



MED

MODERNÍ EKONOMICKÁ DIPLOMACIE



Ministerstvo zahraničních věcí
České republiky

PROSINEC 2017
ČÍSLO 2



KONEC ZLATÝCH ČASŮ ČESKÉHO EXPORTU?



ROZHOVOR:

Český export naráží na své limity,
říká Jiří Grund

Strana 2



SKLÁŘSKÉ OŽIVENÍ:

Výrobci skla přežili krizi, opět
dobývají světové trhy

Strana 10



JAPONSKÝ TRH:

Země robotů a šinkanzeny je
otevřená vnějším podnětům

Strana 13

800 521 521
www.kb.cz



VAŠE FIRMA BUDE TOVÁRNA NA ÚSPĚCH

KDYŽ ZA SEBOU MÁTE ZÁZEMÍ CELOSVĚTOVÉ SKUPINY SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, HRANICE PŘEKROČÍTE MNOHEM SNÁZ. NAŠI ZKUŠENÍ PORADCI VÁM POMOHOU NAJÍT ŘEŠENÍ V OBLASTI DOTACÍ A INVESTIC DO VÝVOJE I VÝROBY.

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ



OBSAH

2-4 > **Rozhovor s Jiřím Grundem:**
Český export naráží
na své limity

5-7 > **Český export:**
Končí zlaté časy?

8 > **Aleš Michl:**
Setinka v lese

9 > **Martin Tlapa:**
Brexit: rozchod jako výzva
i příležitost

10-11 > **Sklářský průmysl a export:**
Vzkříšení českých sklářů

12 > **Úspěšní exportéři:**
AGC Automotive

13-15 > **Japonsko:**
Země robotů a Šinkanzenu je
otevřená vnějším podnětům

16 > **Pojištění exportu:**
Češi a Japonci získají podporu
pro společné projekty ve světě

17 > **Úspěšní exportéři:**
MAVEL

18 > **Rozvojová spolupráce:**
Česká diplomacie mobilizuje
soukromé zdroje

19 > **Jak prorazit v Kambodži**

20-21 > **Rusko:**
Tlak na lokalizaci výroby
se zvyšuje

22-23 > **Projekty ekonomické diplomacie:**
Firmy získávají kontakty,
inspiraci, možnost prezentace

24 > **Nadcházející akce
ekonomické diplomacie**



Vážení čtenáři,

s radostí a – proč to neřici – také s určitou hrdostí Vám předkládáme druhé číslo časopisu MED. Už během sestavování prvního čísla jsme si ověřili, že příprava periodika, jehož ambicí je udržet vysokou odbornou kvalitu a zároveň být čtivé, není „žádný med“. Pozitivní ohlasy na první číslo nás však motivují, abychom v této cestě pokračovali.

Spatřuji důležitou souvislost mezi tímto úsilím srozumitelně komunikovat cíle ekonomické diplomacie v naší zemi. Nacházíme se na prahu objektivně potřebných změn, jejichž výsledkem by mělo být posílení úlohy ministerstva zahraničních věcí v oblasti koordinace mezinárodních ekonomických vztahů, podpory exportu a činnosti všech agentur, které se na těchto úkolech podílejí. Jsem přesvědčen, že MED bude účinnou platformou, skrze kterou s Vámi můžeme o těchto změnách diskutovat.

Číslo, které Vám nyní předkládáme, má pestrý obsah, ale je možno v něm najít některé spojující linie. Například skutečnost, že ekonomický růst i honba za zvyšováním produktivity mají své přirozené vnitřní meze a rovněž limity. Naše růstové ambice mohou omezovat témata dotčená v článcích tohoto čísla věnovaných diskusi, zda už končí či nekončí zlatá éra českého exportu.

Za tým na ministerstvu zahraničí mohu zodpovědně říci, že pro podnikatele a prosperitu naší země děláme více, než kdy předtím. To však samo o sobě nestačí. Měli bychom umět reflektovat potenciální problémy a limity, které nás mohou v budoucnosti omezovat. Pochopení stávajících i budoucích překážek růstu nesmí být důvodem k pesimismu; naopak – měl by to být základ vizi, jak tyto výzvy překonat novými způsoby.

Vzhledem k nadcházejícímu stému výročí vzniku našeho státu bych rád v této souvislosti připomněl krédo jeho zakladatele T. G. Masaryka: „Nic není velké, co není pravdivé.“

Martin Tlapa
náměstek ministra zahraničních věcí



Rozhovor s Jiřím Grundem:

ČESKÝ EXPORT NARÁŽÍ NA SVÉ LIMITY

Foto: Ctírad Košťál

➤ Nedostatek pracovních sil, posilování koruny, protekcionismus ve světovém obchodu, závislost na určitých trzích a odvětvích – to vše vytváří limity pro další růst českého exportu. Předseda Asociace exportérů **Jiří Grund** patří k těm podnikatelům, kteří v této situaci vidí konec zlaté éry českého exportu.

Asociace exportérů v současné době varuje především před důsledky tlaku na nadměrné a skokové zvyšování mezd, kterému je těžké vzhledem k nedostatku pracovníků čelit. K tomu je nutné připočítat posilující korunu. Českým firmám podle Grunda hrozí, že se bude snižovat jejich konkurenční schopnost.

„Musíme realisticky počítat s tím, že v případě některých výrobců tamní zaměstnanci prostě odcházet budou,“ říká Jiří Grund – sám úspěšný podnikatel a zakladatel firmy, která vyváží koupelnové předložky do desítek zemí světa. *„Vše se komplikuje tím, že se sem nepouštějí zahraniční pracovníci. Ti by přitom u nás velice rádi pracovali,“* upozorňuje Grund.

Poslední Exportní fórum jste zaměřili na diskusi o tom, jestli končí zlatá éra českého exportu. Končí podle vás?

Náznaky, že končí, tu rozhodně jsou. Další růst českého exportu naráží na limitující faktory. Především to je trh pracovních sil, kterých je nedostatek. Objevují se nerealistické požadavky na zvyšování mezd, v některých případech odbory požadují i 30procentní nárůst. Zaznamenáváme hrozby, že pokud zaměstnavatel na takové požadavky nekývne, zaměstnanci budou odcházet jinam. My upozorňujeme, že právě takové nadměrné požadavky jsou limitujícím faktorem českého exportu. Vedou ke snižování konkurenceschopnosti exportérů. Rádi bychom zaměstnancům přidávali co nejvíce, ale musíme se starat také o naši konkurenceschopnost. Skokový nárůst mezd, tak jak s ním souhlasila i část odstupující vlády, považujeme za velkou hrozbu už pro blízkou budoucnost.

Když mluvíte o limitech růstu, nejde zkrátka o vývoj, který souvisí s přirozeným hospodářským cyklem? Nebo jsme se podle vás dostali do problémů, které mohou mít dlouhodobější následky?

Zcela jistě jde o ty dlouhodobější následky. Žádná ekonomika na světě by nebyla schopna čelit tak vysokému růstu mezd, absorbovat takové mzdové náklady, promítnout je ve svých cenách a zároveň přitom neztratit konkurenceschopnost. Ohroženy jsou naše zakázky, v řadě případů bude nutné omezit výrobu.

Obáváte se, že v současné situaci nedokážete mzdovým požadavkům čelit?

Je to těžké. Ale řešení by tu bylo. Vše se komplikuje také tím, že se sem nepouštějí zahraniční pracovníci. Ti by přitom u nás velice rádi pracovali. Vytvářejí se tady umělé administrativní překážky. A my už realisticky musíme počítat s tím, že v případě některých výrobců tamní zaměstnanci prostě odcházet budou. Budou odcházet do automobilového průmyslu, kde mají oproti jiným odvětvím podstatně větší marže a kde jsou také vyšší možnosti zahraničních vlastníků zvyšovat mzdy. Budou nám přetahovat, lanařit zaměstnance, což se už děje.

Co říkáte argumentu, že v Česku potřebujeme výrobu s vyšší přidanou hodnotou a že by tuzemští pracovníci měli být také lépe ohodnoceni?

Samozřejmě, že ano. Ale všechno má svůj vývoj. Nemůžeme mít najednou mzdy jako v Německu, které má mnohem silnější ekonomiku. V Česku se ve skutečnosti nevyrábí výrobky s nižší přidanou hodnotou než jinde. Je ovšem třeba rozlišovat mezi technickou a ekonomickou přidanou hodnotou. Technická přidaná hodnota je vysoká, ale české firmy jsou často subdodavateli svých německých matek. Prodávají své výrobky za smluvní ceny, které nejsou finálními cenami. To veškeré údaje o ekonomické přidané hodnotě zkresluje. Můžeme být samozřejmě rádi, že zahraniční majitelé dávají českým zaměstnancům práci, ale toto bychom si měli uvědomovat.

Konec příznivých faktorů

Z hlediska firem s českými vlastníky, jako jste vy, je ten pohled určitě jiný. Co by se dalo udělat pro to, aby se tyto české firmy staly ještě konkurenceschopnějšími?

Děláme, co můžeme. V posledních pěti letech jsme mohli těžit ze tří příznivých faktorů – intervencí České národní banky, nižších bankovních úroků a možnosti získat dotace. Pro české exportéry to byla obrovská příležitost, jak získat finance a nakoupit moderní technologie za poměrně výhodných podmínek.

Stalo se tak? Nakoupily české firmy moderní technologie?

Domnívám se, že ano. Kdo je schopný, tak je nakoupil. Pokud to někdo projedl, projevil se to už v nejbližší době, protože kurz naší měny teď zamířil jinam a koruna poměrně výrazně posiluje. Jistě, firmy se zajistily proti měnovým rizikům. Ale není to navěky. Banky nabízejí hedging na rok, dva, maximálně tři roky. Podmínky pro české podnikatele se teď budou přitvrzovat. Kdo se na to připravil, zachová si konkurenceschopnost. Kdo se nepřipravil, bude na tom hodně špatně.

Jestliže české firmy nakoupily moderní technologie, nemůže to být signál, že zlatá éra českého exportu přece jenom u konce není?

Zlatá éra je u konce, jsou tu ty limity růstu, o kterých jsem mluvil. Teď nastane tvrdý konkurenční boj a firmy navíc budou čelit nevybíravým tlakům odborů. Nemusí to být stejné ve všech odvětvích, některé branže jsou na tom hůře než jiné. Tak třeba textilní průmysl vykázal během tří čtvrtletí letošního roku růst o necelé jedno procento, ale

nárůst mezd dosahuje 8,5 %. Textilní průmysl je daleko citlivější v tom, že tady prostě lidé nahraditelní nejsou. Automatizace a robotizace není možná všude. A růst mezd se musí projevit v cenách výrobků. Obecně platí, že české výrobky jsou v určité cenové kategorii. Snažíme se samozřejmě dostat do vyšší kategorie, ale ne vždy se to daří. Žádný odběratel nebude akceptovat, že mu budeme zvyšovat ceny o deset procent ročně. České firmy tedy budou přicházet o zakázky.

Říkáte, že řešením by bylo přijímání pracovníků ze zahraničí. Máte na mysli kvalifikovanou pracovní sílu nebo tu méně kvalifikovanou?

Jakoukoliv. Velká poptávka po zaměstnancích je prakticky všude – ve sportovním průmyslu, v lehkém i těžkém průmyslu.

Může v tomto pohledu pomoci školství?

Ano, ale až v dlouhodobějším horizontu. Také by se měl změnit přístup rodičů. Často nechťejí dát své děti na technické obory, i když by se z nich díky tomu stali kvalifikovaní odborníci, kteří budou velmi dobře vydělávat. Raději je posílají studovat obory, které nemají praktické využití. Nebo jen velmi omezené.

Vzestup protekcionismu

Vaše rodinná firma Grund chystá výrobu ve Spojených státech. A váš syn mluvil o tom, že chce v Americe budovat druhou nohu pro případ, že by se tady cokoliv stalo. To souvisí s těmi problémy, o kterých mluvíte?

Nepochybně také. Americký trh má svá specifika. Domácí výrobci tam dostávají přednost, jsou tam poměrně vysoká dovozní cla. V případě našich koupelnových předložek dosahují deseti procent.

To je tedy další bariéra růstu našeho exportu? Protekcionismus, ochrannářské bariéry ve světě...

Samozřejmě. Možností, jak tomu čelit, je vyrábět i někde jinde než v Česku. V případě Spojených států je navíc výhodou daleko příznivější pracovní prostředí než u nás. Z hlediska českého exportu a české ekonomiky je ale samozřejmě stěhování výroby ztrátou. Pracovní místa se přesunou jinam.

Produkce vaší firmy jde z devadesáti procent na export. Zmínili jsme

Ameriku, ale na dalších trzích je to podobné. Rusové také prosazují lokalizaci, což v jejich případě souvisí s tím, že mají napjaté vztahy se Západem.

Musíte být v této situaci mnohem aktivnější. V Rusku jsme museli koupit velkoobchod, abychom mohli distribuovat naše výrobky, v Americe si musíte zřídit výrobu. Ukazuje se, že právě to bude základní předpoklad, abyste tam uspěl s naším, českým know-how. Ale musíte vyrábět tam. A podobné to je i jinde.

Co Čína? Tam jste byli podvedeni...

Naštěstí jsme v tomto případě vyhráli, naši ochrannou známku Grund jsme uhájili. Takže v Číně naše aktivity obnovujeme. Jsme teď ale mnohem opatrnější. My pro Číňany samozřejmě nejsme tak významní partneři. Ale podívejte se třeba na automobilku Škoda. Jakmile tam přesune výrobu, musí Číňanům předat své know-how.

Euro? Záleží na podmínkách

Asociace exportérů poukazuje nejenom na posilování koruny, ale také na značnou volatilitu jejího kurzu. Jste tedy pro rychlé zavedení eura?

Jsme pro zavedení eura, ale ne rychlé. Evropská unie se dnes potýká se spoustou problémů, Británie z EU odchází. Unie se oťrásá, v Itálii a Španělsku sílí separatistické tendence. Neříkáme ale, že euro nechceme. Společná měna má svoje výhody, zbavili bychom se kurzového rizika. Bude záležet na tom, za jakých podmínek bychom do eurozóny vstupovali.

Co v současné situaci očekáváte od českého státu?

Od počátku, tedy od roku 2002, kdy vznikla Asociace exportérů, jsme vždy říkali, že chceme, aby stát vytvořil mantinely a poskytl nám prostor k našim aktivitám. Stát by měl stanovit mantinely a dál se nám do toho příliš neplést. A je samozřejmě na nás, abychom vytvářeli přidanou hodnotu, odváděli daně. Důležité je také to, abychom jako firmy s českými vlastníky měly stejné podmínky jako velcí zahraniční investoři. Ti získávali investiční pobídky ve formě desetiletých daňových prázdnin, zatímco my platíme daně jako mourovatí.

Jak vnímáte skutečnost, že naši exportéři jsou z velké části závislí na trzích Evropské unie?

Trh Evropské unie je pro nás největší a nejdůležitější. To je realita. Byla tady spousta naivních představ o tom, jak budeme ve velkém exportovat do Brazílie, Kazachstánu, Uzbekistánu nebo Ruska. Jenže pro nás je nejpřirozenější – a také nejlepší – vyvážet do Evropské unie. Je samozřejmě potřeba rozšiřovat teritoriální záběr našeho exportu, ale nejde to udělat skokem. Podobně je potřebné usilovat o odvětvovou diverzifikaci. Seběmenší otřes v automobilovém průmyslu bude mít pro českou ekonomiku fatální důsledky.

Mnozí asi budou mít pocit, že to s vašimi pesimistickými vizemi přeháníte. Není vaší strategií tak trochu přehánět?

Vůbec ne. Vycházíme z našich zkušeností, mnozí z nás ve vedení Asociace exportérů už leccos absolvovali. Nejsme zrovna nejmladší pánové. Varujeme, zvedáme prst. Jsme teď na vrcholu, ale upozorňujeme, že může následovat sešup dolů. Jsou tu jasné signály, že nemůžeme jít pořád nahoru. Vyhodnocujeme nejnovější informace, sledujeme, co se děje, a upozorňujeme, jaké to může mít důsledky.

JAN ŽÍŽKA <<



» Jiří Grund (vlevo) na posledním jednání Exportního fóra v Mladých Bukách letos v listopadu. Vedle něj místopředseda Asociace exportérů Otto Daněk.
Foto: Ctírad Košťál



ČESKÝ EXPORT: KONČÍ ZLATÉ ČASY?

› Také Česká národní banka upozorňuje na „zesilující napětí na trhu práce“. Začátek funkčního období nového guvernéra Jiřího Rusnoka (na snímku uprostřed) budou historici spojovat s obdobím posilující koruny a rostoucích úroků. Foto: ČNB

› Jsme na vrcholu. Český export letos dosáhne dalšího historického rekordu – překročí úroveň 4 bilionů korun. Poté, co se poměrně rychle vrátil na předkrizovou úroveň z doby před deseti lety, rostl vývoz slušnými tempy dál, nepřetržitě už sedm let. Znamená to, že po pověstných sedmi dobrých letech bude následovat strmý pád dolů?

Ten, kdo sleduje českou ekonomiku zpovzdálí, může uznale pokyvnout i nad jejím dalším úspěchem, který se týká nezaměstnanosti. Ta je na historicky nízkých hodnotách, její míra se pohybuje kolem 3,5 % a je nejnižší v Evropské unii. Mnozí podnikatelé to ovšem zároveň vnímají jako varovný signál – tlak na zvyšování mezd v této situaci roste, což ale bude vytvářet také tlak na růst cen českých výrobků, které mohou ztrácet konkurenční schopnost na světovém trhu.

A jsou tu i další náznaky, že dobývání dalších trhů může být těžší než dosud. Poté, co Česká národní banka uvolnila bránu pro posilování koruny, česká měna zpevňuje a velmi pravděpodobně bude posilovat dál. Oživení ekonomiky je skvělé, zároveň s sebou dříve či později přináší brzdy ve formě růstu úrokových sazeb. Snaha zrušit přirozený hospodářský cyklus se vždy nakonec ukázala marnou.

To vše neznamená, že nyní nutně přichází nějaká tragédie. Skeptici mohou mluvit o konci zlatých časů českého

exportu, realisté spíše poznamenají, že žádný strom neroste do nebe. Jsou tu určité limity, se kterými – realisticky vzato – prostě nic nenaděláte.

To ale neznamená, že budoucnost je předem daná. Zástupci exportérů naopak burcují, že je potřeba na novou situaci aktivně reagovat – ať už si kdo myslí o vyhlídkách budoucího exportu cokoliv. „*Nechceme strašit,*“ říká místopředseda Asociace exportérů **Otto Daněk**, který patří k nejrespektovanějším komentátorům zahraničního obchodu v zemi. „*Upozorňujeme, že je potřeba něco rychle udělat a připravit se na chladné období. Když vycházíte za*

slunečného počasí do hor a nevezmete si svetr nebo bundu, můžete nahoře zmrznout,“ dodává. Asociace exportérů podle něj ostatně vznikla před patnácti let právě jako systém včasného varování.

Vysátý trh práce

To, před čím podnikatelé varují, popisuje střízlivým pohledem centrálního bankéře člen bankovní rady ČNB **Vojtěch Benda**: „*Na trhu práce je patrně zesilující napětí. Ukazatele využití kapacit trhu práce jsou rekordně vysoko. Dynamika nominálních mezd v tržních odvětvích zrychlí až k téměř 8 % na konci letošního roku.*“

Údaje o nezaměstnanosti a volných pracovních místech

Podíl nezaměstnaných osob v ČR k 31. 10. 2017	3,6 %
Počet uchazečů o zaměstnání	271 173
Počet dosažitelných uchazečů o zaměstnání	248 510
Míra nezaměstnanosti podle EUROSTAT (září 2017)	2,7 %
Počet volných pracovních míst	209 866

Zdroj: Úřad práce ČR

Otto Daněk upozorňuje, že zatímco před čtyřmi lety vycházelo čistě statisticky na každé volné pracovní místo 18 nezaměstnaných – registrovaných na úřadech práce – dnes je to 1,4 nezaměstnaného. Strohá statistická čísla o nezaměstnanosti ale nejsou přesná. Volných pracovních míst je ve skutečnosti více, než se deklaruje, a naopak část lidí, kteří jsou registrovani jako nezaměstnaní, zase pracuje v šedé ekonomice.

Hlavní ekonomka Raiffeisenbank **Helena Horská** uvádí, že vysátý trh práce brzdí meziroční tempo růstu vývozu o 1,5-5 %. Roční ztráta se tak může v absolutních číslech pohybovat mezi 54-180 mld. Kč. A k tomu je nutné připočítat zmiňované posilování koruny. Každé zhodnocení domácí měny o 1 % přináší snížení tempa růstu exportu o 0,44 procentního bodu. **Otto Daněk** v této souvislosti ještě připomíná, že podobnou nepříjemností jako posilování kurzu jsou také jeho značné výkyvy. Volatilita kurzu koruny se od uvolnění kurzového závazku ČNB zvýšila čtyřicetkrát.

Euro s chladnou hlavou

Řešením by podle podnikatelů bylo, kdyby stát přestal bránit příchodu zahraničních pracovních sil do země. (Více v rozhovoru s Jiřím Grundem na str. 2-4.) Posilování a volatilita kurzu by učinilo přítrž přijetí eura, což by ovšem přineslo zase jiná rizika. Všichni mají v živé paměti potíže jižního křídla eurozóny. Názory na rychlé zavádění společné měny se liší. Ani mnozí podnikatelé v tomto ohledu nespíchají, byť vstup Česka do eurozóny v dlouhodobějším horizontu podporují.

„Většina firem z našeho odvětví je pro to, abychom euro zavedli co nejdříve. Ale nemělo by to být bezhlavé,“ říká **Petr Mazzolini**, prezident Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR. *„Chceme vidět, že se situace v Evropě stabilizovala. A také se teprve ukáže, jakým směrem se EU vydá po Brexitu,“* dodává.

Otto Daněk varuje před urychleným vstupováním do hořícího domu, který dnes eurozóna připomíná, ale Česko by podle něj nemělo zpochybňovat svůj dlouhodobější závazek ohledně zavedení eura z doby, kdy vstupovalo do samotné Evropské unie.

Zatímco čeští exportéři narážejí na limity růstu, faktem je, že se jim otevírají i nové příležitosti. To ovšem

platí pro firmy, které – slovy **Jiřího Grunda** – dokázaly využít předchozího období oslabené koruny a nižších úroků k investicím do moderních technologií.

Helena Horská řadí mezi příležitosti českého exportu kromě dosavadního ekonomického oživení v Evropě také automatizaci a robotizaci nebo nové trendy ve strojírenství a elektrotechnice. Teď jde o to, aby české firmy opravdu uměly těchto šancí využít.



Mezi nedostatkové profese patří také svářeč. Ilustrační foto: Pixabay

Přidat v přidané hodnotě

Náměstek ministra zahraničí **Martin Tlapa** v této souvislosti považuje za klíčové téma produktivitu a efektivnost. *„Je zapotřebí zvýšit přidanou hodnotu exportu, podíl služeb a ziskovosti vývozu,“* říká. Na rozdíl od některých dřívějších představ podle Tlapy nespočívá klíčový problém v teritoriální orientaci exportu, ale v přidané hodnotě českých řešení na úrovni exportérů a také v přidané hodnotě státní podpory. Připomíná, že podle žebříčku Doing Business, který srovnává konkurenceschopnost 190 zemí, Česká republika klesla o 3 příčky na 30. místo. Zaostala nejen za Německem, ale kupříkladu i za Polskem.

Na druhé straně **Martin Tlapa** uznává existenci přirozených limitů růstu exportu a také to, že *„vytváření přidané hodnoty nelze nikomu přikázat“*. Exportéři se pohybují v určitém prostředí

a musejí se s tím vyrovnat. Navzdory tomu všemu se náměstek ministra zahraničí, který má v Černínském paláci na starosti ekonomickou diplomacii, domnívá, že *„nejkrásnější chvíle českého exportu teprve přijdou“*.

Stát by měl každopádně přispět tím, že nabídne kvalitnější řízení ekonomické diplomacie a překoná její dosavadní roztržitost. *„Během mnoha jednání se zahraničními partnery ztrácíme hned na začátku poměrně dost času tím, že vysvětlujeme, co má která česká instituce na starosti,“* upozorňuje **Martin Tlapa**. Český systém podpory exportu by podle něj neměl fungovat podle modelu „Otesánek“ – tedy nákladné kolaborace, ale podle modelu „sehraného orchestru“ – tedy účinné koncentrace služeb. *„Česko si nemůže dovolit deset státních institucí na podporu vnějších ekonomických vztahů s provozními náklady více než dvě miliardy ročně, je potřeba se zaměřit na duplicitu a nízkou nákladovou efektivnost,“* dodává.

Martin Tlapa dále uvádí, že Česko namísto ministerstva průmyslu a obchodu potřebuje spíše ministerstvo hospodářství. Problematika zahraničního obchodu by se pak mohla přesunout pod ministerstvo zahraničí. Některé oblasti exportní politiky, jako jsou například oficiální účasti na výstavách a veletrzích, by podle náměstka ministra zahraničí neměl zajišťovat stát, ale podnikatelské reprezentace, protože je mohou zajistit lépe a efektivněji. (Více o představách Martina Tlapy se dočtete v prvním čísle časopisu MED – na webu www.mzv.cz/ekonomika/med).

Technika či ekonomika?

Pokud jde o přidanou hodnotu, záleží ovšem na tom, co si kdo pod tímto pojmem představuje a jak ji měří. Všem je jasné, že jsme na tom ve srovnání, zvláště s naším největším obchodním partnerem Německem, hůře. Otázkou je o kolik.

Asociace exportérů uvádí, že je nutné rozlišovat mezi technickou a ekonomickou přidanou hodnotou. Ta technická hodnota (tedy vysoká technická kvalita) je v Česku často vysoká, ale ekonomickou přidanou hodnotu realizují mateřské společnosti tuzemských firem – zvláště v Německu. *„V Česku vyrábíme produkty s jednou z nejvyšších technických přidaných hodnot. Německé matky je ale kupují za předávací, nikoliv tržní, ceny. Zisky se realizují vždycky až ve finále,“* dodává **Otto Daněk**.

Faktem nicméně je, že Česko už prakticky ztratilo pověst kvalitního dodavatele kompletních investičních celků, tuzemské firmy jsou často subdodavateli německých či jiných evropských firem, které následně vyvážejí svou produkci i s českým podílem mimo Evropu. Jak připomíná generální ředitel České exportní banky **Karel Bureš**, zájem o roli generálního dodavatele, EPC kontraktora v Česku ochabl. Málokdo už má dnes v této oblasti potřebné znalosti a zkušenosti.

Žádné pézетки...

Generální ředitel státní pojišťovny EGAP **Jan Procházka** uvádí, že české firmy by měly při dobývání zahraničních trhů dokázat efektivněji spojovat své síly. „*Nikdo nevolá po návratu ke starým pézетkám, podnikům zahraničního obchodu, ale je třeba hledat společnou cestu,*“ říká **Jan Procházka**. Generální ředitel EGAP dále poznamenává, že tato pojišťovna spolupracuje s Technologickou agenturou ČR na programu podpory vývozu s přidanou hodnotou. Ta vzniká díky projektům výzkumu přímo v Česku, přičemž díky výsledkům takového výzkumu vzniká inovativní produkt, který má potenciál uspět na zahraničních trzích.

Přidaná hodnota exportního projektu pak může vznikat tam, kde je dodávka výrobků spojená také s dodávkou služeb. Inspiraci v tomto ohledu může být například Finsko, jak v nedávném rozhovoru pro časopis Procházka EGAPem upozornil **Topi Vesteri**, finský prezident Bernské unie, která sdružuje úvěrové pojišťovny z celého světa. „*Exportující společnosti stále více nabízejí nikoliv pouze výrobky, tedy například stroje, ale také související služby. V konečném důsledku to skutečně znamená vyšší přidanou hodnotu ze strany finských*

firem. Díky takovému exportu finské firmy vytvářejí hodně pracovních míst s vysokou kvalifikací, zaměstnávají více inženýrů, výzkumníků a vývojářů,“ řekl **Topi Vesteri**.

Před paušálním odmítáním subdavatelského vývozu na druhé straně varoval na letošním strojírenském veletrhu v Brně **Antonín Růžička**, generální ředitel společnosti Wikov Industry známého podnikatele Martina Wichterleho. Ta ve světě uspěla díky svým kvalitním převodovkám. Růžička nevidí důvod, proč by se špičkové české výrobky v určitém segmentu neměly stát součástí širších dodávek. Faktem je, že kupříkladu spolupráce mezi českým dodavatelem převodovek a světovými výrobci větrných elektráren je naprosto přirozená. A podobně to může být i v dalších odvětvích.

Trendy a omyly

České firmy uspějí na světových trzích v případě, když na jedné straně dokáží reagovat na nejmodernější trendy v oblasti technologií a kybernetizace, ale současně dokáží navázat na to, v čem jsou tradičně dobré. Úspěšný český podnikatel **Jan Šíp**, jeden ze spoluzakladatelů předního výrobce vodních turbín MAVEL, se obává nesprávného chápání průmyslové revoluce 4.0.

„*V dnešní velmi dynamické době mě dost zneklidňuje například obecně přehnaná důvěra v samospásnost nanotechnologií nebo 3D tisku,*“ říká **Jan Šíp**. Podpora průmyslu a exportu by se podle něj rozhodně neměla orientovat výhradně tímto směrem. Dodává, že mylně chápaná revoluce 4.0 může být třeba v oblastech specifické strojírenské zakázkové výroby marným a velmi drahým pokusem nahradit tradiční strojírenství. „*V našem oboru dodávek*



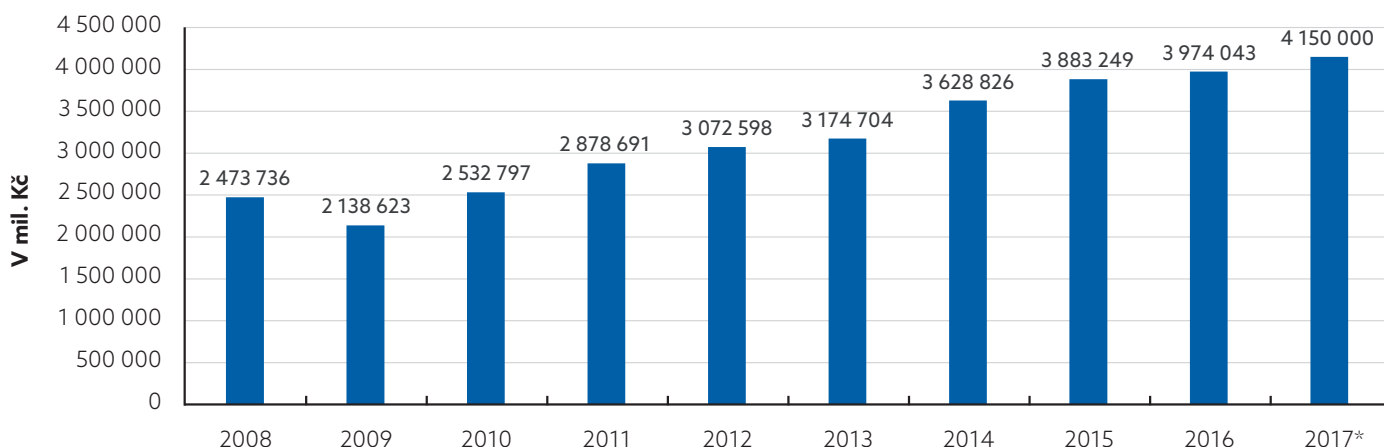
» Podnikatelé by uvítali uvolnění překážek pro příchod pracovníků ze zahraničí. Ilustrační foto: Pixabay

pro investiční celky a projekty je plná automatizace výroby dokonce nevhodná, protože špičková strojírenská kvalita je do jisté míry dílem manuální profesionality. Ostatně pokud by se tradiční strojírenství dalo takto jednoduše zcela nahradit, už dávno by se tiskly cementárny, dálnice, elektrárny, rafinerie a podobně,“ uvádí podnikatel **Šíp**.

Blíží se tedy konec zlaté éry českého exportu? Určitě má smysl být na pozoru. Náměstek ministra průmyslu **Vladimír Bártl** poukazuje na skeptické scénáře, kterými se tradičně zabývá německé ministerstvo obrany už od dob polního maršála Helmutha von Moltkeho v 19. století. Podle všeho se Němcům tento přístup vyplácel...

JAN ŽIŽKA <<

Dlouhodobý vývoj českého exportu



* Odhad Asociace exportérů
Zdroj: ČSÚ

SETINKA V LESE

Český vývoz poprvé v historii vystoupal nad 1 % světového exportu. Přitom Čechů a Moraváků je jen 0,14 % z celkové populace světa a podíl na světovém HDP máme 0,26 %. Doposud jsme nejvyššího podílu na světovém exportu dosahovali v roce 2008. Český podíl tenkrát byl 0,9 %. Pak šel trochu dolů na 0,84, ale teď už je 1,01 %, ukazují data ze Světové banky. Za posledních 16 let se tak podíl zdvojnásobil.



Foto: Ctirad Košťál

Ta setinka je super zpráva, hlavně když vidíte, jak se daří tradičním českým firmám, respektive českým podnikatelům. Teď ještě aby z toho byla super marže. Abychom vystoupili ze stínu Německa – stále náš největší exportní artikl je dodávka, nikoliv finální produkt.

Připomíná mi to teď u nás v Evropě knihu francouzského spisovatele **Jean Giono – Muž, který sázel stromy**.

V novele z roku 1953 je pastevec, který žije v malém kamenném domě. V pustině, kde si lidé všímají spíš sebe. I sám je v depresi. Usoudil, že kraj hyne, poněvadž je tam málo stromů. Rozhodl se, že tu situaci napraví. A tak sázel stromy. Každý den tolik, kolik stihnul.

Řecko by mohla být jakoby nově zasazená kleč, která roste/neroste v Krkonoších.

Německo je nejméně náročný jehličnatý strom – statná borovice lesní. Ani toho moc nepotřebovala. Hluboké kořeny, rozpíná se všude na píscích i hlínách, na kamenitých, nadměrně suchých i mokřých půdách a ve všech výškových polohách.

Česko zase připomíná nejrychleji rostoucí strom – olši lepkavou. No dobře,

jsme spíš smrček, ale ten aktuální růst je překvapivě vysoký.

Každopádně, v evropské oboře nehledejte žádné lípy – nejoblíbenější listnaté stromy – symbol vzájemnosti. Naopak, každý stát je jiný. Svůj. Má své zájmy. A svou skepsi, vnitřní depresi – což je to málo, co je skutečně spojuje.

Ten chlapík z toho románu neúnavně sázel a sázel krize nekřize, válka neválka. Za tři roky jich vysázel sto tisíc. Zrodil se krásný les a zemi se začala vracet vláha a život. Když se objevila voda, objevily se také louky, zahrady, květiny, a tak i jakýsi důvod žít. Ale přeměna probíhala tak pomalu, že si lidé na ni navykli a nevyvolávala údiv.

Navštívil ho hajný. Z úřední moci mu oznámil příkaz, že nesmí venku rozdělat oheň. Mohlo by to totiž ohrozit růst tohoto „přírodního“ lesa. Naivní hajný k tomu dodal, že je vidět, jak les roste „sám od sebe“. Přišel i vysoký představitel správy vod a lesů, poslanec a technici. Měli mnoho zbytečných řečí. Rozhodli, že se musí „něco“ víc ještě k tomu udělat, ale neudělali nic. Jen mezi nimi zavládlo nadšení, jak příroda „sama od sebe“ roste.

Co vlastně ty stromy, respektive Evropu, k růstu přivedlo? V té knize je odpověď.

Je to píle jedinců, podnikatelů, zaměstnanců, kteří fakt chtějí makat a něco dokázat. Proto přichází růst. V Řecku třeba vyhrál mladého podnikatele roku chlapík, co pokračuje v rodinné tradici a dělá luxusní med pod značkou Melira (pokud jste tam, vezměte mi jeden). V Německu manželé, co udělali designové hotely Motel One. V Česku byl oceněn Chmela z Tescomy, rok předtím úžasný Pelc z GZ Media, od něhož mám Rihannu na desce, předtím Bříza z Koh-i-nooru...

Růst díky podnikavosti může trvat i nadále. Olše dorůstá výšky pětadvacet až pětatřicet metrů. No ten smrček

míň. Ale třeba nejvyšší strom v Česku roste na Jablonecku – douglaska tisolis-tá měří přes 64 metrů.

Samo ale, že růst nebude věčný, tak jako žádný strom neroste do nebes. Vědci tvrdí, že bod, do něhož vystoupá voda z vnitřního zavodňovacího systému stromu, stanovuje jeho maximální výšku. Jakmile dosáhne vrcholu svých fyzických možností růstu, postihne horní části stromu „stres z vyschnutí“. Strom tak začne odumírat v zápase o získání dostatečného objemu vody.

Od ledna 2014 přibylo v české ekonomice 274 tisíc nových pracovních míst. Většina z toho v průmyslu a podnikání. Mzdy rostou o 5,3 % meziročně – nejvíce od konce 2008. Pokud by česká ekonomika takto pokračovala dál, bude za celý rok růst HDP přes 4 %, což nečekal nikdo... Jenže už ani není, kde lidi brát... A když pracovníky dovezeme, lidé se bojí kriminality. Co víc, třeba na Kofolu, kterou vzkřísil podnikatel roku 2011 Samaras, si obyvatelé sousedních domů v Mnichově Hradišti stěžují, že vyrábí až příliš, že je to ruší i v noci...

Dívaje se na tu setinku, na ta celková čísla o exportu a hádápé, teď zažíváme růstovou kapitolu. Růst netrvá věčně, stromy nerostou do nebe, ale mohou tloustnout. V každém v tom stromku z evropské obory bují sociální stát a vládní sektor se rozpíná. A to je ten problém. I přes všechny ty příklady a kupu dalších super podnikatelů a podnikatelek, nejsem si jist, zda je v růstu už dost skromnosti, vytrvalosti a poctivosti v podnikání od většiny – aby to nebylo jen vzplanutí nad tím, jak státy rozdávají z rozpočtů dotace, minimální mzdy nebo sociální dávky.

ALEŠ MICHL,
spoluzakladatel investičního fondu
QUANT <>

Brexit: ROZCHOD JAKO VÝZVA I PŘÍLEŽITOST

» **Albert Einstein** říkal, že hlavní příčinou rozvodů je manželství. Námluvy Velké Británie a EU (v té době EHS) nebyly jednoduché již v počátcích. Přihlášku Británie podala v roce 1961, ale díky dvěma vetům **de Gaulla** se stala členem až v roce 1973. Ani poté nebylo soužití zcela snadné, především kvůli tomu, že se Británie stala jedním z největších čistých plátců do společného rozpočtu. Také britská neúčast v projektech společné měny, schengenského prostoru, společné vízové, azylové a přistěhovalecké politiky jsou důkazem, že společné soužití nebylo vždy harmonické. Nicméně každý rozchod je příležitostí začít něco nového.

Co Brexit znamená pro Českou republiku?

Odchodem Británie ztrácí ČR v EU významného spojence a partnera. V loňském roce jsme exportovali do Británie zboží v přepočtu za více než 800 mil. Kč každý pracovní den. Skutečnost, že se české zboží dokáže ve stále větší míře prosazovat na náročném a vysoce konkurenčním britském trhu, je důvodem k hrdosti. Přitom ještě v roce 1996 činil český export do Británie ani ne desetinu toho, co dnes.

Kromě úspěchů Škodovky, která zde prodává více než 80 tis. vozů, tedy řádově stejně jako v ČR, jsou v Británii vyrábějící automobilky také důležitým klientem pro české dodavatele. Výrobní Vauxhall/Opel, Nissan, Jaguar, Land Rover, Bentley a Rolls-Royce pomáhají diversifikovat směřování našich komponent do jiných zemí, především Německa.

Británie avizuje zájem o uzavření ambiciózní dohody o volném obchodu s EU nového typu, která by měla zajistit „nejvolnější možný obchod se zbožím a službami“. Faktem je, že z hlediska plynulosti obchodu již ideální podmínky nabízí existující celní unie a vnitřní trh EU. Jakákoliv nová dohoda o volném obchodu však zákonitě může přinést jen více či méně citelné zhoršení podmínek. Důležité je proto nastavit pravidla přechodného období, která nám po Brexitu budou co nejméně komplikovat život. Nejtvrďší podoba odchodu – bez jakékoliv obchodní dohody či přechodného období – by byla citelnou ranou jak pro Británii, tak Unii i ČR. To si uvědomují všichni hráči.

Británie je pro nás důležitá i v jiném aspektu. Obě země jsou zastáncem liberálního obchodu a v tomto ohledu nám bude velmi chybět jako silný spojenec při prosazování našich priorit v rámci EU. Česká diplomacie musí mít ambici zaplnit tento prostor a aktivně vytvářet koalice stejně smýšlejících zemí, které věří ve volný obchod, snižování bariér a transparentní pravidla světové ekonomiky.

Brexit jako výzva (anebo příležitost?)

Pokud jde o varianty uspořádání obchodu po Brexitu z hlediska podniků, je samozřejmě jedním z klíčových parametrů výše cel či případných dalších dovozních daní, přístavních poplatků, depositů a dalších necelních požadavků. Nejčernější varianta by spočívala v nedosažení nové obchodní dohody ani přechodného období, a tím pádem v přechodu na celní standardy WTO.

S vědomím obrovského objemu zboží, které každý den překračuje La Manche, hrozí, že případné celní kontroly mohou zásadně zpomalit plynulost obchodu. Při současném standardu „just-in-time“ dodávek by to znamenalo návrat o několik desítek let zpět. Neméně klíčovou otázkou je i např. platnost certifikátů výrobků, jak bude probíhat dohled nad trhem, jak budou řešeny spory či jaká budou pravidla pro poskytování služeb.

Obchodní příležitosti, které může Brexit přinést, se projeví především v dlouhodobém horizontu. Oslabení kurzu britské libry po referendu motivovalo



Největší nebezpečí Brexitu pro nás však nevidím v možném propadu obchodu, ale v nepochopení důvodů, které občany Británie dovedly k přesvědčení, že k naplňování vlastních národních zájmů nepotřebují členství v EU.

investory ke zvýšenému zájmu o britská aktiva a přispělo k mírnému růstu britské ekonomiky. Pro české firmy bude důležité sledovat avizované energetické, infrastrukturní a technologické projekty, kterými britská vláda hodlá stimulovat růst domácí ekonomiky a její produktivity. Řada českých subdodavatelů ve střednědobém výhledu může též profitovat ze svižnějšího tempa sjednávání dohod o volném obchodě, například s USA, Čínou, díky nimž Britové získají výhodnější přístup na tyto trhy oproti váhající EU.

MARTIN TLAPA,
náměstek ministra zahraničních věcí <<

SKLÁŘSKÝ PRŮMYSL A EXPORT: VZKŘÍŠENÍ ČESKÝCH SKLÁŘŮ

Totální krach, konec sklářství v Čechách. Tak vypadala pověst tuzemského sklářského průmyslu zhruba před deseti lety. Dnes už o krizi nemluví ani největší pesimisté, český sklářský export nepřetržitě roste od začátku nynější dekády. Loni podle statistiky Asociace sklářského a keramického průmyslu dosáhl 45,9 mld. Kč, ta ale nezahrnuje menší firmy pod dvacet zaměstnanců. Ve skutečnosti byl vývoz ještě vyšší – určitě nad úroveň 50 mld. Kč.

Za symbol příznivého obratu můžeme považovat transakci z roku 2011. Český podnikatel **Otakar Motka**, nový vlastník sázavské firmy **Kavalierglass**, koupil krachující německou sklárnu **Walther-Glass** – výrobce ozdobných misek a váz. **Motka** byl jedním z investorů, kteří stavěli své podnikání na troskách zkrachovalého sklářského kolosu **Bohemia Crystalex Trading (BCT)**. Ukázalo se, že tito podnikatelé jsou schopni nejenom udržet výrobu při životě, ale také mají dost sil na dobývání zahraničních trhů.

Přitom právě bankrot BCT a sesterské **Porcely Plus** – tedy zadluženého sklářského a keramického „impéria“, zapleteného do podezřelých finančních transakcí, byl v roce 2008 velkou ranou pro celé odvětví. A následovala světová finanční krize, která pro české sklářství znamenala další stresové období.

„Těm silným naturám, co vydržely, ale krize nakonec pomohla, vyšly z ní silnější,“ říká v rozhovoru pro časopis **MED Petr Mazzolini**, prezident Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR. České firmy podle něj získávají nové trhy, pracují na rozvoji technologií, inovují a zvyšují výrobní kapacity.

To platí nejenom pro užitkové a další sklo, které nabízejí dnešní nástupci BCT. Z hlediska tržeb je nejvýznamnějším oborem ploché sklo, tedy odvětví, v němž působí také **Petr Mazzolini** – výrobní ředitel **AGC Flat Glass Czech** (více na str. 12), který v teplických sklárnách pracuje celý život od studií. Tržby jenom oboru plochého skla dosáhly loni téměř 19 mld. Kč z celkových 48,6 mld. (podle údajů asociace, tedy bez zahrnutí menších firem). Dalšími významnými obory byla výroba skleněných vláken, keramika nebo obalové sklo.

Většina exportu míří do EU

Tahounem růstu celého českého sklářství je tak podle **Mazzoliniho** zvýšená poptávka po výrobcích v navazujících odvětvích stavebního, automobilového, chemického a potravinářského průmyslu. Většina vývozu – 70 % – směřuje do Evropské unie, tento podíl se ale velmi liší podle jednotlivých oborů. U plochého skla včetně proslulých sofistikovaných autoskel z Chudeřic u Teplic je podíl Evropské unie ještě vyšší (loni 95 %), v případě užitkového skla nebo třeba luxusních lustrů hrají daleko významnější roli mimoevropské trhy (zhruba polovina). Význam trhů EU je silný také u skleněných vláken a výrobků z nich (86 %) a obalového skla (87 %).

Teritoriální struktura u jednotlivých oborů má podle **Mazzoliniho** jasnou logiku – zatímco u řady oborů by byly brzdou vývozu mimo Evropu vysoké dopravní náklady, u specifických položek typu luxusních lustrů, které vyrábí firmy jako **Lasvit** nebo **Preciosa**, nehraje jejich podíl na celkové ceně až takovou roli.

Vzestup některých oborů českého sklářství v posledních letech mohl být možná ještě výraznější, kdyby se do problémů nedostal ruský trh – ať už kvůli západním sankcím, nebo poklesu cen ropy. **Mazzolini** ale oceňuje, že čeští výrobci byli schopni poměrně rychle najít jiné trhy. „Čeští skláři vyvážejí více do Turecka, na Blízký východ, Dálný východ, do Latinské i severní Ameriky,“ zdůrazňuje prezident sklářské asociace.

Přednosti a slabiny

Má už tedy český sklářský průmysl všechny problémy za sebou? To by bylo příliš optimistické tvrzení. Mezi velké výzvy určitě patří ty, které se týkají celého českého průmyslu jako celku – nedostatek pracovních sil a potřeba stabilních měnových kurzů (více na str. 5–7).

Už celá desetiletí pak skláři v celé Evropě mluví o konkurenci z východní či jihovýchodní Asie, především Číny. Tedy o konkurenci, kterou je stále možné porážet vyšší evropskou kvalitou,

Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb (mld. Kč) a počet pracovníků za rok 2016

	Tržby (mld. Kč)	Počet pracovníků
Ploché sklo	18,90	6 229
Obalové sklo	4,49	1 257
Skleněná vlákna	7,17	2 012
Užitkové sklo	5,35	5 327
Ostatní sklo	7,23	4 694
Sklo celkem	43,13	19 519
Užitkový porcelán a keramika	1,26	1 671
Technická a zdravotnická keramika	4,23	2 251
Keramika celkem	5,48	3 922
Sklo a keramika celkem	48,61	23 441

Pramen: Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR



➤ Tahoune růstu českého sklářství je poptávka po výrobcích v navazujících odvětvích stavebního, automobilového, chemického a potravinářského průmyslu, říká Petr Mazzolini, prezident Asociace sklářského a keramického průmyslu (na snímku). Foto: AGC Flat Glass Czech

inovacemi, atraktivnějším designem. Jsou tu ovšem období, kdy zákazníci tolik nehledí na kvalitu a dávají přednost ceně.

Petr Mazzolini upozorňuje, že právě to se stalo během minulé finanční krize na přelomu předchozí a této dekády. „Mnozí spotřebitelé hledali to nejlacinější zboží,“ říká. Východní konkurenci samu o sobě **Mazzolini** nepovažuje za hlavní faktor dřívějších problémů českého sklářství, právě v kombinaci s finanční krizí se ale ukázala být velmi nepříjemnou.

Mnozí zástupci sklářského průmyslu si v této souvislosti stěžují na neférovou konkurenci. Čínský vývoz se těší podpoře tamního státu, Číňané navíc neberou takový ohled jako Evropané na životní prostředí.

Odvetné kroky, inovace

Ne všechny obory sklářství a keramiky jsou dovozem z Východu zasaženy stejně. Představitelé toho největšího oboru – plochého skla – žádné přehnané obavy nemají. V anketě pro sklářskou asociaci to vysvětlil předseda představenstva AGC Flat Glass Czech **Pavel Šedlbauer**: „Výrobky, které byly dovezeny ze zemí mimo EU, jsou na trzích Evropy mnohdy levnější, ale omezené

servisem, dopravní vzdáleností i velikostí prodávaných formátů.“

Vlastimil Argman, generální společnosti Thun 1794, nicméně upozorňuje na potřebu odvetných opatření například ve výrobě porcelánu: „*Celní bariéry zřízené Evropskou komisí na počátku desetiletí jsou velice účinnou obranou proti pronikání nekalé konkurence zejména z jihovýchodní Asie na evropský trh. Toto opatření pomohlo uhájit existenci porcelánového průmyslu v České republice.“*

Hlavní protizbraň je nutné hledat ještě jinde, jak zdůraznil výrobně-obchodní ředitel firmy Crystal Bohemia **Jaroslav Seifert** junior: „*Jedinou možností, jak této konkurenci předcházet, je přicházet s novými inovovanými výrobky.“*

Chce to dobrý marketing

Jedno je jisté – české sklářství se vždy mohlo pochlubit skvělými výrobky, které tento obor táhly nahoru. Slabinou, která celé odvětví přinejmenším brzdila, byl ovšem nedostatečný marketing. „*Uměli jsme vyrobit, neuměli jsme prodat. A hodně českých firem pořád prodává pod renomovanou zahraniční značkou, což ukazuje, že někdo pořád umí prodávat lépe,“* říká **Petr Mazzolini**. Dodává ale, že situace se postupně

lepší. I díky novým investorům, kterým se podařilo oživit byznys na troskách zmiňovaného padlého BCT. Ať už jde o zmiňovaného **Otakara Motku** a jeho Kavalierglass, **Lubora Cervu** a jeho Crystalite Bohemia, nebo další byznysmeny.

Do sklářství se pouští také další známý podnikatel **Martin Wichterle**, jehož firma Wikov se proslavila zvláště výrobou převodovek. Nejdříve investoval do sklárny Bomma ve Světlé nad Sázavou, nyní oživuje také značku Rückl v Nižboru. V rozhovoru pro Hospodářské noviny se **Wichterle** zasazoval o to, aby stát podporoval inovace nejen technologické, ale i v oblasti designu či marketingu.

Petr Mazzolini dále připomíná, že není možné spoléhat na tvrzení, podle něhož má české sklo ve světě dobrý zvuk. Minimálně stejně dobrý zvuk má totiž v různých oblastech světa i řada dalších evropských výrobců skla.

Sklářství, design, software

Viceprezident Svazu průmyslu **Radek Špicar** pak vidí šanci pro sklářství v mezioborovém přístupu. „*Diverzita a silnější propojování know-how různých oborů, včetně těch uměleckých, podněcují kreativitu, a tím i další pozitivní vývoj sklářství u nás, uvedl Špicar na říjnovém setkání „Sklářské svítání 2017“.*

Vládní Sekce pro vědu, výzkum a inovace pak potřebu takového propojování dokládá na úspěšném produktu Supernovy – „obřího lustru“ společnosti Lasvit, který váží 2600 kilogramů a skládá se z 330 kusů ručně foukaného skla. Slovo „lustr“ je ale velmi nepřesné – Supernova je kinetická skleněná svítící plastika, která dokáže interaktivně a „bezkontaktně“ reagovat na pohyb diváků.

Zároveň jde ovšem o produkt, který propojuje různá odvětví – ať už ta, která mají v Česku dlouhou tradici, ale i ta, která se spíše nově hlásí o slovo. Supernova je totiž ukázkou toho, jak se mohou doplňovat obory sklářství, designu a také mechatroniky, jež je sama symbiózou mechaniky, elektroniky a vývoje softwaru.

Dědictví starých sklářských mistrů tady nachází uplatnění ve spojení tradičních českých odvětví strojírenství a sklářství s moderní digitální ekonomikou i kulturami a kreativními průmysly.

AGC AUTOMOTIVE: EXPORTNÍ PREMIANT ZE SEVERNÍCH ČECH

» Nárůst exportu o 3 000 %. Právě to se podařilo firmě AGC Automotive Czech, která vyrábí – mnohdy velmi sofistikovaná – skla pro automobily mnoha různých značek. Díky takovému skoku nahoru se firma z Chudeřic u Teplic stala na konci loňského roku vítězem soutěže **Exportér roku** v kategorii největšího růstu vývozu v době od vzniku samostatné České republiky v roce 1993 do roku 2015. Celková výše exportu už dosahuje 4,5 mld. Kč.

S severočeská sklárna na počátku devadesátých let vyráběla skla především pro škodovky. Dnes už chudeřická skla kromě vozů z koncernu Volkswagen najdete také v automobilech značek Mercedes, BMW, Ford, Renault, Peugeot, Toyota a mnoha dalších. „Export činí více než 75 % našeho obrátu,” říká **Luděk Steklý**, generální ředitel AGC Automotive Czech.

Podobně jako v případě českého automobilového průmyslu a fakticky celé české ekonomiky byla pro úspěch chudeřické sklárny klíčová orientace na sousední Německo. „Němečtí klienti tvoří více než polovinu našich zákazníků,” upřesňuje **Steklý**. Německý trh je blízko, významnou roli sehrály historické vazby na automobilku Škoda, která se stala součástí koncernu Volkswagen. Ten se dnes podílí na celkových tržbách AGC Automotive Czech zhruba třetinou, samotná škodovka asi třinácti procenty.

Ke Škodě a Volkswagenu se postupně přidaly další německé automobilky včetně Daimleru a BMW, dalším významným trhem se stala Francie a tamní Renault, Peugeot a Citroen. A dále Maďarsko, kde mají výrobu některé západoevropské automobilky. Vzhledem k tomu, že je chudeřická sklárna součástí japonské skupiny Asahi Glass Co. (AGC), nepřekvapí název dalšího významného zákazníka – Toyota.

AGC Automotive Czech dnes zaměstnává zhruba 2500 lidí, což je více než polovina zaměstnanců mateřské skupiny AGC Flat Glass Czech, která je také největším výrobcem plochého skla a jeho aplikací ve střední a východní



» V Chudeřicích u Teplic vyrobí 32 milionů autoskel ročně. Foto: AGC Automotive

Evropě. V Chudeřicích pak ročně vyrobí 32 mil. autoskel.

High-tech skla

„Rozhodně nejsme žádnou montovnou,” zdůrazňuje **Luděk Steklý**. Na řeči o tom, jak je český průmysl plný montoven, je dost alergický. „Vyrábíme třeba i přes sto druhů skel s různými komponenty pro jeden model auta. A dodáváme je i do nejluxusnějších a nejmodernějších vozů na světě,” dodává.

Inovace v Chudeřicích jdou už dlouho ruku v ruce s rozvojem konceptu „konektivity” automobilů, které dokáží přes internet komunikovat s vnějším

světem. Součástí autoskel jsou antény, senzory, kamery... AGC Automotive vyrábí kalená i vrstvená bezpečnostní skla včetně dodatečných komponentů – lišt, konektorů, držáků.

Významným inovativním produktem z posledních let je samozatmavovací střešní sklo **WONDERLITE™** pro Mercedes. Mění barvu podle intenzity venkovního světla, díky speciální povrchové úpravě chrání před ultrafialovým a infračerveným zářením a také pomáhá regulovat vnitřní teplotu ve voze.

Skla pro elektromobily

Na rozdíl od jiných subdodavatelů automobilek se v Chudeřicích nemusí bát ani očekávaného nástupu elektromobilů. Skla budou vždy potřeba... Přesto ale **Luděk Steklý** považuje právě elektromobilitu za velkou výzvu.

Elektromobily si totiž žádají lehčí a tenčí sklo, požadavky na bezpečnostní a hlukové parametry jsou přitom pochopitelně stále vysoké. Skloubit toto vše dohromady ale není vůbec jednoduché, upozorňuje ředitel **Steklý** na směr bádání, kterým se teď zabývají vývojáři v Chudeřicích, stejně jako v celé skupině AGC.

Nejsou ale úvahy o rychlém nástupu elektromobilů předčasné? „Představa, že se vše snadno a rychle překlápí k elektromobilitě, je opravdu přehnaná,” připouští **Steklý**. „Na druhé straně ale tuto výzvu bereme naprosto vážně,” zdůrazňuje.

JAPONSKO: ZEMĚ ROBOTŮ A ŠINKANZENU JE OTEVŘENÁ VNĚJŠÍM PODNĚTŮM

➤ Když se řekne Japonsko, vybaví se nám Středoevropanům většinou pár základních tradičních symbolů této vzdálené asijské země, jako například rozkvetlé sakury, hora Fudži, kimono, suši nebo četná bojová umění. Skoro každý si také k Japonsku umí přiřadit symboly moderní doby, jako třeba špičkovou elektroniku, komiksy Manga, tamagoči nebo nepřebernou řadu značek a modelů spolehlivých a cenově dostupných automobilů.

Málokoho tedy asi překvapí, že univerzální symbol technického pokroku – roboty – lze v Japonsku nalézt nejen v továrnách, ale i v restauracích, jak obsluhují hosty, v privátní péči při asistenci dlouhodobě nemocným, a nově také při pohřebních obřadech, kde mají zastupovat buddhistické mnichy při tradičním, relativně zdouhavém rituálu čtení z Knihy mrtvých. Současné Japonsko je prostě od každého něco – fascinující směs historického a moderního, šintoistických svatyní a buddhistických chrámů na pozadí ultramoderních mrakodrapů, tradičních japonských zahrad s čajovými obřady, nad nimiž projíždí na vyvýšené trati dvěstěpadesátikilometrovou rychlostí šinkanzen.

Tato třetí největší ekonomika světa, která si zakládá na přísném dodržování pravidel a dohod, je pochopitelně aktivní také na poli mezinárodního obchodu. Jde o čtvrtého největšího dovozce a zároveň vývozce na světě, bohatý trh se 127 mil. spotřebitelů, kteří, mají-li možnost, obvykle upřednostňují kvalitu před cenou.

Pro převážnou většinu firem z České republiky asi Japonsko nikdy nebude nejdůležitějším obchodním partnerem, není ale nejmenší důvod se o úspěch na japonském trhu nepokoušet. Japonsko je země otevřená vnějším podnětům, ochotná učit se novým technologiím a postupům, a tak se vynaložené úsilí, byť mnohdy dlouhodobé, většinou bohatě vyplatí. Úspěch na japonském trhu pak může navíc posloužit i jako výborná reference pro řadu dalších asijských zemí (Čína, Korejská republika, Tchaj-wan, státy jihovýchodní Asie atp.).

Partnerství bývají trvalá

O tom, že Japonci upřednostňují dlouhodobou obchodní spolupráci a jednou navázané partnerství tak bývá neobyčejně trvalé, se mohla na vlastní kůži přesvědčit již řada českých firem. Tradičně dobře si v tomto ohledu vedou vývozci českého chmele a sladu, skla a porcelánu, hraček nebo piva, ale prosazují se také softwarové firmy nebo dodavatelé nanotechnologií. K tradičním položkám našeho vývozu do Japonska patří také strojírenské výrobky. Obráběcí stroje Škoda, Šmeral, ČKD nebo ŽĐAS tam udělaly dobré jméno českému strojírenství, v této

tradici dnes pokračují například turbíny pro malé vodní elektrárny od firem CINK a Mavel.

Celkově představuje Japonsko pro Českou republiku jednoho z nejdůležitějších obchodních partnerů v Asii. Obchodní bilance ČR s Japonskem je sice dlouhodobě pasivní, ovšem objem exportu do Japonska se každým rokem zvyšuje. Za posledních 6 let se export více než dvojnásobil (v r. 2010 činil 10 mld. a v r. 2016 již 22,7 mld. Kč). Japonsko je také jedním z největších investorů v ČR z hlediska investic s vysokou přidanou hodnotou, zejména v automobilovém a elektrotechnickém průmyslu. V České



➤ Český festival v Tokiu 2017. Foto: ambasáda v Tokiu

republiky působí více než 250 japonských společností, které zde v průběhu let vytvořily nová pracovní místa v počtu více než čtyřiceti tisíc.

Česká brána do Evropy?

Potenciál dalšího rozvoje spolupráce s Japonskem je v každém případě značný. K prioritním oborům lze zařadit energetiku, průmysl 4.0 a výzkum a vývoj, umělou inteligenci, robotizaci a digitalizaci. Velké šance na uplatnění českých firem existují také v obraně, leteckém či sklářském průmyslu nebo v oblasti IT. K perspektivním patří i potravinářský průmysl, neboť Japonsko je největší dovozce potravin na světě, a také zdravotnický průmysl především z hlediska stárnoucí populace v Japonsku. V souvislosti s Brexitem, kdy v minulosti řada japonských investic mířila do Velké Británie, je zde příležitost pro ČR, aby se stala ještě významnější branou, pokud jde o vstup japonských podnikatelů a firem na společný trh Evropské unie.

Během letošní návštěvy české podnikatelské delegace, doprovázející předsedu vlády Sobotku do Japonska (v červnu 2017), bylo mimo jiné podepsáno i společné prohlášení Svazu průmyslu a dopravy ČR a Robot Revolution Initiative o spolupráci ohledně internetu věcí/Průmyslu 4.0, které se realizuje na úrovni pracovní skupiny Svazu průmyslu a dopravy ČR. Hlavním cílem je implementace průmyslu 4.0 ve firmách a spolupráce na vládní úrovni.

Jaké se rýsují možnosti ve vybraných perspektivních oborech

a) Energetika – Japonsko má velmi omezené surovinové zdroje. Vzhledem k hornatému terénu a velkému počtu řek a kanálů je ideálním místem pro rozvoj malých a středních vodních elektráren. Vláda také počítá s dalším rozvojem obnovitelných energií, což může představovat exportní příležitosti pro firmy z ČR. V poslední době se projevuje zvýšený zájem japonských společností na případné výstavbě nových jaderných bloků v lokalitě jaderných elektráren Dukovany a Temelín. Reálně se přitom jeví zejména spolupráce s firmou ATMEA (konsorcium Mitsubishi Heavy Industries a francouzské společnosti AREVA), která vyvíjí atomové elektrárny s pokročilým typem reaktorů. Tento zájem je podporován ze strany japonských oficiálních představitelů na různých úrovních. Informace ohledně zájmu o spolupráci v této

oblasti zazněla z japonské strany také při jednání obou premiérů v rámci oficiální návštěvy premiéra **Sobotky** v Japonsku v červnu nebo při jednání obou ministrů průmyslu v Praze letos v srpnu.

b) Robotika a průmysl 4.0 – Japonsko je dlouhodobě na špičce světového vývoje v oblasti využívání automatizace. Demografické problémy, dostatek finančních prostředků, snaha o zvýšení produktivity práce a tradiční japonská záliba v nových technologiích vytvářejí ideální prostředí pro „robotickou revoluci“, kterou japonská vláda vytyčila v roce 2015 s cílem udělat z Japonska oficiální velmoc robotiky. Česká republika má dobrou výchozí pozici v uplatňování principů průmyslu 4.0 a má co nabídnout i zahraničním partnerům, např. ve využití strojevidění, umělé inteligence či velkých objemů dat.

finanční rok 2018 počítá Japonsko s rozpočtovými výdaji na obranu ve výši téměř 50 mld. USD, což zhruba koresponduje s celkovými výdaji státního rozpočtu ČR.

- d) Civilní letecký průmysl** – japonské firmy nepokrývají výrobu středních letadel, která jsou poptávána pro potřeby několika státních institucí (např. pobřežní stráž). Poptávaný je také software pro řízení letového provozu, který se již z ČR do Japonska úspěšně vyváží.
- e) ICT a jiné služby** – jako ve všech ostatních vyspělých ekonomikách, i v případě Japonska platí, že míra využití informačních technologií ve společnosti je velmi vysoká. Uplatnění českých IT technologií při zajišťování kybernetické bezpečnosti, zpracování velkého množství dat, řízení provozu nebo při monitoringu sítí má velký růstový potenciál.



Společnost Mavel dodala v roce 2010 Francisovu turbínu o výkonu 140 kilowattů do japonské vodní elektrárny Fujiyoshida. (Více o společnosti Mavel čtěte na straně 17.) Foto: Mavel

c) Obranný průmysl – v roce 2015 zahájila v Japonsku činnost nová státní vyzbrojovací komise. V důsledku změn v geopolitickém rozložení sil v Asii reinterpretuje Japonsko svou „pacifistickou“ ústavu a zásadně posiluje výdaje na obranu. Je to počátek příležitostí pro mezinárodní obchod s vojenskou technikou. Pro Českou republiku se otevírají příležitosti především v oblasti radiolokačních a radiosondážních přístrojů (zejm. pasivní radary), oblast CBRN (ochrana proti chemickým, biologickým, radiologickým a jaderným látkám) ale i v dalších oblastech obrany. Pro

f) Zdravotnický a farmaceutický průmysl – stárnoucí populace a pověstná japonská dlouhověkost kladou značné nároky na zdravotní péči. V současné době jsou pro zahraniční investory zajímavé investice do sektoru zdravotnické techniky. V jedné ze šesti japonských speciálních ekonomických zón, v aglomeraci města Osaka, se např. v novém režimu zkouší inovace v oblasti zdravotnictví.

STANISLAV BENEŠ,
obchodní rada,
ambasáda v Tokiu <<

ZÁJEM JAPONSKA O DOHODU S EU VZROSTL KVŮLI TRUMPOVI

Evropská unie vyjednává od roku 2013 s Japonskem dohodu o ekonomickém partnerství EPA. Letos v červenci byl uzavřen tzv. „**Agreement in Principle**“, neboli jakýsi polotovar bez několika zbývajících konfliktních otázek, kde se ještě nepodařilo dojít ke shodě. Šlo spíše o politickou deklaraci toho, že jednání je na dobré cestě, ale ještě zbývá dořešit několik sporných kapitol. Cílem, ke kterému se hlásí shodně obě strany, je jednání dokončit ještě během tohoto roku.

Vzhledem k aktuálnímu vývoji Transpacifického partnerství, které se rozhodl opustit americký prezident **Donald Trump**, získala dohoda s EU pro Japonsko na větší důležitosti. Japonsko dlouhodobě vysílá jasné signály ohledně své podpory boje proti protekcionismu

a snaží se i nadále uzavírat efektivní dohody o volném obchodu.

Hlavní přínos dohody pro ČR spočívá zejména v potenciálním odstranění co největšího množství netarifních překážek vzájemného obchodu, tedy nejrůznějších certifikátů, potvrzení a povolení, která jsou japonskou stranou vyžadována pro možnost přístupu českého zboží na japonský trh. Tarifní bariéry, neboli zejména celní zatížení dováženého zboží, nejsou v námi vyvážených komoditách vesměs až tak vysoké a komplikovaný přístup k japonským veřejným zakázkám není v případě geograficky dost vzdáleného Japonska pro naše firmy také nijak závažným problémem.

STANISLAV BENEŠ <<



▶ O volném obchodu mezi Japonskem a EU jednali na přelomu června a července v Tokiu představitelé Evropské komise. Zleva komisař pro zemědělství Phil Hogan, komisařka pro obchod Cecilia Malmströmová, japonský ministr zahraničí Fumio Kishida a ministr zemědělství Judži Jamamoto.
© European Union, 2017
Source: EC - Audiovisual Service
Photo: Pierre-Emmanuel Delétrée

ROK ČESKÉHO BUSINESSU V JAPONSKU 2018

Z důvodu každoročně se zvyšující intenzity bilaterální spolupráce v obchodní a investiční oblasti a narůstajícího počtu realizovaných projektů byl nadcházející rok 2018 vyhlášen „**Rokem českého businessu v Japonsku**“. Jedná se přitom primárně o aktivitu Velvyslanectví ČR v Tokiu, která vychází z pozitivních zkušeností nabytých při realizaci Roku české kultury v Japonsku 2017.

V průběhu roku 2018 tak bude pod hlavičkou a logem Roku českého businessu uspořádána řada prezentačních a veletržních akcí, na kterých bude představena široká řada českých výrobků, technologií a nabídek na spolupráci. Mezi připravované akce, které budou primárně uspořádány s podporou Ministerstva zahraničních věcí ČR v rámci Projektů na podporu ekonomické diplomacie, ale také samostatně mimo ni, lze zařadit například účast na významných mezinárodních veletržích

v Japonsku (Nanotech, FOODEX, JATA, BIO Japan, Tokyo Game Show, Japan Aerospace nebo JIMTOF), podnikatelské mise (Photonics Technology Mission to Japan, Defence Industry Incoming Mission, mise u příležitosti

českých firem v prostorách ZÚ Tokio (např. prezentace IT firmy Flowmon Networks nebo firmy Meiwa Sales, výhradního japonského dovozce českého křišťálu od firem jako např. Moser nebo Egermann).



ti Czech Republic-Japan Business & Investment Forum 2018), 3. ročník semináře Doing Business in Japan na MZV ČR v Praze, 3. ročník průřezového Českého festivalu v Tokiu 2018 nebo individuální prezentace několika

K Roku českého businessu v Japonsku 2018 bude také vytvořena a průběžně aktualizována samostatná webová stránka s přehledem všech realizovaných akcí, s adresářem českých firem působících v Japonsku a také s nabídkovou a poptávkovou službou týkající se podnikatelských příležitostí na obou stranách. **České firmy, které mají zájem se do některé z uvedených akcí aktivně zapojit nebo které by rády pod hlavičkou Roku českého businessu uskutečnily další prezentační akce v Japonsku v roce 2018, mohou své náměty již nyní zasílat na e-mailovou adresu: commerce_tokyo@mzv.cz.**

STANISLAV BENEŠ <<

POJIŠTĚNÍ EXPORTU: ČEŠI A JAPONCI ZÍSKAJÍ PODPORU PRO SPOLEČNÉ PROJEKTY VE SVĚTĚ

České firmy mohou spojit síly se svými japonskými partnery a společně se pustit do projektů ve třetích zemích. Od letošního června totiž získaly možnost ucházet se o společnou podporu státních pojišťoven obou zemí – české EGAP a japonské NEXI.

Bilaterální zajistnou smlouvu mezi oběma těmito institucemi pro podporu exportu podepsali na konci června v Tokiu místopředseda představenstva EGAP **Marek Dlouhý** a prezident NEXI **Masafumi Nakada**. Podepsané listiny si vyměnili za přítomnosti ministerských předsedů **Bohuslava Sobotky** a **Šinzó Abe**. Zástupci pojišťovny EGAP pak v listopadu jednali o perspektivách podpory podobných projektů také s představiteli jednotlivých japonských firem.

Společné projekty s japonskými firmami se jeví nadějně také díky tradiční spolupráci, kterou nastartovala vlna investic společností ze země vycházejícího slunce v Česku. Japonsko je v dlouhodobém pořadí investorů hned na druhém místě za největším českým obchodním partnerem Německem.

Sdílení rizik

„Spolupráce s NEXI nám umožní vzájemně sdílet rizika z pojištění společných vývozních projektů do třetích zemí. Pomůže tak ke zvýšení podpory českých exportérů, kteří se snaží prosadit na nových trzích,“ řekl **Marek Dlouhý**.



» Po podpisu červnové dohody mezi pojišťovnami EGAP a NEXI: zleva Marek Dlouhý (EGAP), premiér Bohuslav Sobotka, premiér Šinzó Abe a Masafumi Nakada (NEXI). Foto: EGAP

Využívání zajištění mezi exportními pojišťovnami má pro EGAP zásadní význam, protože snižuje jeho závazky z uzavřených pojistných smluv. Vytváří se tak prostor pro pojišťování nových obchodních případů a pomáhá to českým exportérům dostat se v roli subdávatelů k novým zakázkám.

Japonská exportní pojišťovna NEXI vznikla v roce 2001 a v dubnu 2017 byla transformována do podoby akciové společnosti stoprocentně vlastněné státem. Jejím cílem je, podobně jako v případě

EGAP, pojišťování rizik, která nejsou schopny pokrýt komerční pojišťovny.

NEXI a energetika

Pojišťovna NEXI nedávno zaujala světový ekonomický tisk vzhledem k záměru silně podpořit japonské dodavatele jaderných elektráren do zahraničí. Jde o oblast, v níž Japonci projevují zájem také o spolupráci s Českem (více na straně 14).

Japonská vláda hodlá prostřednictvím NEXI stoprocentně pojištit bankovní půjčky pro projekt firmy Hitachi, která chystá výstavbu jaderné elektrárny ve Velké Británii. Cílem je povzbudit bankéře k financování takového typu infrastrukturního projektu, který je považován za poměrně rizikový – byť se v tomto případě realizuje v tak vyspělé a spolehlivé zemi, jakou je Spojené království.

Pozornost vyvolala zvláště možnost plné garance projektu, NEXI obvykle pojišťuje 90–95 % celkové hodnoty úvěrů. To ukazuje, jakou pozornost věnuje japonská vláda uplatnění know-how japonských firem v oblasti jaderné energetiky v době, kdy je další stavba reaktorů v samotném Japonsku nejistá.

SPOLUPRÁCE VE FUKUŠIMĚ

Když se Ústav jaderného výzkumu (ÚJV) v Řeži před několika desítkami let pustil do výzkumu chování fluoridů uranu, nikdo nemohl tušit, jak budou jednou po unikátních českých znalostech „toužit“ v zemi vycházejícího slunce. Stalo se tak po havárii ve fukušimské jaderné elektrárně. Češi se zapojili do složitého procesu likvidace následků této havárie. Konkrétně jde o Centrum výzkumu Řež, které navazuje na zmiňované historické aktivity a patří do dnešní nástupnické skupiny ÚJV Řež.

Příslušný „smluvní výzkum“ si v Centru výzkumu Řež zadala japonská společnost Hitachi. V Řeži tak nyní vyvíjejí a experimentálně ověřují technologii fluoridové separace uranu a plutonia z roztaveného jaderného paliva, které se v současné době nachází pod poškozenými fukušimskými reaktory. Toto roztavené palivo obsahuje také spečené a zoxidované složky konstrukčního materiálu reaktoru.

MAVEL: ČESKÁ FIRMA DÁL ŠÍŘÍ SLÁVU KAPLANOVY TURBÍNY

» Jedná se o jeden z největších vynálezů, který kdy vznikl na českém území – Kaplanova vodní turbína. Objev vynálezce **Viktora Kaplana**, který na začátku 20. století působil na technické univerzitě v Brně, se později stal významným exportním artiklem československého a následně českého exportu. A také benešovská firma Mavel dodnes šíří slávu Kaplanovy turbíny po celém světě.

Přední český výrobce těchto vodních strojů, společnost Mavel, vyvážá do celého světa také Francisovy a Peltonovy turbíny i modulární mikro-turbíny. Tato firma svým zákazníkům dodala již přes 500 turbín do více než 40 zemí světa. Zaměřuje se na stroje o výkonu 30 kW–30 MW. „*Nejsilnější jsme v segmentu Kaplanových turbín pro nižší spády zhruba od jednoho do deseti metrů,*“ říká jeden ze zakladatelů Mavelu **Jan Šíp**.

U benešovského nádraží

O světových úspěších firmy mluví **Jan Šíp**, který dnes řídí její business development, v sídle Mavelu nedaleko benešovského nádraží. Toto místo je spojeno s jedním z historických milníků firmy: původně inženýringová společnost Mavel, kterou založili studenti ČVUT se svým profesorem už v roce 1990, tady v polovině devadesátých let „převzala“ výrobní areál někdejšího Železničního stavitelství Benešov a začala turbíny sama vyrábět.

„*Výroba nízkospádových Kaplanových turbín je technologicky značně náročná,*“ vysvětluje spoluzakladatel firmy. Navíc jde o složitější typ turbíny, jejíž výroba, dá se říci, je i relativně dražší. „*Jen málokdo je chce vyrábět,*“ dodává. Sázka Mavelu na tento segment se ale vyplácí. Příkladem může být rozhodnutí přední americké energetické společnosti Albany Engineering Corporation, která si Mavel vybrala jako dodavatele turbín pro své vodní elektrárny na řece Hudson ve státě New York. Svoji volbu vysvětluje tím, že benešovská firma nabídla nejlepší technické řešení, vyplývající ze zkušeností s instalacemi Kaplanových turbín pro nízké spády po celém světě.

Už vzhledem k historické tradici mnozí ve světě očekávají (a mají pravdu), že Kaplanovy turbíny umějí nejlépe vyrobit ve střední Evropě – v Česku, Rakousku či Německu.

Americký podíl

Mavel dnes dodává turbíny do západní a východní Evropy, do Ameriky, ale také do Asie či do Afriky.

V Mavelu pracuje více než 180 zaměstnanců a společnost se v duchu svých zakladatelů jako „aplikační firma“ stále

v Coloradu o jejich vstupu do společnosti. „*Jsmo česká firma s americkým podílem,*“ říká **Jan Šíp**. Ve Spojených státech má Mavel také aktivně pracující dceřinou společnost.

Nízkou cenu nečekejte

V Mavelu se také dozvíte, že výhodou jejich turbín rozhodně není nízká cena. V tomto ohledu nechtějí soupeřit s Číňany. **Jan Šíp** přibližuje svou vizi na příkladu domácích spotřebičů Miele, od kterých všichni očekávají především vyšší kvalitu. Podobné to je s turbínami od Mavelu.



» Do vodní elektrárny Yipo v Jižní Koreji dodala společnost Mavel v roce 2011 tři Kaplanovy turbíny o celkovém instalovaném výkonu 3 330 kilowattů. Foto: Mavel

věnuje inovacím. Na svém kontě má stovku unikátních technických řešení. Tržby firmy v nejlepších letech atakovaly hranici jedné miliardy korun, dnes se pohybují na dvou třetinách této úrovně – což vzhledem k dopadům globální finanční krize a různým specifickým ekonomickým problémům v oblasti výstavby investičních celků v řadě zemí považují v Mavelu za velmi slušný výsledek a dobrý odrazový můstek pro další rozvoj.

S Amerikou, jejíž trh je velmi specifický a obchodně značně náročný, je pak spojen další mezník v historii firmy. V roce 1997 se spoluzakladatelé Mavelu dohodli s americkými investory

Firma se snaží jít proti trendu různých „šidítek“, tedy naprogramovaných závad, kvůli kterým musí zákazník koupený produkt po určitém čase vyměnit nebo – když mluvíme o segmentu vodních elektráren – zásadně rekonstruovat. „*Dlouhodobá životnost se dnes příliš nenosí, ale jsme přesvědčeni, že naši zákazníci právě ji budou stále oceňovat,*“ zdůrazňuje **Jan Šíp** a upozorňuje, že Mavel ve svých produktech stále využívá konzervativní a zároveň vysoce kvalitní tradiční strojírenské metody. (Více o názorech Jana Šípa čtete také v článku na str. 5–7.)

JAN ŽÍŽKA <<

ROZVOJOVÁ SPOLUPRÁCE: ČESKÁ DIPLOMACIE MOBILIZUJE SOUKROMÉ ZDROJE

» Efektivní rozvojová pomoc chudším zemím není možná bez účasti soukromého sektoru. Mělo by ale jít o typickou win-win situaci, kdy jsou vítězové na obou stranách. Také českým podnikatelům, včetně malých a středních firem, se díky zapojení do rozvojové spolupráce otevírají nové příležitosti.



» Memorandum o společné podpoře malých a středních podniků v rámci rozvojové spolupráce podepsali v Brně (zleva) generální ředitel EGAP Jan Procházka, generální ředitel ČMZRZB Jiří Jirásek a ředitel ČRA Pavel Frelich. Foto: HATcom

a středních podniků se věnujeme už 25 let. V souvislosti s naší novou rolí budeme působit také v oblasti zahraniční rozvojové spolupráce," uvádí generální ředitel ČMZRZB **Jiří Jirásek**.

Právě zapojení rozvojové banky do mezinárodních aktivit je oproti minulosti zásadní změnou, po které řada odborníků dlouho volala.

Nové finanční nástroje

Zásadní výhodou zapojení ČMZRZB do rozvojové spolupráce je možnost využití nových finančních nástrojů – tedy nejenom přímých dotací, ale především zvýhodněných úvěrů, garancí, případně i majetkových vstupů prostřednictvím venture kapitálu.

Na společné podpoře právě těchto malých a středních podniků se dohodly tři významné státní instituce – Česká rozvojová agentura (ČRA), Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRZB) a exportní pojišťovna EGAP. Příslušné memorandum o spolupráci podepsali představitelé těchto institucí během říjnového Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně.

„Jedním z našich primárních cílů v rámci zahraniční rozvojové spolupráce je mobilizovat soukromé prostředky, abychom dokázali ve větší míře zmírňovat chudobu v rozvojových zemích. Zároveň ale pomáháme českým podnikům otevírat dveře na nové trhy," uvedl ředitel ČRA **Pavel Frelich**. Rozvojová agentura se tak i v souladu s celkovou strategií ministerstva zahraničí stává jedním z klíčových hráčů na poli moderní ekonomické diplomacie.

A jak se budou zmíněné tři instituce v podpoře českých firem doplňovat?

„My jako Česká rozvojová agentura nabídneme v rámci konkrétního projektu dotaci ve výši 50 % celkových uznatelných nákladů. Příslušná firma ale bude mít zároveň možnost získat další zvýhodněné finanční prostředky od ČMZRZB, případně s pojištěním EGAP," upřesňuje **Frelich**.

Malé a střední podniky

Dohoda tří státních institucí zapadá také do dlouhodobé strategie pojišťovny EGAP, která je pilířem českého systému veřejné podpory exportu do rizikovějších oblastí. „Naším hlavním cílem je podporovat exportní aktivity českých firem s tím, že stále větší pozornost věnujeme právě projektům malých a středních podniků," říká generální ředitel EGAP **Jan Procházka**.

ČMZRZB, která postupně přebírá roli národní rozvojové banky, v tomto ohledu navazuje na tradiční aktivity staré čtvrt století. „Podpoře malých

„Těch možností bude do budoucna určitě více, je to námět k další diskusi, ale je dobré být připraven a v rámci rozvojové spolupráce přicházet s novými a inovativními nástroji a řešeními. Rozvojová pomoc by neměla být vnímána jako pouhý dar, solidarita nebo charita. Musí jít o investici do rozvoje, kterého se pochopitelně musí účastnit také privátní sektor," zdůrazňuje ředitel ČRA **Pavel Frelich**.

Frelich dodává, že zásadní zlom nastane ve chvíli, kdy nová rozvojová banka (transformovaná z ČMZRZB) získá příslušnou akreditaci od Evropské komise. „Až bude tento proces transformace dokončen, možnosti podpořit soukromý sektor v rámci rozvojové spolupráce se výrazně rozšíří," dodává **Frelich**. Také pak podle něj bude možné více využít finančních prostředků z evropských fondů a programů Evropské komise.

JAN ŽIŽKA «

JAK PRORAZIT V KAMBODŽI

Kambodža je jedna z prioritních zemí české zahraniční rozvojové spolupráce. Při vstupu na zatím nepříliš probádanou kambodžskou půdu mohou české firmy využít dosavadní aktivity ČR v oblasti rozvojové spolupráce a navázat na ně.

Provázanost rozvojových a firemních aktivit dokáže navíc posílit i aktuálně nabízený program České rozvojové agentury (ČRA) s názvem B2B. V oblasti podpory soukromého sektoru jde o stále oblíbenější dotační program, který má pro následující rok rozpočet 22 mil. Kč.

Dvě dekády silného růstu kambodžské ekonomiky, který v posledních několika letech dosahoval přes 7 %, pomohly zemi v redukci chudoby a ve zlepšení ukazatelů kvality života. Od roku 2016 je pak Kambodža klasifikována jako země s nižším středním příjmem, nadále ale zůstává zemí „nejméně rozvinutou s preferenčním obchodním režimem“. Možná ztráta preferenčního režimu a již probíhající útlum financí od tradičních donorů budou pro zemi znamenat větší tlak na zvyšování konkurenceschopnosti. To může být příležitostí pro české firmy, které mohou kambodžské straně nabídnout své zkušenosti, technologie i zařízení. Perspektivní je oblast zemědělství a návazných zpracovatelských odvětví včetně potravinářství, ochrana životního prostředí či zdravotnictví. Další příležitosti pak nabízí těžební sektor. Rozmach cestovního ruchu v zemi v posledních letech vytváří tlak i na zlepšení infrastruktury civilního letectví.



» Češi se mimo jiné zaměřují na zkvalitňování zdravotní péče. Foto: Lucie Nečasová

Kambodžské státní vyznamenání

Česká rozvojová agentura v Kambodži podporuje realizaci celé řady projektů, které se soustředí na rozvoj zemědělské i průmyslové výroby či stabilizaci zdravotnických, sociálních a vzdělávacích služeb i veřejných úřadů. A velmi úspěšně. Za projekt **Podpora a rozvoj oftalmologie ve venkovských oblastech provincie Takeo v Kambodži pro roky 2015-2017** dokonce ČRA nedávno obdržela z rukou místopředsedy vlády Kambodži **Bin Chinna** vysoké kambodžské státní vyznamenání (Řád Sahametrei Thnak Tepidin). „*Udělený řád vnímáme jako výraz uznání a vděčnosti kambodžské vlády za dlouhodobou vzájemnou spolupráci a zároveň jako poděkování za realizované projekty v této zemi, které přispívají ke snížení chudoby, zlepšení zdravotní péče, kvality vzdělávání, životního prostředí, sociálního systému i podpoře podnikání,*“ říká ředitel České rozvojové agentury **Pavel Frelich**.

Program B2B pro odvážnější

Pro oblast podpory soukromého sektoru využívá ČRA svého dotačního programu pro české firmy – tzv. Programu B2B. Ten má za cíl navazování podnikatelských partnerství, ale také přípravu vstupu na trh. Program B2B má na rok 2018 rozpočet 22 mil. Kč. Pro rok 2018 jsou plánovány důležité změny: předně se vztahují právě na Kambodžu, neboť o dotaci pro tuto zemi se nyní firmy mohou ucházet i v nejvíce dotovaném pilíři – **Projektu B2B** (5 mil. Kč), který byl nyní bez výjimky rozšířen na všechny rozvojové země. Dalšími dvěma pilíři jsou **Studie proveditelnosti** a **Podnikatelské plány**. Všechny dotace musí splňovat podmínky minimálně 50 % spolufinancování z nestátních zdrojů – to znamená, že pokud náklady na zmapování trhu dosáhnou půl milionu, 250 tis. Kč zafinancuje ČRA. A jaké jsou uznatelné náklady? „*Hradíme osobní i cestovní náklady, subdodávky, překlady, tlumočení i PR. V rámci dlouhodobějšího Projektu B2B je možno naplánovat i studijní cestu do ČR,*“ vysvětluje



» Kambodžský řád pro Českou rozvojovou agenturu. Foto: Archiv ČRA

manažerka programu B2B **Ludmila Leškovská** z ČRA.

Čistá voda v Sihanoukville

Studie proveditelnosti firmy G-servis s názvem **Udržitelné a efektivní nakládání s vodami v aglomeraci Sihanoukville, Kambodža** je jednou z prvních aktivit českých firem v rámci B2B v této zemi. Cílem projektu je zpracování analýzy stavu vodního hospodářství zaměřené na oblast úpravy a čištění vody ve městě Sihanoukville. To je jedním z nejvýznamnějších turistických center a svým rozvojem může napomoci ke komplexnímu rozmachu místní ekonomiky a kvality života. Účelem studie je rozpoznání potřeb a rozsahu trhu v zemi a identifikace možných partnerů pro komerční spolupráci a průzkum legislativy v oblasti vodního hospodářství. „*Jak ukazují zkušenosti také z jiných zemí, program B2B nabízí jedinečnou možnost podpory českých firem v oblastech se zvýšeným rizikem a nezastupitelnou formou pomáhá dlouhodobému zapojení soukromého sektoru jako klíčového partnera do rozvojových aktivit ČR. Tím se posiluje i možnost komerční návaznosti a ukazuje se tak, že zahraniční rozvojová spolupráce může být efektivní součástí proexportní politiky,*“ dodává velvyslanec ČR v Kambodži **Marek Libřícký**.

FILIP ŠEBEK <<

СТРИГИНО AR STRIGINO

RUSKO: TLAK NA LOKALIZACI VÝROBY SE ZVYŠUJE

Terminál letiště Strigino v ruském Nižném Novgorodu dokončený společností PSJ získal ocenění v soutěži stavba roku 2016. Foto: ambasáda v Moskvě

Přes nelehkou geopolitickou situaci mají i dnes české firmy na ruském trhu dobré příležitosti na uplatnění. Hlavní předností ruského trhu je až na malé výjimky jeho nedostatečná nasycenost a omezená přítomnost zahraniční a domácí konkurence. Ruský trh se ale postupně mění. Tlak na lokalizaci výroby v Rusku se zvyšuje. Začíná se zvyšovat poptávka po dodávkách zboží s vyšší přidanou hodnotou a investicích s vysokým podílem vyspělých technologií.

Náš vývoz do Ruska stabilně dosahuje vyšších hodnot než vývoz ostatních srovnatelných členských zemí Evropské unie. To je dokladem trvalého zájmu ruských zákazníků o české výrobky. V roce 2017 se ruská ekonomika vrátila k mírnému ekonomickému růstu a díky tomu znovu roste i náš vzájemný obchod; za první tři čtvrtletí český export do Ruska vzrostl o cca 12 %. Nálada mezi českými firmami působícími na ruském trhu je nyní o poznání lepší než v předchozích dvou letech. Dobré také je, že se postupně začínají zvedat i české investice mířící do Ruska.

Tahounem jsou automobily

Ruský automobilový trh po čtyřletých propadech znovu utěšeně roste. Podle odhadů Asociace evropského byznysu v Moskvě by v roce 2017 prodej osobních a lehkých komerčních automobilů měl dosáhnout 1,58 mil. vozů, tj. o 11 % více než v předchozím roce. **Škoda Auto**, která se těší oblíbě ruských

zákazníků, je momentálně osmou nejúspěšnější značkou na trhu. V současnosti se vyrábí v závodech v Nižném Novgorodu vozy Octavia a Yeti a v závodech v Kaluze vůz Rapid. V roce 2017 se očekává celkový prodej 62 tis. vozů. „*Stanovení jasných a transparentních podmínek na podporu investic a rozvoje dodavatelského řetězce*“ je podle **Michala Kadery**, ředitele vnějších vztahů Škoda Auto, třeba k dalšímu rozvoji ruského automobilového průmyslu.

Lokalizace výroby v Rusku je také součástí dlouhodobých investičních záměrů a strategie dalších českých firem. V roce 2016 otevřel **Brisk Tábor** v Toljatti závod Brisk Rus na výrobu zapalovacích svíček a **Brano Group** v Kstovu závod Branorus na výrobu automobilových komponentů.

Spolupráce na ruském automobilovém trhu, jednom z největších v Evropě, je z dlouhodobého hlediska perspektivní i proto, že momentální nasycenost trhu je stále relativně nízká. Na tisíc obyvatel

v Rusku připadá cca 360 automobilů (v r. 2016), což je o cca 40 % méně než v západní Evropě.

Změny ve strojírenství

Rusko je významným trhem pro české vývozce strojírenské produkce. Jedná se v podstatě o kompletní škálu strojů a zařízení využívaných v různých průmyslových odvětvích. Poptávka a prodej v oblasti papírenských, stavebních, zemědělských a jiných strojů a zařízení dynamicky roste a českým vývozcům se v Rusku aktuálně daří. Například litovelská společnost **Papcel** ještě letos dodá do Ruska linku na výrobu papíru. Česká exportní banka půjčila na vývoz výrobní technologie 800 mil. Kč.

Pro české výrobce kovoobráběcích strojů ruský trh tradičně představuje jedno z nejvýznamnějších odbytišť. Současné zahraniční i české vývozy sice klesají, v roce 2018 by ale mohlo dojít k opětovnému růstu. I přes značný tlak ruské vlády na lokalizaci výroby je totiž

efektivní rozvoj zastaralé místní výrobní základny otázkou spíše střednědobé budoucnosti. Díky tomu závislost na dovozech prozatím potrvá.

Příkladem možného úspěšného působení jsou aktivity společného podniku GRS Ural v Jekatěrinburgu české firmy **TOS Varnsdorf**. Tomu se nedávno podařilo získat „status ruského výrobce“, což je nesporná konkurenční výhoda. Svoji výrobní pobočku v Uljanovsku v říjnu tohoto roku také spustila vyškovská firma **Hestego**.

Od investičních celků k nanovláknům

V Rusku i dnes mohou české firmy realizovat větší komplexní dodávky investičních celků, zejména pokud jsou z české strany podpořeny exportním financováním. Projektem, o kterém se aktuálně jedná, je například výstavba závodu na výrobu technického vlákna a granulátu v Ivanovské oblasti.

Ve vybraných případech se české firmy dokážou v Rusku prosadit i u dodávek velkých projektů financovaných ruskou stranou. Společnost **PSJ** v roce 2016 dokončila prestižní výstavbu nového terminálu pro osobní přepravu na letišti Strigino v Nižném Novgorodu. Zásadní modernizace letiště nezbytná pro zvládnutí blížícího se světového fotbalového šampionátu si vyžádala investici přesahující 3,2 mld. rublů (cca 1,7 mld. Kč). „*Ruský trh je pro nás zajímavý a perspektivní a snažíme se zde orientovat na projekty většího rozsahu zahrnující kromě stavební části*

i dodávky technologií,“ potvrzuje ředitel divize exportu a člen představenstva společnosti **PSJ Jiří Skuhra**.

Ruští zákazníci mají také zájem o pestrou škálu různých dodávek výrobků a služeb od malých a středních českých firem, které ale dnes musí splňovat ty nejvyšší kvalitativní parametry. Je jedno, zda se jedná o výrobu sanitárního nábytku, kterou v Kalužské oblasti v tomto roce zahájila firma **Dřevojas**, zdravotnickou techniku společnosti **BMT Medical Technology** nebo o dodávky strojů k výrobě nanovláken libereckého **Elmarca**. Právě české nanotechnologické firmy se v říjnu 2017 díky projektu ekonomické diplomacie vůbec poprvé představily v Moskvě-Skolkovu na tradiční akci Open Innovations.

Řada dalších příležitostí se českým dodavatelům v Rusku nabízí při spolupráci a dodávkách pro železniční a kolejovou dopravu, civilní letecký průmysl, chemický průmysl, energetiku včetně možných dodávek jaderných zařízení a dalších oblastech.

Významná je spolupráce v oblasti finančních služeb. Ruský **Home Credit Bank** je lídrem v oblasti spotřebitelských úvěrů a obdobně **PPF Life Insurance** jednou z největších v Rusku na trhu životního pojištění. Čtyřicetiprocentní meziroční nárůst počtu ruských cestovatelů do Česka za první tři čtvrtletí roku 2017 znamená, že turisté z Ruska se k nám po dvou letech znovu vrací. **České aerolinie**, trvale jeden z nejsilnějších zahraničních dopravců na ruském trhu, v nadcházející zimní sezóně budou

provozovat do Ruska 46 letů týdně se spoji do sedmi ruských destinací.

Příležitosti v regionech

Nové příležitosti ke spolupráci je třeba především hledat v ekonomicky a průmyslově rozvinutých regionech. Vzhledem k ekonomické nevyrovnanosti ruských regionů se podmínky pro spolupráci mohou místně značně lišit. V posledním období také výrazně zesílil zájem o zahraniční investice. Především o investice, které přináší vyspělé technologie.

Příkladem větší české investice ve Voroněžské oblasti je výstavba závodu na výrobu zemědělské techniky, jehož stavbu v městě Bobrovo již zahájila společnost **Agrostroj Pelhřimov**.

Nespornými výhodami při jednání s regiony jsou relativně vysoká autonomie v rozhodování, jednodušší přístup k vedoucím představitelům, vlastní rozpočet a větší šance pro malý a střední byznys. Při jednání s regiony je ale třeba mít na paměti, že aktuálně více než 50 % českého vývozu do Ruska a téměř 70 % obrátu prochází účetně přes Moskvu.

Ziskový byznys je možný

Vládní politika náhrady dovozu a lokalizace výroby byla reakcí ruské vlády na ekonomickou recesi a sankční režim. V posledních třech letech došlo k zásadním úpravám příslušných zákonů v oblasti průmyslové politiky a veřejných a státních zakázek, které dnes zvýhodňují domácí výrobce. Několik set druhů zboží položek v oblastech strojírenství, obranného průmyslu, medicínské techniky, léků a softwarového vybavení nesmí být do Ruska dodáváno v režimu veřejných zakázek a v rámci dodávek státním podnikům, pokud existují ruské domácí výrobní analogy. Kromě toho si Rusko chrání svůj agrární trh zákazem dovozu vybraných druhů potravin a řadu dalších odvětví průmyslu pomocí různých stimulačních balíčků a subvencí.

Rusko se v posledních letech posouvá na lepší místa v téměř všech zahraničních hodnoceních, která se zabývají porovnáváním obchodního prostředí. I přes stávající sankční režim, přítomnou korupci a další nekalé praktiky je země, kde lze dělat ziskový byznys. Neutuchající zájem českých firem o toto teritorium to potvrzuje.

MARTIN BAŠTA,
vedoucí obchodně ekonomického úseku, ambasáda v Moskvě <<

Obchodní výměna České republiky s vybranými regiony Ruské federace v r. 2016

Region	Vývoz z ČR (tis. USD)	Dovoz ČR (tis. USD)	Obrát (tis. USD)
Moskva	1 255 344	1 941 467	3 196 811
Sankt Petěrburg	315 666	48 148	363 814
Kalužská oblast	247 917	8 772	256 689
Moskevská oblast	182 384	40 313	222 697
Sverdlovská oblast	73 752	176 477	250 229
Republika Tatarstán	63 024	132 941	195 965
Nižgorodská oblast	54 498	7 580	62 079
Samarská oblast	46 854	6 153	53 007
Leningradská oblast	45 911	37 204	83 115
Rostovská oblast	23 507	6 387	29 895
Krasnodarský kraj	7 011	212	7 223
Celkem	2 315 872	2 405 657	4 721 530

Zdroj: Federální celní služba Ruské federace

PROJEKTY EKONOMICKÉ DIPLOMACIE: FIRMY ZÍSKÁVAJÍ KONTAKTY, INSPIRACI, MOŽNOST PREZENTACE

» Rozjíždíte start-up a rádi byste navázali kontakty s novými partnery? Pohybujete se třeba v dodávkách pro energetiku a český trh jste již nasatili? Nebo chcete rozšířit své obzory a inspirovat se v zahraničí? **Zapojte se do projektů na podporu ekonomické diplomacie a pronikněte na zahraniční trhy.** Zastupitelské úřady ČR každoročně organizují proexportní akce, díky kterým můžete získat cenné kontakty a zkušenosti a představit své výrobky, služby či know-how v zahraničí.

Projekty na podporu ekonomické diplomacie, tzv. PROPEdY, představují jedinečnou formu podpory českým exportérům. Následující řádky vám představí samotné projekty a odpoví na otázky, proč by se o ně české firmy měly zajímat.

Pod termínem **PROPEd** si lze představit celou řadu různorodých akcí. Ambasády organizují podnikatelské semináře či workshopy, konference, setkání s investory, sektorově zaměřené podnikatelské mise nebo zajišťují účast firem na zahraničních veletrzích. Projekt může být realizován také formou incomingové mise zahraničních subjektů do ČR. Tuzemské firmy tak mají skvělou příležitost prezentovat potenciálním zahraničním partnerům nejen své produkty, ale i výrobní kapacity.

Stále širší záběr

Historie projektů ekonomické diplomacie sahá až do roku 2004. Celý systém se přirozeně vyvíjí s tím, jak se mění požadavky českých exportérů. Nejvýznamnější změnou byl však vznik společného nástroje financování

ekonomické diplomacie ČR v lednu 2017. Ten díky spolupráci s partnerskými rezorty umožňuje realizaci širšího spektra činností a efektivnější sektorovou prezentaci ČR v zahraničí s využitím většího objemu finančních prostředků.

Mezi instituce, které se na společném financování ekonomické diplomacie ČR podílejí, patří kromě Ministerstva zahraničních věcí také Ministerstvo pro místní rozvoj, Ministerstvo obrany, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zemědělství a Úřad vlády ČR. Každá z institucí zapojených do společného nástroje má pro konkrétní kalendářní rok vyhrazený rozpočet určený na podporu českých vývozců.

O výběru projektů k realizaci a alokaci finančních prostředků rozhoduje komise složená ze zástupců participujících institucí. Díky společnému nástroji se daří rozšiřovat tematické zaměření projektů o nové sektory. Díky zapojení vědecko-výzkumné sekce Úřadu vlády ČR tak například v letošním roce podstatně narostl počet projektů zaměřených na vědu, výzkum a inovace.

Tříkrát více projektů

Pro rok 2017 bylo z celkového počtu 409 návrhů schváleno 291 projektů ekonomické diplomacie, které české ambasády realizují v 95 zemích po celém světě. Nárůst počtu realizovaných projektů, který je oproti roku 2015 více než trojnásobný, vypovídá o zvyšujícím se zájmu o projekty ekonomické diplomacie jak na straně zapojených institucí, tak na straně českých exportních firem.

Vedle počtu projektů roste především objem finančních prostředků určených na podporu českého exportu. Mezi lety 2015 a 2016 zaznamenal rozpočet určený na projekty ekonomické diplomacie téměř dvojnásobný nárůst z 8,8 mil. na 16 mil. Se vznikem společného nástroje rozpočet narostl mnohonásobně – v roce 2017 bylo díky participaci partnerských rezortů na projekty alokováno více než 50 mil.

Jak získat informace

Jak se jako český exportér dozvíte o realizovaných projektech? Sledujte webové stránky Ministerstva zahraničních věcí*, kde uvádíme seznam schválených projektů, či konkrétního zastupitelského úřadu ČR. Cesta může vést také přes Klientské centrum pro export. Naši exportní specialisté jsou

* Na webových stránkách Ministerstva zahraničních věcí jsou aktuální informace k projektům ekonomické diplomacie (včetně seznamu projektů schválených pro rok 2017) zveřejňovány v sekci „ekonomika“: http://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/projekty_ekonomicke_diplomacie/index.html

Vývoj financování PROPEdů

Rok	Rozpočet	Počet projektů	Prostředky na projekt (průměrně)
2014	4,5 mil. Kč	51	90 tis. Kč
2015	8,9 mil. Kč	83	100 tis. Kč
2016	16,0 mil. Kč	161	95 tis. Kč
2017*	50,8 mil. Kč	291	155 tis. Kč

* V první výzvě roku 2017 byly schváleny projekty za 39 mil. Kč, celková alokace pro rok 2017 je 53 mil. Kč



» Český pavilon na konferenci TechCrunch Disrupt 2017 v New Yorku.
Foto: generální konzulát v New Yorku

připraveni konzultovat vaše exportní záměry a doporučit vám další kroky.

Dalším kontaktním místem jsou podnikatelské asociace a svazy, s nimiž Ministerstvo zahraničních věcí při realizaci projektů ekonomické diplomacie úzce spolupracuje, a které zastupitelským úřadům pomáhají s vyhledáváním vhodných firem pro jednotlivé projekty.

Účast na projektech ekonomické diplomacie přináší českým firmám řadu výhod. Je to zejména jedinečná příležitost setkat se s významnými představiteli firem, podnikových asociací i státního sektoru v partnerské zemi. V řadě teritorií je velice obtížné taková setkání bez záštity české diplomacie zrealizovat. V neposlední řadě ušetříte čas, který byste věnovali hledání kontaktů a identifikaci potenciálních obchodních partnerů, pokud byste se rozhodli proniknout na dosud neprobádaný trh na vlastní pěst.

Představme si situaci, že česká firma specializující se na vývoj a výrobu zdravotnických prostředků hledá vhodného obchodního partnera v zahraničí. **V Mapě globálních oborových příležitostí**, kterou každoročně Ministerstvo zahraničních věcí ČR připravuje, zjistí, že jednou ze zemí, v níž je zdravotnictví identifikováno jako jeden z prioritních sektorů, je středoasijský Kazachstán. Exportní záměry firmy však limituje jednak absence relevantních kontaktů, jednak nedostatečný přehled o specifikách, jimiž se kazašský trh vyznačuje.

Na základě přehledu realizovaných projektů zveřejněného na webu Ministerstva zahraničních věcí firma zjistí, jaké projekty v daném teritoriu náš zastupitelský úřad připravuje, a může se obrátit přímo na obchodně-ekonomický úsek ambasády, kde získá podrobnější informace o připravovaných akcích a podmínkách účasti.

Ministerstvo zahraničních věcí veškeré projekty důkladně vyhodnocuje. Důraz je kladen především na zpětnou vazbu od samotných podnikatelů. Díky tomu registruje řadu úspěšných projektů, díky nimž se českým firmám podařilo proniknout i na náročné zahraniční trhy a uzavřít zde konkrétní zakázky.

Start-upy v New Yorku

Díky projektu ekonomické diplomacie generálního konzulátu v New Yorku a projektu CzechDemo agentury CzechInvest se pětice českých start-upů zúčastnila v květnu 2017 prestižní start-upové konference **TechCrunch Disrupt** v New Yorku, kam se přijely představit americkým investorům a potenciálním obchodním partnerům mladé technologické firmy z celého světa. Český pavilon na konferenci navštívil i náměstek ministra zahraničních věcí **Miloslav Stašek**.

„New York patří spolu se slavným Silicon Valley k centrům současného technologického boomu a konference TechCrunch Disrupt je rozhodně mezi těmi akcemi, na nichž jsou k vidění pravidelně ty nejslibnější technologické start-upy. Jsem proto velice rád, že se nám spolu s agenturou CzechInvest

podařilo opět po roce zajistit viditelnou českou účast na této konferenci a rovněž připravit kvalitní doprovodný program, který přidanou hodnotu vlastní účasti na konferenci pro české firmy zněkolikanásobil,“ shrnul týdenní akci generální konzul ČR v New Yorku **Martin Dvořák**.

Zdravotnické firmy v Maroku

Další příklad úspěšného projektu ekonomické diplomacie se v roce 2017 odehrál na africkém kontinentu. České firmy vyrábějící zdravotnické prostředky se díky účasti na projektech ekonomické diplomacie, které zorganizovala **Jana Kostrounová**, ekonomická diplomatka zastupitelského úřadu v Rabatu, začínají úspěšně etablovat na marockém trhu.

V první polovině roku 2017 měly české zdravotnické firmy sdružené v Asociaci výrobců a dodavatelů zdravotnických prostředků příležitost setkat se s řediteli největších marockých soukromých a státních zdravotnických zařízení během jejich návštěvy České republiky. Na tuto incomingovou misi navázala cesta zástupců českých firem ELLA-CS, LINET, MEDIN, MZ Liberec, Profil Nábytek a Royal Spa do marockého Rabatu a Fesu, kde čeští exportéři zdravotnických prostředků prezentovali své produkty lokálním partnerům a jednali o konkrétních zdravotnických projektech.

ANNA URBANOVÁ,
ŠÁRKA HEBERSTEINOVÁ,
Odbor ekonomické diplomacie,
Ministerstvo zahraničních věcí »



» Jednání českých firem s walím (obdoba českého hejtmana) marockého regionu Fes-Meknes Saidem Zníberem a prezidentem regionu Fes-Meknes Mohaendem Laenserem. Foto: ambasáda v Rabatu



NADCHÁZEJÍCÍ AKCE EKONOMICKÉ DIPLOMACIE

PROSINEC 2017

- › **Exportní semináře zaměřené na Indonésii a Filipíny**
12. prosince 2017 v Brně v Regionální hospodářské komoře Brno
13. prosince 2017 v Černínském paláci MZV ČR

LEDEN 2018

- › **Exportní seminář zaměřený na obchodní příležitosti v Rusku a Bělorusku**
31. ledna 2018 v Černínském paláci MZV ČR

Pro bližší informace o akcích či registraci se obraťte na michaela_koletova@mzv.cz

 **Ekonomická diplomacie ČR**

 **ed_mzvcr**

 **Ekonomická diplomacie ČR**





EGAP

Slavíme 25 let pokroku



1992

2017

Čtvrtstoletí

pojišťování českého exportu

klientské centrum pro export

Afghánistán
Albánie
Alžírsko
Argentina
Arménie
Austrálie
Ázerbájdžán
Belgie
Bělorusko
Bosna a Hercegovina
Brazílie
Bulharsko
Černá Hora
Čína
Dánsko
Egypt
Estonsko
Etiopie
Filipíny
Finsko
Francie
Ghana
Gruzie
Chile
Chorvatsko
Indie
Indonésie
Irák
Írán
Irsko
Itálie
Izrael
Japonsko
Jižní Afrika
Jordánsko
Kambodža
Kanada
Kazachstán
Keňa
Kolumbie
KLDK
Korejská republika
Kosovo
Kuba
Kuvajt
Kypr
Libanon
Libye
Litva

Lotyšsko
Lucembursko
Maďarsko
Makedonie
Malajsie
Maroko
Mexiko
Moldavsko
Mongolsko
Myanmar/Barma
Německo
Nigérie
Nizozemsko
Norsko
Pákistán
Palestina
Peru
Polsko
Portugalsko
Rakousko
Rumunsko
Rusko
Řecko
Saúdská Arábie
Senegal
Singapur
Slovinsko
Spojené arabské emiráty
Spojené státy americké
Srbsko
Španělsko
Švédsko
Švýcarsko
Thajsko
Tchaj-wan
Tunisko
Turecko
Ukrajina
Uzbekistán
Vatikán
Velká Británie
Vietnam
Zimbabwe
NATO
OECD
OSN
Rada Evropy
UNESCO
Evropská unie

▶ **Jednotné
kontaktní místo
pro exportéry**

▶ **služby ve více než
90 zemích světa
prostřednictvím
Jednotné zahraniční sítě**

▶ **konzultace exportních
a investičních záměrů
v zahraničí**

▶ **informace o exportních
novinkách a příležitostech**

▶ **více informací:
www.businessinfo.cz/kce**

Jednotnou zahraniční síť tvoří zastupitelské úřady ČR a zahraniční kanceláře agentury CzechTrade

Adresa:

V sídle agentury CzechTrade,
Dittrichova 21, 128 01 Praha 2

Kontakt:

Telefon: +420 224 907 576

E-mail: kcexport@businessinfo.cz