



MED

MODERNÍ EKONOMICKÁ DIPLOMACIE



Ministerstvo zahraničních věcí
České republiky

ÚNOR 2019
ČÍSLO 8

Rozhovor
s Vlastislavem Břízou:
**DOBY SE MĚNÍ.
ALE TUŽKA
NÁS PŘEŽIJE**

Strana 12



TÉMA:

Světový obchod a český export
– hrozba dominového efektu

Strana 4



ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR:

Od Krtečka k atlasu světa.
Albatros vyváží do 45 zemí

Strana 16



MIMOEVROPSKÉ TRHY:

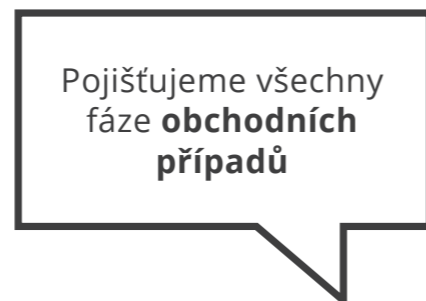
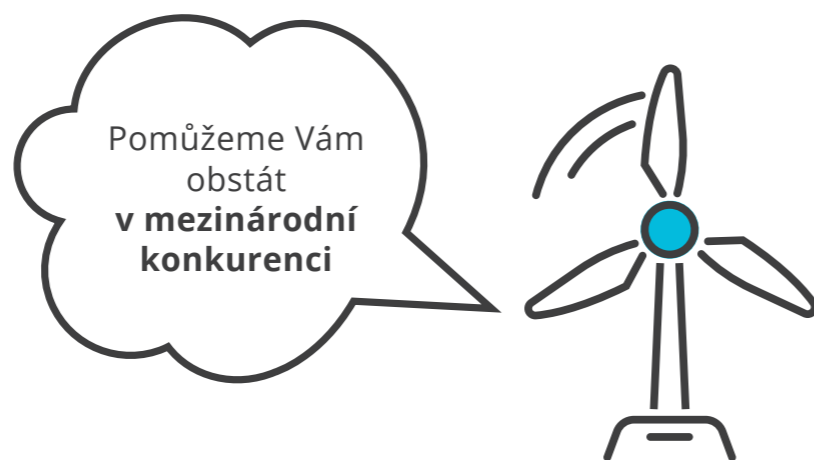
Asijská tykadla české
ekonomické diplomacie

Strana 18



SPOLEHLIVÝ PARTNER ČESKÉHO EXPORTU

Podporujeme české vývozce již od roku 1992



www.egap.cz, akvizice@egap.cz

OBSAH

- 2-3 > **Tomáš Petříček:**
Propojení ekonomiky a rozvoje jako nový trend diplomacie
- 4-6 > **Téma:**
Hrozba dominového efektu
- 8-9 > **Finance:**
Exportéři se zajistit musí
- 10 > **Názor:**
Jednotný vnitřní trh projde nejtěžší zkouškou
- 11 > **Komentář:**
Na tradiční české značky úspěšně navazují nové
- 12-14 > **Vlastislav Bříza:**
Doby se mění, ale tužka nás přežije
- 16-17 > **Úspěšní exportéři:**
Albatros – od Krtečka k atlasu světa i Disneymu
- 18-19 > **Trhy:**
Asijská tykadla české diplomacie
- 20-21 > **Trhy:**
Korejské investice posilují český export
- 22-23 > **Trhy:**
Tropický ráj na Filipínách zažívá ekonomický boom
- 24-25 > **Nadějná technologie:**
S tkaninou do třetí dimenze
- 26-27 > **Služby pro exportéry:**
Krajší specialisté a podpora vývozu
- 28 > **Nadcházející akce ekonomické diplomacie**



Vážení čtenáři,

když se dnes mluví o obchodních bariérách ve světě, skoro každého napadne jedno jméno – Donald Trump. Můžete mu vyčítat, že volnému obchodu škodí, nebo ho naopak chválit, že za něj tvrdě bojuje. Názory se liší. Zbrzdění mezinárodních hospodářských toků je ale možné pozorovat už delší dobu – od finanční krize v letech 2008-09.

Někteří ekonomové používají pojem „slowbalisation“ – tedy zpomalení dříve vychvalované i tvrdě kritizované globalizace. Podle týdeníku The Economist se zhoršily podmínky nejenom pro klasický obchod, ale také pro přeshraniční investice, bankovní transakce nebo vytváření globálních dodavatelských řetězců. Novým trendem údajně může být posilování regionálních bloků na úkor globální spolupráce.

Pokud by se takový vývoj směrem k „regionalizaci“ potvrdil, pro Česko to může vypadat na první pohled nadějně. Český export míří z 85 procent do Evropské unie. Tuzemští podnikatelé se dokáží na náročném evropském trhu uplatnit s kvalitními produkty. Vývoz do Německa či dalších zemí EU ale má i jinou tvář – často jde také o subdodávky k finálním produktům pro celý svět, na kterých už vydělává někdo jiný než český vývozce.

Co s tím? Nabízí se jednoduchá odpověď – méně reexportů přes EU na jiné kontinenty, větší podíl přímého vývozu mimo Evropu. Snadné to ale vůbec není, Češi čelí ve vzdálených krajích tvrdé konkurenci – jak popisuje nová velvyslankyně na Filipínách Jana Šedivá v článku Asijská tykadla české diplomacie.

MED opět přináší příběhy společností (Koh-i-noor, Albatros), které na globálních trzích uspěly. Nehodláme tím dokazovat, že Češi jsou v exportu bezkonkurenční mistři světa. Jde nám o pozitivní inspiraci – máme tu přece firmy, které ukazují cestu. A není jich málo.

JAN ŽIŽKA
Editor Moderní ekonomické diplomacie

Nový trend české diplomacie: PROPOJOVÁNÍ EKONOMIKY A ROZVOJE

Českému exportu se v roce 2018 opět dařilo. Ekonomické analýzy však naznačují pokles poptávky na zahraničních trzích. To může mít vliv na zpomalení růstu exportu i české ekonomiky. V dobrých časech je tak potřeba se soustředit na časy budoucí. Právě proto je pro nás podpora firem v zahraničí prioritou, a to zejména ve vzdálenějších a rizikovějších teritoriích. Snažíme se nejen zlepšovat služby našich ambasad, ale také propojovat nástroje rozvojové a ekonomické spolupráce.

Ekonomickou diplomacií proti krizi

Předběžná čísla ukazují, že českému exportu se v roce 2018 extrémně dařilo. Jeho hodnota by měla překročit 4,2 bilionu korun. Ekonomické ukazatele však naznačují, že růst exportu a ekonomiky samotné může zpomalovat. Dobré časy nemusí trvat věčně a české firmy by se na možnou krizi měly připravit. Jednou z cest může být i diverzifikace exportu, se kterou může pomoci i ekonomická diplomacie.

Nejde jen o pesimistické předpovědi většiny ekonomů, ale může se jednat o chladnou poptávku v EU a zejména Německu, ekonomické problémy jihu Evropy či zpomalování čínské ekonomiky v kombinaci s protekcionistickou politikou americké administrativy a blížícím se brexitem.

I proto je stále prioritou České republiky dokončení vnitřního trhu EU a udržení trendu liberalizace světového obchodu, jehož pravidla musí být spravedlivá. V posledních letech se stále více hovoří o obchodních válkách a nové vlně protekcionistických opatření. Právě ty mohou uspišit a prohloubit případnou hospodářskou recesi. Pravidla mezinárodního obchodu nemusí být dokonalá a Česká republika je otevřena diskuzi o jejich revizi, ale nesmíme zapomínat, že právě pravidla Světové obchodní organizace a dohody o volném obchodu nám pomohly zjednodušit vzájemný obchod a snížit jeho náklady. Har-

monizace standardů, uznávání certifikátů a další snižování netarifních překážek mohou často být jedním z rozhodujících faktorů výběru exportních trhů.

Pro malou, otevřenou ekonomiku jako ta česká je podpora liberalizace obchodu, exportu a ekonomická diplomacie vždy nezbytnou součástí zahraniční politiky. V horších časech je, dalo by se říct, život-



» Jeden z loňských projektů ekonomické diplomacie – mise českých těžařských firem do Myanmaru. Foto: MZV ČR

ně důležitá. Česká ekonomika je závislá na vývozním výkonu českých firem.

Přestože se všichni vzájemně chválíme, jak se českým firmám daří, nesmíme zapomínat, že jsme velmi závislí na exportu do Evropské unie, zejména do Německa. Přitom právě diverzifikace exportu může být jednou z obran proti přicházející krizi.

Vzdálenější teritoria, přestože jsou často rizikovější, mají svůj potenciál a existuje v nich mnoho příležitostí pro české firmy. Hlavní roli ekonomické diplomacie a Ministerstva zahraničních věcí ČR vidím zejména zde. Právě ve vzdálenějších, těžších teritoriích je přidaná hodnota našich zastupitelských úřadů největší.

Jedním z mých důrazů v pozici ministra zahraničních věcí již od mého nástupu do čela české diplomacie je propojování rozvojové spolupráce a ekonomické diplomacie. Rozvojová spolupráce je investice do naší bezpečnosti a do našeho budoucího hospodářského růstu a rozvoje. Pro rozvojové země musíme být partnerem a hledat společné projekty, které povedou ke všeobecnému rozvoji ekonomiky a zvyšování životní úrovně. Export do rozvojových zemí je z mnoha důvodů často komplikovanější než do vyspělejších teritorií, která jsou nám známá a kde již české firmy působí. Zároveň je však spolupráce českých firem s místními významným prostředkem pro posílení spolupráce a místní ekonomiky. I zde jsou důležitá výše zmíněná pravidla mezinárodního obchodu, která musí být spravedlivá i vůči rozvojovým zemím a jejich potřebám. Česká republika má několik programů, kterými se snažíme podporovat rozvojové země a vzájemnou spolupráci. Velmi se osvědčily malé lokální projekty, kde mohou naše ambasády pomoci například vybavit ordinaci či postavit studnu. Malé lokální projekty vycházejí ze znalostí na-

ších diplomatů v dané zemi o potřebách místních komunit. Každý rok se nám takto podaří podpořit až 100 projektů s celkovým rozpočtem 30 milionů korun.

Výbornou pověst má také zdravotně-humanitární program MEDEVAC a migračně-humanitární program Pomoc na místě, který v Africe organizuje Ministerstvo vnitra. Primárním cílem těchto programů je

50% jistiny exportního úvěru, což snižuje rizikovost investic na rozvojových trzích. Program zároveň stimuluje banky k ochotnějšímu půjčování a firmy k rizikovějšímu investování. Podmínkou podpory je udržitelnost investice a její konkrétní rozvojový dopad v zemi realizace. To může být formou zvyšování místní zaměstnanosti či předávání know-how a technologií. Kromě rozvojových přínosů přináší program

ústavních činitelů a členů vlády často míří právě do rizikovějších a vzdálenějších teritorií, kde mohou pomoci získat potřebné kontakty a rozvinout B2B spolupráci. Letos se s podnikatelskou misí chystám například do Afriky, jihovýchodní Asie či Latinské Ameriky.

Abychom neusnuli na vavřínech, pravidelně služby státu v oblasti ekonomické diplomacie konzultujeme s podnikatelskými svazy a reprezentacemi. Významným partnerem je nám v tomto aspektu Hospodářská komora ČR, která má i díky svým regionálním pobočkám unikátní vhlad do potřeb českých podnikatelů napříč Českou republikou.

Od letošního roku jsme právě i díky již existující krajské síti připravili s Hospodářskou komorou ČR pilotní program Krajských exportních specialistů. Naším společným cílem je detailněji představit služby ekonomické diplomacie a rozšířit služby, které zástupci krajských hospodářských komor mohou nabízet exportérům přímo v jejich regionu, přímo tam, kde firmy sídlí a působí. V pilotním roce se zapojily komory Pardubického, Brněnského, Moravskoslezského, Olomouckého a Zlínského kraje.

Další novinkou jsou Czech Business Centres (Česká podnikatelská centra), která budou působit při vybraných ambasádách. Jejich úkolem je sdružovat české firmy působící v zahraničí a ty, které mají o vstup na trh v konkrétní zemi zájem. Jedná se o vzájemnou podporu mezi podnikateli s podporou zastupitelského úřadu v dané zemi. Czech Business Centres takto mohou poskytovat podnikatelskou asistenci nad rámec služeb zastupitelského úřadu. Pro pilotní rok budou založena podnikatelská centra v Brazílii, Maroku, Mongolsku, Indonésii či Spojených státech.

Mnohým se může zdát, že plán z České republiky udělat dodavatele velkých komplexních řešení je příliš ambiciózní a že Česká republika nemůže konkurovat svým evropským partnerům. Jsem ale přesvědčen, že to není pravda. Stačí se jen podívat na více než staletou historii průmyslové výroby v českých zemích a značky pocházející z malé středoevropské země, které přesto hravě konkurují značkám světovým.

TOMÁŠ PETŘIČEK,
ministr zahraničních věcí ČR «



» Ministr zahraničních věcí Tomáš Petříček. Foto: MZV ČR

pomoci na místě, zároveň však pomáhají šířit dobré jméno České republiky. Toho pak následně mohou využít i české firmy, které se v těchto teritoriích snaží prosadit.

Pro české firmy směřující do rozvojových zemí je rovněž otevřen dotační program rozvojového partnerství pro soukromý sektor B2B. Díky němu je možné realizovat studie proveditelnosti či podnikatelský plán s dotací až 50% nákladů. Může také pomoci diverzifikovat rizika spojená se založením společného podniku. Právě neznalost prostředí a vysoké vstupní náklady často bývají rozhodující překážkou pro naše firmy, snížení těchto nákladů je reálným přispěním k působení našich firem v rozvojových teritoriích.

Zcela unikátní novinkou je program Záruka zahraniční rozvojové spolupráce, který jsme připravili ve spolupráci s ČMZRB. Program využívá finanční nástroj pro usnadnění vstupu na rozvojové trhy. Stát pomůže firmám získat záruku až do výše

i nové příležitosti pro české firmy, jak se etablovat v rizikovějších teritoriích.

S cílem poskytnout komplexní řešení na rozvojových trzích jsme letos připravili program sektorových rozvojových platforem. Naší snahou je spojit firmy, které dokáží nabízet komplexní investiční řešení. Potenciál vidíme zejména v sektorech jako je zdravotnictví, energetika, vodohospodářství či zemědělství. Tedy v sektorech, ve kterých mají zájem o spolupráci partnerské země.

Nové služby v roce 2019

Služby ekonomické diplomacie musí být zejména prospěšné pro firmy samotné, za již tradiční nástroj, který se velmi osvědčil, mohou označit projekty ekonomické diplomacie PROPED, které pořádáme ve spolupráci s dalšími šesti resorty. Nejen PROPED, ale i podnikatelské a obchodní mise spojené s cestami nejvyšších

Světový obchod a český export: HROZBA DOMINOVÉHO EFEKTU

Začátek roku 2019 poznamenaly předpovědi ohledně různých pohrom, které zasáhnou také českou ekonomiku a český export. Obchodní války, brexit, nejisté výhledy německé ekonomiky... Na konci ledna ministerstvo financí snížilo odhad růstu české ekonomiky pro letošní rok z 2,9 % na 2,5 %. Nejde o žádnou tragédii. Signálů, že se nejistoty ve světě přenášejí do naší silně exportně orientované ekonomiky, ale přibývá.

Zatím stále převládá názor, že nás žádná skutečná pohroma – ani v Česku, ani ve světě – v nejbližší době nečeká. Rostou ale obavy z negativního vývoje v řadě oblastí, který se projeví až postupně v příštích letech.

Když prestižní výzkumná firma Eurasia Group na začátku roku zveřejnila tradiční výhled rizik pro následující rok, na první místo nezařadila žádnou konkrétní hrozbu typu obchodních sporů nebo kybernetické války. Může to na první pohled vypadat zvláště, ale jako nejnebezpečnější označila riziko „bad seeds“ – „špatných semen“.

Takové vyhlídky se samozřejmě netýkají světového zemědělství. Eurasia Group se tímto způsobem snažila popsat skutečnost, že světoví lídři jsou příliš zaneprázdněni řešením lokálních krizí, takže ignorují mnohem větší problémy. „Špatná semena“, která letos zasadíme, mohou podle výzkumné organizace ohrozit celý světový pořádek. Eurasia Group se v tomto ohledu zaměřuje na oslabování demokratických politických institucí, Evropské unie, NATO a globálních organizací.

Narušené vztahy

Z pohledu českého exportéra asi bude zajímavé hlavně to, že se ve výčtu objevuje také Světová obchodní organizace (WTO). Můžeme mít vůči jejímu fun-

gování v minulých letech řadu výhrad, jednou z příčin současných globálních sporů jsou výtky (zvláště ze strany Spojených států), že Čína tuto organizaci zneužívala a od silně ochranné politiky nikdy neupustila. Spíše hledala cesty,

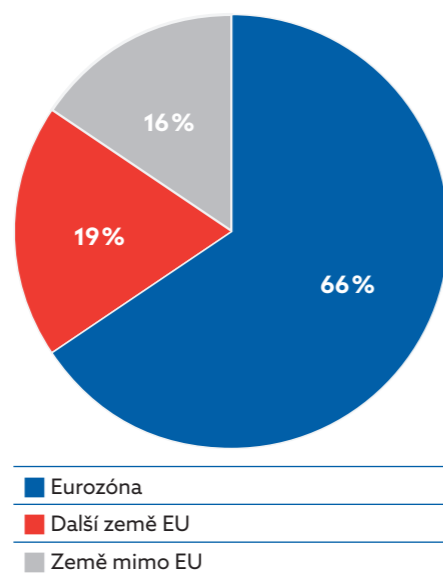
stylem – nebojí se vyhrocovat postoje vůči svým partnerům či rivalům (záleží na úhlu pohledu, ten se může časem měnit), aby je dotlačil k ústupkům, které nakonec budou vyhovovat Americe i celému Západu. Jinak to vidí Eurasia Group, která na druhé místo mezi globálními riziky zařadila vztahy mezi Spojenými státy a Čínou s upřesněním, že tento vztah už je zkrátka narušený. A ani dočasná příměří, momentální dohody ho nemohou zcela napravit. Důvěra na obou stranách velmi ochabla. Nejistota každopádně zůstává, což pro investory na světových trzích nevěští nic dobrého.

Konec stabilního řádu?

Teorii „špatných semen“ potvrzuje atmosféra letošního Světového ekonomického fóra v Davosu – alespoň podle toho, jak ji popsal Fareed Zakaria, jeden z nejspoktovanějších analytiků mezinárodních vztahů na světě. O zpomalení světové ekonomiky se podle něj příliš nemluvalo, růstem si ale také nikdo nebyl jistý. Zakaria popisuje současnou situaci následovně: Amerika odchází ze světové scény, Evropa je ve stejný okamžik rozdělena, depresivní a nedokáže se soustředit.

Nejistoty se týkají brexitu, ale třeba i vývoje ve Francii – kde prezident Emmanuel Macron čelí protestům „žlutých vest“. To vše může mít své ekonomické důsledky, stejně jako obavy, zda Itálie či Francie budou schopny do budoucna plnit své rozpočtové závazky v rámci eurozóny.

Kam směřuje český export leden – listopad 2018 (v procentech)



Zdroj: Český statistický úřad

jak pravidla WTO obházet. Díky Světové obchodní organizaci tu nicméně existoval určitý rámec pro řešení sporů, který teď zvláště americká administrativa Donalda Trumpa ponechává stranou.

Optimisté se domnívají, že prezident Trump přišel s účinnějším vyjednávacím



Burza v Šen-čenu je symbolem čínského ekonomického boomu. Loni zažila pád akcií o desítky procent. Finančníci s napětím očekávají letošní vývoj. Foto: Shutterstock

Fareed Zakaria nepředpokládá ani to, že by se vůdčí role ve světě nyní ujal Peking. Čína podle něj čelí vlastním domácím politickým i ekonomickým problémům v podobě zpomalujícího růstu a snahy prezidenta Si Ťin-pchinga upevnit svou moc. Zkrátka není jisté, zda rámec mezinárodního pořádku zůstane přiměřeně stabilní.

K tomu dodejme, že názory na ekonomické slabiny Číny nejsou jednoznačné. Důvodem obav přitom není jen obchodní válka se Spojenými státy, zpomalování tamní ekonomiky má další důvody. Čína čelí velkému zadlužení svých bank a podniků. Je možné mluvit o bublině na trhu nemovitostí, které často zůstávají bez obyvatel. Na druhé straně se už Říše středu dostala do vyššího hospodářského stadia, kdy není možné dále ohromovat dřívějšími tempy. Podle optimističtějšího pohledu tedy může jít o určitou stabilizaci na úrovni dlouhodobě udržitelného růstu.

Pohled českého exportéra

Proč by ale toto všechno mělo zajímat například menšího českého podnikatele, který se snaží uplatnit své zboží na zahraničních trzích? Co je mu konečně po tom, jak se bude vyvíjet americká nebo čínská ekonomika? Obě tyto země jsou daleko, a i když patří mezi naše významné obchodní partnery, drtivá většina českého exportu

směřuje do Evropy. Slova ekonomických analytiků se mohou exportérům jevit jako zbytečné teoretizování. Pozornost vývozců je zaměřena na konkrétní zakázky, u nichž nemusí být nějaký dopad obchodních válek vůbec viditelný.

Přesto se ukazuje, že se zpomalování čínské ekonomiky přenáší i k nám. Z našeho pohledu jsou očekávaná tempa tamního růstu pořád hodně vysoká, loňský čínský růst na úrovni 6,6 % byl nicméně nejslabší od roku 1990. Podobným způsobem by se na české ekonomice projevilo, kdyby se potvrdily dohady o určitém vyčerpání amerického hospodářského oživení v posledních letech.

Tuzemští podnikatelé mohou namítnout, že jako největší riziko pro český export vychází i podle různých průzkumů oslabování německé ekonomiky. Na té je zdejší hospodářství opravdu silně závislé. Proč se tedy tolik mluví o Americe a Číně? Ve skutečnosti jde o spojené nádoby.

Cesta přes Německo

Spojené státy a Čína patří mezi tři nejvýznamnější exportní trhy německých firem, společně s Francií. „V letech 2016 i 2017 přitom Čína předčila Spojené státy jakožto nejdůležitější obchodní partner Německa,“ uvádí Lukáš Kovanda, hlavní ekonom Czech Fund. Loni se

už čínské zpomalení promítalo – a stále zjevně promítá – do zhoršení výkonu německého průmyslu, které následně vedlo ke ztrátě dynamiky průmyslu českého. Lukáš Kovanda uvádí, že zpomalení čínské ekonomiky o jedno procento vyvolává pokles české ekonomiky v rozsahu 0,25 až 0,3 procenta.

Aniž by bylo nutné v tuto chvíli nějak přehnaně strašit, je možné konstatovat, že největší vnější hrozbu pro českou ekonomiku představuje potenciální dominový efekt. Pokud bychom si jako padající kostky domina představili politiku Donalda Trumpa a případné potíže americké ekonomiky, za níž by následovaly hospodářské problémy Číny, následně Evropy i jejího německého ekonomického motoru, někde na konci bychom mohli umístit českou ekonomiku.

Na Německo přitom může mít velký dopad také hodně diskutovaný brexit – po trojici zmíněných exportních trhů Spolkové republiky je jejím dalším významným partnerem Velká Británie.

Ach, ta diverzifikace...

Pokud ovšem jde o diverzifikaci exportních trhů, je na tom Německo podstatně lépe než Česko. Analytik společnosti Akcenta CZ Miroslav Novák v komentáři pro jedno z loňských vydání časopisu MED (číslo 5) upozorňoval, že zatímco žádný z německých partnerů nepřesahoval desetiprocentní podíl na jeho vývozu, česká závislost na samotném Německu je mimořádná.

„Za posledních deset let nedošlo k žádné změně ve vztahu k Německu, když se podíl českého exportu do Spolkové republiky dlouhodobě pohybuje kolem 32 procent celkového vývozu,“ uvádí Miroslav Novák.

Ne všechny své slabiny si Německo dováží ze zahraničí. A některé známe v Česku velmi dobře – jako bychom je od Němců dokonale okopírovali. Hlavní ekonom Patria Finance Jan Bureš v Hospodářských novinách připomněl, že německé podniky začaly mít problémy se sháněním nových pracovníků a současně narážely na vysoké využití výrobních kapacit – to se loni vyplhalo na desetiletá maxima.

Je už tedy německá ekonomika přehřátá? Statistiky ukazují, že ve třetím čtvrtletí minulého roku dokonce zaznamenala mírný pokles o 0,2 procenta. Čas ukáže, zda šlo jen o ojedinělý výkyv. O zpomalení ale bezpochyby mluvit můžeme. Zatímco v roce 2017 dosáhl růst německého HDP 2,2 %, v roce 2018 to bylo 1,5 %.

Kotlerovo varování

Velké radosti přitom v současné době nepřináší vývoj klíčového automobi-

vývozu. (Podíl strojů a dopravních prostředků dohromady dosahuje necelých 60 procent.)

Místopředseda Asociace exportérů Otto Daněk v této souvislosti parafrázuje slova marketingového guru Philipa Kotlera, podle něhož je závislost přesahující 20 procent riskantní. Závislost přes 30 procent už znamená závažný problém. Jistě, je otázkou, jak tuto závislost přesně měřit v případě teritoriální a odvětvové struktury exportu. Otto Daněk ovšem nepovažuje za nedůležitý ani fakt, že

a případně dobře zvládnuté oddlužení se nakonec pro ekonomiku stává příznivým impulsem. Němci si zase lámou hlavu s ochabujícími zahraničními trhy, ale mohou více investovat doma a oživit domácí poptávku – když například dobře využijí svých rozpočtových rezerv. Tím by ostatně povzbudili nejen českou, ale celou evropskou ekonomiku.

Dobrá znalost zahraničních trhů může české exportéry nasměrovat i do teritorií, které v současné době nikdo za příliš lákavé nepovažuje. Napjaté vztahy mezi Západem a Moskvou uzavírají cestu na ruský trh vývozcům potravin. Směr Rusko ale může vyhovovat těm exportérům, kteří přispějí k tomu, aby si Rusové aspoň zčásti splnili svůj cíl a byli v této oblasti více soběstační. Jako nadějný se tedy rýsuje vývoz moderních zemědělských strojů.

Nadějná Asie i Afrika

Zpomalování Číny je do značné míry špatnou zprávou pro další asijské ekonomiky, které jsou na Říši středu hospodářsky napojeny. I tam se ovšem mohou zároveň rodit nové příležitosti.

Týdeník The Economist popsal obě strany mince na příkladu indonéské ekonomiky. Obchodní válka Ameriky s Čínou a rostoucí úrokové sazby v USA loni znervóznily investory do nastupujících trhů, takzvaných emerging markets. Odesla to také oslabují indonéská měna – rupie. Z dlouhodobého hlediska ale ostrovní země doufá, že přiláká výrobce, kteří už považují Čínu za příliš riskantní a drahou. Před dvaceti lety by nad takovým tvrzením mnozí kroutili nechápavě hlavami, v současnosti platí, že i čínská pracovní síla se stává relativně drahou.

A když už je řeč o Asii, je nutné zmínit také Latinskou Ameriku nebo geograficky bližší Afriku. Jak v minulém vydání časopisu MED (číslo 7) napsal český ekonomický diplomat z Nairobi Michal Minčev – navzdory všem problémům subsaharské Afriky není důvod, proč by se tamní země neměly zapojit do světové ekonomiky stejně tak, jako se to podařilo zemím z oblasti jihovýchodní Asie.

JAN ŽIŽKA <<



Asociace exportérů vás zve na XXII. Exportním fórum

Společenské centrum **UFFO** v Trutnově **28. 3. 2019** od 13:00 hodin
Grund Resort Golf & Ski v Mladých Bukách **29. 3. 2019** do 11:00 hodin

Vyhovuje české školství budoucím potřebám exportérů?
Přijďte diskutovat s pozvanými hosty o aktuálních tématech českého exportu.

Hlavními panelisty budou:

Marta Nováková – ministryně průmyslu a obchodu ČR,
Martin Tlapa – náměstek ministra zahraničních věcí ČR, **Aleš Michl** – člen bankovní rady ČNB,
Mojmír Hampl – bývalý viceguvernér ČNB, člen správní rady INEV,
Vojtěch Petráček – rektor ČVUT, **Petr Bannert** – ředitel Odboru středního a vyššího odborného vzdělávání a institucionální výchovy MŠMT, **Jan Procházka** – předseda představenstva EGAP,
Radek Špicar – viceprezident SP ČR, **Helena Horská** – hlavní ekonom Raiffeisenbank,
Jiřina Nepalová – předsedkyně představenstva RENOMIA, **Miroslav Novák** – analytik AKCENTA CZ,
Otto Daněk – předseda představenstva ATAS elektromotory Náchod

Přijďte diskutovat také! Bližší informace získáte na emailu: sekretariat@asociaceexporteru.cz

www.asociaceexporteru.cz

Asociace exportérů už 17 let hájí zájmy českých exportérů. Naším cílem je zachovat a zvyšovat konkurenceschopnost tuzemských firem, zejména těch exportních. Zástupci Asociace sledují tendence a vývoj legislativy Evropské unie a upozorňují na možná rizika pro Českou republiku. Našimi členy jsou velké exportní korporace i malé a střední podniky. Pravidelně pořádáme pro své členy tradiční **Exportní fóra**, kde dochází k výměně názorů mezi exportéry, bankami a vládou.



» Zpomalení čínské ekonomiky je pro další asijské země rizikem i příležitostí. Na veletrhu v jihokorejském Soulu se představilo také české nakladatelství Albatros Media, které se netají svými asijskými ambicemi. (Více v článku na straně 16.)

Foto: Albatros Media

lového průmyslu – ani v Německu, ani v Česku, ani jinde ve světě. Loni ho zbrzdily potíže s přechodem na nové emisní normy, do budoucna může celková poptávka po automobilech dál ochabovat. Pochybnosti se týkají i dlouhodobého vývoje tohoto odvětví. Postupný přechod na elektromobily znamená, že současní dodavatelé pro automobilový průmysl – postavený na výrobě aut se spalovacími motory – mohou časem přijít o své zakázky.

Tuzemský export trpí dvojnásobným druhem závislosti. V prvním případě jde o zhruba třetinový podíl Německa jako našeho největšího trhu, ve druhém případě o více než pětinový podíl automobilového průmyslu na celkovém českém

podíl celé Evropské unie na českém exportu dosahuje dokonce 85 procent.

Krise? Nové příležitosti

V nejistých dobách se jeví jako ještě více jisté to, že hledání nových příležitostí je pro exportéry nikdy nekončícím procesem. I kdyby se některé globální hrozby potvrdily, vždy platilo, že nejrůznější krize přinášely také nové šance. Záleží na úhlu pohledu.

Zkusme se podívat tam, kde výše uvedený výčet rizik začínal. Jedním z velkých problémů čínských bank jsou dluhy, pro někoho ovšem může být nákup rizikových pohledávek příležitostí

NEJASNÁ ZPRÁVA O KORUNĚ.

Exportéři se ale zajistit musí

► I koruna mívá své dny, říká místopředseda Asociace exportérů Otto Daněk, když popisuje vývoj kurzu české koruny v minulém roce. Situace, kdy Česká národní banka zvyšuje úrokové sazby, a koruna ve stejný okamžik oslabuje, nedává na první pohled logiku. Samozřejmě do chvíle, než si uvědomíme, že vliv na kurz české měny má řada faktorů, které tuzemská centrální banka ovlivnit nemůže.

Obrat k výraznějšímu posilování koruny měl podle mnoha očekávání přijít poté, co ČNB v roce 2017 opět přenechala rozhodování o kurzu měny volnému trhu. Očekávání, že česká měna tímto směrem – tedy výrazněji pod úroveň 25 korun za euro – dříve či později skutečně zamíří, jsou nicméně pořád relevantní. Problém je v tom, že nikdo neví, jak rychlý takový vývoj může být a co všechno ho ještě může zbrzdit. ČNB loni sama připustila, že jí predikce ohledně posilování české měny nevycházejí.

Z hlediska potřeb exportérů to není žádná tragédie – slabší kurz tuzemské měny zlevňuje české zboží na zahraničních trzích. I díky relativně slabší koruně se tak podle Otto Daňky v roce 2018 opět podařilo překonat rekord v celkovém objemu českého vývozu (v přeshraničním pojetí výrazně nad 4 biliony korun).

Ekonomický analytik společnosti Akcenta Miroslav Novák navíc upozorňuje, že skutečným problémem by spíše než ta či ona hodnota kurzu koruny vůči euru nebo dolaru byla volatilita – tedy silné a časté výchyly kurzu. To se naštěstí v minulém roce nedělo.

Nejistota zůstává

Na druhé straně exportéři musejí počítat s poměrně velkou nejistotou. Jak uvádí Miroslav Novák, predikce devizového kurzu vykazují vyšší míru volatility, než je tomu v případě odhadů vývoje hrubého domácího produktu, nezaměstnanosti nebo inflace. ČNB je



► Otto Daněk (vpravo) na jednání Exportního fóra v Mladých Bukách. Vedle něj předseda Asociace exportérů Jiří Grund. Foto: Ctibor Košťál

mezi centrálními bankami výjimkou už tím, že zveřejňuje, z jakých kurzových predikcí vychází – což je ovšem podle Nováka znakem její vysoké transparentnosti. Ekonom připomíná, že ČNB také vysvětluje, o co v těchto predikcích jde – ukazuje, s jakým pracuje předpokladem, ale netvrdí, že se nutně musí do předpovědí strejit.

Je tu tedy poměrně velká pravděpodobnost, že se ani v tomto roce kurz koruny podle modelu ČNB vyvíjet nebude. Miroslav Novák vyčísluje pravděpodobnost jednotlivých scénářů zhruba následovně: 45% dává posilování koruny v souladu s nynějším modelem ČNB,

45% tomu, že se koruna bude víceméně pohybovat na hodnotách roku 2018 a pouhých 10% získává v jeho očích scénář, podle nějž česká měna výrazněji oslabí.

Miroslav Novák dokonce očekával, že by ČNB mohla svůj výhled ohledně posilování koruny „zmírnit“ a připustit, že nebude tak rychlé, jak předtím uváděla. To se ale ani na začátku února fakticky nestalo.

Pro upřesnění: ČNB předpokládá, že korunu letos čeká „obnovení jejího posilování“, které bude taženo zřetelně kladným úrokovým diferencíalem

vůči eurozóně a pokračující reálnou konvergencí české ekonomiky spojenou s růstem efektivity práce. Kurz by se tak měl ve druhé polovině letošního roku dostat zřetelně pod 25 korun za euro. V dalším období tempo posilování kurzu podle prognózy ČNB zvolní v návaznosti na zahájení normalizace měnové politiky Evropské centrální banky a v roce 2020 se kurz dočasně ustálí nad hranicí 24 korun za euro. Tolik predikce...

Potřeba zajištění

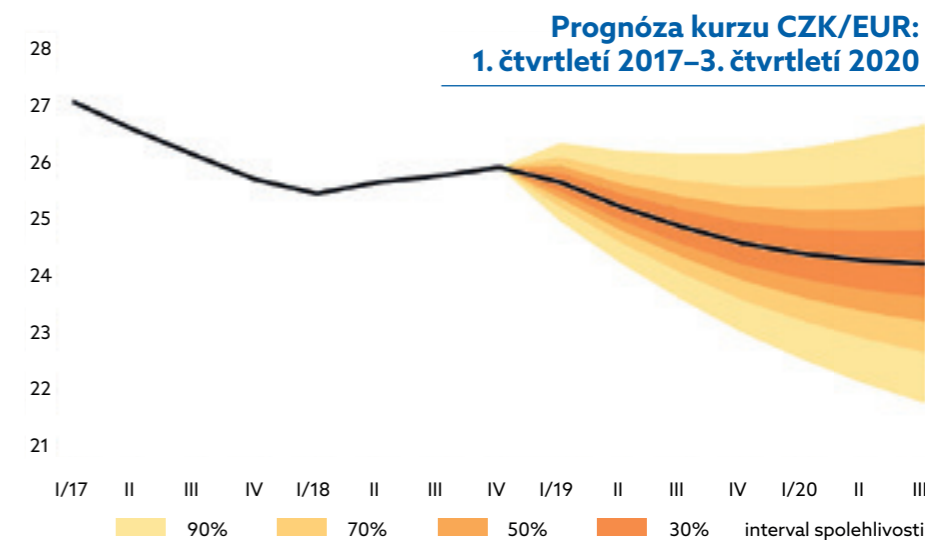
Z toho všeho celkem jasně vyplývá, že pokud se mají exportéři na nějakou rizikovou variantu připravit, zůstává jí navzdory loňským zkušenostem případné posilování koruny – kvůli kterému by bylo jejich zboží v zahraničí o něco méně cenově atraktivní. Záleží samozřejmě na tom, o jak silný nárůst hodnoty koruny oproti hlavním světovým měnám by šlo.

„Posílení koruny v rozmezí 2,5 - 4 procent většina firem přežije. Skutečným problémem by bylo větší, skokové posílení české měny,“ říká Otto Daněk. Zároveň zdůrazňuje, že zajišťování ve formě měnového hedgingu proti posilování koruny je pro exportéry nutností, ať už si o pravděpodobnosti takového scénáře v letošním roce myslíme cokoliv.

„Kdyby se manažeři firem proti posilování koruny nezajistili, může to být dokonce posuzováno jako trestný čin,“ uvádí místopředseda a analytik Asociace



Ilustrační foto: Shutterstock



Intervaly spolehlivosti prognózy kurzu CZK/EUR odrážejí predikční schopnost minulých prognóz (z období před přijetím kurzového závazku). Jsou symetrické a lineárně se rozšiřující. Zdroj: Prognóza ČNB (zveřejněná 7.2.2019)

exportérů. S nadsázkou dodává, že už z tohoto pohledu je lepší špatný hedging než žádný.

Proč to zatím nevycházelo?

A jaké jsou důvody toho, že očekávané posilování koruny v loňském roce nepřišlo? Otto Daněk považuje za hlavní důvod velký objem spekulativních investic do koruny. Předtím, než ČNB opustila kurzový závazek, spekulanti sázeli právě na její posilování.

To ovšem také znamená, že čím rychlejší bude snaha těchto investorů na koruně vydělat, tím větší objem české měny zamíří na trh a silná nabídka bude tlačit její hodnotu dolů. Další vývoj kurzu koruny tak podle Otto Daňky závisí na tom, jak rychle se rozpustí „spekulantské rezervy“.

Podle Miroslava Nováka je otázkou, do jaké míry se na dosavadním vývoji koruny podepsaly vnější a do jaké míry vnitřní faktory. Mezi vnější faktory patří hrozba obchodních válek, evropské problémy včetně chystaného brexitu a potíže na některých emerging markets – takzvaných nastupujících trzích, jejichž měny investoři „strkají do stejného pytle“ jako korunu.

Hlavním vnitřním faktorem je situace, kdy ČNB v době kurzového závazku svými intervencemi výrazně zvýšila

devizové rezervy, zatímco investoři se zaměřili na zmiňované investice do koruny. Novák předpokládá, že řada hedgových fondů nyní může držet korunu dál – sázka na její krátkodobější posílení se může postupně měnit na dlouhodobější.

Má ČNB prodávat devizy?

Zatímco část ekonomů v poslední době tvrdí, že by ČNB měla za současné situace začít prodávat své devizové rezervy, aby posílila poptávku po koruně, Otto Daněk to za šťastný nápad nepovažuje. Centrální banka by tak podle něj jen povzbudila negativní scénář pro české exportéry. „Celkové zpříšňování měnové politiky ČNB přicházelo v době, kdy se mluví o možné recesi či stagnaci. Myslím, že centrální bankéři pochopili, že nemohou příliš tlačit na pilu,“ dodává místopředseda Asociace exportérů.

Miroslav Novák na druhé straně upozorňuje, že české devizové rezervy jsou dnes na stejné úrovni jako ve Velké Británii a vyšší než například v Polsku. V současné době by proto dávalo smysl jejich celkovou hodnotu aspoň nezvyšovat. ČNB by se mohla vzdát jejich úrokového zhodnocení a příslušné výnosy z aktiv v zahraničních měnách „překlápat“ do korun.

JAN ŽIŽKA

JEDNOTNÝ VNITŘNÍ TRH PROJDE NEJVÁŽNĚJŠÍ ZKOUŠKOU

Jednotný vnitřní trh představuje největší a neúspěšnější výtěžek ekonomické integrace EU, jež existuje na evropské přeshraniční bázi právě a jen díky této integraci. V loňském roce si připomněl 25 let své existence, datované od doby, kdy byl oficiálně prohlášen za dosažený; a současně též 60 let od chvíle, kdy pokus dosáhnout jej započal. A letos nepochybně projde svou nejtěžší zkouškou odolnosti.

Ta zkouška se skládá z několika předmětů. Každý z nich je různě intenzivní, každý z nich má jiný časový rozměr. A každý z nich je jinak predikovatelný, ačkoliv pro všechny platí, že velmi obtížně. Souběžnost jejich působení však může být třaskavá.

Nejobávanější z nich je nepochybně brexit; hrozbou je pak zvláště nejistota, která jej stále obklopuje, a to v čase, kdy mělo být již dávno jasno. Pokud by bylo již nyní zřejmé, že jediným proveditelným scénářem je ten bez dohody, i tato varianta by byla dnes kvitovanější než situace, kdy je stále všechno možné. Druhým jsou volby do Evropského parlamentu, jež mohou podstatně přepsat politickou mapu Evropy ve směru posílení destruktivních, odstředivých politických subjektů. Třetím pak jsou na první pohled sice neviditelná, ale v realitě o to silněji působící dělítky, která činí nynější Evropu heterogenní. Dělítky, jež odrážejí přežívající výskyt partikulárních zájmů, jež jsou rozdílné pro evropský Západ, Východ, Sever i Jih. A všechny tyto oblasti trpí zvláště v této vývojové etapě podivnými vrtochy, kde se jejich zájmy jeví vůči ostatním vyhraněněji a neslučitelněji.

Již dekády vnímané tradiční dělení Evropy na Západ a Východ výrazně nezměnil ani pád železné opony, přes veškerou a patrnou ekonomickou, společenskou, či politickou konvergenci. Novým dělítkem se však zdá být to severojižní. A obě osy jsou pro zemi, jež leží v blízkosti geografického kontinentálního těžiště, fatální.

Problémem je, že přes svůj veškerý a neodiskutovatelný pokrok a dosažené přínosy, není Jednotný vnitřní trh stále



Foto: archiv autora

ještě zdaleka završen a dokončen. Stále je ještě značný rozdíl mezi tím, čímeli nějakou obchodní transakci pouze uvnitř své vlastní země, anebo přeshraničně. A právě výše vyčtená dělítky coby projevy a důsledky rozdílných zájmů silně brání tomu Jednotný vnitřní trh skutečně dokončit. Chybí velkorysost na obou stranách, motivem jsou krátkodobě hledící a obvykle národně ochrannářské scénáře, oproti snaze vytvořit vskutku homogenní, vyvážený a vyladěný orchestr, jehož celek i jednotlivé sekce nebudou vyvedeny z rovnováhy, ale naopak novou systémovou rovnováhu nastolí.

Ta zoufale chybí například na trhu práce, kde skutečně volný pohyb pracovníků sil je v realitě naplňován pouze marginálně. Pouze asi necelá 3% občanů EU pracují v jiném členském státě, než je ten jejich

domácí; v tomto mají dokonce navrch i občané nečlenských zemí EU, jichž na hypoteticky průměrném pracovním trhu EU působí zhruba 6%. To vše v situaci, kdy na jedněch národních trzích práce marně hledají každého, kdo má ruce a nohy, a ve stejném čase na jiných trzích práce téhož integračního uskupení stále vykazují dvouciferné míry nezaměstnanosti. A do toho všeho instituce EU řeší, jak marginální případy vysílání pracovníků z evropského Východu způsobují distorzi pracovního trhu na Západě, namísto toho, aby skutečně volný pohyb pracovníků stanovil i novou rovnovážnou cenu – tedy mzdu.

Bez nadějí, ilustrující totéž v bledě modrém, se týká (ne)uvolnění určitých segmentů služeb, jež stále zůstávají ve výlučné či jen mírně sdílené kompetenci členských států. A to nemluvíme o oblastech, jež přináší světelná rychlost technologických změn, na něž evropská legislativa není schopna reagovat vůbec.

Když k tomu všemu připočteme hrozbu globální obchodní války, jež se zatím našťěstí projevuje především svými „svalnatými slovy“, hulákanými světovými lídry, než jejich činy, je o *very spicy dish* s jistotou postaráno.

Proč je Jednotný vnitřní trh tak důležitý a proč se nevyplatí hrozby podceňovat? Dělá Evropu silnější, bohatší a odolnější vnějším tlakům v porovnání s tím, kdy by si každá z jejích – v globálním kontextu – „zemiček“ jela jen na svoji vlastní pěst.

PETR ZAHRADNÍK, ekonom České spořitelny a člen Evropského hospodářského a sociálního výboru, Brusel «

NA TRADIČNÍ ČESKÉ ZNAČKY ÚSPĚŠNĚ NAVAZUJÍ NOVÉ

V minulém roce jsme slavili stoleté výročí založení Československa, letošní rok se nese ve znamení číslovek 30-20-15. Neboli 30 let od sametové revoluce, 20 let od našeho vstupu do NATO a 15 let od vstupu ČR do Evropské unie. Všechna výročí nabízí možnost ohlédnout se zpět a ocenit jejich historický význam. Nesmíme však zapomínat, že důležitější je dívat se do budoucnosti. Ne nadarmo se říká, že nejlepší chvíle v životě jsou ty, které teprve přijdou.

Rádi nostalgicky vzpomínáme na dobu první republiky. Značka „Made in Czechoslovakia“ je dodnes známa ve světě, stejně jako produkty, které ji reprezentovaly. Některé bych se nebál nazvat legendami. Není však potřeba pouze vzpomínat, všechny československé tradiční výrobky mají jedno společné – jsou to především příběhy o inovaci, designu a špičkové technice. Právě tyto tradice jsou něco, na co můžeme navazovat. Jsem rád,

na svou slavnou historii. Skvělým příkladem je Koh-i-noor, o kterém si můžete přečíst v tomto čísle. Společnosti, které bych mohl jmenovat, je mnoho.

Těším se, že rovněž propagace ČR v zahraničí se posune směrem k technologickým a inovacím s novou značkou Czech Republic: The Country For The Future, kterou připravila Rada pro výzkum, vývoj a inovace pod vedením premiéra Andreje

kých firem a jejich značek. I ty se úspěšně etablojí na mezinárodních trzích, často v oborech s vysokou přidanou hodnotou (v MEDu jsme psali o Linetu, Avastu, Javlinu a dalších). Jejich produkty jsou na špičkách svých oborů a my se díky nim i v dnešní době můžeme pochlubit firmami světového formátu.

Právě tyto společnosti budují celkový obraz o českých výrobcích pro zahraniční partnery. Ti díky těmto zkušenostem věří, že v České republice je správně nastavené konkurenční prostředí, které žene výrobce k inovacím a zdokonalování, nákupu nových strojů a užívání nejnovějších technologií. Tím pádem i výrobky od menších českých firem musí dosahovat vysoké kvality. Reputace našich exportérů a jejich produktů je skvělá, což si neobjme přiznat.

Co mají všechny tyto firmy společné bez rozdílu, je také odvaha. Odvaha prozkoumávat i vzdálenější teritoria, kam je vývoz často komplikovanější, cesta k úspěchu delší a výsledek nejistý. Cílem ministerstva zahraničních věcí a ekonomické diplomacie je pomáhat exportérům proniknout zejména na tato teritoria. Právě zde je přidaná hodnota našich ambasad nejvyšší. A stejně jako se musí vyvíjet firmy a neustále inovovat, musí se vyvíjet i naše ekonomická diplomacie. V současnosti můžeme vývozcům nabídnout lepší asistenci než kdykoliv v minulosti, a to i díky užší spolupráci s podnikatelskými reprezentacemi, zejména Hospodářskou komorou ČR. I my se díváme do budoucnosti a doufáme, že nejlepší chvíle teprve přijdou.

MARTIN TLAPA, náměstek ministra zahraničních věcí «



Foto: MZV ČR

že mnoho českých společností umí využít naši společnou historii stejně jako příběh své společnosti a značky samotné.

Je důležité na vlastní historii nezapomínat. Nesmíme se jí však nechat svázat, ale využít ji jako inspiraci. Inovovat. Jen tak si můžeme udržet světové renomé – značka sama o sobě vždy může být jen tak dobrá jako produkt samotný. Rada firem má to štěstí, že může navázat

Babiše. Logo má následující myšlenku: Hvězda jako symbol nápadu, inovace a inspirace a cílem je prezentovat ČR jako moderní a inovativní zemi. Budeme komunikovat ČR jako zemi s vědeckým potenciálem, vyspělým průmyslem a výzkumem v četných oborech, se vzdělanými a vynalézavými lidmi s velkou invencí.

Velmi rád zahraničním partnerům prezentuji příběhy nových a mladších čes-

Rozhovor s Vlastislavem Břízou: DOBY SE MĚNÍ. ALE TUŽKA NÁS PŘEŽIJE

Trh s výrobky pro děti je na vzestupu a nám pomáhá v inovacích, říká v rozhovoru pro MED Vlastislav Bříza, jeden z pamětníků „divokých“ podnikatelských 90. let minulého století a především generální ředitel a většinový majitel holdingu Koh-i-noor, jehož tužky šíří slávu českého zpracovatelského průmyslu po světě již 170 let.

Stokrát dostal, stokrát vstal. Svě oblíbené heslo Vlastislav Bříza v podnikání zažil – slavná česko-budějovická firma se musela stáhnout z Číny, na oplátku ale vzrostly exporty do USA a na rozdíl od jiných exportérů se Koh-i-nooru daří i v Rusku. Psací a kreslicí náčiní z produkce Koh-i-noor Hardtmuth holdingu stále dominuje, dobře si ale vede také zdravotnická a strojírenská divize. „Naše podnikání stojí na třech stabilních pilířích, které by se neměly bourat,“ zdůrazňuje Vlastislav Bříza.

Začal jste podnikat v raných devadesátých letech, kdy řada českých výrobků nebo značek, které jsme měli za rodinné stříbro, z trhu zmizela. Jaké pro to máte vysvětlení?

Že se některé značky v těch leckdy divokých letech vytratily, je opravdu škoda. Důvodů, proč k tomu došlo, vidím několik. Po revoluci padly podniky zahraničního obchodu, řada firem zůstala bezprizorných. Byli tu dobří odborníci, kteří uměli řídit výrobu, ale neuměli jazyky a neměli kontakty. To byl první důvod, proč se tradičním značkám na mezinárodních trzích začalo špatně dařit.

Druhý důvod je strukturální. Vůbec nechci hodnotit minulou dobu, ale buďovali se tu jakési kombináty, které měly svou strukturu. A ty se po roce 1989 zbytečně rozbily a atomizovaly. Postihlo to i Koh-i-noor, kde se výroba tužek oddělila od dřevozpracující větve. To určitě nebylo dobré rozhodnutí.

Přidal bych i třetí důvod – řada firem byla podkapitalizovaná. Zahraniční konkurence pak čekala na šanci, kdy se společnost položí a ona ji bude moci za levno koupit, aniž by musela brát ohled na zaměstnance. Sám jsem to zažil. Když jsem v roce 1994 nastoupil jako ředitel do Koh-i-nooru, byla firma ve ztrátě 30 milionů korun, to tehdy byly velké peníze. Musel jste mít štěstí na investory, které manažery v takové chvíli podrželi, v našem případě to byl Petr Kellner. Štěstí v podnikání být musí, na druhou stranu štěstí přeje připraveným, musíte mu jít naproti.

Nový management jste si jako ředitel vypořádal?

Jistě, to je podmínka. Již z počátku jsem razil heslo, že v managementu musí sedět alespoň jedna dáma. Protože ženský pohled na věc je potřebný. Když se sejdou samí chlapi, často to vidí jasně a přímočaře, je potřeba někdo, kdo je bude trochu korigovat.

„Okupantům nedodáváme“

Jak obtížné bylo pro Koh-i-noor udržet si postavení na zahraničních trzích?

Nebylo to vůbec jednoduché. Než jsem nastoupil jako ředitel, dvanáct let jsem ve firmě nepůsobil, věděl jsem ale, že Koh-i-noor vyvážel do Ruska. Když jsem se už jako šéf zeptal, jak jdou obchody s Ruskem, bylo mi řečeno, že okupantům nedodáváme. To mi tedy spadla

brada. Nechci to zpětně hodnotit nijak politicky, neodsuzuji to, taková byla tehdy doba. My jsme ale pak pracně museli zrovna v Rusku budovat nové vztahy a hledat nové kontakty a příležitosti, což se nám povedlo.

Když zmiňujete Rusko – jak se Koh-i-noor dokázal vyrovnat s tamní krizí a změnami na ruském trhu v důsledku sankčního režimu EU?

Tady platí mé oblíbené heslo „Stokrát dostal, stokrát vstal“. Když přišla v Rusku někdy před dvaceti lety první hospodářská krize, začínali jsme prakticky od nuly. Důležité je přitom pochopit, jak který trh funguje. Rusko je hodně o osobních kontaktech, je třeba si sednout za jeden stůl, mluvit s lidmi. Je to asi v ruské povaze, s tou ale musíte umět pracovat, ať se vám líbí nebo ne.

Každý národ je jiný, o tom bych mohl psát celé manuály. Náročný je třeba americký trh, protože v USA chtějí pořádně něco nového, musíte sortiment inovovat. A bez místního partnera tam byznys vůbec nejde dělat.

Koh-i-noor byla jedna z prvních českých firem, která v Číně působila, svou pobočku jste otevírali v roce 2004. Před třemi lety jste se ale ze země stáhli. Jak moc se Čína za ta léta proměnila?

Z Číny jsme úplně nezmizeli, Koh-i-noor tam stále má obchodní firmu, vyvážíme tam. Výrobu jsme nicméně stáhli. Čína

se během doby, kdy jsme tam vyráběli, hodně změnila. Nan-ting, kde jsme začali působit, se za deset let rozrostl o dvacet kilometrů, takovou expanzi si sotva kdo dovede představit.

My jsme tam od počátku působili čistě sami za sebe, měli jsme tam stoprocentní dceřinou společnost bez účasti Číňanů. Moji inspirací byli Němci, kteří tam na podobné bázi působili. Z dnešního pohledu musím říct, že to byla chyba. Když jsme potřebovali kontakty, místní manažeři nám chyběli. Je to pro nás poučení a já každému, kdo se ptá na rady ohledně Číny, dnes doporučuji, aby si přímo v místě našel čínského partnera.

Drahá Čína

Hlavním důvodem ústupu z Číny byly stoupající náklady?

Ano, to byl hlavní důvod. Při pobřeží, kde Nan-ting leží, narostla během našeho působení mzda šestinásobně. Levnější sortiment jsme dokázali získat jinde. Na příkladě Číny si je dobré uvědomit, že svět se točí ve šroubovici. Protože když Carl Hardtmuth přišel v roce 1848 z Vídně do Českých Budějovic, bylo to nejen kvůli dopravnímu spojení a surovinám, ale i kvůli levnější pracovní síle a také laciným pozemkům. Příznačné je, že ho sem nenalákali politici, ale jistý

Vojtěch Lanna, známý průmyslník a stavitel. Tím chci říct, že politik sice může pootevřít dveře, ale jako podnikatel chcete mít reference od svých kolegů a partnerů, ne od politiků.

Kde dnes hledat nástupce Číny co do levných výrobních nákladů?

Před osmi lety jsem se pokusil ve Vietnamu postavit gumárnu, chtěli jsme v Brazílii tužkárnu. Z těch projektů ale nakonec nic nebylo, byť jsme do nich investovali peníze i úsilí. Potíž je v tom, že výroba psacích potřeb není IT. Tam stačí mít nápady a šikovné lidi a tu ztrátu čtyřiceti let před konkurencí ze Západu hravě doženete.

Zmínil jste politiky a otevírání dveří, tedy jeden z principů ekonomické diplomacie. Pomohl vám nějak stát v přístupu na zahraniční trhy, kde působíte?

Víte, náš byznys je jiného typu, než jsou třeba automobilky. Nelze porovnávat velké investiční celky s výrobou a prodejem tužek. Takže exportní služby státu spíš nevyužíváme. Fakt, že vám někdo dokáže pootevřít dveře a vy se na něj můžete odvolat, je ale jinak určitě chvála hodný.

Jiná věc jsou výstavy a veletrhy, tam jsem všemi deseti pro společnou podporu. Naše strojírenská a částečně také zdravotnická divize využívá český stánek. Tam jsme pod jednou střechou a tam patříme.

Zbožíznalec? Druh na vyměření

Na domácím trhu se zdá, že se vydáváte proti proudu. Zatímco čím dál větší objemy nákupů spotřebního zboží se dělají přes e-shopy, Koh-i-noor loni rozšířil svou síť kamenných prodejen. Tužky se přes internet prodávají špatně?

Tužky se přes e-shopy samozřejmě prodávají také. Jinak ale nakupují muži a jinak ženy. Když dám chlapovi jako dárek sadu našich tužek, vůbec si neuvědomí tu cenu a kvalitu, kterou drží v ruce. Ženy mají naopak zkušenosti s tím, co děti potřebují a dokáží ocenit, že se naše tužky dobře ořezávají, nelámou se. Z toho vyplývá, že se snažíme v kamenných prodejnách zákazníkům poradit a možná je i trochu vzdělat.



Foto: HATcom

Problém je ale ten, že v Česku skoro vymizelo zbožíznalectví, což je tragédie. Prodáváč, který vám o zboží dnes něco řekne, je pomalu druh na vyměření, musíte si ho hýčkat. Vychovat si dobrého prodáváče přitom trvá tři až pět let. On tu svou práci musí dělat s láskou, protože k práci se zbožím musí být také dávká něhy. Bez ní se lehkostane, že uteče někam do diskontní prodejny, kde sice bude skládat věci do regálu, ale za vyšší plat.

Kamenné prodejny nicméně chceme udržet, i kdybychom to měli dotovat. Musíme to ustát. Vůni pastelek nic nenahradí a věřím, že třeba právě ta vůně v obchodě je důvodem, proč si někdo koupí naše zboží, i když je dražší než tužky někde v supermarketu za rohem.

Koh-i-noor vyrábí mnoho výrobků primárně určených pro děti. V posledních letech se přitom hodně řeší, jak a čím mají děti psát a kreslit. Jsou pro vás podobné debaty inspirativní?

Jsou, protože vedou k úvahám o inovacích. Bez nich není život. Základních inovací máme celou řadu, na zásadní změny přejdete jednou za pár let. Což neznamená, že je pak v dalším cyklu musíte opustit. Vezměte si třeba starou dobrou verzatilku, ta se prodává v Itálii za čtyřicet eur. Dobrým příkladem inovace, která se výborně ujala, je naše řada multibarevných tužek Magic, která si výborně vede na americkém trhu.

Obecně si myslím, že tužka jako produkt přežije. Důvod je prostý – psaní i kreslení souvisí s jemnou motorikou. I když dnes děti dávají přednost počítačům, právě s tužkou se naučí dovednosti, které později využijí třeba ve sportu. Dovednosti, které rozhodně v životě budou potřebovat.

Rakušané jsou větší patrioti

Investovat do dětí je dnes trendem, který má dopady třeba i v tom, že rodiče sáhnou po dražším, ale kvalitnějším výrobku. Pomáhá vám takové chování zákazníků?

Pomáhá nám to v tom, že se mnoho lidí naučilo otočit obal a podívat se, kde se zboží vyrábí. Určitá forma hrdosti na českou značku tu je. Bohužel to ale



Foto: HATcom

neplatí i o jiných segmentech v rámci našeho holdingu. Nemocnice většinou nenapadne, že když si koupí naši kapačku z produkce Gama, která je úplně stejně drahá a kvalitní jako ta konkurenční, bude přidaná hodnota v tom, že tím do českého rozpočtu přispějí prostřednictvím našich daní a odvodů, které platíme. V tom je třeba oproti sousednímu Rakousku pořád velký rozdíl, tam jsou zdravotníci mnohem větší patrioti.

Koh-i-noor nejsou jen tužky, do holdingu patří také zdravotnická a strojírenská divize, pod značkou Kralupol prodáváte LPG, máte hotely a nemovitosti. Není to reziduum 90. let minulého století, kdy se podnikatelé snažili rozkročit se na trhu co nejvíce?

Vůbec ne. Jsem vystudovaný technik, takže vím, že ke stabilitě potřebujete tři body. Proto Koh-i-noor stojí na třech pilířích, které by se neměly rozšiřovat nebo bourat. Čili stále stavíme na spotřebním zboží, zdravotnickém materiálu a strojírenství, které je spojeno s automobilovým průmyslem. Nemovitosti do těchto opěr nepočítám, to jsou spíš uložené peníze. Totéž hotely, to je doplňková činnost. Taková moje libůstka daná tím, že jsem jako podnikatel začínal kdysi s penzionem na Lipně.

Stabilní trojice oborů, v nichž Koh-i-noor působí, se tedy rozšiřovat nebude?

Za mě ne, ale nechci mluvit za syny, kteří jsou spolumatelé Koh-i-nooru. Chápu,

že když se naskytne příležitost, je dobré se jí chytit. Když vezmu možnosti, které se nabízejí v rámci oněch třech divizí – v tužkách žádná příležitost pro další expanzi není. Dost jsme investovali ve strojírenství, máme výrobu v Poličce, Rožnově pod Radhoštěm a Brně. Tam jsme předloni koupili továrnu LPS na plastové výlisky do aut, která byla ve ztrátě. Ve strojírenství nějaké možnosti expanze tedy máme, ale zrovna automobilový průmysl, pro který dodáváme, může být do budoucna nejistý. Navíc pro všechny další expanze na domácím trhu platí, že potřebujete kvalitní zaměstnance, kteří tam budou pracovat a firmy řídit.

A ty jste schopni zajistit? Většina firem si stěžuje na to, že nemůže sehnat zaměstnance.

Nedostatek kvalitních pracovních sil Koh-i-noor začíná pociťovat. Vidím to ale všude kolem, na technické obory míří málo lidí. Mladí lidé hledají cestu nejmenšího odporu, nechtějí studovat něco náročného. O techniky bude zájem pořád – i v době pokračující robotizace. I my jsme si pořídili novou výrobní linku, která ušetří sedm pracovních míst. Pořád ale potřebujeme někoho, kdo nám linku bude manuálně seřizovat. Proto se vždy podívají ekonomickým expertům, kteří tvrdí, že nás spasí špičkové obory jako je IT. Jsem zvědavý, kdo takovým odborníkům jednou spraví kapající kohoutek.

(red) <<

akcenta
pomáháme nejenom firmám

ZAHRAŇIČNÍ PLATBY A DEVIZOVÉ OPERACE S VÝRAZNOU ÚSPOROU PRO FIRMY



nízké nebo nulové poplatky za zahraniční platební styk



individuální kurzy pro směnu cizích měn s minimální marží



rychlé zpracování platebních operací a profesionální přístup



moderní technologie pro snadné obchodování a přehled o transakcích



možnost zajištění aktuálního kurzu prostřednictvím termínových obchodů



20 let působení na trhu a více než 33 tisíc spokojených klientů

TO VŠE BEZ NUTNOSTI MĚNIT VAŠI BANKU

www.akcenta.eu

OD KRTEČKA K ATLASU SVĚTA. A K DISNEYMU

Nakladatelství Albatros vyváží knihy do 45 zemí světa

» Tomáš Jodas, manažer exportu nakladatelství Albatros Media, rozevívá obrázkový atlas světa pro děti v ruštině. Ilustrovaná kniha s rozkládacími mapami kontinentů nabízí přehled o různých zajímavostech, včetně tamních zvířat, rostlin, pozoruhodných staveb nebo informací o způsobu života. „Jde o náš vůbec nejúspěšnější titul na zahraničních trzích,“ říká Tomáš Jodas během rozhovoru v sídle nakladatelství na pražské Pankráci, které letos oslaví své sedmdesátiny.

Atlas světa tedy předstihl i legendárního Krtečka, který se před deseti lety zasloužil o vznik samostatného oddělení zahraničního obchodu v Albatrosu. Atlas vyšel ve 22 jazycích, celkově už největšímu českému nakladatelství vydělal 20 milionů korun.

„V rámci exportních aktivit jsme se tradičně soustředili především na dětskou non-fiction literaturu,“ vysvětluje manažer exportu. Zatímco z hlediska dalšího rozvoje byznysu je potenciál českého trhu v tomto segmentu na svém limitu, ve světě je to naopak. Globálně jde podle Tomáše Jodase o jedinou oblast literatury, která z obchodního hlediska dál setrvale roste. Je to i díky boomu v asijských zemích. Také pro Albatros Media se otevřely nové příležitosti v Japonsku, Jižní Koreji nebo Thajsku.

Export do zahraničí má dvě formy. Zahraniční nakladatelství si může koupit práva, následně knihu samo přeloží a vytiskne. Nebo knihu pouze přeloží a vytiskne ji Albatros Media. „Pracujeme jak s duševním vlastnictvím, tak s fyzickou dodávkou,“ poznamenává Tomáš Jodas.

V nabídce pro světové trhy je každoročně zhruba 150 titulů, které se postupně obměňují. Knihy směřují do 45 zemí světa. Hodnota celkového vývozu dosahuje 45 milionů korun a na celkových

tržbách Albatrosu Media se tak už dnes export podílí více než pěti procenty. A nakladatelství do budoucna plánuje řadu dalších zahraničních aktivit. Kdybychom připočítali také slovenský trh, který je pro Albatros spíše domácí než zahraniční, dostali bychom se na dvojnásobek uvedených čísel.

Kniha jako divadlo

Raketový nástup v exportních aktivitách Albatrosu zahájila akvizice brněnského nakladatelství B4U v roce 2014. Právě B4U, které vzniklo sedm let předtím na zelené louce, si našlo na trhu skvělou parketu – netradiční formát dětských knížek. Albatros dodnes pod touto značkou vydává různé, více či méně rozkládací knihy, z nichž si děti sestaví třeba divadlo, publikace ve tvaru televizní obrazovky, stromu nebo středověkého hradu. Dalším originálním nápadem byla kniha ve formě botičky s tkaničkou, kterou se děti rovnou učí zavázat.

Koupě B4U byla jednou z mnoha akvizic menších českých nakladatelství, které Albatros Media v posledních letech realizoval. Ve skutečnosti jde o vzájemně výhodné spojení sil – tím, že se menší nakladatelství dostane pod střechu Albatrosu, stává se součástí firmy se stabilnějším cashflow a zapojí se do jeho distribučních sítí. Zároveň ale



» Ukázka titulů, díky nimž se pražské nakladatelství prosazuje na světových trzích.

Foto: Albatros Media

původní majitelé dál působí v manažerských pozicích a rozvíjejí svůj byznys. „Prosadili se díky úžasným nápadům a my chceme tuto jejich kreativitu zachovat. Jde o typickou win-win situaci, z níž mají prospěch obě strany,“ říká Tomáš Jodas.

„Menší nakladatelství často založili lidé, kteří skvěle znají nějakou část knižního trhu, jsou v tom nejlepší a často nenahraditelní, ale museli řešit provoz, což jim tady odpadá. U nás se mohou soustředit na to, co dělají nejlépe,“ řekl před časem v rozhovoru pro týdeník Ekonom Jaroslav Horák, který je společně se svou manželkou Silke vlastníkem Albatrosu Media.



» Frankfurt nad Mohanem patří (nejen) z pohledu nakladatelství Albatros Media mezi nejdůležitější knižní veletrhy.

Foto: Albatros Media

Nakladatelství B4U původně založili Petr Baláš a Oldřich Růžička, který dodnes stojí v jeho čele. Petr Baláš později prošel i nakladatelstvím Computer Press – dnes už také součástí Albatrosu Media – a v současnosti působí v nejvyšším vedení pankrácké firmy.

Albatros Media měl už v době akvizice B4U také co nabídnout – díky knihám o Krtečkovi byl v přímém kontaktu se 4,5 tisíci nakladatelů po celé zeměkouli.

Síla skvělých ilustrací

Kromě moderního formátu dětských knih se Albatros Media v zahraničí prosazuje díky grafickému zpracování a ilustracím. „Česká ilustrátorská škola má ve světě pořád zvuk, tyto knihy jsou velmi oblíbené,“ zdůrazňuje Tomáš Jodas. Žádané jsou také pohádky s ilustracemi známého malíře minulého století Vojtěcha Kubašty. Ten je díky retro vlně velmi populární v Rusku, knihy s jeho kresbami se ale dobře prodávají třeba i v Jižní Koreji.

Albatros Media dnes spolupracuje nejenom s českými ilustrátory, ale také se zahraničními – například z Británie, Ukrajiny nebo Vietnamu.

Kromě vlastní produkce Albatros Media sleduje, jaké další knihy z Česka nebo Slovenska by se mohly uplatnit ve světě. V takových případech nabízí ostatním zdejšími nakladatelstvími spolupráci. S nakladatelstvím Labyrint se Albatros dohodl, že ho bude na zahraničních trzích zastupovat při prodeji cizojazyčných verzí publikace, kterou Jodas označuje za mimořádný počin – Velké knihy o čůráně.

Cesta na zahraniční trhy vede často přes mezinárodní knižní veletrhy, kde nakladatelé prezentují vzorky potenciálních publikací. Albatros byl jedním ze zakladatelů veletrhu v Boloni – a to už v roce 1964. Ten patří společně s Frankfurtem nad Mohanem k těm nejdůležitějším, na které největší české nakladatelství vysílá celý obchodní tým. „Loni jsme ve Frankfurtu absolvovali na 170 schůzek se zahraničními nakladateli,“ líčí Tomáš Jodas. Na tyto schůzky následně navazují další aktivity – zaslání dalších vzorků, ať už ve fyzické podobě nebo v PDF verzi.

„Drzoun“ od Disneyho

Zástupci Albatrosu už ale zamířili i na mnohé další veletrhy – v Norimberku, Londýně, Moskvě, Mexiku, Soulu, Peking, Šanghaji nebo

Tchaj-peji. Tomáš Jodas vzpomíná, jak je na jednom z veletrhů oslovil se zdánlivě drzou nabídkou muž, kterého dosud neznali. Ptal se, zda by Albatros Media pro jejich firmu nechtěl vymýšlet příběhy s využitím moderních formátů knih českého nakladatelství.

Vše se vyjasnilo ve chvíli, kdy se muž představil jako zástupce světoznámého nakladatelství Walt Disney. Albatros se tedy pustil i do oblasti „licencovaných titulů v novelizovaných formátech“ pro proslulého zákazníka. Jde o velmi náročnou práci, která je ovšem zároveň velmi prestižní záležitostí.

Nakladatelství z pražské Pankráce přitom stále hledá nové příležitosti. Zatím se na zahraničních trzích zaměřuje na knihy pro děti do 8 let, do budoucna hodlá oslovit i starší mládež. V dlouhodobější perspektivě se chce zaměřit i na vývoz knih pro dospělé.

Směrem k vlastní distribuci

Letos se Albatros Media vydá úplně novým směrem. V některých zemích už nechce spoléhat na spolupráci s tamním nakladatelským partnerem a „postaví se na vlastní nohy“. Od léta bude mít vlastní distribuci (či přesněji smluvního distributora) ve Španělsku. Později se čeští nakladatelé chtějí takto „zaháčekovat“ také v Británii, Itálii, Francii či Německu. A ještě později – snad během pěti let – by si chtěl Albatros podobným způsobem otevřít brány na ten nejperspektivnější trh, do Spojených států.

Pokud jde o pronikání na další trhy, Tomáš Jodas si cení spolupráce s českou ekonomickou diplomacií. Jednotlivé zastupitelské úřady a česká centra už Albatrosu pomohly s kontakty na zahraniční nakladatele či distributory, s ověřováním informací nebo s účastí na některých veletržích.

Příběh, který začal u Krtečka, pokračoval díky originálnímu formátu knih B4U, a dospěl k postavickám Walta Disneyho, tak může mít další dobrodružná pokračování.

ASIJSKÁ TYKADLA ČESKÉ DIPLOMACIE

S počtem Vietnamců, kteří už se vydali za prací do České republiky, se to zatím srovnat nedá, přesto může jít o velmi zajímavý vývoj na tuzemském trhu. V českých firmách přibývají pracovníci z Filipín, podle loni schváleného programu může tisícovka z nich využít zrychleného řízení – podobného takzvanému „režimu Ukrajina“ pro zájemce o práci z této východoevropské země.

Filipínci už si získávají dobrou pověst – jsou pracovití, mluví dobře anglicky a kulturně mají jako katolíci k Čechům blíže než mnozí jiní Asiaté. Zaměstnanci z asijských zemí mohou pomoci české ekonomice překonávat nedostatek pracovních sil – který už ostatně pociťují zdejší investoři z jiných koutů východní Asie. Typickým příkladem jsou Korejci, vedle Němců nejvýznamnější investoři v klíčovém českém odvětví – v automobilovém průmyslu.

Jaroslav Olša, jr. působil po víc než deset let jako velvyslanec v obou zmiňovaných zemích – v Jižní Koreji i na Filipínách, kde svou misi ukončil na konci minulého roku. „Filipínci jsou zvyklí pracovat v zahraničí, zhruba čtvrtina až třetina tamního praceschopného obyvatelstva žije v jiných zemích,“ uvádí Jaroslav Olša. Upozorňuje, že zdaleka nejde jen o pracovníky s nízkou kvalifikací: „Vysoké školy na Filipínách dnes mají velmi dobrou úroveň a v zahraničí se výborně uplatňují tamní účetní, technici, inženýři nebo architekti, ale také lékaři a zdravotnický personál.“

Důležitá je podle Olši také filipínská schopnost se přizpůsobovat odlišným kulturám. Zatímco Korea je velmi homogenním jazykově-kulturním prostředím, o Filipínách s celkovým počtem více než sta milionů obyvatel platí pravý opak – na tamním souostroví se mluví 130 jazyky, přičemž sjednocující „linguou franca“ je nejen největší místní jazyk tagalog, ale především angličtina. „Filipínci jsou minimálně bilingvní, ale častěji trilingvní, není pro ně proto problém naučit se třetí, čtvrtý, pátý jazyk,“ říká český diplomat a zároveň autor řady knih, publikací i článků o Asii a Africe.

Přitažlivá země Česko

Ekonomická diplomacie jde ruku v ruce s tím, jak úspěšná je prezentace Česka v zahraničí. Faktem je, že Česká republika může být zajímavou destinací nejen pro filipínské pracovníky, ale také pro zmíněné korejské investory – nejen z čistě ekonomických důvodů. To samé platí pro turisty z Koreje, Filipín i dalších asijských zemí.

Jaroslav Olša působil v Soulu šest let v době, kdy se mimo jiné rozhodovalo o další významné korejské investici v Česku – výrobce pneumatik Nexen. V jednu chvíli vše nasvědčovalo tomu, že Češi už v tomto souboji o nadějněho investora prohráli s Poláky. Nakonec podle Olši Korejce přesvědčila prezentace Česka jako příjemného místa pro život – země s krásnou Prahou, o které Korejci

ostatně dobře vědí a do které – na rozdíl od Varšavy – v té době směřoval denně přímý let ze Soulu, země s dobrými školami, ale třeba i kvalitními golfovými hřišti a malebnými vánočními trhy.

Vzhledem k tomuto potenciálu není divu, že se česká ekonomická diplomacie v posledních letech hodně zaměřovala na incomingovou turistiku. Asiaté cestují stále častěji. Před dvanácti lety mířilo do Česka 30 tisíc korejských turistů ročně, v době, kdy velvyslanec Olša své diplomatické působení v Soulu končil, jich už bylo přes čtvrt milionu a dnes téměř 400 tisíc.

A podobný potenciál dnes mají rychle rostoucí Filipíny. Jde sice o stále podstatně chudší zemi než Jižní Korea, ale i Filipínci cestují stále častěji. Potenciál filipínských turistů dokládá Olša na příkladu Tchajwanu, který se rozhodl jim zrušit víza –



» Turistická prezentace České republiky v Manile.

Foto: Jaroslav Olša, jr., MZV ČR



» Jedna z mnoha turistických kampaní na podporu incomingové turistiky z Jižní Koreje do Česka.

Foto: ambasáda v Soulu

navzdory tchajwanské opatrnosti z přílivu nelegálních migrantů za prací. Katolické Filipínce zvláště láká pražská barokní architektura. Už dnes jich do české metropole přijíždí každý rok více než 20 tisíc.

Silné značky táhnou export

Z hlediska dalšího rozvoje ekonomických vztahů je podle Jaroslava Olši důležité ukazovat úspěšné příběhy českých značek. Jak v Koreji, tak na Filipínách se za jeho působení prosazovala česká piva. Na Filipínách zatím v menším měřítku, i tam už se ale třeba značka Pilsner Urquell stala velmi žádanou. „Pro každého českého velvyslance je velmi důležité, aby na trhu v zemi jeho působnosti bylo české pivo, protože je to produkt, který každý zná a má ho rád,“ citoval Jaroslav Olša list The Manila Times – v jednom z mnoha článků, které ve filipínských médiích na konci minulého roku bilancovaly jeho působení na velvyslanceckém postu.

Podobné je to s českým sklem. Jaroslav Olša opakovaně upozorňoval, že české lustry – neboli velké světelné instalace, jak se jim dnes často říká – zdobí už více než půlstoletí prezidentský palác Malacañang, ale také řadu nově postavených hotelů a kasin v Manile. A podobným „ambasadorem“ pro český export se v mnoha asijských zemích stává značka Škoda. Rýsuje se možnost, že po Singapuru by se naše automobily mohly v dohledné době dostat i na filipínský trh.

Staří a noví tygři

Není pochyb o tom, že rychle rostoucí asijské země – ať už jde o vyspělé ekonomiky na Dálném východě jako je třeba Jižní Korea, nebo nastupující trhy na jihovýchodě kontinentu, označované často za nové asijské tygry – přinášejí obrovské příležitosti pro české exportéry. „Asie jako taková je zdaleka nejperspektivnější trh. To není jenom o Číně, je to také o Vietnamu, Thajsku, Indonésii. Také Filipíny rostou,“ řekl v rozhovoru pro poslední loňské vydání časopisu MED známý český podnikatel Zbyněk Frolík – zakladatel firmy Linet, která dnes po celém světě prodává nemocniční lůžka. (Více na webu www.export.cz.)

O co jsou asijské trhy lákavější, o to těžší bývá do těchto geograficky vzdálených zemí proniknout – zvláště pro české malé a střední podniky. Před nadměrnými očekáváními v tomto ohledu varuje Jana Šedivá – donedávna zástupkyně ředitele asijského odboru na pražském ministerstvu zahraničí. Vstup na trh zemí jihovýchodní Asie obvykle vyžaduje značnou trpělivost, během prvních let podnikání je nutné počítat spíše se ztrátou než se ziskem.

Této situace často dokážou podle sinoložky Šedivé, která od letoška převzala post velvyslankyně na Filipínách, využít čínské společnosti. Ty jsou zvyklé – i v duchu tradičního konfucianského přístupu – trpělivě vyčkávat a zaměřují se spíše na dlouhodobý než

okamžitý zisk. Ztrátové hospodaření s vidinou na postupný úspěch si ovšem mohou dovolit i kapitálově silné západoevropské firmy. A velmi pružní jsou ve svých ekonomických aktivitách v jihovýchodní Asii také Australané, dodává Jana Šedivá. Nemluvě o tradičním ekonomickém vlivu Japonska a Spojených států. Češi každopádně musí počítat s obrovskou konkurencí.

Role pro ekonomickou diplomacii

Na druhé straně platí, že v asijských zemích je o to důležitější role ekonomické diplomacie. „Pro Evropany je to často nepochopitelné, v Holandsku nikoho nenapadne, že by se kvůli zahraničnímu obchodu s jinou evropskou zemí měli scházet premiéři,“ uvádí diplomatka, která v minulosti působila v Haagu nebo v Jakartě. Úspěšnému obchodu s asijskými zeměmi podle ní musí předcházet dobré politické a diplomatické vztahy. Klíčovou roli sehraávají návštěvy vrcholných politiků, kteří byznysmenům otvírají dveře. A také aktivity diplomatů, kteří v daných zemích působí.

„V Asii je důležité dodržet určitou formu, obal bývá mnohdy důležitější než obsah,“ líčí své zkušenosti Jana Šedivá. A platí to i pro ty nejvyspělejší země jako Jižní Korea nebo Japonsko. Důležitá je úcta k autoritám. „Říká se, že Korejci dotáhli formální konfucianismus dále než Číňané,“ poznamenává nově nastupující velvyslankyně.

V asijských zemích dává smysl uzavírat mezivládní dohody o rozvoji ekonomických vztahů a krůček po krůčku usilovat o jejich plnění.

Filipíny jsou ale jiné

Filipíny, na které teď Jana Šedivá zaměří veškeré své úsilí, jsou ovšem přece jen v mnohém výjimečné. „Už tím, že jde o křesťanskou, katolickou zemi,“ vysvětluje velvyslankyně. „S nadsázkou se říká, že Filipínci jsou Asiaté jenom napůl. Každopádně je můžeme označit za Tichomořany, jejichž kultura je přece jen odlišná.“ Jana Šedivá očekává, že na Filipínách bude možné vsadit podstatně více na neformální přístup. Zkušenost jejího předchůdce Jaroslava Olši to potvrzuje.

JAN ŽIŽKA

KOREJSKÉ INVESTICE POSILUJÍ ČESKÝ EXPORT

Jižní Korea zaznamenala od poloviny minulého století výjimečný ekonomický rozvoj. Korejskou válkou (1950-1953) zničená země, fakticky bez nerostných surovin a bez jakékoli průmyslové tradice, začínala prakticky od nuly. Ještě na počátku 60. let vykazovala hrubý domácí produkt na osobu na úrovni nejméně rozvinutých afrických států. Hlavní vývozní položkou byly mořské řasy.

V současné době je Korejská republika 11. největší ekonomika na světě a 4. největší v Asii. Korejská ekonomika těží z vývozu polovodičů, mikročipů, elektroniky, dopravních prostředků a jejich komponentů, i petrochemických produktů.

V průběhu posledních let se Jižní Korea stala rovněž jedním z nejvýznamnějších obchodních partnerů České republiky. Z hlediska obrátu zaujímá 3. místo mezi asijskými mimoevropskými partnery (po Číně a USA). V celkovém pořadí našich nejvýznamnějších obchodních partnerů je tato asijská země na 16. místě.

Prospěšný import

Během jedenácti měsíců minulého roku se vzájemná obchodní výměna zvýšila o 2,6 % oproti stejnému období roku 2017. Český vývoz vzrostl o 6,4 % a dosáhl výše téměř 450 milionů dolarů. Současně rostl i korejský dovoz, který se zvýšil o 2,2 % a dosáhl výše 4 miliard dolarů. Tento poměrně vysoký import se převážně týká subdodávek pro výrobu v exportně orientovaných továrnách, do kterých v Česku investovali korejské investory.

Česká obchodní bilance s Jižní Koreou je tedy sice dlouhodobě pasivní, nicméně z pohledu celého českého exportu je důležité, že velká část korejských dovozů je ve formě finální české produkce dále exportována do třetích zemí.

Mezi české vývozní položky do Koreje se řadí především elektrické přístroje, stroje, zařízení a vybavení továren, komponenty dopravních prostředků a speciální přístroje. Z Korejské republiky směřovaly

Jihokorejská ekonomika

Meziroční srovnání	
Vývoj HDP (predikce 2018)	+ 2,5 %
Vývoj spotřebitelských cen (prosinec 2018)	+ 1,3 %
Další údaje	
Míra nezaměstnanosti (prosinec 2018)	3,4 %
Saldo státního rozpočtu (predikce 2018)	+ 0,7 %

Zdroj: The Economist, Economist Intelligence Unit, Haver Analytics

do Česka převážně dopravní prostředky a jejich komponenty, elektrické spotřebiče, zařízení k automatickému zpracování dat, zařízení pro telekomunikace a pro záznam zvuku, strojní vybavení továren a zařízení k výrobě elektřiny.

Růstu tuzemského exportu a celkově i obchodní výměny mezi oběma zeměmi pomohly dohoda o volném obchodu mezi Evropskou unií a Korejskou republikou i masivní korejské investice do české ekonomiky. Na druhé straně se také projevuje zvýšený zájem českých podnikatelů o rostoucí a perspektivní korejský trh.

Autá, energetika, IT

Z hlediska českého exportu je bezesporu možné mezi nejperspektivnější odvětví zařadit automobilový průmysl. Je ovšem nutné počítat s tím, že se korejský automobilový průmysl připravuje na restrukturalizaci, související s novými trendy v oboru – především s elektromobilitou a autonomními systémy řízení vozidel.

Dalšími perspektivními odvětvími jsou energetika, strojírenství a informační technologie. Jižní Korea podporuje výstavbu nových energetických zdrojů i modernizaci a zvyšování výkonu těch stávajících. Jako velmi zajímavá se rýsuje také spolupráce s korejskými firmami, které jsou kapitálově silné a zúčastňují se významných energetických tendrů po celém světě.

Rovněž korejský strojírenský průmysl hledá dodavatele vybavení továren



» Nejvýznamnějším obchodním případem poslední doby je vývoz obřího lisu, který vyrobila společnost TS Plzeň pro korejskou firmu Doosan Heavy Industries.

Foto: TS Plzeň



» Pro každého českého velvyslance je velmi důležité, aby na trhu v zemi jeho působnosti bylo české pivo, protože je to produkt, který každý zná a má ho rád, uvádí bývalý velvyslanec v Jižní Koreji a na Filipínách Jaroslav Olša, jr. Snímek z propagační kampaně českého piva v Koreji.

Foto: Jaroslav Olša, jr., MZV ČR

a kvalitních výrobních komponentů za konkurenceschopné ceny. A vzhledem k tomu, že Korejci mají ambici stát se jedním z nejvýznamnějších světových hráčů čtvrté průmyslové revoluce, rýsuje se řada nových příležitostí v oblasti informačních a komunikačních technologií.

I přes určité uvolnění napětí na Korejském poloostrově stále nezmizela hrozba vojenské konfrontace s KLDK. Jihokorejci tak stále cítí silnou potřebu modernizace armády. Korejská obranná politika je v tomto ohledu v zásadě neměnná a Jižní Korea bude i nadále dovážet značné množství speciálního materiálu. I zde by se mohli uplatnit čeští dodavatelé.

Největší lis v Koreji

Pokud jde o český export do Koreje, nejvýznamnějším obchodním případem poslední doby je vývoz obřího lisu, který vyrobila společnost TS Plzeň pro korejskou firmu Doosan Heavy Industries. Lis o výkonu 17000 tun je největším kovací lisem na volné kování v Korejské republice a svojí kovací silou se řadí k několika málo obdobným lisům ve světě. Kovací soubor je určen k výrobě velkých výkovek s využitím především v jaderné energetice, lodním nebo leteckém průmyslu.

Životní úroveň Korejců dál roste, což se pochopitelně projevuje na jejich

stoupající poptávce po stále sofistikovanějších produktech. V Jižní Koreji se mohou dobře uplatnit také vývozci špičkového zdravotnického vybavení, výrobků pro zábavu a volný čas, ale také například kvalitních produktů potravinářského průmyslu.

Potraviny, pivo, poště

Velvyslanectví v Soulu aktivně spolupracuje s českými ministerstvy zahraničí a zemědělství právě na propagaci českého potravinářského sektoru. V loňském roce byl v rámci projektu ekonomické diplomacie realizován již třetí projekt na podporu českých potravinářských firem na korejském trhu.

Díky tomu se podařilo podpořit řadu českých vývozců potravin a alkoholických nápojů, kteří navázali obchodní spojení s konkrétními korejskými dovozci. Jedná se například o firmy EMCO, SEMIX PLUSO, Templářské sklepy Čejkovice a Vinařství Sonberk. Na korejském trhu působí i řada českých pivovarů. Mezi nejoblíbenější značky patří Plzeňský Prazdroj a Velkopopovický kozel.

Na jihu Korejského poloostrova se nedávno prosadila i společnost Linet, která svými nemocničními lůžky vybavila tamní zdravotnická zařízení. Mezi zajímavé obchodní případy poslední doby je možné zařadit také vývoz českých lyží od společnosti Sporten, vývoz speciálního zařízení na inspekci, čištění a opravy potrubí, dodávané společností JettyRobot, nebo připravovanou dodávku speciální potravinářské linky od společnosti J4.

Češi mají v Jižní Koreji velmi dobré jméno, které v řadě případů napomáhá při vstupu na trh. Korejský trh je však velmi náročný a uspějí jen firmy, které nabízí špičkovou kvalitu za přijatelnou cenu. Pro první kontakt s potenciálním obchodním partnerem bývá nejvhodnější účast na některém mezinárodním veletrhu v Soulu nebo v Busanu. S vytipováním vhodné veletržní akce může pomoci česká ambasáda.

KVĚTOSLAV SULEK, ekonomický diplomat, ambasáda v Soulu

FILIPÍNY: Tropický ráj zažívá ekonomický boom

V případě Filipín se většině lidí tradičně vybaví krásné pláže, milí lidé či dlouhý let, který je nutné absolvovat jako jakousi daň za vstup do tropického ráje. Filipíny jsou však také anglicky mluvící křesťanskou zemí s velmi mladou a perspektivní pracovní silou. A proto stále větší počet zástupců českých firem začíná tuto zemi vnímat jako zajímavou a důležitou.

Filipíny si pozornost opravdu zaslouží jako destinace s rostoucím vzájemným obchodem, který již přesahuje 11 miliard korun, či jako země se stabilním meziročním růstem přes 6 % HDP, jenž je jeden z největších na světě.

Čeští exportéři v posledních několika letech zažívají jistou revoluci, pokud jde o dostupné instrumenty pro své zahraniční aktivity. Časopis MED, který právě držíte v ruce, spolu s komplexní informací v podobě Souhrnné teritoriální informace, stále navyšující se počty ekonomických diplomatů ve světě nebo výčet perspektivních sektorů v rámci Mapy oborových příležitostí představují zásadní vodítka pro tak vzdálené destinace, jako jsou Filipíny. Není divu, že v těchto „dalekých“ zemích plní zahraniční zastoupení a jejich informace často klíčovou roli. Praha je přece jen od filipínského hlavního města Manila vzdálena téměř 10 tisíc kilometrů. V případě, že jste ochotni akceptovat jeden z největších problémů pro české firmy, jakým je vzdálenost, můžete na Filipíny pohlížet pozitivní optikou perspektivních oborů.

Nástup obranného průmyslu

Filipíny představují novou frontu pro český obranný průmysl, jakou je perspektivní a rostoucí trh jihovýchodní Asie. Období 2017-2018 bylo pro etablování českých firem klíčovým, a to z několika důvodů. Na začátku roku 2017 náměstek ministra obrany ČR Jakub Landovský podepsal Dohodu o obranné spolupráci s ministerstvem národní obrany Filipín, která byla ve stejném roce ratifikována. Během let 2018-2022 probíhá takzvaný „Second Horizon“ – modernizace filipínských ozbrojených sil, která zahrnuje 200 pro-



» Nová česká velvyslankyně na Filipínách Jana Šedivá během lednového slavnostního ceremonálu, který byl spojený s předáváním pověřovacích listin. Foto: Malacanán Palace Photo

jektů pod vedením Ministerstva národní obrany Filipín.

V září 2018 se v Manile uskutečnil největší filipínský obranný veletrh s názvem „Asian Defense, Security & Crisis Management Exhibition & Conference – ADAS 2018“. Český stánek zde představil lídry českého obranného průmyslu v podobě firem Česká zbrojovka, Excalibur Army, Svos, Aura a STV Group. Šlo tedy o skutečně široké zastoupení českého obranného průmyslu od výrobců ručních zbraní přes logistické systémy až po bojová vozidla pěchoty.

Prioritní energetika

Filipíny dlouhodobě patří k zemím s nejvyššími náklady na elektrickou energii. Je to dáno řadou různých faktorů, mezi

něž patří nedostatek fosilních paliv, podpora energetických zdrojů ve formě garantovaných cen (feed-in-tariffs), které ovšem platí zákazník, značné ztráty v přenosové soustavě, absence vládních dotací a rozsáhlá privatizace. Není tedy divu, že energetika nadále představuje jednu z priorit současné vlády, která implementuje energetický plán až do roku 2030 s cílem dosažení cenově dostupné a spolehlivé energie.

Vláda nyní více než kdy jindy otevírá trh alternativním technologiím a zdrojům energie, jakými jsou například zkapalněný plyn a jaderná energie společně s vodními a větrnými elektrárnami. Pro české exportéry se tak otevírá šance představit své technologie soukromým filipínským korporacím, které se ucházejí o státní tendry a často hrají klíčovou roli při budování nové energetické infrastruktury.

Na ostrově Panay už například několik let fungují turbíny od české firmy ČKD Blansko Small Hydro, které se osvědčily i ve složitých klimatických podmínkách.

Sklo, pivo, zdravotnictví

Se sílící ekonomikou roste také střední třída, což se projevuje i na masivní výstavbě. Čeští skláři jistě uvítají stavební boom nejen u rezidenčního bydlení, ale především v případě hotelů a kasin, který je spojený s poptávkou po rozsáhlých

zdravotnických zařízení. Rostoucí životní úroveň na Filipínách – stejně jako v dalších zemích sdružení ASEAN – vede nejen k vyšší spotřebě alkoholu, ale zároveň ke zvýšenému zájmu o nové značky. Především zboží z Evropy je dlouhodobě považováno za kvalitní

Na ostrově Panay už například několik let fungují turbíny od české firmy ČKD Blansko Small Hydro, které se osvědčily i ve složitých klimatických podmínkách.



» Český obranný průmysl byl loni v září silně zastoupen na největším filipínském obranném veletrhu v Manile ADAS. Foto: ambasáda v Manile

světelných instalacích na míru každému projektu. Jejich design a okázalost jsou známkou prestiže, která je zdůrazněna českým křišťálem. Tradiční vývozcí a designeři jako firmy Lasvit či Preciosa jsou stále častěji k vidění například v luxusních hotelech jako je ShangriLa, nebo v kasinech na manilském nábřeží.

Dalším nadějným odvětvím pro české exportéry je zdravotnictví. Většina zdravotnického zařízení a farmaceutických výrobků se na Filipíny dováží a celá struktura zdravotnictví je značně závislá na spolupráci státního a soukromého sektoru. V roce 2013 byl po devíti letech zrušen správní zákaz filipínského ministerstva zdravotnictví, který omezoval zakládání nových nemocnic. Rostoucí a bohatnoucí populace vyžaduje kvalitnější či specializovanou péči, kterou si již obyvatelé Filipín mohou dovolit. Zdra-

voťní je tak považováno za rostoucí sektor, který stále častěji chtějí využít velké konglomeráty ke svému růstu. České firmy jako Linet, BTL nebo výrobce inkubátorů TSE z Českých Budějovic se často ucházejí o velké zakázky nemocnic prostřednictvím svých lokálních partnerů.

Na ostrově Panay už například několik let fungují turbíny od české firmy ČKD Blansko Small Hydro, které se osvědčily i ve složitých klimatických podmínkách.

tvoří přes 55 % celkového zemědělského a potravinářského vývozu. Velký potenciál nicméně do budoucna mají i další produkty – kromě mléčných výrobků také nápoje, produkty pekařské a cukrářské výroby, ale i rostlinné a živočišné výroby. Už dnes je možné téměř v každém obchodě v Manile zakoupit sušenky firmy EMCO a do léta tohoto roku vstoupí na filipínský trh další české celozrnné cereálie.

Poptávka po IT technologiích

V roce 2018 na Filipínách rapidně vzrostly výdaje v sektoru bezpečnostních a IT technologií (hardware, software, služby) na téměř 4,8 miliard amerických dolarů, s předpokladem růstu do roku 2028 na více než 7 miliard USD. Tento růst ovlivňuje řada faktorů: S ekonomickým růstem přichází také sílící potřeba soukromých podnikatelských subjektů dosahovat světových certifikačních standardů. A rostoucí střední třída požaduje posílení ochrany osobních údajů a majetku.

I v této oblasti už můžeme mluvit o zkušenostech českých společností. Na půdě manilského výstaviště se v rámci veletrhu World of Safety and Security představila známá technologická firma Jablotron. Špičková softwarová řešení v oblasti kybernetické bezpečnosti pak vzbuzují na Filipínách značný zájem jak v soukromé, tak i ve státní sféře. To si uvědomuje brněnská firma Flowmon, která pravidelně pořádá workshopy prostřednictvím svého místního partnera. Daří se jí tak navazovat na další úspěšné IT projekty v České republice, která dala světu taková značka, jakými jsou AVG nebo Avast v oblasti antivirových programů.

Pro exportéry, kteří vidí ve Filipínách potenciálního partnera, je zásadní pochopit odlišné vnímání času, nekonfliktnost a počáteční průtahy způsobené přebujelou byrokracií. Partnerství nelze uzavírat ani po telefonu, ani po emailu. K uzavření obchodu nebude stačit ani jedna návštěva krásných filipínských ostrovů. Nicméně ekonomické a demografické ukazatele jsou jasné – podle těchto statistik se Filipíny řadí k jednomu z nejatraktivnějších trhů pro české firmy v regionu jihovýchodní Asie.

BENJAMIN ŽIGA, ekonomický diplomat, ambasáda v Manile

Filipínská ekonomika

Meziroční srovnání	
Vývoj HDP (predikce 2018)	+ 6,2 %
Vývoj spotřebitelských cen (prosinec 2018)	+ 5,1 %
Další údaje	
Míra nezaměstnanosti (4. čtvrtletí 2018)	5,1 %
Saldo státního rozpočtu (predikce 2018)	- 2,8 %

Zdroj: The Economist, Economist Intelligence Unit, Haver Analytics

a luxusní. V roce 2017 se podařilo registrovat produkty „Original Czech Beer 5%“ a „Premium Dark Lager 4,7%“ firmy Budějovický Budvar n.p. Ve stejném roce také započala distribuce piva Pilsner Urquell a Kozel. Nejvýznamnější vývozní položkou potravinářského průmyslu je i nadále syrovátka a další výrobky z mléka, které



» Klíčovým impulzem pro rozšíření portfolia služeb, které využívají i klienti ze zahraničí, byla stavba nové budovy v liberecké průmyslové zóně Sever. Foto: VÚTS

S TKANINOU DO TŘETÍ DIMENZE

» Liberecká firma VÚTS je v textilním strojírenství pojem. Před více než půl stoletím učila svět, jak tkát pomocí vody nebo vzduchu, dnes má know-how na výrobu trojrozměrné textilie.

V jedné z laboratoří moderní budovy VÚTS (někdejšího Výzkumného ústavu textilních strojů) v průmyslové zóně Sever na okraji Liberce stojí proti sobě dva tkací stroje. Dělí je sice více než šest desítek let, oba ale podstatným způsobem vylepšily a zrychlily tkaní textilií. Menší, „zelený“ stroj, je dílem legendárního konstruktéra Vladimíra Svatého, který si v roce 1950 nechal patentovat revoluční metodu tkaní a svůj první stroj s tryskovým prohozem odzkoušel právě v Liberci. Nejnovějším přírůstkem, který šíří slávu libereckého textilního výzkumu ve světě, je pak pneumatický tkací stroj DIFA, který zpracovává vysokopevnostní polyesterové hedvábí do trojrozměrné textilní struktury.

Výroba takzvané distanční tkaniny je přítom nejen špičkovou technologií, ale výsledný produkt má již dnes široké uplatnění. Na první pohled vypadá jako silnější dvouvrstvá látka, obě vrstvy jsou ale protkané ještě napříč soustavou provazovacích nití. Lehká a skladná 3D tkanina různých tvarů je klíčovým konstrukčním prvkem moderních nafukovacích technologií, a tak může nahradit

třeba hever při zvedání letadla nebo převráceného kamionu, lze z ní stavět plovoucí mola jako základnu pro solární panely nebo z ní vyrábět záchranářské čluny či nejnovější hit vodního sportu – paddleboard.

Spolupráce s Tchajwanci

VÚTS postavil prototyp unikátního stroje na 3D textilie ve spolupráci s TTRI (Taiwan Textile Research Institut). „Tchajwanci na strukturu distanční textilie měli patent, nevěděli ale, jak ji pořádně vyrobit. Když ji tkali sami, tak kolem stavu pobíhalo pět lidí a dělali to prakticky ručně. Náš stroj DIFA zvládne kompletní výrobu automaticky,“ líčí genezi libereckého prototypu Miroslav Václavík, generální ředitel VÚTS. Kromě samotného tkaní liberečtí také vylepšili a rozšířili tvarovou variabilitu tkaniny, kterou lze ve třetím rozměru utkat s proměnnou vzdáleností až do hodnoty půl metru.

VÚTS na vývoj nového tkacího stroje na distanční tkaniny získal v roce 2016 tříletý grant z programu Delta Techno-

logické agentury ČR. Zhruba 16 milionů korun pomohlo zaplatit polovinu nákladů na vývoj prototypu. Český stát ale pomáhá i nepřímo, prostřednictvím ekonomické diplomacie. „Kdykoliv jedeme na Tchaj-wan, děláme zastávku v České ekonomické a kulturní kanceláři v Tchaj-peji, máme kontakty také s obdobnou tchajwanskou kanceláří tady v Praze,“ líčí spolupráci Václavík. „Podobné kontakty v diplomatické ro-



» Pneumatický tkací stroj DIFA dokáže vyrobit lehkou a skladnou 3D tkaninu, která může nahradit třeba hever při zvedání letadla. Foto: VÚTS

vině samy o sobě uzavření kontraktů nepřinesou, pro nás jsou ale důležité, protože si narozdíl od naší belgické, německé nebo italské konkurence nemůžeme dovolit mít své stálé obchodní zástupce v cizině. Taková síť stojí peníze a co do finančních objemů se s konkurencí na Západě porovnávat nemůžeme. Co do know-how a nápadů ale ano,“ dodává generální ředitel VÚTS, který zaměstnává na dvě stovky lidí.

Olympiáda textilních strojařů

Pneumatický tkací stroj DIFA, který zvládá trojrozměrnou technologii tkaní, čeká letos v červnu velká světová

Na výstavě ITMA tak nebude figurovat jen tkací stroj na distanční tkaninu, ale také nová generace tryskového tkacího stroje CAMEL. Ten je určen pro výrobu tkanin v perlinkové vazbě, která se používá například ve stavebním průmyslu. VÚTS tento typ stroje s úspěchem prodává na domácím trhu i v zahraničí.

S technologií tkaní pak úzce souvisí i další „asijský“ projekt VÚTS. Společně s jihokorejským konsorciem firem Nemusoft, DYETEC a Koreafactory liberecká společnost vyvíjí technologii pro výrobu ochranných textilií. Projekt koordinuje korejská Yeungnam University. „Jde o zpracování vláken, jako je napří-

stavba nové budovy v průmyslové zóně Sever, kam se liberecká firma před šesti lety přestěhovala z architektonicky cenné, ale jinak nevyhovující funkcionalistické stavby v centru města. Moderní centrála, kterou si společně s částí vybavení VÚTS pořídil z operačního programu EU Výzkum a vývoj pro inovace, umožnila firmě nainstalovat mimo jiné měřicí techniku citlivou na vnější ruchy. Dnes je tak liberecká společnost schopná ve své laboratoři zjistit, která část výrobní linky zákazníka způsobuje chvění celého systému nebo ještě v předvýrobní fázi provést numerické simulace, jak se zařízení bude chovat. Liberečtí se zaměřují i na klientelu mimo strojírenskou branži. V tiché komoře VÚTS například testuje akustické vlastnosti hudebních nástrojů.

Klíčová ale pro VÚTS nadále zůstává doména, v níž si vydobyl renomé nejen doma, ale i v cizině – výzkum a vývoj strojů pro zpracovatelský průmysl. A to v širokém spektru uplatnění – od textilního průmyslu, přes sklářství a polygrafii až po jedonúčelové stroje pro automobilový sektor a zařízení pro montovny, které nemají vlastní výrobu. „Jsme zaměřeni na aplikovaný výzkum, takže se nemůžeme orientovat jen na to, co by se nám líbilo. Musíme brát ohled na poptávku od zákazníků a sledovat, aby naše technologické řešení také našlo uplatnění na trhu,“ vysvětluje je Václavík.

Mezi nejnovější zakázky VÚTS patří třeba vývoj mechatronických částí designového osvětlení pro českou firmu Lasvit, která s úspěchem své produkty založené na umu českých sklářů prodává bohaté klientele v Asii i na Blízkém východě. Tak jako ostatní šéfové firem, které se specializují na špičkové strojírenství, si ale i generální ředitel VÚTS stěžuje na to, že zaměstnat zkušeného technika je stále těžší. „Dobré vývojáře a konstruktéry potřebujeme pořád. Mám ale pocit, že mladí lidé dnes chtějí hned po škole dělat manažery nebo svůj obor úplně opustit. A to je škoda. Protože vše, co v našem libereckém centru najdete, by bez bystrých hlav a šikovných rukou nevzniklo,“ uzavírá generální ředitel VÚTS Miroslav Václavík.

(red) «



» Kdykoliv jedeme na Tchaj-wan, děláme zastávku v České ekonomické a kulturní kanceláři v Tchaj-peji, líčí generální ředitel Miroslav Václavík. Foto: VÚTS

premiéra. Liberecká firma by ho chtěla představit na veletrhu textilních strojů ITMA, který koncem června proběhne v Barceloně. „Je to taková olympiáda textilních strojařů. Pro nás o to důležitější, že během ní uzavíráme kontrakty. Jsme zaměřeni na malosériovou výrobu, nemáme distributory a k zakázkám se tak dostáváme právě prostřednictvím osobního kontaktu na akcích jako je barcelonská přehlídka,“ vysvětluje Václavík.

DIFA není jediná technologie, s níž se chtějí liberečtí pochlubit. „Od Čechů se čeká, že vždy přivezou něco nového,“ dodává šéf VÚTS.

klad Kevlar nebo Dynnema, z nichž by se měly vyrábět třeba lehké ochranné oděvy odolné proti probodnutí nebo proříznutí. Pro korejskou stranu připravujeme u nás vzorky takových tkanin,“ přibližuje Václavík nový projekt s Jihokorejci.

Nejen textilní průmysl

Liberecká firma ale dnes zdaleka není pojmem jen v oblasti textilního průmyslu. Renomé si VÚTS získal třeba v oblasti testování a měření. Klíčovým impulzem pro rozšíření portfolia služeb, které využívají i klienti ze zahraničí, byla

KRAJŠTÍ EXPORTNÍ SPECIALISTÉ – DALŠÍ KROK K PODPOŘE EXPORTU

Cílem je povzbudit zejména malé a střední podnikatele

» Podpora exportu je téma, skloňované různými aktéry při různých příležitostech. Z dlouhodobého zjišťování můžeme říci, že v České republice je několik desítek firem, které exportovat umí od A do Z. Pak několik set firem, které si myslí, že umí (přičemž zdaleka nevědí vše potřebné), a velká část těch (především malých a středních podniků), kteří to neumí.

Velmi často zjišťujeme, že existují zcela různé pohledy na to, co se skrývá pod pojmem podpora exportu. Zpravidla je to spojováno s představou úředníka, cestujícího po světě a domlouvajícího obchody. Omyl. Obchodovat, exportovat musí a bude vždy exportér. Úředník vytváří rámeček podle zadání exportérů.

Znalost trendů a trhů

Pod pojmem podpora exportu se skrývá souhrn činností, které je třeba konat a vykonat, aby se tím zlepšily (či přímo vytvořily) vhodné podmínky pro růst exportu. **Patří sem zejména podpora vytváření konkurenceschopných produktů**, kde začínáme u sledování svě-

tových trendů, pokračujeme vývojem a inovacemi, a končíme certifikací pro různé podmínky a trhy.

Patří sem dále pomoc při mapování trhů ve stylu, kam se co může prodat, kde se co chce, nebo obráceně, kam můžeme směřovat produkty tvořící převážnou část české produkce. **Patří sem všechny úkony a podpory, které přispějí k minimalizaci nákladů na výrobu a distribuci.** Od dostatku pracovní síly přes korporátní daně až po snižování vysokého zdanění práce, které zatěžuje české podniky.

Podpora nových trhů

Patří sem zcela jistě také nástroje financování a pojišťování exportu zejména

pro malé a střední podniky a pro export do složitých destinací. Stát by v tomto ohledu neměl zneužívat negativní pří-pady takového financování a pojišťo-vání z minulosti k tomu, aby rezignoval na ochotu přiměřeně participovat na riziku obchodu do nových destinací.

Je evidentní, že čeští exportéři jsou schopni vyhledat obchodní potenciál, najít zákazníka, přispět k vytvoření vzájemné důvěry a „získat zakázku“. Schopnost nabídnout financování zakázky nás však ve finále mnohdy diskvalifikuje oproti konkurentům, kteří jsou třeba i horší a dražší.

Patří sem i schopnost dobrého „promotion“ firmy i České republiky. Chceme-li prodávat kvalitní a dražší produkty,

» **Exportní pojišťovna EGAP v poslední době podpořila vývoz českých zemědělských strojů do Austrálie.**

Foto: BEDNAR FMT



» **Krajští exportní specialisté byli vyškoleni odborníky z ministerstva zahraničí a Hospodářské komory tak, aby byli schopni permanentně reagovat na potřeby podnikatelů ohledně exportního poradenství, píše Bořivoj Minář.**

Foto: HATcom

musíme mít také dobrou prezentaci. Od „NO NAME“ se nakupují pouze produkty, od kterých nic zvláštního nečekám (papuče, cetky a drobné produkty s nízkou přidanou hodnotou...).

V neposlední řadě sem patří i vzdělaný a schopný pracovník. Znalost jazyka je nezbytnou podmínkou pro zahraniční obchod, pro export, avšak nikoliv podmínkou postačující. Vzdělávání exportérů je proto podmínkou takřka nejdůležitější. **Nezastupitelnou roli má i vytváření vztahů v zahraničí a se zahraničím,** které se často označuje pojmem moderní ekonomická diplomacie.

Jak správně exportovat

Dnes již existuje celá škála produktů, které mohou efektivně pomoci exportérům. Řada z nich vychází z potřeb exportérů. Hospodářská komora byla u vzniku Mapy globálních oborových příležitostí nebo spotu o českých lidech (Česko má báječné lidi), který je pro využití zdarma v deseti jazykových mutacích. Hospodářská komora byla u tvorby konceptu Projektů na podporu ekonomické diplomacie (PROPED). Dlouhodobým a systematickým počínem naší komory je konání Krajských exportních konferencí, kdy ve spolupráci s ministerstvem zahraničí a dalšími part-

nerý vzděláváme především české malé a střední podnikatele, aby byli schopni exportovat s maximálním profitem. Potíž je v tom, že drtivá část exportérů se zatím s potřebnými informacemi neseznámila a exportuje nahodilým způsobem. Důležitým zdrojem pro ně může být portál BusinessInfo.cz.

Týmová práce

Podpora exportu proto je jednoznačně týmová práce, kdy podporujícím týmem jsou všechna ministerstva – tedy vláda v čele s premiérem. V tomto kontextu je příjemné slyšet, že končí resortismus a vláda bude pracovat jako tým, což se týká i podpory exportu.

Hospodářská komora ČR jako největší podnikatelská asociace s největší koncentrací exportérů usiluje o realizaci kroků, užitečných podnikatelům-exportérům. Dle průzkumu mezi podnikateli je naše komora (s 18%) nejčastěji vyhledávanou institucí v případech potřeby informací o podpoře exportu (další instituce a agentury pak následují s 5-7%).

Krajští specialisté

Pro zajištění permanentního a profesionálního poradenství bylo rozhodnuto

o vytvoření pozice **Krajský exportní specialista (KES) při krajských komorách v Moravskoslezském kraji, Zlínském kraji, Jihomoravském kraji, Olomouckém kraji a Pardubickém kraji.** Tito specialisté byli vyškoleni odborníky z ministerstva zahraničí a Hospodářské komory tak, aby byli schopni permanentně reagovat na potřeby podnikatelů ohledně exportního poradenství.

Navazujeme tak na projekty Regionální exportní místa (REM) a Informační místa pro podnikatele (InMP), realizované v minulosti rovněž Hospodářskou komorou ČR v regionech. Popularita akcí, pořádaných Komorou, nás utvrzuje v tom, že systém „podnikatel pomáhá podnikateli“ je neefektivnější. Vždy totiž vychází z konkrétních potřeb podnikatelů a přidanou hodnotou je podnikatelská zkušenost.

Kraje, v nichž působí exportní specialisté

Jihomoravský kraj
Moravskoslezský kraj
Olomoucký kraj
Pardubický kraj
Zlínský kraj

Zdroj: Hospodářská komora ČR

Již dnes máme pozitivní ohlasy na pozici KES s tím, že uvažujeme o vytvoření těchto pozic v dalších krajích. Pozice KES je zvláštní tým, že na rozdíl od REM a InMP na ně krajské komory nečerpají od státu žádný příspěvek! Velkou podporou, avšak nefinančního charakteru, je přímé napojení KES na konkrétní pracovníky ministerstva zahraničí, případně efektivní napojení na některé ambasády či instituce užitečné pro podporu exportu.

V současnosti existuje mnoho adres, portálů, míst, platform či agentur a institucí pro podporu exportu. Naše sdělení exportérům je: **VOLEJTE NA KOMORU.** Podporou exportu se zabývá nejenom úřad Hospodářské komory ČR v Praze, ale také Krajské hospodářské komory v regionech.

BOŘIVOJ MINÁŘ, viceprezident Hospodářské komory ČR «



Nadcházející akce EKONOMICKÉ DIPLOMACIE

- › **Exportní seminář Rusko a Bělorusko**
7. 3. Pardubice, Olomouc (tbc)
- › **Exportní seminář Německo**
11. 3. Ostrava
- › **Exportní seminář Program Sýrie a Irák**
14. 3. Praha
- › **Konference Výzvy 2019 – pohled zahraničních manažerů**
3. 4. Praha
- › **Exportní seminář Velká Británie a Irsko v angličtině**
2. 4. Praha, 3. 4. Brno
- › **Školení expertních ekonomických místních sil**
3. a 4. 4. Praha
- › **Seminář marketingové a prezentační dovednosti pro firmy**
15. 4. Praha, 16. 4. Pardubice
- › **Exportní seminář Indonésie a Filipíny**
17. 4. Praha, 18. 4. Olomouc



Ekonomická diplomacie ČR



Ekonomická diplomacie ČR



ed_mzvcr

www.export.cz

MODERNÍ EKONOMICKÁ DIPLOMACIE
Vydává Ministerstvo zahraničních věcí ČR ve spolupráci se společností HATcom s.r.o. Předseda ediční rady: Marek Svoboda
Inzerce: HATcom s.r.o., info@hatcom.cz
Grafická podoba: aper-grafika.cz.



Foto: Shutterstock

COPY GENERAL

Mějte jistotu, že vaše akce klapne na jedničku



Zajistíme pro vás
konferenční servis
bez starostí
a s přehledem

1 Pamatujte si jen jedno jméno

Náš člověk za vás koordinuje všechny části projektu a vyladí každý detail.

2 Vyberte si prostor

Zbytek uděláme my. Navrhneme celý koncept spolu s nevhodnějšími materiály. Vše nainstalujeme a po akci na vlastní rizika deinstalujeme.

3 Zůstaňte v klidu

Připravíme grafické návrhy i celý tiskový servis tak, aby nedošlo k žádným omylům - v komunikaci, výrobě ani distribuci.


Kontaktujte nás a zjistěte víc...


copygeneral.cz




NAJDETE NÁS NA WEBU EXPORT.CZ A SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH



 Ekonomická
diplomacie ČR

 Ekonomická
diplomacie ČR

 ed_mzvcr

www.export.cz