základních informací o jednotlivých teritoriích, oborových informací, exportního poradenství, informací o základních podmínkách pro uplatnění českého zboží či služeb na zahraničních trzích a o exportních a investičních příležitostech) za hodinové sazby, což tyto služby výrazně prodražovalo.²¹³ Agentura navíc nedělala rozdíly mezi exportéry ze segmentu MSP a těmi ostatními. V roce 2013 ale zavedla v souladu s cíli Exportní strategie paušální platby za balíčky služeb. Cena těchto balíčků se lišila v závislosti na velikosti podniku a významu teritoria. MSP se zájmem o vstup do Číny tak mohly dosáhnout nižších sazeb za poskytované služby jak díky své velikosti, tak díky zájmu o čínský trh, který Strategie definuje jako prioritní (Příloha 10).

Tabulka 13: Balíčky služeb agentury CzechTrade do roku 2013, ceny bez DPH

	MSP a PODNIKATELÉ (jen FO)		VELKÉ PODNIKY	
<u>Prioritní země</u>	5 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	20 000 Kč
<u>Zájmové země</u>	10 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	25 000 Kč
<u>Země EU</u>	15 000 Kč	20 000 Kč	20 000 Kč	30 000 Kč
	BASIC	BUSINESS	BASIC	BUSINESS

Zdroj: Převzato z CzechTrade: Ceník [online]. © CzechTrade 2009-2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2013/cenik/>

Z Tabulky 13 je patrné, že nejnižší sazby měli klienti ze segmentu MSP a podnikatelé (fyzické osoby), kteří měli zájem o vstup na prioritní trhy. Tento sazebník platil až do června 2014, kdy bylo uvedeno do provozu tzv. Klientské centrum pro export (KCE).

KCE je jednotným kontaktním místem MPO, MZV a agentury CzechTrade, které poskytuje základní služby při prvotním zájmu exportéra o vybraný trh zdarma. Na základní

²¹¹ Zemědělská diplomacie posílí zastupitelské úřady v Moskvě, Bělehradu, Rijádu, Pekingu a v Kyjevě.

²¹² MZV. Výběrové řízení na pozice zemědělských diplomatů. 7.1.2015 [cit. 20.10.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/zamestnani/aktualni_nabidky_zamestnani/vyberove_rizeni_na_pozice_zemedelskych.html

²¹³ RÁŽ, M. Služby pro exportéry poskytované MPO a jeho zahraniční sítí. 25.11.2012 [cit. 24.10.2015]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/reference/czechtrade-media/sluzby-pro-exportery-poskytovane-mpo-a-jeho-zahranicni-siti-26-11-2012/>

služby potom navazují další specializované služby, jejichž cena se stanovuje individuálně.²¹⁴ Není tedy jasné, zda jsou ceny za služby v současnosti nižší či vyšší než před rokem 2013, kdy byla cena určována hodinovou sazbou.

Ceny za služby ČEB nelze příliš porovnávat s komerčními bankami, neboť obchodní případy jednotlivých exportérů se velmi liší (různý objem vývozu, různá délka splatnosti a rizikovost teritoria atd.). V mnoha případech navíc komerční banky ani nejsou ochotny financovat rizikovější obchodní případy a ČEB se v takových případech stává jediným možným poskytovatelem financování s tím, že s rizikovostí cílové země exportu stoupá také cena financování. Stejně je tomu u pojištění. Při exportu do řady rizikových zemí je jedinou pojišťovnou ochotnou nést daná rizika státní exportní pojišťovna EGAP. Jak bylo zmíněno dříve, státní podpora financování a pojištění exportu se musí řídit pravidly Konsenzu OECD, který mj. ošetřuje také velikost obchodní marže ČEB a EGAP. Horní hranici tedy určují pravidla, spodní hranice ceny financování či pojištění je pak čistě na obchodním rozhodnutí institucí. Stát by ji ale mohl jednoduše změnit, v obou institucích je totiž 100% vlastníkem a svá akcionářská práva vykonává prostřednictvím ministerstev.

Vzhledem k tomu, že CzechTrade, ČEB i EGAP mají velmi úzké vazby na ministerstva (CzechTrade prostřednictvím svého zřizovatele MPO, ČEB a EGAP prostřednictvím svých akcionářů), řešením vysokých cen za služby těchto institucí by mohlo být navýšení rozpočtu na státní podporu exportu a jeho následné promítnutí do cen služeb jednotlivých institucí.

²¹⁴ Agentura CzechTrade na svých stránkách uvádí, že informace o cenách jednotlivých zpoplatněných služeb lze získat u konzultantů CzechTrade. CzechTrade. Naše služby: Katalog služeb. 2015 [cit. 24.10.2015]. Dostupné z: http://www.czechtrade.cz/d/documents/01/4-nase-sluzby/Letak_Katalog_sluzeb.pdf

ZÁVĚR

Diplomacie je jednou z cest, kterými stát dosahuje svých zamýšlených cílů v zahraniční politice. Zatímco do konce studené války byla rozhodující vojenská síla státu, dnes je nejdůležitějším zdrojem moci síla ekonomická. Ekonomická propojenost světa a ekonomizace mezinárodních vztahů vedou k růstu významu ekonomické diplomacie, která se zabývá prosazováním ekonomických zájmů a cílů státu v zahraničí bez použití násilí, cestou jednání mezi státy. Ekonomická diplomacie je ve členských státech EU realizována zejména na mikroúrovni, tedy formou bilaterálních jednání, jejichž cílem je konkrétní podpora domácích subjektů při vstupu na zahraniční trhy a podpora zahraničních subjektů při vstupu na domácí trh, neboť realizaci makroekonomické diplomacie spočívající v multilaterální diplomacii, obchodní politice a mezinárodních smluvních jednáních do značné míry převzala EU.

Z většiny definic diplomacie implicitně vyplývá, že hlavní roli v realizaci diplomacie mají ministerstva zahraniční. V posledních letech je ale možné u většiny modelů řízení ekonomické diplomacie pozorovat trend decentralizace. K. S. Rana zformuloval pět základních modelů řízení ekonomické diplomacie, ze kterých vyplývá, že zatímco koordinační funkci si stále ponechávají ministerstva, realizace je přenášena na další subjekty, ať už státní či nestátní.

Pro českou ekonomickou diplomacii je typický model duální (competition model), který je charakteristický štěpením kompetencí mezi dva ústřední orgány – ministerstvo zahraničních věcí a ministerstvo průmyslu a obchodu (hospodářství). Tento model ale vyžaduje jasné vymezení kompetencí (např. ve Francii), které v ČR chybí. Nedostatky několikrát novelizovaného kompetenčního zákona (zákon č. 2/1969 Sb.) se pokouší vlády vyřešit formou mezirezortních dohod a ujednání, které stanovují zásady vzájemné spolupráce, definují působnost orgánů a jejich pravomoci. Zatím posledním pokusem o zefektivnění řízení české ekonomické diplomacie jsou Rámcové dohody mezi MPO a MZV o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie ČR a Dohody mezi MPO a MZV o zřízení a fungování společného Klientského centra pro podnikatele, které byly podepsány v červnu roku 2014 a které by měly ukončit dlouholetou rivalitu mezi ministerstvy a nastavit pravidla spolupráce při podpoře českého exportu. Pozitivním výsledkem dohod je centralizace služeb do jednoho klientského centra a definování základní exportní služby, kterou bude centrum poskytovat zcela zdarma.

K jasnému vymezení kompetencí mezi ministerstvy ale v této souvislosti došlo pouze ve vztahu k službám poskytovaným klientským centrem, další nejasnosti týkající se rozdělení kompetencí se budou muset opět řešit formou ad hoc mezirezortních dohod a úmluv. Podle některých odborníků na českou ekonomickou diplomacii (Štouračová, Hořák) to ale bez změn v kompetenčním zákoně nepůjde. K tomu ale prozatím nebyla dostatečná politická vůle.

K efektivnímu fungování české ekonomické diplomacie je vedle jasně vymezených kompetencí potřeba mít také jasnou vizi a orientaci. Ekonomická diplomacie patří dlouhodobě mezi prioritu českých vlád, a přestože dosud nebyla explicitně zformulována do žádného samostatného dokumentu, její směřování udávají především dva dokumenty připravené MZV a MPO – Exportní strategie ČR 2012-2020 a Koncepce zahraniční politiky ČR z roku 2011 resp. 2015.

Cílem Exportní strategie formulované především MPO je zejména zvýšení počtu exportérů s důrazem na zvýšení exportérů z řad malých a středních podniků o 50 % do roku 2020 a zvýšení objemu exportu. Dalším cílem Strategie je větší diverzifikace českého exportu do zemí mimo EU. Strategie uvádí seznam dvanácti prioritních zahraničních trhů, které pro český export představují velký potenciál a kde ČR potřebuje budovat své pozice a výrazněji se profilovat vůči konkurenci – Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Rusko, USA, Srbsko, Turecko, Ukrajina a Vietnam. Vedle prioritních zemí definuje také 25 zájmových teritorií. Celkem se český seznam prioritních a zájmových trhů shoduje s obdobným seznamem EU v sedmi položkách (Brazílie, Rusko, Indie, Čína, JAR, Mexiko a USA). Význam definování podobných seznamů je ale ve světě často zpochybňován (Renard, Grevi) a považován za náhodný a obchodně nesmyslný. Také Štouračová upozorňuje na problémy aktuálního českého seznamu, které se týkají frekvence změn jeho složení a způsob výběru či jeho promítnutí do celého systému aktivit ekonomické diplomacie.

Koncepce zahraniční politiky z roku 2011 je v režii MZV a je o poznání menšího rozsahu než Exportní strategie. Koncepce z roku 2011 ekonomickou diplomacii přímo nedefinuje a zabývá se pouze cíli v oblasti zahraničních ekonomických vztahů, kterými je prosazování zájmů a jejich koordinace mezi resorty a diverzifikace na teritoria mimo EU a OECD. Až návrh koncepce z roku 2015 poprvé explicitně vymezuje ekonomickou diplomacii a její aktivity, když uvádí, že ekonomická diplomacie: *„je významným nástrojem pro zvyšování prosperity ČR v globálním kontextu a prosazování ekonomických zájmů v zahraničí“* a identifikuje i oblast jejích aktivit: *„vytváření podmínek pro rozvoj ekonomických kontaktů nejen v oblasti obchodu se zbožím a službami, ale i v oblasti investic,*

podporu komerční návaznosti projektů rozvojové spolupráce a podporu rozvoje cestovního ruchu“.

Hlavním úkolem české ekonomické diplomacie je podpora českých podnikatelských subjektů, primárně malých a středních podniků, při vstupu na zahraniční trhy, které Exportní strategie definuje jako prioritní. Čína je na seznamu prioritních trhů českého exportu a zároveň patří mezi největší výzvy českých exportérů.

Čína je od roku 2005 nejdůležitějším obchodním partnerem ČR mimo státy EU. Obchodu mezi zeměmi dominuje komoditní skupina Stroje a dopravní prostředky, které v roce 2014 tvořily 75 % dovozu a 63 % vývozu. V roce 2014 byla Čína po Německu druhým největším dovozcem a dokonce prvním největším mimo země EU. Český vývoz do Číny ale skončil v porovnání s exportem do ostatních zemí v roce 2014 až na 18. místě. Výsledkem je dlouhodobá negativní bilance zahraničního obchodu zbožím. Důvodem nízkých exportů, které jsou typické také pro ostatní země Visegradské čtyřky, jsou podle Fürsta nesnadné prostředí teritoria a tzv. reexport, při kterém je české zboží do Číny exportováno přes jiné země EU (nejčastěji přes Německo) a tudíž vykazováno jako export do EU. Podle Semeráka jde spíše o přirozený pokles podílu mimoevropských teritorií v českých exportech reflektující vývoj po roce 1989.

V roce 2014 oslavily obě země 65. výročí navázání diplomatických styků, a přestože historické události často vzájemné vztahy narušovaly, obchodní vztahy nebyly nikdy přerušeny. Za vrchol československo-čínských vztahů jsou považována 50. léta, kdy ČLR poptávala v ČSR strojírenské výrobky a investiční celky potřebné na obnovu občanskou válkou zničené země a kdy byla uzavřena v té době nadstandardní Smlouva o přátelství a spolupráci mezi ČSR a ČLR, kterou v té době měla pouze NDR a SSSR. V 60. letech došlo vlivem přiklonění se ČSSR na stranu Moskvy ke zhoršení vzájemných politických a obchodních vztahů. Ke zlepšení obchodních vztahů došlo až v polovině 80. let, kdy byly v ČLR zřízeny montážní závody Tatra a Liaz. Později se ale s rozpadem Sovětského svazu a postupnou transformací bývalého sovětského bloku vzájemné vztahy zkomplikovaly. V 90. letech se čínská ekonomika otevřela světu a konkurence československých podniků významně vzrostla.

Od roku 1989 pak vzájemné vztahy zatěžuje téma lidských práv, které v ČR rozděluje nejen politickou scénu, ale i veřejné mínění, které je jednou z hlavních příčin nekonzistentnosti české zahraniční politiky vůči Číně. Podpora demokracie a lidských práv patří mezi základní hodnoty ČR, ve vztahu k Číně by ale neměly představovat prioritní cíl zahraniční politiky, neboť jedinou možnou a zároveň žádoucí prioritou české zahraniční

politiky vůči Číně se jeví cíle ekonomické. Podle závěrů Semerákovy studie ale nelze tvrdit, že chladné politické vztahy mají negativní vliv na výsledky českého exportu do Číny, větší vliv na český export tak zřejmě mají jiné faktory (kulturní a geografická vzdálenost trhů, nedostatečné zkušenosti a znalosti apod.).

Přesto je zejména v současnosti velký tlak na zlepšení obchodních vztahů s Čínou. V dubnu roku 2014 došlo k významnému oživení vztahů, když čínský ministr zahraničí po patnácti letech pozval svůj český protějšek Lubomíra Zaorálka do Číny. Na tuto cestu navázal v říjnu roku 2014 prezident Miloš Zeman, který tak potvrdil, že zlepšení obchodních vztahů s Čínou je prioritou současné vlády Bohuslava Sobotky.

Ke zlepšení obchodních vztahů s Čínou by mohl přispět segment malých a středních podniků, který je považován za motor ekonomiky. MSP generují v ČR vysokou přidanou hodnotu (téměř 55 %) a významně se podílí na zahraničním obchodě: z 53,6 % se podílí na vývozu a z 58,4 % na dovozu. Přestože ne všechny MSP obchodují se zahraničím, segment MSP může jako celek přispívat ke tvorbě kladné bilance zahraničního obchodu (v letech 2011-2013 byl objem vývozu MSP vždy vyšší než objem dovozu) a vylepšit tak bilanci zahraničního obchodu s Čínou.

Čínský trh patří mezi nejsložitější exportní teritoria, je časově i finančně náročný a vstup na něj pro MSP představuje velké riziko. Autorka definovala osm základních kroků, které musí český MSP učinit, aby na tomto trhu uspěl. Každý z kroků vyžaduje poměrně velké znalosti o čínské kultuře, obchodním prostředí, geografii a dalších oblastech čínského trhu, které jsou nezbytné pro učinění správného rozhodnutí, zda na čínský trh vstoupit (případně jak) či nikoliv.

MSP ale mohou využít relativně rozsáhlou státní podporu při vstupu na tento trh, kterou poskytují základní pilíře českého systému státní podpory exportu – MPO, MZV, ČEB a EGAP. Tabulka 12 v poslední kapitole shrnuje možnosti podpory MSP v jednotlivých fázích jejich vstupu na čínský trh. Přestože tabulka ukazuje, že stát je MSP k dispozici v každé fázi jejich vstupu na čínský trh, průzkumy AMSP ČR ukázaly, že čeští exportéři státní podporu dostatečně nevyužívají, a když už jí využijí, nejsou s ní vždy spokojeni. Za nejčastější důvod své nespokojenosti označují nízkou kvalitu výstupů, zdlouhavost u obchodně-ekonomických úseků, vysoké platby a nízkou kvalitu výstupů u agentury CzechTrade a vysoké ceny služeb a produktů EGAP i ČEB.

Problém nízké kvality výstupů ekonomických diplomatů a zástupců agentury CzechTrade vychází zřejmě ze špatné adaptace české diplomacie (kritéria výběru diplomatů a zástupců agentury, doba jejich působení v zahraničí, hodnocení, vzdělávání), která se

v posledním desetiletí výrazně změnila a jejím úkolem už není zabránit válkám, ale podporovat české podnikatelské subjekty. Problém zdlouhavosti souvisí s nízkou kvalitou výstupů a poukazuje na nutnost kvantitativního i kvalitativního posílení ekonomické diplomacie.

Oba problémy se současná Sobotkova vláda snaží vyřešit. Zvýšení počtu pracovníků OEÚ (včetně vysílání zemědělských diplomatů) a dalších úseků tak, aby měli ekonomičtí pracovníci větší prostor na poskytování služeb exportérům, považuje za prioritu v oblasti podpory exportu. Vláda připravila také nový model hodnocení pracovníků OEÚ a nastavuje nová pravidla společného vzdělávání ekonomických diplomatů MZV a MPO.

Ceny za služby a produkty CzechTrade, ČEB a EGAP nelze příliš srovnávat s komerčními službami a zhodnotit, zda jsou opravdu vysoké, neboť se stanovují individuálně na základě složitosti případu a náročnosti zahraničního trhu, sektoru či dalších požadavků exportéra.

Ke zlepšení současné situace by podle názoru autorky přispělo: 1) zvýšení rozpočtu pro realizaci ekonomické diplomacie, které umožní zvýšit počet dostatečně ekonomicky vzdělaných pracovníků ekonomické diplomacie v zahraničí a snížit ceny za zpoplatněné produkty a služby pro exportéry a 2) zkvalitnění výběru diplomatů s důrazem na jejich ekonomické vzdělání.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje a časopisy

1. BAYNE, N., WOOLCOCK, S. The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations. 3rd ed., rev. and updated. Farnham: Ashgate Publishing, Ltd., 2013. 450 s. Global Finance Series. ISBN 9781409425427
2. BHAUMIK, T.K. Old China's New Economy: The Conquest by a Billion Paupers. India: SAGE Publications, 2009. 328 s. ISBN: 8132100905.
3. DRULÁKOVÁ R., DRULÁK, P. Tvorba a analýza zahraniční politiky. 2., přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 183 s. ISBN 80-245-1184-3.
4. EU, Evropská komise. Evropská charta pro malé podniky: Schválena členskými státy na zasedání Evropské rady ve Feire 19. - 20. června 2000. Lucemburk: EUR-OP, 2004. ISBN 9289476087.
5. FÜRST, R. Česko-čínské vztahy po roce 1989. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1653-7
6. HLADÍK, J. Ekonomická diplomacie ve službách firmy. Praha: Arista, 2001. ISBN: 80-86410-17-X
7. IMF. World Economic Outlook: Legacies, Clouds, Uncertainties [online]. October 2014 [cit. 3.1.2015]. ISBN: 978-1-48438-0-666. Dostupné z: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/>
8. CHABR, J. Jin a Jang obchodování s Čínou. Export Journal 01/2001. S. 24-25
9. JAKUBÍKOVÁ, D. Strategický marketing. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8
10. KOŘAN, M. a kol. Česká zahraniční politika v roce 2010: analýza ÚMV [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2011 [cit. 22.1.2015]. s. 383. ISBN 978-80-86506-95-1. Dostupné také z: <http://www.dokumenty-iir.cz/Knihy/CZP10.pdf>
11. LIM, L. The people's Republic of Amnesia: Tiananmen Revisited. Oxford University Press. 2015. S. 288. ISBN-10: 0190227915
12. NĚMEČEK, J. Výběr správného financování exportu není jen tak. Export Journal. 01/2001. S. 22
13. NOVOTNÝ, J., SUCHÁNEK, P. Nauka o podniku I. – Distanční studijní opora. 1. Vydání. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2004. ISBN 80-210-3333-9
14. OUTRATA, V. Mezinárodní právo veřejné. Praha: Orbis, 1969, s. 11. University of Minnesota
15. PAJTINKA, E. Hospodárská diplomacia: Hľadanie efektívneho modelu riadenia, alebo boj o obchodných atašé? In: Mezinárodní politika. Ročník 31, číslo 10. 2007. s. 16-18. ISSN 0543-7962
16. RANA, Kishan S. Bilateral Diplomacy. Geneva: DiploHandbooks, 2002. ISBN 9990955166
17. ROBEJŠEK, P. Diplomacii musí určovat ekonomika. Magazín Obchod, Kontakt, Marketing. 10/2001, S. 4
18. SKŘIVAN ml., A. Československý vývoz do Číny 1918-1992. Praha: Scriptorium, 2009. 485 s. ISBN: 978-80-87271-
19. SYRUČEK, M. Bůh či ďábel diplomacie. Epoque, 2004. Indiana University. S. 399. ISBN: 8086328481
20. ŠÍVAROVÁ, M. Platby přímo v jüanech mohou být výhodnější. Export Journal. 01/2001. S. 27
21. ŠTOURAČOVÁ, J. Ekonomická diplomacie České republiky. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2008. 249 s. ISBN 978-80-86946-71-9.
22. TESAŘ, F. Můžeme, chceme, dokážeme?: Česká ekonomická, veřejná a kulturní diplomacie a Balkán. Ústav mezinárodních vztahů, v. v. i., 2013. S. 21. ISBN: 9788087558096.
23. VESELÝ, Z. Dějiny mezinárodních vztahů. 2. upr. Vydání. Praha: Aleš Čeněk, 2010. 605 s. ISBN: 9788073802783

Zákony

1. ČR. Zákon č. 2/1969 Sb., Zákon České národní rady o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České socialistické republiky (kompetenční zákon). 1969, částka 1. In: Sbírka zákonů České republiky.

2. ČR. Zákon č. 474/1992 Sb. ze dne 23. září 1992, o opatřeních v soustavě ústředních orgánů státní správy České republiky. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/vyhledavani-aspi/?Id=40241&Section=1&IdPara=1&ParaC=2>

Dokumenty vlád ministerstev a státních institucí

1. AMSP ČR. Průzkum č. 2 AMSP ČR Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků [online]. 2009 [9.9.2015]. Dostupné z: <http://www.amspace.cz/14-pruzkum-amspace-cr-nazory-podnikatelu-na-podporu-exportu>
2. AMSP ČR. Průzkum č. 14 AMSP ČR Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků II. [online]. 2012 [10.9.2015]. Dostupné z: <http://www.amspace.cz/2-pruzkum-amspace-cr-podpora-exportu>
3. BusinessInfo [online]. MPO, © 1997-2015 CzechTrade [cit. 6.4.2015]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu.html>
4. BusinessInfo: Analýzy, statistiky. SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY ČR (SP ČR). Analýza - Systém řízení ekonomické diplomacie v České republice [online]. 3. 9. 2010, © 1997-2013 CzechTrade [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/system-rizeni-ekonomicke-diplomacie-v-cr-3107.html#u1>
5. BusinessInfo: Čína: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR [online]. 6.10.2014 [cit. 12.12.2014]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cina-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr-19057.html#sec4>
6. BusinessInfo: Státní podpora exportu. MPO. MPO představilo novinky v oblasti proexportní politiky a plány na poli výzkumu, vývoje a inovací [online]. 7. 10. 2013, © 1997-2013 CzechTrade [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mpo-predstavilo-novinky-v-oblasti-proexportni-politiky-a-plany-na-poli-vyzkumu-vyvoje-a-inovaci-41023.html>
7. BusinessInfo: Státní podpora exportu. MPO. Prioritní země pro export [online]. 24. 7. 2009, © 1997-2013 CzechTrade [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nove-prioritni-zeme-pro-export-3812.html>
8. BusinessInfo: Ujednání MZV a MPO o zásadách spolupráce při budování, provozování a řízení sítě zahraničních zastoupení organizace zřízené MPO ze dne 25.7.2013. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/app/content/files/dokumenty/Ujednani_MZV_a_MPO_2013.pdf
9. CzechAccelerator: O nás [online]. [cit. 7.9.2015]. Dostupné z: <http://www.czechaccelerator.cz/>
10. CzechTrade [online]. [cit. 5.4.2015]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/>
11. CzechTrade: Ceník [online]. © CzechTrade 2009-2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2013/cenik/>
12. CzechTrade. Kalendář akcí – Výstavy, veletrhy a prezentace (Čína, rok 2014). [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/kalendar-akci/vystavy-veletrhy-prezentace/>
13. CzechTrade. Naše služby: Katalog služeb. 2015 [cit. 24.10.2015]. Dostupné z: http://www.czechtrade.cz/d/documents/01/4-nase-sluzby/Letak_Katalog_sluzeb.pdf
14. CzechInvest: O CzechInvestu [online]. [cit. 22.4.2015]. Dostupné z: <http://czechinvest.org/o-czechinvestu>
15. CzechInvest: Programy podpory [online]. [cit. 7.9.2015]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/program-podpory-mezinarodni-technologicke-spoluprace>
16. Čínská republika (Taiwan). MZV. Čínská republika na první pohled 2012 [online]. Srpen 2012 [cit. 11.8.2015]. Dostupné z: <http://www.taiwanembassy.org/public/Attachment/210251774271.pdf>
17. ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>
18. ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>
19. EU. Konsolidovaná znění Smlouvy o EU a Smlouvy o založení ES. Úřední věstník Evropské komise, 2006. Dostupné také z: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/ce32120061229cs00010331.pdf>
20. MPO. Akční plán podpory malých a středních podnikatelů na rok 2015 [online]. Oddělení MSP a maloobchodu, březen 2015 [cit. 27.8.2015]. S. 4. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument157011.html>

21. MPO. Export v kostce 2015 [online]. 17.3.2015 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument156975.html>
22. MPO. Exportní strategie ČR pro období 2006 – 2010 [online]. MPO, 2005 [cit. 5.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument92065.html>
23. MPO. Exportní strategie České republiky pro období 2012 až 2020 [online]. Schváleno vládou ČR dne 14.3.2012 [cit. 3.12.2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument103015.html>
24. MPO. Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014–2020 [online]. 2013 [cit. 3.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument119071.html>
25. MPO. MZV a MPO představily společné vzdělávání ekonomických diplomatů [online]. 17.2.2015 [cit. 15.10.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument156013.html>
26. MPO. Nová etapa pro česko-čínské vztahy [online]. Odbor 51600, 9.2.2015 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument155778.html>
27. MPO. Řídící výbor pro implementaci Exportní strategie [online]. 10.3.2015 [cit. 15.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument156644.html>
28. MPO. Veletrhy a výstavy 2014 - plánované oficiální účasti ČR v zahraničí. 1.12.2014 [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument142766.html> a CzechTrade. Kalendář akcí –Výstavy,
29. MPO. Síť českých ekonomických diplomatů ve světě [online]. 5.1.2015 [cit. 4.10.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument153663.html>
30. MPO. Výroční zpráva o plnění Exportní strategie České republiky za rok 2013 [online]. 7.4.2014 [cit. 5.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument148451.html>
31. MPO. Zahraniční obchod 1-12/2014 [online]. 2014 [cit. 2.2.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/statistika-zahr-obchod/>
32. MPO. Zahraniční obchod: Podpora exportu [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/>
33. MZV. Čína [online]. 26.8.2014 [cit. 15.3.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/cina.html
34. MZV. Desatero služeb MZV pro český byznys v zahraničí aneb co nabízí MZV podnikatelům a firmám [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/poskytovana_podpora/desatero_sluzeb_mzv_pro_cesky_byznys_v.html
35. MZV. Ekonomická diplomacie [online]. [cit. 3.4.2015]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/index.html>
36. MZV. Ekonomická diplomacie a proexportní aktivity Ministerstva zahraničních věcí ČR [online]. MZV, 2008 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/file/72946/EkonomickaDimenzeZahranicniPolitiky.pdf>
37. MZV. Koncepce zahraniční politiky České republiky [online]. Schváleno vládou ČR dne 20. července 2011 [cit. 12.12.2014]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/vyrocní_zpravy_a_dokumenty/koncepce_zahranicni_politiky_ceske.html
38. MZV. Rámcové dohoda mezi MPO a MZV o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie ČR ze dne 26.6.2014. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/1199574/Ramcova_dohoda_MZV_MPO.pdf
39. MZV. Servis exportérům: Poskytovaná podpora [online]. 11.3.2015 [cit. 5.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/poskytovana_podpora/index.html
40. MZV. Servis exportérům: Praktické návody pro exportéry [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/prakticke_navody_pro_exportery/index.html
41. MZV. Servis exportérům: Typy pro rozjezd exportu [online]. 2013 [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/typy_pro_rozjezd_exportu/typy_pro_rozjezd_exportu.html

42. MZV. Tchaj-wan: Zahraničně-politická orientace [online]. [cit. 11.8.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asie/tchaj_wan/politika/zahranicne_politicka_orientace.html
43. MZV. Události a média: Čína [online]. 26.08.2014 [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/cina.html
44. MZV. Události a média: Ekonomická diplomacie [online]. 29.09.2014 [cit. 5.5.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/ekonomicka_diplomacie.html
45. MZV. Výběrové řízení na pozice zemědělských diplomatů. 7.1.2015 [cit. 20.10.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/zamestnani/aktualni_nabidky_zamestnani/vyberove_rizeni_na_pozice_zemedelskych.html
46. People's Republic of China. Ministry of Commerce. Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries (Amended in 2011) [online]. 2012. Dostupné z: <http://english.mofcom.gov.cn/article/policyrelease/aaa/201203/20120308027837.shtml>
47. People's Republic of China. FDI: Invest in China. Laws and Regulations: Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries (Amended in 2015) [online]. 2015. Dostupné z: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_39_4830_0_7.html
48. People's Republic of China. FDI: Invest in China. Laws and Regulations: Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries (Amended in 2015) [online]. 2015. Dostupné z: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_39_4830_0_7.html
49. USA. United States Trade Representative. Report to Congress On China's WTO Compliance [online]. December 2014. [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: <https://ustr.gov/sites/default/files/2014-Report-to-Congress-Final.pdf>
50. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Export do Číny: Manuál pro exportéry [online]. 2012 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_Ciny.pdf
51. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Obchod a Ekonomika [online]. [cit. 10.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/obchod_a_ekonomika/aktivita_obchodne_ekonomického_useku_zu.html
52. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Obchodní a investiční aspekty Českých dnů v Šanghaji [online]. 14.4.2015 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/obchod_a_ekonomika/prehled_akci_uskutecnelych/obchodni_a_investicni_a_spekty_ceskych.html
53. Velvyslanectví ČR v Pekingu. Platné smlouvy mezi ČR a ČLR [Online]. 1.2.2012 [cit. 15.2.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_dohody_s_clr/platne_smlouvy_mezi_cr_a_clr.html
54. Vláda ČR. Podpora exportu, získávání nových investic a vytváření nových pracovních míst jsou klíčové priority vlády B. Sobotky. 16.4.2015 [cit. 15.9.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/podpora-exportu--ziskavani-novych-investic-a-vytvoreni-novych-pracovnich-mist-jsou-klicove-priority-vlady-b--sobotky--128999/>
55. Vláda ČR. Premiér: Dokončení Temelína bude významným impulsem pro český průmysl (přepis projevu Petra Nečase) [online]. 10.9.2012 [cit. 1.3.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/premier/vyznamne-projevy/premier-dokonceni-temelina-bude-vyznamnym-impulsem-pro-cesky-prumysl-98892/>
56. Vláda ČR. Programové prohlášení vlády ČR ze 4.8.2010, [cit. 13.9.2015]. Dostupné z: http://www.vlada.cz/assets/media-centrum/dulezite-dokumenty/Programove_prohlaseni_vlady.pdf
57. Vláda ČR. Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012 až 2020. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/assets/media-centrum/aktualne/Strategie-mezinarodni-konkurenceschopnosti-Ceske-republiky.pdf>
58. Vláda ČR. Usnesení vlády ČR ze dne 4. ledna 2006 č. 32, o jmenování koordinátora pro koordinaci aktivit ČR v zahraničí. Dostupné z: http://kormoran.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/web/cs?Open&2006&01-04
59. Vláda ČR. Usnesení vlády ČR ze dne 17. března 2008 č. 256 k vybudování efektivního modelu ekonomické diplomacie jako jednoho ze základních prostředků české zahraniční politiky. Dostupné z: http://racek.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/web/cs?Open&2008&03-17

60. Vláda ČR. Vláda mění vztahy s Čínou [online]. 23.4.2014 [cit. 17.8.2015]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/vlada-meni-vztahy-s-cinou-117922/>

Osobní rozhovory, emailová komunikace, semináře

1. HEBNAR, J. Osobní rozhovor. Šanghaj, 16.4.2015
2. JENÍK, M. Emailová komunikace s úvěrovým manažerem ČEB, a.s., 24.4.2015
3. Prezentace ČEB: Praha, Olympijský park Letná. 13.2.2014. Seminář české exportní banky: „Financování pro malé a střední podniky“.

Sborníky, studie, analýzy, policy papery

1. AJTINKA, E. Hospodárska diplomacia: Hľadanie efektívneho modelu riadenia, alebo boj o obchodných atašé? In: Mezinárodní politika. Ročník 31, číslo 10. 2007. s. 16-18. ISSN 0543-7962
2. ATSMAN, Y., MAGNI, M. Meet the Chinese consumer of 2020. KMPG Insights. March 2012 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: http://www.mckinsey.com/insights/asia-pacific/meet_the_chinese_consumer_of_2020
3. BARANAY, P. Actual Problems of Economics: Modern Economic Diplomacy [online]. Publications of Diplomatic Economic Club, 2009 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: http://www.dec.lv/mi/Baranay_Pavol_engl.pdf
4. BĚLOHLÁVEK, T., HUBIČKA, J. Čím jsme to žili – v únoru 1990. Rozhlas.cz [online]. 25.2.2015 [cit. 9.8.2015]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/archiv/dokument/_zprava/cim-jsme-to-zili-v-unoru-1990--1459739
5. Deloitte. Business Regulation and Tax Newsflash. China's Pilot FTZs: New Negative List further relaxes foreign investment sectors [online]. Deloitte Insights: Issue 21. 7. května 2015 [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://www2.deloitte.com/cn/en/pages/tax/articles/cpftz21-new-negative-list-further-relaxes-foreign-investment-sectors.html>
6. Deloitte. Competitiveness: Catching the next wave. China [online]. Global Creative studio, 2014 [cit. 20.3.2015] Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-china-competitiveness-report-web.pdf>
7. EU SME Centre. Establishment and Operation of a Representative Office in China [online]. 14.9.2011 [cit. 28.12.2014]. Dostupné z: <http://www.eusmecentre.org.cn/guideline/establishment-and-operation-representative-office-china>
8. EU SME Centre. How can foreigners establish an office in China? [webinar]. 26.3.2013 [cit. 28.12.2014]. Dostupné z: <http://www.eusmecentre.org.cn/content/webinar-how-can-foreigners-establish-office-china-wholly-foreign-owned-enterprise-wfoe-or-re>
9. Evropská komise. Enterprise and Industry: Fact and figures about the EU's Small and Medium Enterprise (SME) [online]. 2013 [cit. 12.4.2015]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index_en.htm
10. EY. China Tax & Investment Express [online]. Issue No. 2015011, March 20, 2015. Dostupné z: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-CTIE-2015011-ENG/\\$FILE/EY-CTIE-2015011-ENG.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-CTIE-2015011-ENG/$FILE/EY-CTIE-2015011-ENG.pdf)
11. FÜRST, R. Čína znovu objevuje bývalou východní Evropu: Důvod k radosti či obavám? [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2015 [cit. 25.3.2015]. Dostupné z: http://irsec-hub.org/download/docs/304_pp-cina-znovu-objevuje.pdf
12. FÜRST, R. Má mít Česká republika dlouhodobou strategii ve vztazích s Čínou? [online]. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 2013 [cit. 25.1.2015]. Dostupné z: <http://www.iir.cz/article/ma-mit-ceska-republika-dlouhodobou-strategii-ve-vztazich-s-cinou>
13. GREVI, G. Why EU strategic partnership matter [online]. European Strategy Partnerships Observatory, June 2012 [cit. 15.5.2015]. Working Paper 1, ESPO. Dostupné z: <http://www.egmontinstitute.be/wp-content/uploads/2014/01/ESPO-Grevi1-JUNE.pdf>

14. HAACKE, O. Understanding China's 13th Five-Year Plan. China Business Review. 12.2.2015 [cit. 29.4.2015]. Dostupné z: <http://www.chinabusinessreview.com/understanding-chinas-13th-five-year-plan/>
15. HKTDRC Research. China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone [online]. 29. června 2015 [cit. 28.8.2015]. Dostupné z: <http://china-trade-research.hktdc.com/business-news/article/Fast-Facts/China-Shanghai-Pilot-Free-Trade-Zone/ff/en/1/1X000000/1X0A2U8A.htm#sthash.dgGmfz6f.dpuf>
16. International Trade Center UNCTAD/WTO. Difference between the Standard International Trade Classification (SITC) and the Harmonized System (HS) [online]. [cit. 21.8.2015]. Dostupné z: <http://legacy.intracen.org/mas/sitchs.htm>
17. KPMG. China's 12th Five Year Plan: Overview [online]. 2011 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: <http://www.kpmg.com/cn/en/issuesandinsights/articlespublications/publicationseries/5-years-plan/pages/default.aspx>
18. KRČÁL, A. Komparace systémů fungování a řízení ekonomické diplomacie ve vybraných státech [online]. Současná Evropa 02/2013 [cit. 12.5.2015]. Dostupné z: <http://www.vse.cz/se/76>
19. KU, E., SHIRA, D. a ZITO, M. China's Domestic Consumer Market in 2020. China Briefing. 15.8.2014 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: <http://www.china-briefing.com/news/2014/08/15/chinas-domestic-consumer-market-2020.html>
20. KUPKA, V. Krátká tematická analýza - Malé a střední podniky: jejich místo a role v české ekonomice [online]. Praha: ČSÚ, 2007 [cit. 26.4.2015]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/male-a-stredni-podniky-jejich-misto-a-role-v-ceske-ekonomice-2005-rhybfzgbj0>
21. OECD. Export credits. Prevailing Country Risk Classification. 16. června 2015 [29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/tad/xcred/cre-crc-current-english-rev3.pdf>
22. RENARD, T. The EU Strategic Partnership Review: Ten Guiding Principles [online]. European Strategy Partnerships Observatory, April 2012 [cit. 15.5.2015]. Policy Brief 2, ESPO. Dostupné z: [http://www.ies.be/files/private/28\)%20Renard%20-%20Ten%20Guiding%20Principles.pdf](http://www.ies.be/files/private/28)%20Renard%20-%20Ten%20Guiding%20Principles.pdf)
23. SANER, R., YIU, L. International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern times. Discussion Papers in Diplomacy [online]. Netherlands Institute of International Clingendael, 2001. ISSN 1569-2981. Dostupné z: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20030100_cli_paper_dip_issue84.pdf
24. SEMERÁK, V. Zachrání Čína české exporty? [online]. Praha: Národohospodářský ústav AVČR, 2012 [cit. 15.12.2014]. Studie 6/2012, CERGE-EI. Dostupné z: http://idea.cerge-ei.cz/documents/studie_2012_06.pdf
25. ŠTOURÁČOVÁ, J. a kol. Systém řízení ekonomické diplomacie [online]. Praha: Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha, o.p.s., 2010 [cit. 5.3.2015]. Zpracováno pro Svaz průmyslu a dopravy ČR. Dostupné z: <http://www.spcr.cz/files/cz/dokumenty/analiza.pdf>

Další

1. About [online]. Visegradgroup.eu, © 2000-2015 International Visegrad Fund [cit. 22.3.2015]. Dostupné z: <http://www.visegradgroup.eu/about>
2. Bata World News: Bata Pop-up Store Launched in China [online]. 2.5.2014 [cit. 23.6.2015]. Dostupné z: <http://world.bata.com/news/2014/bata-pop-store-launched-china>
3. CARTER, B. Is China's economy really the largest in the world?[online]. BBC News, 16.12.2014 [cit. 5.1.2015]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/magazine-30483762>
4. Česká dohoda s Čínou podle MF plně nevyhovuje právu. Euroskop.cz [online]. 08.12.2005 [cit.12.1.2015]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8952/3900/clanek/ceska-dohoda-s-cinou-podle-mf-plne-nevyhovuje-pravu-eu/>
5. ČEB [online]. © 2015 [cit. 20.4.2015]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/>
6. ČEB. Co nabízíme a Kdo jsme. 2015 [29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/>
7. Česká televize. Nová koncepce zahraniční politiky: Už ne jen ekonomika, ale i lidská práva [online]. 13. 4. 2015 [cit. 15.5.2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/307621-nova-koncepce-zahranicni-politiky-uz-ne-jen-ekonomika-ale-i-lidska-prava/>

8. Česko-čínské vztahy: politický chlad i čilé obchodování. Ceskatelevize.cz [online]. 8.8.2008 [cit. 22.2.2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/24746-cesko-cinske-vztahy-politicky-chlad-i-cile-obchodovani/>
9. EGAP [online]. © EGAP 2015 [cit. 23.4.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/>
10. EGAP. O společnosti a EGAP pro MSP. 2015 [29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/index.php>
11. EGAP. Pojistné produkty pro MPS [online]. 2015 [cit. 24.4.2015]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/egap-pro-msp/pojistne-produkty-pro-msp/index.php>
12. EU External Action: EU-China Summits [online]. [cit. 16.8.2015]. Dostupné z: http://eeas.europa.eu/china/summits_en.htm
13. HECZKOVÁ, M. Fakta o obchodě Česka se zahraničím. In: Statistika&My [online]. 09/2014. [cit. 1.2.2015]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/09/fakta-o-obchode-ceska-se-zahranicim/>
14. HOŘÁK, P. Podpora exportu - máme co napravovat. Praha: SPO [online]. 11.12.2014 [cit. 7.5.2015]. Dostupné z: <http://www.stranaprav.cz/regiony/prispevek-k-tematu--proexportni-strategie-heslo--podpora-exportu---mame-co-napravovat--425822.htm>
15. China Briefing. Catalogue of Priority Industries for Foreign Investment in Central and Western China [online]. 2013 [cit. 21.4.2015]. Dostupné z: <http://www.china-briefing.com/news/2013/05/16/china-updates-catalogue-of-priority-industries-for-foreign-investment-in-central-and-western-regions.html>
16. JELÍNEK, T. Forecasting Dinner 2015: Průzkum. Dbm.cz [online]. 2015 [cit. 25.3.2015]. Dostupné z: <http://www.dbm.cz/pruzkumy/>
17. KB. Firmy. Služby pro obchod a export, konverze. 2015 [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/firmy/firmy-s-obratem-pod-60-milionu/služby-pro-obchod-a-export-konverze/index.shtml>
18. KŘIVKA, V. Schwarzenberg: Nečasův projev je úlet, přebírá čínskou propagandu [online rozhovor s Karlem Schwarzenbergem]. Lidové noviny, 11.9.2012 [cit. 22.2.2015]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/necas-podpora-pussy-riot-ci-dalajlamy-skodi-exportu-fys-firmy-trhy.aspx?c=A120910_181740_ln_domov_sk
19. LÍZAL, L. Export, motivace tuzemské ekonomiky[online]. 163. Žofinské fórum, 2014 [15.2.2015]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/lizal_20140414_zofin.pdf
20. LOMOVÁ, O. Naše zahraniční politika vůči ČLR. Denikreferendum.cz [online]. 6.12.2014 [cit. 28.3.2015]. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/19289-nase-zahranicni-politika-vuci-clr>
21. Nečas: Dalajlamismus či podpora Pussy Riot škodí českému exportu. iDnes.cz [online]. 10.9.2012 [cit. 1.3.2015]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/podpora-dalajlamy-podle-necase-skodi-exportu-fnb-domaci.aspx?c=A120910_182335_domaci_jj
22. Nečasův "dalajlamismus" pohněval opozici i Schwarzenberga. Ceskatelevize.cz [online]. 11.9.2012 [cit. 22.2.2015]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/195508-necasuv-dalajlamismus-pohneval-opozici-i-schwarzenberga/>
23. NOHEJL, T. Češi chtějí, aby prezident hájil lidská práva v Číně. Denik.cz [online]. 25.1.2008 [cit. 25.1.2015]. Dostupné z: Více na: http://www.denik.cz/z_domova/cina20080125.html
24. OUTRATA, V. Mezinárodní právo veřejné. Praha: Orbis, 1969. S. 11. University of Minnesota
25. PORT, H. Platební styk a obchodování v Číně a Japonsku. Hospodářské noviny [online]. 23.7.2013 [cit. 29.4.2015] Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-60297440-platebni-styk-a-obchodovani-v-cine-a-japonsku>
26. PŠENIČKA, J. Po třech letech pojedí do Číny první český ministr. Ekonom.cz [online]. 19.10.2012 [cit. 22.1.2015]. Dostupné z: <http://ekonom.ihned.cz/c1-57991670-cesky-byznys-se-uci-cinsky>
27. Politické vztahy Čínské lidové republiky a České republiky. Embassy of the People's Republic of China [online]. 2.6.2010 [cit. 3.11.2014]. Dostupné z: <http://www.chinaembassy.cz/cze/jkgk/politick/t126995.htm>
28. RÁŽ, M. Služby pro exportéry poskytované MPO a jeho zahraniční síti. 25.11.2012 [cit. 24.10.2015]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/reference/czechtrade-media/služby-pro-exportery-poskytovane-mpo-a-jeho-zahranicni-siti-26-11-2012/>

29. SUDWORTH, J. Shanghai News: Shanghai Free-Trade Zone Launched. BBC [online]. 2013 [cit. 25.4.2015]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/business-24322313>
30. ŠAFAŘÍKOVÁ, K. Koncepce zahraniční politiky: návrat lidských práv a Drulákova prohra [online]. 31.3.2015 [cit. 15.5.2015]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/koncepce-zahranicni-politiky-navrat-lidskych-prav-a-prohra-drulaka-1pk-/zpravy-domov.aspx?c=A150331_084523_ln_domov_ele
31. ŠKODA Transportation, a.s. O společnosti: Historie [online]. [cit. 23.5.2015]. Dostupné z: <http://skoda.cz/cs/o-spolecnosti/historie/>
32. The Heritage Foundation. 2015 Index of Economic Freedom: China [online]. 2015 [cit. 29.4.2015]. Dostupné z: <http://www.heritage.org/index/country/china>
33. The world's biggest economies: China's back. Finance and Economics. Economist.com [online]. 2014 [cit. 3.1.2015]. Dostupné z: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21623758-chinas-back>
34. Unicredit. Firmy a veřejný sektor: Roční obrat nad 50 mil. Kč. Financování a zajišťování obchodních transakcí. 2015. [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/web/firmy/produkty-a-sluzby/financovani-a-zajistovani-obchodnich-transakci/predexportni-financovani>
35. WTO. Mezinárodní úmluva o usnadnění dovozu obchodních vzorků a reklamního materiálu (v právním řádu ČR v zákoně č. 17/1956 Sb.). Sjednána dne 7.11.1952 v Ženevě na VII. Zasedání smluvních stran Všeobecné dohody o slech a obchodu. [cit. 29.8.2015]. Dostupné z: <https://docs.wto.org/gattdocs/q/%5CGG%5CMGT%5C53-3.PDF>
36. World Bank. World Integrated Trade Solution. 2013 [cit. dne 22.5.2015]. Dostupné z: <http://wits.worldbank.org/detailed-country-analysis-visualization.html>
37. ZEMANOVÁ, J. Ministři zahraničí a průmyslu se shodli na posílení ekonomické diplomacie Česka. Český rozhlas: Domácí ekonomika [online]. 25. července 2013 v 12:22, © 1997-2013 Český rozhlas [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/_zprava/ministri-zahranici-a-prumyslu-se-shodli-na-posileni-ekonomicke-diplomacie-ceska--1238861
38. ZITO, M. The Maturing Tastes of China's Wine Industry. China Briefing [online]. 9.5.2014 [cit. 25.5.2015]. Dostupné z: <http://www.china-briefing.com/news/2014/05/09/maturing-tastes-chinas-wine-industry.html#sthash.AVeRXLo.dpuf>

Seznam příloh

Příloha 1: Institucionální struktura ekonomické diplomacie ČR (2008)

Příloha 2: Zbožová struktura vývozu ČR do ČLR v roce 2014 (v tis. Kč, SITC 3)

Příloha 3: Zbožová struktura dovozu ČLR do ČR v roce 2014 (v tis. Kč, SITC 3)

Příloha 4: Lidská práva v Číně a český export

Příloha 5: Organizační struktura ekonomické sekce MZV

Příloha 6: Guanxi aneb vztahy po čínsku

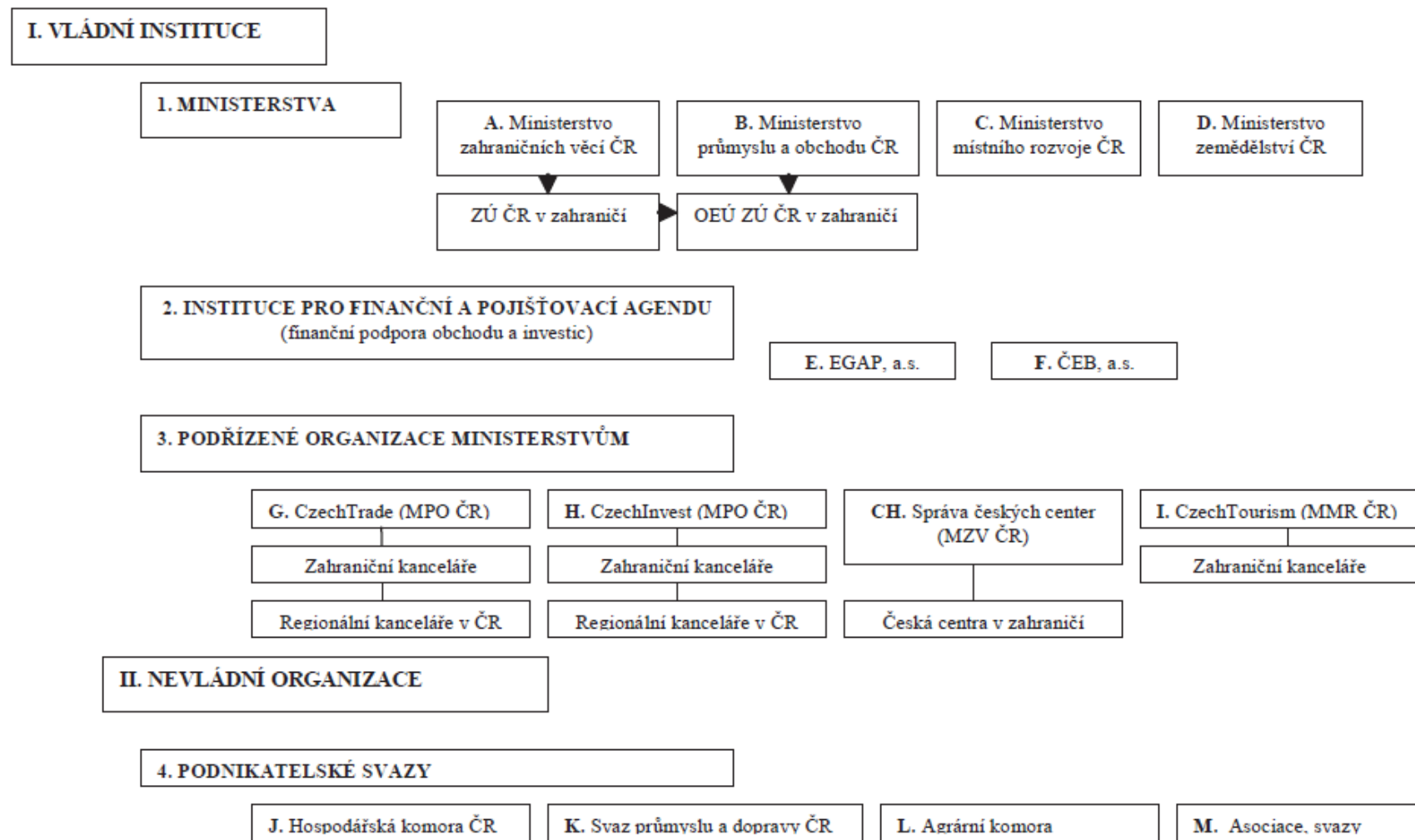
Příloha 7: Organizační struktura MPO

Příloha 8: Omezení produktů ČEB a EGAP pro export do Číny

Příloha 9: Výsledky průzkumů ASMSP ČR z let 2009 a 2012

Příloha 10: Balíčky služeb agentury CzechTrade

Příloha 1: Institucionální struktura ekonomické diplomacie ČR (2008)



Zdroj: ŠTOURAČOVÁ, J. Ekonomická diplomacie České republiky. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2008. S. 66. ISBN 978-80-86946-71-9

Příloha 2: Zbožová struktura vývozu ČR do ČLR v roce 2014 (v tis. Kč, SITC 3)

Pořadí	Název zboží	Statistická hodnota (tis.)
1.	Zařízení k automatickému zpracování dat, jednotky periferní	72 284 288
2.	Zařízení telekom., přísluř. přístrojů pro záznam, reprodukci zvuku, obrazu	71 715 850
3.	Díly ap. ke strojům kancel. a automat. zpracování dat	37 921 205
4.	Monitory a projektory, televizní přijímače, i kombinované	12 757 639
5.	Kočárky dětské, hračky, hry a potřeby sportovní	10 071 218
6.	Přístroje elektrické jn. (baterie, žárovky apod.)	9 574 821
7.	Elektronky, rentgenky, diody, tranzistory apod., díly	8 467 113
8.	Přístroje elek. ke spínání apod. obvodů elek., odpory aj.	8 249 679
9.	Obuv	7 785 307
10.	Stroje elektrické (ne točivé) a jejich díly	6 649 892

Zdroj: Vlastní zpracování dle: ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 17.11.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>

Příloha 3: Zbožová struktura dovozu ČLR do ČR v roce 2014 (v tis. Kč, SITC 3)

Pořadí	Název zboží	Statistická hodnota (tis.)
1.	Přístroje elek. ke spínání apod. obvodů elek., odpory aj.	5 055 744
2.	Díly a příslušenství vozidel motorových	3 316 309
3.	Čerpadla a dopravníky na kapaliny a jejich díly	2 735 623
4.	Vláknina a papír sběrový	2 085 627
5.	Zařízení telekom., příslušenství přístrojů pro záznam, reprodu. zvuku, obrazu	1 535 271
6.	Stroje kovoobráběcí třískové	1 447 378
7.	Přístroje měřicí, kontrolní, analyzační, řídicí jn.	1 379 595
8.	Výrobky z kovů základních jn.	1 322 173
9.	Kočárky dětské, hračky, hry a potřeby sportovní	1 318 126
10.	Stroje točivé elektrické a jejich díly jn.	1 203 596

Zdroj: Vlastní zpracování dle: ČSÚ. Databáze zahraničního obchodu. Zahraniční obchod podle zboží a zemí [online]. 2015 [cit. 17.11.2015]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>

Příloha 4: Lidská práva v Číně a český export

Na začátku kapitoly 2.2 bylo zmíněno, že napříč domácí politickou scénou existují velmi rozdílné postoje k problematice lidských práv v Číně. Debata o tom, zda by ČR měla ve své zahraniční politice stavět ekonomické zájmy před prosazování demokracie a lidských práv, a pokud ano, tak do jaké míry, ale nerozděluje jen českou politickou scénu. Tyto otázky rozdělují na dva nesmiřitelné tábory také členskou základnu EU, akademickou obec, podnikatele a občany. Nejčastějším argumentem tábora upřednostňujícího ekonomické zájmy je, že šíření demokracie a prosazování lidských práv v zahraniční politice vůči Číně škodí ekonomickým zájmům českých exportérů. Dalo by se tedy očekávat, že kolísavý vývoj česko-čínských vztahů a častá ochlazení v politických vztazích, budou mít negativní dopad na výsledky obchodu s Čínou.

Podle odhadů gravitačního modelu pro české exporty, jehož závěry prezentuje Semerák ve své studii z roku 2012²¹⁵, ale nelze tvrdit, že by se výsledky obchodu s Čínou, v důsledku nepříznivých dopadů chladných politických vztahů na ekonomickou spolupráci, lišily od obchodu s ostatními zahraničněobchodními partnery ČR. Větší vliv tak na výsledky českého exportu do Číny mají jiné faktory např. kulturní a geografická vzdálenost trhů, nedostatečné zkušenosti a motivace českých firem či nedostatečná znalost a využití podpory, kterou při exportu do Číny nabízí jak ČR, tak EU.

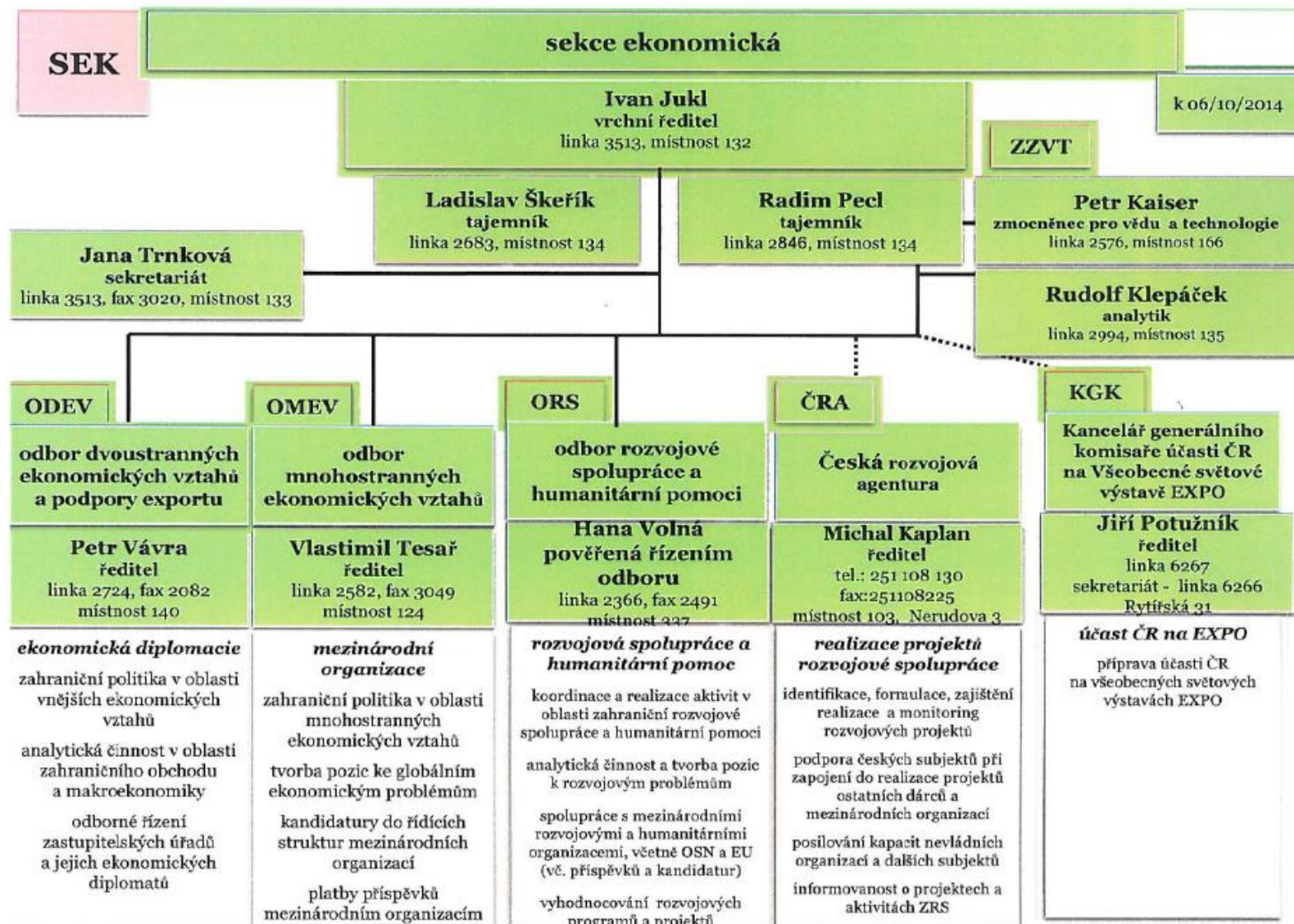
Navzdory závěrům Semerákovy studie, nelze nutnost konzistence zahraniční politiky ČR vůči Číně odsunout do pozadí, neboť u velkých projektů, na kterých se podílí státy společně, dochází k vyjednávání na nejvyšší úrovni, která by mohla být změnami v postojích představitelů ČR negativně ovlivněna. Konkrétně by mohlo dojít k tzv. ztrátě tváře²¹⁶ zástupců české strany, což by vedlo nejen k jejímu zahanbení, ale velmi pravděpodobně také až k definitivnímu ukončení vyjednávání.

Tématu lidských práv v zahraniční politice ČR se rozhodně není třeba vzdávat, jen je nutné vhodně vybalancovat ekonomické a lidskoprávní zájmy a zastupovat zemi navenek jednotně.

²¹⁵ SEMERÁK, V. Zachrání Čína české exporty?, 2012.

²¹⁶ Ten, kdo v čínské kultuře „ztratí tvář“, není rovnocenný a je společensky méně hodnotný. Společensky je ztrátou tváře zahanben a v Číně v takové situaci nepřichází další spolupráce s takovým partnerem vůbec v úvahu. Obecně se ztráta tváře vymezuje jako nastalá trapná situace pro jednoho z partnerů jednání (partner například neumí odpovědět nebo protistranou nesouhlasí).

Příloha 5: Organizační struktura ekonomické sekce MZV



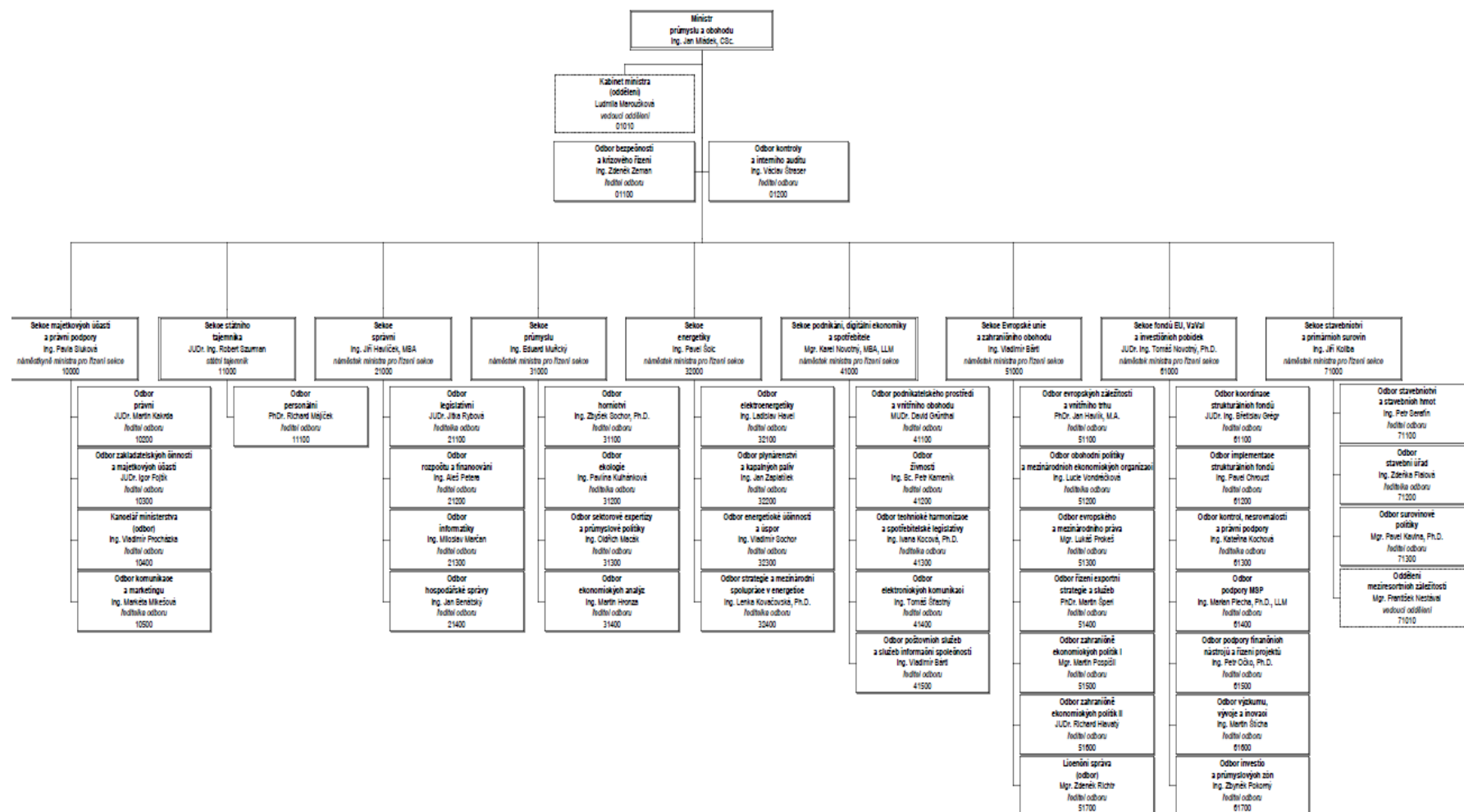
Zdroj: MZV. O ekonomické sekci [online.]. [cit. 1.10.2015]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/1111939/Organizacni_struktura___Sekce_ekonomicke.pdf

Příloha 6: Guanxi aneb vztahy po čínsku

V Číně jsou **společenské vztahy** rozděleny do dvou okruhů. V prvním jsou rodina, přátelé a blízké osoby, se kterými jsme často v kontaktu a chováme k nim vzájemnou úctu a důvěru. Do tohoto okruhu lidí je velmi těžké se dostat. Jde o vyústění dlouhodobého vztahu (i několik let), kterému předchází poznání protějšku, pravidelná komunikace, spolupráce a osobní setkání. V případě, že se českému zástupci firmy podaří do tohoto okruhu lidí dostat, má z velké části vyhráno, neboť lidé v tomto okruhu se těší velké přízni čínského partnera jak po stránce profesní, tak osobní. Takový vztah je již velmi stabilní a znamená výhodnější pozici pro oba partnery při obchodním jednání. Obchodní vztahy jsou v této fázi již opravdu na úrovni partnerství, jsou založeny na principu rovnosti mezi partnery, kterým jde o jeden společný cíl – aby byli oba spokojeni (usilují o výsledek „win-win“). Tento vztah navíc může pomoci připravit půdu i pro vybudování vztahů s třetími osobami na základě doporučení čínského partnera či našeho představení dalšímu čínskému partnerovi.

Do druhého společenského okruhu se pak řadí všichni ostatní, tedy lidé, se kterými nemáme významnější bližší vztah a kteří nás ve své podstatě „nezajímají“, nejsou pro nás důležití, jsme k nim indiferentní.

Příloha 7: Organizační struktura MPO



Pozn: Kvalitnější náhled je k dispozici na webu MPO: <http://www.mpo.cz/dokument159664.html>.

Zdroj: MPO. Organizační struktura ministerstva [online]. [cit. 1.10.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument159664.html>.

Příloha 8: Omezení produktů ČEB a EGAP pro export do Číny

Všechny výše uvedené produkty jsou podmíněny ošetřením platebního rizika čínského odběratele nebo platebního rizika českého exportéra - MSP.

V případě předexportního úvěru prakticky nezáleží na teritoriu vývozu, banka řeší hlavně českého vývozce – zda dokáže dostát svým závazkům ve smlouvě a dodat/vyrobít objednané zboží. Posuzuje se tedy jen vývozce a vývozní kontrakt. Předexportní úvěr je pojistitelný pouze u společnosti EGAP, žádná jiná společnost takové úvěry nepojišťuje.

U dodavatelského úvěru, je vývoz do Číny také možný. Posuzuje se opět hlavně vývozce a jeho smlouva o vývozu. Hlavním problémem je ale zajištění obchodního případu. Export do Číny pojistí pouze EGAP (konkrétně produktem B), kde pojištěným je český exportér, ne banka jako u ostatních produktů společnosti EGAP.²¹⁷ Největším problémem je však analýza odběratele, kterou provádí společnost EGAP, která potřebuje finanční výkazy dle pravidel IFRS a v anglickém jazyce. Žádné jiné výkazy společnost není schopna zpracovat. Výkazy v tomto formátu musí zajistit český exportér, což je v případě exportu do Číny velký problém.

Problémem jsou i další požadavky ČEB na českého exportéra. Každý podnik musí splňovat kritérium zadluženosti max. 80 %, kladný hospodářský výsledek, objem úvěru min. kolem 15 000 EUR se splatností 90 dní a roční tržby exportéra nad 6 mil. Kč ročně. Podle Jeníka jsou běžnými klienty podniky s ročními tržbami kolem 15-25 mil. Kč, u komerčních bank je za optimální MSP považován podnik s ročními tržbami okolo 50 mil. Kč.

Požadavky na rating čínského odběratele jsou nutné v případě nepřímého odběratelského úvěru, u bank spíše bývá problém, že jsou na tzv. black listu nebo nesplňují AML (opatření proti zneužívání finančního systému k legalizaci výnosů z trestné činnosti a k financování terorismu²¹⁸).

Závěr je tedy pro české MSP poměrně smutný. Podle Jeníka MSP pravidelně nevyužívají bankovních produktů ČEB při exportu do Číny a poptávka po těchto produktech ze strany MSP je jen sporadická. Jeník navíc připomíná, že většina obchodů do Číny se realizuje použitím dokumentárního akreditivu, na který jsou Číňané zvyklí. Jedním z důvodů je například potřeba finančních výkazů čínského odběratele v anglickém jazyce a dle pravidel IFRS pro potřeby sjednání pojištění úvěru společností EGAP. Jediné financování exportu do

²¹⁷ Z webové kalkulačky EGAP například vyplývá, že při úvěru na 15 000 EUR s odloženou splatností 90 dní, je cena pojištění 2000 CZK.

²¹⁸ Viz zákon č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu.

Činy proběhlo k dnešnímu dni formou odkupu pohledávky a formou neplatební bankovní záruky.

Příloha 9: Výsledky průzkumů ASMSP ČR z let 2009 a 2012

Obchodně ekonomické úseky zastupitelských úřadů

V roce 2009 využilo služeb obchodně ekonomických úseků českých ambasad (dále jen „OEÚ“) 14 % dotázaných exportérů (86 % služeb nevyužilo). Z aktivních uživatelů služeb považuje 36 % exportérů kvalitu obsluhy a kompetence pracovníků za vyhovující, 27 % má drobné výhrady a 36 % exportérů má vážné výhrady nebo je považuje za nedostatečné.

Výhrady exportérů se týkaly převážně **zdlouhavosti a nízké kvality výstupů** (62,5 % a 50 %), v menší míře si pak exportéři stěžovali na nekompetentnost pracovníků a odmítnutí z důvodu časového vyřízení úředníka (tyto položky zaškrtno v obou případech 12,5 % respondentů).

V roce 2012 využilo služeb OEÚ 10 % dotázaných exportérů (77 % služeb nevyužilo a 13 % o této možnosti nevědělo). Podle názoru 44 % aktivních uživatelů služeb OEÚ se úroveň kvality služeb v letech 2009 až 2011 nezměnila, 24 % se domnívá, že se kvalita služeb zlepšila, 29 % to nedokáže posoudit a 4 % aktivních uživatelů si myslí, že se kvalita služeb zhoršila.²¹⁹

CzechTrade

V roce 2009 využilo služeb agentury CzechTrade 38 % dotázaných exportérů (61 % služeb nevyužilo a 1 % o této možnosti nevědělo). Z aktivních uživatelů služeb považuje 43 % exportérů kvalitu obsluhy a kompetence pracovníků CzechTrade za vyhovující, 43 % má drobné výhrady a 14 % má výhrady vážné (žádný z respondentů je nepovažuje za nedostatečné).

Výhrady se týkaly převážně **nízké kvality výstupů a platby za služby** (v obou případech tuto možnost zaškrtno 53 % respondentů). V menší míře pak respondentům vadila nekompetentnost pracovníků (24 % respondentů) a zdlouhavost (35 %). Respondenti neměli žádnou zkušenost s odmítnutím ze strany pracovníka agentury.

V roce 2012 využilo služeb agentury CzechTrade 28 % dotázaných exportérů (65 % služeb nevyužilo a 6 % o možnosti nevědělo). Podle názoru 37 % aktivních uživatelů služeb

²¹⁹ Výsledky jsou zaokrouhleny na celá procenta.

agentury se úroveň kvality služeb v letech 2009 až 2011 nezměnila, 13 % exportérů se domnívá, že se zlepšila, a 6 % tvrdí, že se zhoršila, většina to nedokáže posoudit (43 % aktivních uživatelů). Za nejčastější důvod nespokojenosti čeští exportéři opět označili nízkou kvalitu výstupů a platby za služby.

Z porovnání výsledků průzkumů spokojenosti týkajících se služeb OEÚ a agentury CzechTrade z let 2009 a 2012 vyplývá, že čeští exportéři využívají podstatně více služeb agentury CzechTrade (38 % respondentů v roce 2009 a 28 % v roce 2012) než OEÚ (14 % respondentů v roce 2009 a 10 % v roce 2012).²²⁰ Na tomto místě je ale nutné připomenout, že důvodem může být, že v zemích, kde působí zastupitelský úřad nebo generální konzulát ČR i zahraniční kancelář CzechTrade, platí, že je požadavek z firemní oblasti (B2B) přednostně zpracován zahraniční kanceláří CzechTrade.²²¹

Z obou průzkumů pak jednoznačně vyplývá, že čeští exportéři nejsou příliš zvyklí využívat služeb státní podpory při exportu na zahraniční trhy. Dalo by se očekávat, že místo nich využívají exportéři služeb komerčních subjektů, z navazujících otázek průzkumu z roku 2009 ale vyplývá, že pouze 6 % respondentů ze všech dotazovaných využívá zpoplatněných služeb místních poradenských či marketingových agentur. Toto nízké procento je zřejmě způsobeno vysokou cenou, neboť z 80 % aktivních uživatelů, kteří mají ke komerčním službám výhrady, si 86 % stěžuje právě na platby za služby.

Alarmující pak je nízké procento spokojenosti exportérů využívající služby OEÚ či agentury CzechTrade (36 % resp. 43 % v roce 2009). Výhrady exportérů směřovaly ve velké míře k nízké kvalitě výstupů a zdlouhavosti u OEÚ a k nízké kvalitě výstupů a platbám za služby u agentury CzechTrade.

ČEB

V roce 2009 využilo služeb ČEB pouze 5 % dotázaných exportérů (84 % služeb nevyužilo a 11 % o nich nevědělo). Za dostatečné považuje služby 20 % aktivních uživatelů, 40 % uživatelů považuje za dostatečné pouze některé ze služeb a 40 % je nepovažuje za dostatečné. **Za nedostatečné jsou služby považovány zejména kvůli své ceně** – 80 % respondentů uvedlo, že jsou drahé, a 20 % respondentů, že jsou nekonkurenceschopné.

V roce 2012 využilo produktů ČEB pouze 2 % dotázaných exportérů (81 % služeb nevyužilo a 17 % o nich nevědělo). Aktivní uživatelé produktů ČEB využili častěji program

²²⁰ Opět nelze uvažovat o poklesu, neboť jde o dva různé soubory respondentů z jiných oborů činností.

²²¹ ČR. MPO. Síť českých ekonomických diplomatů ve světě [online]. 5.1.2015 [cit. 4.10.2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument153663.html>

pro subdodavatele a výrobce (proexportní záruka) před programem pro vývozce. Respondenti, kteří služeb ČEB nevyužili vůbec, nejčastěji uvedli, že jich nebylo potřeba, a to v 65 % případů, 10 % respondentů o službách neslyšelo a 4 % respondentů využilo služeb jiných bank, ostatní respondenti uvedli jiné odpovědi.

EGAP

V roce 2009 využilo produktů EGAP 25 % dotázaných exportérů (70 % produktů nevyužilo a 5 % o nich nevědělo). Za dostatečné považuje produkty 36 % aktivních uživatelů, 46 % uživatelů považuje za dostatečné pouze některé z produktů a 18 % je nepovažuje za dostatečné. **Za nedostatečné jsou produkty považovány zejména kvůli své ceně** – 79 % respondentů uvedlo, že jsou drahé, a 21 % respondentů, že jsou nekonkurenceschopné.

V roce 2012 využilo produktů EGAP 15 % dotázaných exportérů (69 % respondentů produktů nevyužilo a 16 % o této možnosti nevědělo).

Z výsledků obou průzkumů spokojenosti týkajících se služeb a produktů ČEB a EGAP z let 2009 a 2012 vyplývá, že čeští exportéři využívají podstatně více služeb a produktů EGAP (25 % respondentů v roce 2009 a 15 % v roce 2012) než ČEB (5 % respondentů v roce 2009 a 2 % v roce 2012). Důvodem může být všeobecné povědomí o ČEB jako o bance financující hlavně velké exportéry. ČEB se tuto představu o ČEB snaží postupně měnit. Hlavním impulsem byl například vznik odboru Malé a střední podniky, na který navázala marketingová strategie banky více zaměřená právě na malé a střední podniky.

Z obou průzkumů týkajících se ČEB a EGAP ale opět vyplývá, že čeští exportéři nejsou příliš zvyklí využívat služeb státní podpory při exportu na zahraniční trhy. Aktivní uživatelé služeb pak většinou nejsou se službami plně spokojeni a poukazují zejména na jejich vysokou cenu.

Příloha 10 : Balíčky služeb agentury CzechTrade

V souladu s cíli Exportní strategie agentura CzechTrade nově od ledna 2013 nabízela balíčky služeb za paušální platby. Cena těchto balíčků se lišila v závislosti na velikosti firmy a významu teritoria. CzechTrade nabízel svým klientům tři typy balíčků, které se od sebe lišily podle fáze vstupu na čínský trh.

Tabulka: Balíčky služeb agentury CzechTrade, ceny bez DPH

BALÍČKY BASIC A BUSINESS				
	MSP a PODNIKATELÉ (jen FO)		VELKÉ PODNIKY	
Prioritní země	5 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	20 000 Kč
Zájmové země	10 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	25 000 Kč
Země EU	15 000 Kč	20 000 Kč	20 000 Kč	30 000 Kč
	BASIC	BUSINESS	BASIC	BUSINESS

Zdroj: CzechTrade, ceník²²²

Balíček Basic byl tím nejjednodušším typem pro začínající nebo rozhodující se exportéry. Zahrnoval prvotní seznámení se zahraničním trhem a jeho poptávkou, účast na seminářích a konzultace se zahraničními zástupci obchodních misí MPO/CzechTrade.

Balíček Business byl určen pro náročnější exportéry, kteří se na základě dříve poskytnutých služeb rozhodli na zahraniční trh vstoupit a poohlíží se po zahraničních partnerech. V této fázi mohl CzechTrade pomoci organizovat obchodní jednání a konzultovat problematiku průmyslového vlastnictví.

Pro exportéry se specifickými požadavky či dlouhodobě působícími na zahraničním trhu byl pak vhodný **Balíček Plus**, který nezahrnoval žádné předem stanovené služby, ale přizpůsoboval se individuálním požadavkům exportéra. Cena za tyto služby se stanovovala individuálně.

Nová nabídka služeb české exportéry zjevně zaujala, neboť CzechTrade v roce 2013 zaznamenal nárůst v počtu jednání s klienty až o 54 %. Tento zvýšený zájem se projevil také na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně (2013), v rámci kterého vzrostla účast na Meeting Poing CzechTrade (pracovní setkání zájemců o export, viz dále) o 56 % oproti roku 2012²²³

²²² CzechTrade: Ceník [online]. © CzechTrade 2009-2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2013/cenik/>

²²³ BusinessInfo: Státní podpora exportu. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. MPO představilo novinky v oblasti proexportní politiky a plány na poli výzkumu, vývoje a inovací [online]. 7. 10. 2013, © 1997-2013 CzechTrade [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/mpo-predstavilo-novinky-v-oblasti-proexportni-politiky-a-plany-na-poli-vyzkumu-vyvoje-a-inovaci-41023.html>