

Aktualizace Exportní strategie ČR 2012-2020

Obsah:

Úvod	3
Základní principy naplňování Exportní strategie	5
Změny spojené s aktualizací Exportní strategie	6
Vize a cíle aktualizované Exportní strategie	6
Určování klíčových trhů	7
Rozvoj digitálního trhu a digitalizace ekonomiky včetně Průmyslu 4.0	8
Pilíře aktualizované Exportní strategie	9
Štíhlejší implementace	10
Systém konzultací	12
1. Finanční nástroje	12
1.1. Exportní financování a pojišťování	12
1.2. Rozvojová spolupráce	15
2. Informace a rozvoj služeb exportérům	16
2.1. Informace	16
2.2. Asistenční a konzultační služby	20
2.3. Rozvoj služeb v regionech	23
2.4. Vzdělávání pro export	24
3. Rozvoj obchodních příležitostí	25
3.1. Propagace a rozšiřování poptávky po českém exportu	25
3.2. Obchodní politika	29
3.3. Vnitřní trh	32
3.4. Projekty ekonomické migrace	33
3.5. Investice pro export	34
Závěry	36
Příloha č. 1 (Seznam zkratk)	37

Úvod

Účelem materiálu je aktualizace Exportní strategie ČR 2012-2020, která stanovuje základní rámec proexportní politiky, shrnuje aktivity státu na podporu exportu, a která byla schválena vládou ČR usnesením č. 154 ze dne 14. března 2012. Vizí této Strategie je **maximální využití synergií plynoucích z proexportních, ale i dalších aktivit státu k vytvoření takových služeb pro export, které českým vývozcům maximálně usnadní úspěch na zahraničních trzích**. Vzhledem k tomu, že Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) je na základě kompetenčního zákona zodpovědné za podporu exportu a Ministerstvo zahraničních věcí (MZV) za koordinaci vnějších ekonomických vztahů a ekonomickou diplomacii, úspěšná a efektivní proexportní politika tudíž předpokládá spolupráci obou ministerstev. Této problematice se výrazně věnuje i Akční plán vlády z prosince 2014, který obsahuje v části *Podpora exportu a cestovního ruchu* cíl zefektivnit činnost zahraničních ekonomických diplomatů a kancelářů CzechTrade, CzechInvest a Českých center, nastavit jasná pravidla spolupráce v oblasti B2B (Business-to-Business), B2G (Business-to-Government) G2B (Government-to-Business) a G2G (Government-to-Government) zatraktivnit nabídku služeb a posílit obchodní oddělení zastupitelských úřadů odborníky, zejména v oblasti Asie, Blízkého východu, Jižní Ameriky či Afriky. K tomu, aby se cíle akčního plánu naplnily, jsou nyní postupně na obou ministerstvech přijímána příslušná opatření vedoucí mimo jiné k úspěšné realizaci nového modelu spolupráce. Proces synergických aktivit byl zahájen v roce 2014, kdy ministři průmyslu a obchodu a zahraničních věcí podepsali dohodu o spolupráci v oblasti podpory exportu a ekonomické diplomacie. Na základě této dohody byly zahájeny kroky k důsledné koordinaci a spolupráci obou ministerstev, vznikla Jednotná zahraniční síť, tvořená ekonomickými úseky zastupitelských úřadů a zahraničními kancelářemi¹ CzechTrade (dále ZK CT), vzniklo Klientské centrum pro export, které je provozováno ve spolupráci MPO/CzechTrade a MZV, byl sestaven Katalog služeb integrující služby bezplatné poskytované MZV/ZÚ, MPO a ZK CT a služby zpoplatněné poskytované ZK CT. Do výše uvedených procesů je na základě svých aktivit zapojováno i Ministerstvo zemědělství (MZe) a Ministerstvo obrany (MO).

Předkládaná aktualizace má proto ambici zlepšit využití nástrojů proexportní politiky, aby alokované zdroje státu na podporu exportu a ekonomickou diplomacii byly čerpány efektivně a účelně a naplňovaly nově definovanou vizi:

Tvorba nových pracovních míst a růst firem díky zvýšení obchodu a internacionalizaci podnikání, posilování prestiže ČR ve světě a v mezinárodních organizacích, využívání globálních obchodních příležitostí pro růst prosperity České republiky.

Potřeba aktualizace Exportní strategie ČR 2012-2020 (dále také Exportní strategie) vyplynula i z diskusí se zástupci podnikatelských a odborových reprezentací, kteří shodně

¹ V roce 2012 byly zahraniční kanceláře CzechTrade zrušeny a nahrazeny obchodními misemi MPO, v roce 2014 byly tyto mise převedeny zpět na CzechTrade

doporučili v zájmu zjednodušení a zprůhlednění snížit počet projektových týmů, lépe kvantifikovat cíle a vyhodnocování jejich plnění, využít oborový přístup k určování klíčových trhů, více se zabývat vazbou na inovační strategii a další koncepce.

Kromě těchto vnitřních důvodů je potřeba mít na zřeteli i zahraničně politické aspekty. Česká otevřená a proexportně zaměřená ekonomika se musí stále více vypořádávat s globálními trendy, které působí celosvětově a znamenají i pro ČR nové výzvy a zároveň příležitosti. Přijatá Koncepce zahraniční politiky České republiky charakterizuje hlavní faktory, které působí v rovině ekonomické, strategicko-politické i demografické. Česká zahraniční politika usiluje o bezpečnost, prosperitu a udržitelný rozvoj, lidskou důstojnost včetně ochrany lidských práv, službu občanům a dobré jméno v zahraničí. Česká republika nevnímá tyto cíle odděleně, nýbrž naopak jako cíle provázané a vzájemně se podmiňující.

V důsledku hospodářského růstu rozvíjejících se ekonomik, zejména východní, jihovýchodní a jižní Asie se zvyšují nároky tzv. „emerging economies“ na účast při rozhodování o pravidlech světové ekonomiky a mezinárodního obchodu. Rostoucí surovinové a energetické nároky jejich ekonomik vedou k soutěži o omezené zdroje těchto surovin včetně zdrojů vody. Na druhé straně se rozšiřuje skupina tzv. křehkých států, které nejsou schopny vykonávat své základní funkce a rozšiřuje se riziko migračních vln, terorismu, organizovaného zločinu.

Pro zvládnutí těchto globálních světových trendů je pro každé hospodářství důležité pochopení zahraničně politických souvislostí. Využití potenciálu vnější i vnitřní spolupráce je v tomto ohledu pro všechny účastníky exportní politiky základním předpokladem. Řešení, jejichž nalezení je pro české podniky velkou příležitostí, by měla být jednak jedinečná, jednak snadno rozšiřitelná na světových trzích. Stav, kdy řešení českých výrobců a poskytovatelů služeb obstojí ve zvýšené míře v mezinárodní konkurenci a na světových trzích, je nejen přispěvkem k budování prosperity ČR, ale též zvýrazněním ČR jako významného hráče na poli mezinárodní spolupráce. Předpokladem dosažení tohoto stavu je chytré propojení exportní, inovační a rozvojové politiky na základě pochopení globálních potřeb a poptávky, která z nich již nyní vzniká.

Důležitým faktorem podpory prosperity a udržitelného rozvoje je členství ČR v Evropské unii, která je hlavním prostorem pro uskutečňování našich zahraničně ekonomických zájmů. Jádrem evropské integrace zůstává vnitřní trh Evropské unie, spočívající na volném pohybu osob, zboží, služeb a kapitálu. Exportní strategie se zaměřuje na plné využití hlavních nástrojů Evropské unie k podpoře českého exportu – Společné obchodní politiky, Dohod o volném obchodu, Jednotného vnitřního trhu.

Exportní strategie na roky 2012-2020 se vyznačuje velkou mírou komplexnosti a vyčerpávajícím způsobem popisuje všechny aspekty proexportních aktivit. Vysoká míra podrobnosti, snaha o obsažení co nejvyššího počtu proexportních činností a jejich prolínání jednotlivými pilíři (1. Informace pro export; 2. Podpora rozvoje exportu; 3. Rozvoj obchodních příležitostí) vedla k určité nepřehlednosti a nejasnosti postupu, jak vytyčených cílů dosáhnout,

což se projevilo při stanovení relativně velkého počtu projektových týmů a v některých případech nepřesné implementaci opatření vedoucích k naplňování cílů strategie.

Ze všech výše uvedených důvodů se proto aktualizace Exportní strategie zaměřuje na popis hlavních oblastí podpory exportu, preciznější specifikaci cílů a způsobů jejich dosažení, je založena na kooperaci proexportně zaměřených organizací státu a průběžné komunikaci s firemními reprezentacemi, sociálními partnery. V tomto duchu Řídící výbor Exportní strategie na svém zasedání 29. června 2015 rozhodl aktualizovat stávající Exportní strategii a doplnit ji o princip oborových příležitostí, upravit systém vyhodnocování a měření stanovených cílů.

Aktualizace Exportní strategie vstoupí v platnost po schválení vládou ČR. I nadále se předpokládá, že bude každoročně k 31. březnu předkládána vládě zpráva o plnění Exportní strategie a v r. 2020, v souvislosti s ukončením platnosti současné Exportní strategie, bude předložena vládě ČR exportní strategie nová.

Základní principy naplňování Exportní strategie

Proexportní opatření a v jejich rámci další aktivity vedoucí k jejich naplnění, by měla být v souladu se základními principy: **relevance, efektivita, prokazatelnost a měřitelnost**. Zkušenosti s implementací Exportní strategie v letech 2012-2015 ukazují potřebu opory v těchto principech a průběžné ověřování, zda se přijímaná opatření jimi řídí.

Relevance exportní strategie by se měla promítat do zaměření na služby a proexportní aktivity umožňující klientům/exportérům dosahování jejich ekonomických a marketingových cílů (obrat, investice, růst podílu na trhu, produktivity atd.). Přijímaná opatření by vždy měla sledovat tento konečný cíl a mít oporu v poptávce firem.

Efektivita prosazování proexportních opatření státu vychází z výjimečného postavení pracovníků působících ve státních proexportních² organizacích včetně Jednotné zahraniční sítě a odráží se v unikátních kompetencích a možnostech tím daných. Jedním z důležitých principů poskytování služeb v tomto směru by tak mělo být maximální využití těchto kompetencí.

Nastavení měřítek na konkrétní ukazatele, které jsou proexportními aktivitami ovlivňovány, zajistí **prokazatelnost** a celkově **měřitelnost** výsledků působení v rámci exportní strategie. V duchu tohoto principu by mělo měření probíhat na skupině podnikatelských subjektů, které je možné považovat za příjemce služeb. Dosavadní měření efektů působení proexportní politiky státu na makroekonomické úrovni se ukázalo jako velmi problematické, protože ukazatele této úrovně jsou značně ovlivňovány dalšími faktory, jako jsou hospodářský cyklus (krize, růst), politické a geopolitické události či zásadní podíl velkých firem, které státní podporu nečerpají, na celkové bilanci zahraničního obchodu. Makroekonomická úroveň je z hlediska měřitelnosti (a při respektování zásad relevance a prokazatelnosti) dopadu státní

² MPO, MZV, MZe, MO, CzechTrade, ČEB, EGAP

podpory exportu obtížně využitelná, avšak nepostradatelná v oblasti indikátorů, podle kterých je nutné strategii dále aktualizovat a nastavovat.

Změny spojené s aktualizací Exportní strategie

Vize a cíle aktualizované Exportní strategie

Aktualizovaná Exportní strategie vychází sice z původní vize Exportní strategie 2012–2020, ale vzhledem k vývoji a změnám, ke kterým došlo od r. 2012, byla tato vize modifikována, jak je uvedeno v úvodu.

Vize aktualizované Exportní strategie:

Tvorba nových pracovních míst a růst firem díky zvýšení obchodu a internacionalizaci podnikání, posilování prestiže ČR ve světě a v mezinárodních organizacích, využívání globálních obchodních příležitostí pro růst prosperity České republiky.

Pro naplnění nové vize a s vědomím působení konkrétních proexportních opatření byl přeformulován hlavní cíl, jehož dosažení předpokládá vyváženou strukturu nabízených služeb, jejich efektivní poskytování, orientaci na inovativní exportéry. V souvislosti s očekávaným vývojem a realizací cílů Průmyslu 4.0 lze předpokládat výraznou změnu ve struktuře zaměstnanosti. Zaměření na služby pro inovativní firmy a jejich následná exportní expanze může přispět k efektivnímu řešení postupně vznikajících problémů zaměstnanosti.

Hlavní cíl aktualizované Exportní strategie:

Zvýšení počtu vývozců, zejména z řad inovativních firem, zajištění udržitelnosti jejich exportních aktivit, zvýšení objemu a přidané hodnoty jejich exportu a počtu pracovních míst.

Jak je tento cíl naplňován, by měla ukázat jeho konkretizace:

- 1. Zvýšení objemu exportu firem využívajících státní podporu exportu**
- 2. Zvýšení počtu pracovních míst ve firmách využívajících státní podporu exportu**
- 3. Zvýšení objemu exportu podpořených inovativních firem**

Původní cíle Exportní strategie 2012–2020, kterých by mělo být dosaženo do roku 2020:

- a) Zvýšení per capita exportu o 25 % do r. 2020
- b) Zvýšení počtu exportérů o 15 % do roku 2020
- c) Zvýšení počtu exportérů z řad malých a středních podniků o 50 % do roku 2020

budou nadále sledovány, ale rozhodujícím měřítkem bude plnění cílů podle aktualizované Exportní strategie.

Určování klíčových trhů

Jedním z důvodů pro aktualizaci Exportní strategie ČR 2012–2020 je i doplnění teritoriálního přístupu přístupem oborovým, kdy jsou klíčové trhy určovány na základě zjištěných oborových příležitostí.

Dominantní teritoriální přístup při určování klíčových trhů vychází historicky z exportních strategií 2006-2010, aktualizace do roku 2012 a je rozhodující i pro Exportní strategii ČR 2012-2020. Hlavním cílem tohoto konceptu byla diverzifikace českého vývozu zaměřením státních proexportních aktivit na více trhů, které mají výrazný potenciál růstu vývozu, a v případě Strategie 2012-2020 především zaměřením na trhy nacházející se mimo země EU. Země, které byly rozděleny do dvou stupňů – prioritní a zájmové, byly určovány na základě růstového potenciálu jejich ekonomik, absorpční schopnosti jejich trhů, měřeno podílem na světovém dovozu a kompatibility ve vztahu k české ekonomice. Jde zpravidla o velké ekonomiky, jež skýtají značný potenciál pro zvýšení českého exportu, trhy, na kterých je již české zboží a služby známé nebo trhy, kde ČR potřebuje budovat své pozice a za konkurencí z jiných zemí zaostává. Seznam prioritních a zájmových zemí (Exportní strategie ČR 2012-2020) byl projednán a odsouhlasen podnikatelskými reprezentacemi (Svaz průmyslu, Hospodářská komora, ICC a dalšími). Důležitým kritériem pro zařazení do prioritních teritorií byl jeden z hlavních cílů Exportní strategie ČR 2012-2020 – diverzifikace exportu mimo vnitřní trh EU, z toho důvodu mezi těmito zeměmi nebyla žádná ze zemí EU. Až v druhém kroku byly v těchto zemích hledány oborové/exportní příležitosti. Hlavním měřítkem úspěšné diverzifikace byl poměr mezi vývozem do prioritních teritorií a vývozem do EU, který se v letech 2012 a 2013 měnil ve prospěch prioritních a zájmových zemí, tzn. podíl vývozu do zemí EU na celkovém vývozu se nepatrně snižoval. To se však dělo spíše v důsledku finanční krize a hospodářské situace v EU, v roce 2014 se při celkově rostoucím objemu exportu již podíl vývozu do EU opět lehce zvýšil.

Oborový přístup nabízí nový, flexibilnější pohled na vyhledávání exportních příležitostí. Ve světě existuje celá řada příležitostí, avšak s ohledem na limitované zdroje jich lze prozkoumat či využít pouze omezený počet. Ministerstvo zahraničních věcí ve spolupráci s dalšími institucemi zpracovalo „Mapu globálních oborových příležitostí“, jejímž cílem je identifikovat perspektivní možnosti uplatnění českých podniků na zahraničních trzích a přiblížit potenciálním exportérům přehled o konkrétních příležitostech vývozu do konkrétních teritorií. Výsledná databáze oborových příležitostí šetří prostředky podnikatelské sféry, jež by byly vynaloženy na prvotní screening zahraničních trhů, a zvyšuje možnosti internacionalizace malých a středních podniků. Oborový přístup je založen na opakovaném ověřování signálů z analýz konkurenčních výhod se zástupci podnikatelů, zastupitelských úřadů v zahraničí a partnerských institucí a jejich agentur. Výčet perspektivních oborů je výsledkem analýzy, jež byla zaměřena na sektory, ve kterých na cílových trzích stabilně roste poptávka a v nichž v současné době není plně využit exportní potenciál České republiky.

Identifikované oborové příležitosti a na základě nich určené klíčové trhy by měly vést k nastavování proexportních aktivit státu a následně pomáhat i při samotném rozhodování firem o výběru vývozního teritoria. Orientace na oborové příležitosti v zahraničí a předpokládaná budoucí poptávka by měla podpořit zavádění inovací ve firmách a tím jejich konkurenceschopnost. MPO může využít tyto informace pro větší ovlivňování činnosti inovačních agentur jako je Technologická agentura ČR (TAČR) a následně i při implementaci cílů „Průmysl 4.0“, což by mělo také stimulovat inovační potenciál firem a zvýšit jejich konkurenceschopnost díky změně nabídkového modelu (firmy nabízejí na určitý trh) na model poptávkový (firmy reagují na poptávku určitého trhu). Pro tuto oblast má TA ČR existující nástroj na podporu mezinárodní spolupráce ve vědě a výzkumu – program bilaterální spolupráce DELTA. V současnosti probíhají diskuse o vyhlášení výzvy v tomto programu, která bude zaměřena na spolupráci se Spolkovou republikou Německo v oblasti Průmyslu 4.0, což je v souladu s předkládanou Aktualizací Exportní strategie. Probíhající a plánované aktivity TA ČR tak mohou pomoci při naplňování této strategie v nejbližších letech.

Vodítkem pro střednědobé koncepční proexportní působení v daných teritoriích bude využití průběžně aktualizovaných vstupů MPO pro existující regionální strategie MZV. Ve vstupech bude konkretizováno použití specifických proexportních nástrojů pro dané trhy. Současně bude posílena vzájemná koordinace a spolupráce teritoriálních specialistů zapojených resortů a pro podkladové analýzy budou více využívány dostupné externí informační zdroje.

Rozvoj digitálního trhu a digitalizace ekonomiky včetně Průmyslu 4.0

Významnou příležitostí a výzvou související s hledáním oborových příležitostí bude v příštích letech jistě i realizace procesů spojených s rozvojem digitálního trhu³ včetně Průmyslu 4.0, čtvrté průmyslové revoluce, založené na komplexním systému změn v řadě lidských činností, a to nejen v průmyslové výrobě. Průmysl 4.0 transformuje výrobu ze samostatných automatizovaných jednotek na plně automatizovaná a průběžně optimalizovaná výrobní prostředí. Vertikální výrobní procesy budou horizontálně propojeny v rámci firemních systémů, které budou v reálném čase pružně reagovat na okamžitou a měnící se poptávku po produktech. Budou reagovat na individuální požadavky zákazníků a takovýto produkt umožní též efektivně vyrobit. Jednou z příležitostí je i vytvoření předpokladů pro duální roli Průmyslu 4.0, tj. podporu moderní průmyslové výroby v ČR, ale i exportu řešení či výsledků výzkumu na světové trhy. Zde se rovněž uplatní využití digitálních technologií v dalších sektorech hospodářství, např. e-commerce, rozvoj ICT apod.

³ Viz např. Akční plán na podporu hospodářského růstu a zaměstnanosti a Akční plán pro rozvoj digitálního trhu.

Pilíře aktualizované Exportní strategie

Modifikovány jsou rovněž pilíře Exportní strategie tak, aby lépe odpovídaly zaměření aktualizované Exportní strategie směrem k větší konkretizaci proexportních aktivit. Vzhledem k tomu, že pro Exportní strategii je rozhodující přístup orientovaný na naplnění poptávky exportérů po podpoře státu a službách spojených s internacionalizací, došlo ke změně priorit proti původním pilířům a tím i k jejich přizpůsobení se právě této poptávce. Vodítkem pro stanovení priorit byly i výsledky kulatých stolů s podnikatelskými reprezentacemi, z nichž vyplynul hlavní zájem podnikatelů o finanční nástroje, zejména pojišťování a úvěrování, a kvalitní informace.

1. Finanční nástroje

- 1.1. Pojišťování a financování se státní podporou
- 1.2. Rozvojová spolupráce

2. Informace a rozvoj služeb exportérům

- 2.1. Informace
 - 2.1.1. IS SINPRO
 - 2.1.2. BusinessInfo.cz
 - 2.1.3. Mapa globálních oborových příležitostí
 - 2.1.4. Souhrnné teritoriální informace
 - 2.1.5. Exportní příležitosti
- 2.2. Asistenční a konzultační služby
 - 2.2.1. Jednotná zahraniční síť
 - 2.2.2. Klientské centrum
 - 2.2.3. Katalog služeb
- 2.3. Rozvoj služeb v regionech
- 2.4. Vzdělávání pro export

3. Rozvoj obchodních příležitostí

- 3.1. Propagace a rozšiřování poptávky po českém exportu
 - 3.1.1. Veletrhy a výstavy
 - 3.1.2. PROPED – Projekty na podporu ekonomické diplomacie
 - 3.1.3. Prezentace a značka ČR
 - 3.1.4. Podnikatelské mise
- 3.2. Obchodní politika
 - 3.2.1. Společná obchodní politika
 - 3.2.2. Dvoustranné obchodní vztahy
- 3.3. Vnitřní trh
- 3.4. Projekty ekonomické migrace
- 3.5. Investice pro export

Štíhlejší implementace

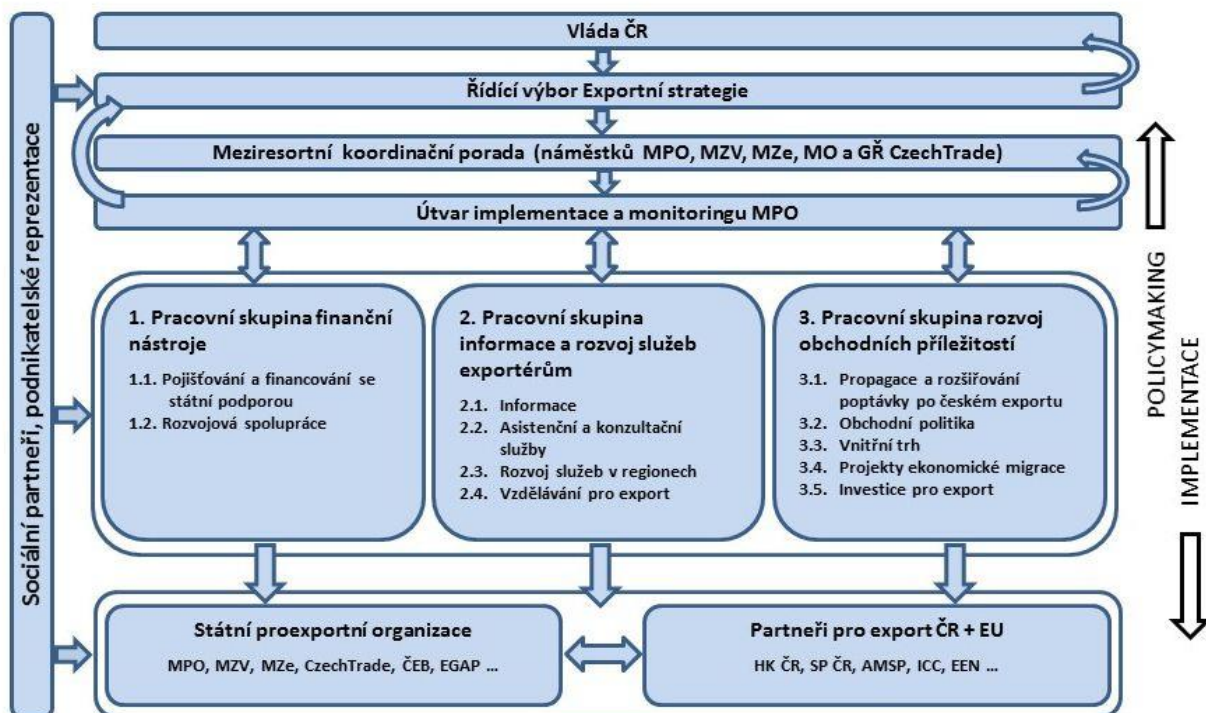
Zásadním faktorem při naplňování cílů strategie je nastavení a řízení procesu implementace. V prvních dvou letech probíhala koordinace přijímaných opatření exportní strategie tradičně formou projektových týmů, které měly zajistit lepší a intenzivní komunikaci mezi resorty a dalšími partnery z oblasti firemních reprezentací. Dvanáct, posléze jedenáct projektových týmů sice zajišťovaly zmíněnou komunikaci, avšak vedly k nepřehlednosti a nepřesnostem v samotné implementaci a synergický a dlouhodobě koncepční efekt se vytrácel. Vzhledem k tomu, že se velký počet projektových týmů, jejichž úkolem bylo realizovat úkoly z Exportní strategie, ukázal ne příliš pružným nástrojem, aktualizace Exportní strategie přináší změnu přístupu k implementaci, a to bez projektových týmů a projektů.

Posun koordinace a řízení přijímaných opatření do systémově zakotvených nástrojů, řídicích a kontrolních mechanismů, využití již existujících a funkčních meziresortních pracovních skupin spolu s ustanovením omezeného počtu pracovních skupin z hlediska jejich potřeby, náplně a dle doporučení partnerů, zajistí efektivní a koncepční proces implementace. Koordinace proexportních aktivit by tímto způsobem měla mít více systémovou povahu a tím i dlouhodobější udržitelnost. Stávajících 11 projektových týmů bude zrušeno a budou vytvořeny 3 nové pracovní skupiny (Pracovní skupina finanční nástroje, Pracovní skupina pro informace a rozvoj služeb exportérům, Pracovní skupina pro rozvoj obchodních příležitostí). Tyto pracovní skupiny budou pak úzce spolupracovat s již existujícími koordinačními, řídicími platformami, orgány a meziresortními skupinami.

Řídící výbor Exportní strategie je vrcholným orgánem pro implementaci této strategie, zabývá se především strategickými a koncepčními otázkami. Předsedou Řídícího výboru pro implementaci Exportní strategie je ministr průmyslu a obchodu, členy jsou zástupci příslušných resortů, podnikatelských reprezentací a odborových svazů. Řídící výbor pro implementaci Exportní strategie je odpovědný Vládě ČR, které ministr průmyslu a obchodu každoročně předkládá zprávu o plnění Exportní strategie.

Implementační proces koordinuje věcně příslušný odbor MPO, tj. Odbor řízení exportní strategie a služeb. Jeho hlavními úkoly je sledování naplňování opatření Exportní strategie, koordinace činnosti pracovních skupin, aktivní komunikace se sociálními partnery a naplňování pokynů Řídícího výboru.

Řídící a koordinační schéma implementace aktualizované Exportní strategie



Předpokládaná spolupráce pracovních skupin:

1. Pracovní skupina finanční nástroje

- Meziresortní pracovní skupina pro exportní financování a pojištění
- Rada pro zahraniční rozvojovou spolupráci

2. Pracovní skupina pro informace a rozvoj služeb exportérům

- Redakční rada portálu BusinessInfo.cz
- Koordinační výbor Nové SINPRO
- Rada CzechTrade

3. Pracovní skupina pro rozvoj obchodních příležitostí

- Veletržní výbor při Svazu průmyslu a dopravy ČR
- Pracovní skupina pro prezentaci a značku ČR (MZV)
- Skupina pro meziresortní koordinaci misí
- Resortní koordinační skupina pro mezinárodní obchod
- Meziresortní skupina pro obchod službami
- Meziresortní komise pro ochranu práv k duševnímu vlastnictví
- Resortní koordinační skupina s vnější účastí
- Expertní týmy pro bilaterální dohody o volném obchodu (na bázi tripartity, případně s rozšířenou účastí)
- Pracovní skupina pro ekonomickou migraci
- Pracovní skupina pro export VaV (TAČR)

System konzultací

V rámci implementace Exportní strategie je důležitá i výměna zkušeností, event. koordinace přístupů k některým otázkám souvisejícím s nástroji podpory exportu a jejich použitím s vybranými zeměmi Evropské unie, zejména sousedními: V4, Rakouskem, Německem. Výměna informací a koordinace pozic s těmito zeměmi není řešena jednotně, existují různé mechanismy těchto konzultací, které jsou vedeny jedním cílem – nastolit osobní vztahy a konzultovat otázky důležité pro obě strany.

1. Finanční nástroje

1.1. Exportní financování a pojišťování

Cíl: Zajištění udržitelnosti systému exportního pojišťování a financování ve prospěch účinné podpory vývozu

Financování a pojišťování exportu se státní podporou, které poskytují Česká exportní banka, a.s. (ČEB) a Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP) zůstává i nadále jedním z důležitých nástrojů státní podpory exportu pro české vývozce, a to zejména na mimoevropské trhy. I přes nízký podíl vývozu financovaného a pojištěného se státní podporou na celkovém objemu vývozu, je realizace těchto projektů důležitá pro vytváření a zachování pracovních míst, jakož i pro udržení pozice českých firem zejména v náročných teritoriích. Podpořené financování a pojištění vytváří též synergické efekty a vytváří příležitosti pro pronikání dalších českých firem na tyto trhy. Pro českou ekonomiku je tedy toto financování a pojišťování vývozu nutností a prostředkem k udržení konkurenceschopnosti ČR. To však neznamená, že tyto podpořené vývozy budou realizovány bez ohledu na náklady pro státní rozpočet, naopak, je nutné vyhodnocovat jejich efektivnost tak, aby nedocházelo ke zhoršování úvěrového, resp. pojišťovacího portfolia a ke zvýšeným nárokům na státní rozpočet. Z dlouhodobého hlediska musí být systém podpořené exportního financování a pojištění rozpočtově neutrální, a to mj. s ohledem na break-even rule vyplývající z Přílohy I Dohody WTO o subvencích a vyrovnávacích opatřeních.

Klíčovou úlohu v systému exportního financování a pojišťování má EGAP, který představuje garanci poslední instance. Zatímco financování mohou poskytovat i komerční banky, na trhu neexistuje alternativa pro poskytování pojištění tržně nezajistitelných politických a komerčních rizik spojených s financováním vývozu zboží, služeb a investic. Za závazky EGAP z pojištění vývozních úvěrových rizik ručí stát, který rovněž v případě potřeby poskytuje EGAP dotace na tvorbu pojistných fondů.

V roce 2015 byla schválena novela zákona č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, která mj. zohledňuje specifické postavení EGAPu ve vztahu k požadavkům evropské regulatoriky Solvency II tak, že EGAP bude pojišťovnou „sui generis“ s povolením ČNB a dohled ČNB bude omezen výjimkami z obecného režimu dohledu (zákona o pojišťovnictví) hlavně pokud jde o plnění solventnostního kapitálového požadavku, který

bude z větší části kryt státní zárukou za závazky exportní pojišťovny. EGAP bude muset vykazovat primární kapitál v minimální výši 30 % solventnostního kapitálového požadavku. Primární kapitál exportní pojišťovny bude v následujících několika letech postupně doplňován, až do dosažení tohoto minima. V roce 2015 došlo k navýšení základního kapitálu EGAP ve výši 2,775 mld. Kč na celkovou hodnotu 4,075 mld. Kč.

ČEB v tuto chvíli přednostně řeší celou řadu nesplácených úvěrů, které byly poskytnuty v době finanční krize, kdy ČEB nahradila roli komerčních bank. Činnost ČEB i EGAP v krizových letech 2008 – 2011 zmírnily propad české ekonomiky, umožnily českým firmám zůstat na zahraničních trzích a udržet pracovní místa, nicméně výrazně zhoršila rizikový profil ČEB, který se projevil v nárůstu úvěrů se selháním v jejím portfoliu. V roce 2016 bude navýšen základní kapitál ČEB o 1 mld. Kč na celkovou hodnotu 5 mld. Kč.

I když je úlohou EGAP poskytovat pojištění tržně nezajistitelných rizik, bude se i nadále snažit dozajišťovat své portfolio pojištěných úvěrů u komerčních úvěrových pojišťoven. Současně bude EGAP i nadále aktivně spolupracovat s partnerskými ECAs při sjednávání dozajištění u rozsáhlých exportních projektů, kde české dodávky tvoří pouze část exportu.

Od roku 2012, kdy byla Exportní strategie ČR schválena, byl systém doplněn o třetí pilíř v podobě dorovnávání úrokových sazeb (Interest Make-up Scheme – IMU), které mělo umožnit rozšíření státem podpořeného financování i na komerční banky prostřednictvím oboustranného dorovnávání fixních úroků s náklady na pořízení zdrojů komerčních bank z/do státního rozpočtu. I když byl tento systém legislativně zakotven v novele zákona č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, nebyl v praxi využit vzhledem k absenci prováděcí vyhlášky ze strany Ministerstva financí. Ministerstvo financí posoudilo IMU jako potenciálně rizikový nástroj, který může značně ovlivňovat státní rozpočet. V červenci 2016 Ministerstvo financí novelizovalo prováděcí vyhlášku, která by po provedení dalších parametrických úprav a v kontextu revize systému exportního financování měla umožnit spuštění IMU systému.

Další klíčovou oblastí je nabídka produktů ČEB a EGAP pro vývozce či jejich subdodavatele z řad malých a středních podniků. Jakkoliv se ČEB i EGAP dařilo v posledních letech na tuto výzvu částečně reagovat, je v této jejich činnosti celá řada rezerv. Proto úkolem do budoucna pro obě instituce zůstává i nadále se více zaměřovat a nabízet vhodné produkty malým a středním podnikům. V obecné rovině je nutné neustále zefektivňovat komunikační toky exportní banky a pojišťovny směrem k podnikatelské sféře. Do budoucna je zvažována možnost, že by se do podpory exportních projektů malých a středních podniků mohla zapojit i Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB) v rámci národního záručního programu.

V důsledku problematických úvěrů zejména z let ekonomické krize (2008–2011) je nutné přijmout kroky k transparentnímu řešení těchto pohledávek a řadu dalších opatření, která do budoucna zajistí omezení rizikových úvěrů na únosnou míru a zajistí optimalizaci vztahu ke státnímu rozpočtu a finanční stabilitu obou společností. Při aktivní spolupráci

a koordinovaném postupu obou společností mohou být nevyhnutelné dopady na státní rozpočet minimalizovány, a to jak z pohledu jejich výše, tak času.

Současně by měly být stanoveny principy, standardy a rizikové procesy pro jednotlivé typy produktů s ohledem na zvýšení kvality a zlepšení řízení rizika exportních projektů. ČEB by měla více poskytovat úvěry za spoluúčasti komerčních bank např. jako součást klubů/syndikátů bank nebo za podmínky, že strukturování transakce pro ČEB zajistí komerční banky.

Obě společnosti musí být schopny zajistit ve své činnosti oborovou i teritoriální flexibilitu s ohledem na specifika a možnosti českého exportu. Důraz je třeba rovněž klást na prohloubení spolupráce ČEB a EGAP s obdobnými institucemi v zemích EU a OECD, s EU a OECD jako takovými a dále s Bernskou unií. Zástupci ČEB a EGAP se budou nadále podílet na činnosti Pracovní skupiny pro vývozní úvěry s cílem eliminovat potenciální riziko poklesu odbytových příležitostí pro český export (mj. v souvislosti s globálními klimaticko-energetickými závazky).

Významným finančním nástrojem pro státní podporu exportu, který u nás dosud není využíván, je tzv. „vázaná pomoc“. Jedná se o financování projektů pro veřejné subjekty ve vybraných nízkopříjmových rozvojových zemích poskytováním exportních úvěrů s určitou mírou koncesionality, resp. kombinací grantu a úvěru poskytnutého za zvýhodněných podmínek. Grantová část úvěru je započitatelná do oficiální rozvojové pomoci poskytované Českou republikou. Základním předpokladem pro aplikaci tohoto financování v budoucnu je vytvoření odpovídajících legislativních podmínek a pravidel včetně rozpočtového zajištění.

Otázkou zůstává, do jaké míry jsou před více než dvaceti lety nastavené a následně jen částečně modifikované parametry systému nadále relevantní, jaké jsou možnosti jejich přenastavení a jak zvýšit efektivnost systému z hlediska potřeb českého exportu. Tyto otázky jsou předmětem diskuse zástupců ministerstev (MPO, MF, MZV, MZe) zastupujících v ČEB i EGAP práva státu jako akcionáře obou společností.

Zhoršující se úvěrové, resp. pojišťovací portfolio představuje pro budoucnost největší riziko současně nastaveného systému a v krátké době bude nutné přijmout zásadní opatření vedoucí k vyřešení tohoto problému a současně bude nutné systém redefinovat tak, aby podobná rizika byla do budoucna eliminována.

Vláda se dne 2. prosince 2015 seznámila s informacemi uvedenými v materiálu „Činnost Exportní garanční a pojišťovací společnosti, a.s. (EGAP) a České exportní banky, a.s. (ČEB) - pojišťování a financování vývozu se státní podporou“ předloženém ministrem průmyslu a obchodu a 1. místopředsdou vlády pro ekonomiku a ministrem financí. Materiál mj. shrnuje stávající vývoj a naznačuje možné směřování systému státem podpořeného exportního financování a pojišťování do budoucna. Materiál konstatuje mj., že ve vztahu k ČEB musí vlastník rozhodnout, zda a v jaké formě ČEB zůstane nadále součástí systému exportního financování. V úvahu přichází interní restrukturalizace stávající ČEB - regulovaný nebo neregulovaný subjekt, ČEB jako součást struktury ČMZRB nebo ukončení činnosti ČEB – systém

exportního financování nadále bez úvěrové banky. Úvěrové případy v národním zájmu by byly financované přímo ze státního rozpočtu. Materiál lze chápat jako východisko pro jednání na politické úrovni. Případné kroky směrem k modifikaci systému lze učinit až v návaznosti na tato strategická politická rozhodnutí.

Opatření:

1. Stabilizace obou institucí, návrh funkčního modelu exportního financování a pojištění z hlediska udržitelnosti, nároků na státní rozpočet a zajištění podpory exportu s využitím zkušeností podobných institucí v zahraničí.
2. Vytvoření odpovídajících legislativních podmínek a pravidel, institucionální zabezpečení a rozpočtové zajištění finančních prostředků pro poskytování tzv. „vázané pomoci“.

Gestor: společná gesce MPO, MF, MZV, MZe

Spolupráce: ČEB, EGAP, HK ČR, SP ČR, AMSP

Koordinace: Pracovní skupina pro exportní financování a pojištění

Kontrolní termín plnění: 31. 12. 2017

1.2. Rozvojová spolupráce

Cíl: Účinná rozvojová spolupráce s vytvářením příležitostí pro další působení podnikatelských subjektů na daném trhu

Dobré obchodní vztahy ČR s rozvojovými zeměmi lze v mnoha případech přičíst dobré pověsti ČR jako poskytovatele rozvojové spolupráce v těchto zemích. V tomto smyslu se dá hovořit o tom, že zahraniční rozvojová spolupráce (ZRS) jako jeden z nástrojů české zahraniční politiky vytváří dobrý základ k prosazování exportních záměrů našich podniků. Limitem tohoto tradičního způsobu spolupráce s rozvojovými zeměmi je především skutečnost, že jeho (byť žádoucí) rozšiřování závisí na finančních možnostech státního rozpočtu. Naopak přínosem je etablování implementujícího českého subjektu v dané zemi a možnost pokračování či rozšíření vlastní obchodní a investiční spolupráce, případně využití svých zkušeností v dané zemi v multilaterální rovině (čerpání prostředků z mezinárodních finančních fondů).

Cílem ZRS je především potírat chudobu a zlepšovat prostředí (včetně podnikatelského) v rozvojových zemích. V návaznosti na schválení Agendy 2030 pro udržitelný rozvoj rozvinuté i rozvojové země právě z důvodu větší udržitelnosti kladou důraz na nové formy a způsoby spolupráce zahrnující soukromý sektor, včetně vytváření podmínek pro zahraniční investice s jejich následnou realizací. V ideálním případě jde o tzv. win-win situaci (zisk pro investora často doprovázený exportem na okolní trhy; pracovní místa pro místní obyvatelstvo, zlepšení obchodní bilance rozvojové země).

Z hlediska ČR zatím (především z historických důvodů) tento model (rozvojově-investičně-obchodní) aktivit není příliš rozšířený. Pro zvýšení povědomí o možnostech

zapojování českých subjektů do zahraniční rozvojové spolupráce proto MZV ve spolupráci s ČRA pořádá semináře a aktivně se zasazuje o posílení meziresortní výměny informací v této oblasti. Vláda ČR trendu většího zapojení soukromého sektoru do rozvojové spolupráce vychází vstříc a podporuje zavádění relevantních nástrojů do praxe. V tomto smyslu Česká rozvojová agentura (ČRA), zřízená MZV jako gestorem ZRS, úspěšně realizuje dva programy, prostřednictvím kterých mohou české firmy s finanční, informační a logistickou podporou státu získat přístup na nový trh v rozvojových zemích. Zatímco Program rozvojového partnerství pro soukromý sektor se prozatím soustředí do prioritních zemí ZRS ČR, Program studie proveditelnosti rozšířil geografické možnosti na všechny rozvojové země dle kategorizace OECD. Jejich realizaci ČRA průběžně vyhodnocuje i v rámci pravidelných zasedání Rady pro zahraniční rozvojovou spolupráci s výhledem na další modifikace eventuálně rozšíření, ať již jde o teritoria či objem podpory.

Další, zatím nepříliš využívanou možností ze strany soukromých subjektů, je jejich zapojení do rozvojových projektů na multilaterální úrovni. České subjekty mohou za určitých podmínek žádat o čerpání prostředků z mezinárodních rozvojových fondů, bank a institucí. Také v této rovině se MZV a ČRA spolu s ostatními resorty snaží zvýšit informovanost a zájem českých subjektů. V konkrétní rovině slouží pro tento účel také výše zmíněný Program studie proveditelnosti.

Opatření: Zajistit větší propojení a koordinaci vládního, nevládního a soukromého sektoru při realizaci zahraniční rozvojové spolupráce.

Gestor: MZV

Spolupráce: resorty podílející se na rozvojové spolupráci (MZV, MD, MF, MPSV, MPO, MŠMT, MV, MZdr, MZe, MŽP, MK, MO, ÚV ČR) a podnikatelské reprezentace

Koordinace: Rada pro zahraniční rozvojovou spolupráci

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2. Informace a rozvoj služeb exportérům

2.1. Informace

Cíl: Zajistit kvalitní a dostupné informace pro rozhodování exportérů

Zajištění informačního servisu v rámci podpory exportu nadále zůstává prioritou exportní strategie, neboť přístup k informacím je předpokladem pro dobré rozhodování jak podnikatelských subjektů, tak proexportních institucí. Další rozvoj těchto služeb by měl být řízen především reálnými potřebami jednotlivých uživatelských skupin - jak interních uživatelů, proexportních organizací, tak i podnikatelské veřejnosti a zároveň by měl být zaměřen na kvalitu a využitelnost informací.

2.1.1. IS SINPRO

IS SINPRO je hlavním interním informačním systémem zajišťujícím podporu proexportních činností agentury CzechTrade, MZV a MPO. S jeho pomocí jsou sdílena data o firmách, kontaktech a interakce s nimi (funkce CRM – Customer Relationship Management), vytváří podporu procesům poskytování služeb a interní komunikace. V roce 2013 byl zahájen projekt Nové SINPRO, jehož obsahem je především technologický upgrade a přechod na novou platformu, jež umožní inovaci stávajících funkcionalit a přidání dalších pro podporu procesů proexportních institucí. Nová verze systému byla nasazena v polovině roku 2016. Pro využití synergických efektů by mělo mezi proexportními institucemi na úrovni IS SINPRO docházet dle možností k propojování a sdílení dat relevantních k podpoře exportu (propojování databází s informacemi o podnikatelských subjektech, např. databáze agentury CzechInvest, databáze firem využívajících podporu VaVal). Rozhraním pro vkládání a sdílení některých typů informací v IS SINPRO přístupným pro další proexportní instituce mimo státní správu je Partnerská zóna, kde získané informace z IS SINPRO je možné využít např. při koordinaci proexportních akcí.

2.1.2. BusinessInfo.cz

Portál BusinessInfo.cz je od svého spuštění v roce 2001 budován jako informační one-stop-shop pro podnikatele s výrazným zaměřením na zahraniční obchod. Soustředění informací ze všech proexportních organizací na jednom internetovém portálu a omezení duplicitní publikace na jiných stránkách usnadňuje firmám orientaci v poskytovaných informacích a zvyšuje jejich snadnou dostupnost.

Úpravy a rozvoj portálu (konkrétně rubrika Zahraniční obchod) budou vycházet z postupné aktualizace informací a služeb poskytovaných proexportními institucemi, na základě uživatelských požadavků a inspirace nových možností a trendů z komerčního sektoru a praxe TPO (Trade Promotion Organization) ve světě. Větší důraz bude kladen na cílovou skupinu malých a středních podniků (MSP) a inovativních firem, dále větší provázanost s ostatními koncepcemi a oblastmi informací na portále BusinessInfo.cz (Inovační strategie, Akční plán na podporu hospodářského růstu – podpora malých a středních podniků, Akční plán pro rozvoj digitálního trhu a Opatření ke snížení administrativní zátěže podnikatelů).

Obsah rubriky Zahraniční obchod a jeho rozvoj bude zaměřen především na informace s větší přidanou hodnotou pro MSP, inovativní firmy a pro začínající exportéry. Větší důraz bude kladen na publikaci sektorových analýz v návaznosti na identifikované oborové příležitosti dle Mapy globálních oborových příležitostí. V rámci rozvoje rubriky Zahraniční obchod a stránky Klientského centra pro export by mělo dojít ke zjednodušení přístupu k informacím a službám Jednotné zahraniční sítě či dalších proexportních institucí. Pro další úroveň integrace a dostupnost informací o aktivitách státu by měl být vytvořen jednotný Kalendář akcí, který bude přehledným způsobem zobrazovat informace o aktivitách proexportních institucí a poskytovat je uživatelům s vyšším komfortem a na jednom místě.

V rámci portálu BusinessInfo.cz bude dále rozvíjena **Klientská zóna**, která poskytuje firmám jednodušší přístup ke službám, k jejich objednání a celkově vytváří prostředí s vysokou mírou přizpůsobení (adresnosti) při poskytování informací a možnostmi interaktivní komunikace.

Vzhledem k vyšším nárokům na kvalitu poskytovaných informací je potřeba intenzivnějšího zapojení partnerů do poskytování obsahu, k čemuž bude dále využívána Redakční rada portálu BusinessInfo.cz. Ta je též důležitá pro získávání zpětné vazby, průběžnou komunikaci, směřování a rozvoj portálu.

I nadále je aktualizována i tištěná publikace **Export v kostce**, která obsahuje stručné informace o všech poskytovaných službách s jejich charakteristikou a odkazem na příslušná kontaktní místa. Tato publikace je i v elektronické podobě na BusinessInfo.cz.

2.1.3. Mapa globálních oborových příležitostí

Jedním z úkolů aktualizované Exportní strategie je definovat exportní a investiční příležitosti na zahraničních trzích. Moderní směry ekonomické diplomacie upřednostňují sektorový přístup v hledání příležitostí. A právě takovýmto nástrojem k vyhledávání sektorových příležitostí na zahraničních trzích, který navíc využívá synergických efektů mezi jednotlivými resorty a agenturami, je Mapa globálních oborových příležitostí (MOP). Mapa globálních oborových příležitostí obsahuje analýzu, která identifikuje perspektivní možnosti uplatnění českých podniků na zahraničních trzích a přibližuje potenciálním exportérům přehled o konkrétních příležitostech vývozu či investic do konkrétních teritorií.

Výčet perspektivních oborů je výsledkem analýzy, jež byla zaměřena na sektory, ve kterých na cílových trzích stabilně roste poptávka a v nichž v současné době není plně využit exportní či investiční potenciál ČR. Budoucím trhem tak může být i nově objevená „sektorová nika“ na již známém trhu. Jde o inovaci v přístupu k vyhledávání potenciálně zajímavých trhů, která je unikátní nejen svým obsahem, sjednocuje oborový i teritoriální pohled na příležitosti na zahraničních trzích z hlediska českých exportérů, ale také procesem, kterým vzniká.

V rámci MOP jsou propojeny jedinečné informace získané ekonomickými diplomaty v zahraničí, a to jak ze zastupitelských úřadů ČR, tak ze zahraničních kanceláří CzechTrade se znalostmi odborníků z jednotlivých resortů a se schopnostmi českých exportérů, přičemž do MOP je publikována v teritoriálním a sektorovém vydání. Teritoriální přehled oborových příležitostí pomáhá veřejné správě efektivně plánovat zahraniční podnikatelské mise a incomingové mise či podnikatelská fóra, dále umožňuje kvalitněji zacílit projekty ekonomické diplomacie, různé druhy podpory účasti na veletrzích a výstavách a další činnosti zastupitelských úřadů související s prosazováním ekonomických zájmu ČR. Sektorové vydání publikace je podřízeno snaze vyjít vstříc především potřebám exportérů přehledněji a rychleji nalézat, kde všude ve světě existuje trh pro jejich produkty. Aby bylo možné data využít jak k teritoriálnímu, tak oborově zaměřenému vyhledávání, je aktuální verze Mapy globálních oborových příležitostí k dispozici v interaktivním rozhraní na webovém portálu pro podnikatele www.businessinfo.cz.

2.1.4.Souhrnné teritoriální informace

Široká zahraniční síť zastupitelských úřadů ČR a zahraničních kanceláří CzechTrade zajišťuje stálý monitoring zemí, regionů a tím udržuje komplexní znalost daných trhů s jejich specifikami. Veřejným výstupem je publikace těchto informací na portálu BusinessInfo.cz ve formě Souhrnných teritoriálních informací, jejichž struktura byla počínaje rokem 2015 upravena tak, aby přinášela využitelné informace především pro exportéry. Zároveň s úpravou struktury Souhrnné teritoriální informace byly odstraněny v mnoha směrech informačně duplicitní „Interaktivní profily“ pro prioritní a zájmové země.

2.1.5.Exportní příležitosti

Další informační službou, kterou zajišťuje Jednotná zahraniční síť a jejíž výstupem je nabídka konkrétních exportních příležitostí v daných teritoriích, je vyhledávání poptávek, tendrů, projektů a investičních příležitostí. Pro zvyšování efektu poskytování těchto informací a potenciálu využití těchto příležitostí ze strany českých firem by mělo být aktivní vyhledávání cíleno na identifikované oborové příležitosti v daném teritoriu.

V rámci oborového přístupu a poptávkového chápání trhů by měla zahraniční síť a celý proexportní systém odkrývat i budoucí trendy a možné směry vývoje, zejména oborové a technologické, ale i ekonomické a politické podmínky, a tím rodící se příležitosti pro firmy, kterým pak usnadní orientaci na světových trzích, nastavení procesu inovací a tím i pružnou reakci na vznikající příležitosti a poptávku. Informace Jednotné zahraniční sítě budou, společně s dalšími dostupnými daty a informacemi, využívány k analýze trendů realizované v gesci MPO a využívané k dalšímu propojení inovační strategie se systémem podpory exportu a posílení působení státu v obou oblastech.

Opatření:

1. Koncepční rozvoj portálu BusinessInfo.cz s cílem vybudovat informační one-stop-shop založený na závěrech z analýz i informačních potřeb exportérů.

Gestor: MPO

Spolupráce: MZV, MZe a všechny proexportní instituce

Koordinace: Redakční rada portálu BusinessInfo.cz

Kontrolní termín plnění: 31. 3. každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2. Implementace upgrade informačního systému SINPRO a jeho další rozvoj

Gestor: MPO/CzechTrade

Spolupráce: MZV, MZe a další proexportní instituce

Koordinace: Koordinační výbor projektu Nové SINPRO

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2.2. Asistenční a konzultační služby

Cíl: Zvyšování počtu obchodních případů prostřednictvím asistenčních a konzultačních služeb se závazným standardem kvality

Základními systémovými prvky komplexu asistenčních a konzultačních služeb poskytovaných podnikatelům v rámci proexportní politiky státu jsou Jednotná zahraniční síť, Klientské centrum, Katalog služeb. Dohromady mají zajistit snadnou orientaci a přístup k asistenčním a konzultačním službám pro exportéry.

2.2.1. Jednotná zahraniční síť

Dřívější dvoukolejnost zahraničních sítí MPO a MZV byla odstraněna vznikem **Jednotné zahraniční sítě** (JZS) sestávající ze zastupitelských úřadů ČR a zahraničních kanceláří CzechTrade v souladu s *Rámcovou dohodou mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu a Ministerstvem zahraničí o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie České republiky z roku 2014*. Vytvoření této sítě umožňuje koordinaci aktivit proexportně zaměřených zastoupení České republiky v zahraničí, spolupráci a komplementaritu kompetencí v oblastech B2B, B2G, G2G a zároveň vyúsťuje v jednotný systém českého zastoupení v zahraničí se společnou nabídkou služeb.

Podpora exportu patří mezi dlouhodobé priority vlády ČR, zejména působení na významných a rozvíjejících se trzích, proto bylo rozhodnuto i v kontextu reakce na přijetí sankcí v rámci ukrajinské krize⁴ o posílení některých zastupitelských úřadů, zejména mimoevropských, celkem o 24 míst ekonomických diplomatů. Destinace pro vyslání ekonomických diplomatů byly vybrány dohodou obou ministerstev s přihlédnutím ke stanoviskům Hospodářské komory ČR, Svazu průmyslu a dopravy, Asociace malých a středních podniků a dalších organizací sdružujícím české exportéry⁵. Některé zastupitelské úřady již byly posíleny, na další budou ekonomičtí diplomaté vysláni v průběhu r. 2016.

Na základě dohody mezi Ministerstvem zahraničních věcí a Ministerstvem zemědělství je síť doplňována na straně zastupitelských úřadů diplomaty zaměřenými na zemědělství, potravinářství a návazné technologie (ČLR, Rusko, Saúdská Arábie, Srbsko) a nově další schválené destinace USA, Japonsko a Nigérie). Dalšími specialisty vysílanými ve spolupráci s Úřadem vlády by měli být diplomaté s působností v oblasti výzkumu, vývoje a inovací (pilotní projekt na ZÚ Tel Aviv). Ministerstvo obrany bude na stejné bázi vysílat obranně-průmyslové diplomaty se zaměřením na komplexní rozvoj vztahů a spolupráce v oblasti obranného průmyslu. Specializovaní diplomaté jsou směřováni do zemí s vysokým potenciálem v daných oborech a díky své odbornosti mohou efektivně hledat konkrétní příležitosti pro české firmy.

⁴Usnesení vlády č. 834 z 15. října 2014

⁵ZÚ v Kazachstánu, Keni, Kolumbii, Kuvajtu, Myanmaru, Senegal, Ghaně, Hong Kongu, Indii, Japonsku, JAR, Jordánsku, Malajsii, Německu a GK v USA (Los Angeles a Chicago), Kanadě (Toronto); zahraniční kanceláře CzechTrade v ČLR (Kuang-čou), Indii (Bangalore), Singapuru, USA (Chicago), a v Nigérii (Lagos)

Pro efektivní působení Jednotné zahraniční sítě je nezbytné plně využívat flexibilitu zahraničních kanceláří CzechTrade, která v relativně krátkém čase umožňuje přesunutí zahraniční kanceláře mezi teritorii či podle možností působení pracovníků v širším regionu. Pro intenzivnější působení v teritoriích je vhodným doplňkovým nástrojem síť Enterprise Europe Networka další zastoupení EU (EU SME Center, European Business and Innovation CenterNetwork).

Opatření: Vyhodnocování činnosti sítě (vytíženost) a optimalizace (rozšiřování, relokace) dle exportních příležitostí a poptávky po kapacitách.

Gestor: MPO, MZV a MZe

Spolupráce: Všechny proexportní instituce

Koordinace: Meziresortní koordináční porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade)

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2.2.2. Klientské centrum pro export

Klientské centrum pro export (KCE) zřízené na základě *Dohody mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu a Ministerstvem zahraničních věcí o zřízení a fungování společného Klientského centra pro podnikatele* tvoří spolu s jednotnou zahraniční sítí České republiky pro podporu exportu a nabídkou služeb pro české podnikatelské subjekty základní prvky systému podpory exportu a ekonomické diplomacie. Zřízení Klientského centra jako jednotného obslužného místa pro stávající a potenciální vývozce je reakcí na neuspokojivý stav koordinace proexportní politiky a nepřehlednost v poskytování služeb exportérům vícero institucemi. Služby pro české podnikatele pokrývají přímé podnikatelské vztahy (Business-to-Business, B2B), vztahy, v nichž participuje zahraniční státní nebo obecně veřejnoprávní subjekt (Business-to-Government, B2G) a projekty mezistátní ekonomické spolupráce (Government-to-Government, G2G). Na činnosti Klientského centra se podílejí MZV, MPO, CzechTrade a je předpokládána další integrace a synergická spolupráce jak již zapojených organizací, tak i dalších organizací působících v oblasti podpory internacionalizace a exportu (MZe, CzechInvest, EGAP a další). Každý podnikatelský subjekt v Klientském centru získává svého specialistu, se kterým může konzultovat exportní záměry firmy a který pro ni zajistí přístup ke službám poskytovaným dle Katalogu služeb, zprostředkuje kontakt s pracovníky zahraniční sítě či dalších institucí. Podporu individuálnímu, komplexnímu a kontinuálnímu přístupu k poskytování služeb jednotlivým firmám zajistí využívání CRM systému IS SINPRO, ve kterém jsou zaznamenávány veškeré aktivity (záznamy z jednání, požadavky, poskytované služby a další) s danou firmou spojené. S Klientským centrem bude propojena i činnost Zelené linky pro export, která úspěšně funguje již od r. 2006 a je prvním kontaktem pro zájemce o export.

Opatření: Rozvíjení služeb Klientského centra pro export podle potřeb exportérů

Gestor: CzechTrade/MPO, MZV

Spolupráce: Všechny proexportní instituce

Koordinace: Meziřesortní koordináční porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade)

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2.2.3. Katalog služeb

Pro zjednodušení orientace v nabídce proexportních služeb státu v zahraničí vznikl v roce 2014 **Katalog služeb** Jednotné zahraniční sítě a Klientského centra pro export obsahující integrovanou a provázanou nabídku Jednotné zahraniční sítě, Klientského centra pro export, MZV, MPO a CzechTrade. Se vznikem Katalogu služeb došlo k zrušení systému tzv. balíčků služeb, které služby propojovaly do určitých celků a nabízely je jako kompletní “balíček”. I když “balíčky” měly své výhody ve spojování a předpokládané návaznosti některých služeb a kladly např. důraz i na proexportní vzdělávání, které bylo jejich součástí, zkušenosti z jejich využívání ukázaly, že ne vždy je určitý komplet výhodný a přijatelný pro každého exportéra. V kombinaci se zvýhodňováním některých balíčků v duchu strategického proexportního působení se zároveň tento způsob nabídky neukázal jako flexibilní a příliš produktivní. V katalogu služeb se přistoupilo k individuální nabídce služeb, v rámci které jsou základní služby poskytované Jednotnou zahraniční sítí zdarma, zpoplatněny jsou pak další individuální specifické služby poskytované zahraničními kanceláři CzechTrade.

Úvodní konzultace s firmami probíhá v Klientském centru a pro řešení požadavků/dotazů jsou přednostně využívány zdroje v ČR, poté se obrací specialista Klientského centra na kapacity Jednotné zahraniční sítě. Služby pro malé a střední podniky v zahraničí (B2B) poskytují zpravidla zahraniční kanceláře CzechTrade na základě kontaktu s Klientským centrem. V teritoriu, kde není umístěna zahraniční kancelář CzechTrade, poskytují základní exportní službu „Příprava na obchodní jednání“ zastupitelské úřady, které dále řeší především služby pro firmy potřebující podporu pro navazování obchodních vztahů se zahraničními oficiálními institucemi a státními podniky (B2G). Cílem katalogu je obsáhnout všechny asistenční a konzultační služby státních proexportních organizací v zahraničí včetně asistencí využívajících nástrojů proexportní politiky tak, aby o nich mohli pracovníci Klientského centra informovat a zprostředkovat je nezávisle na tom, která organizace je poskytuje.

Pro zvyšování efektivity v oblasti poskytovaných služeb je nutné důsledné řízení služeb s důrazem na jejich hodnocení a zpětnou vazbu nutnou k jejich zlepšování – popis a nastavení procesů poskytování služeb, standardizace výstupů, sledování a vyhodnocování poptávky po nabízených službách, spokojenosti a proexportního dopadu. Prioritou by měly být

především jedinečné služby s vysokou přidanou hodnotou (větší důraz na individuální služby než na realizaci hromadných akcí typu veletrhů atd.) využívající kvalifikovaných pracovníků v zahraničí, které v kombinaci s exportním vzděláváním, informačními službami a kompetencí exportních specialistů/konzultantů pomáhají při výběru exportní destinace a úspěšnému pronikání na daný trh.

Proces modifikace současných služeb, změna jejich obsahu či přidávání nových služeb by měl probíhat ve vztahu k poptávce podnikatelských subjektů, analýze jejich potřeb, možnostem proexportního působení státu či v rámci strategického zaměření na určité segmenty. Jedná se především o podporu firem z perspektivních oborů s inovačním potenciálem, jejichž výrobky či služby mají vysokou přidanou hodnotu a jsou unikátní. Systém podpory exportu by měl být napojen na ostatní podpory v oblasti vědy, výzkumu a inovací (VaVal) ve snaze posilovat efekt již "investovaných" prostředků státu a EU, které těmto firmám byly poskytnuty v rámci podpory v jiných oblastech. Vývozní zaměření firem samo o sobě stimuluje jejich inovační potenciál, větší orientace systému podpory exportu na spolupráci v oblasti VaVal (hledání příležitostí, identifikace trendů) by tím mělo tento efekt posílit a zvyšovat konkurenceschopnost českých firem. Cílem je prosazování výsledků českého výzkumu a vývoje jejich následnému komerčnímu využití formou exportu.

Opatření: Nabídka služeb pro oblast VaVal směřující k systematické podpoře internacionalizace pro výrazně inovativní MSP. Aktivní nabídka služeb pro firmy zapojené do projektů podpory VaVal.

Gestor: MPO, CzechTrade

Spolupráce: TAČR, CzechInvest

Koordinace: Rada CzechTrade

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2.3. Rozvoj služeb v regionech

Cíl: Zvyšování počtu začínajících exportérů z regionů

Agentura CzechTrade rozšiřuje své služby do regionů (tzv. REK – Regionální exportní konzultanti). Postupné rozšiřování regionálního působení by mělo odrážet koncentraci podnikatelských subjektů v krajích. Hlavním cílem regionálních exportních konzultantů bude mapování poptávky po službách a jejich nabídka v segmentu malých a středních firem s potenciálem exportních aktivit. Je předpokládána spolupráce REK s Klientským centrem pro export a zajištění jeho působení (především nabídka služeb) v regionech. Po vyhodnocení zkušeností s průběhem pilotního projektu v roce 2016 budou dále rozšiřovány činnosti regionálních exportních konzultantů a zajištěno působení Klientského centra pro export

v regionech. Důležitou součástí činnosti v regionech jsou i exportní konference a semináře, připravované ve spolupráci s dalšími proexportními institucemi a reagující na konkrétní potřeby a zájmy podnikatelů v daném kraji a oblasti.

Opatření: Zajištění regionálního působení CzechTrade a Klientského centra pro export, realizace konferencí a seminářů v regionech.

Gestor: CzechTrade

Spolupráce: MPO, MZV, HK ČR, CzechInvest

Koordinace: Meziresortní koordinační porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade)

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

2.4. Vzdělávání pro export

Cíl: Zvýšení exportních kompetencí firem

Zvyšování připravenosti českých podniků na export a zvyšování jejich exportního potenciálu zejména formou vzdělávání patří mezi úkoly proexportních institucí jako je CzechTrade, MPO, MZV, MZe, MO a další. Jde o exportní vzdělávání CzechTrade, odborné a teritoriální semináře pořádané CzechTrade, MPO, MZV, Hospodářskou komorou atd. Exportní konference poskytují aktuální a praktické informace o obchodním prostředí a možnostech financování exportu ve vybraných teritoriích. Semináře zejména pro podnikatele z řad MSP organizují rovněž ČEB a EGAP.

K zajištění jednotné přípravy pracovníků pověřených ekonomickou agendou na Ministerstvu průmyslu a obchodu, agentuře CzechTrade a Ministerstvu zahraničních věcí slouží jednotný vzdělávací systém, který je organizován Diplomatičnou akademií MZV ve spolupráci s Exportní akademií ČR. Projekt společného vzdělávání využívá synergického efektu vzdělávání na obou institucích, a to při respektování systémů vzdělávání každého z rezortů.

Opatření: Pokračovat v organizaci exportního vzdělávání CzechTrade pro podnikatele, v seminářích, exportních konferencích a dalších formách dle zájmu podnikatelské veřejnosti. Využívat zkušeností úspěšných vysoce inovativních firem jako vzorů pro další firmy.

Gestor: MPO/CzechTrade, MZV

Koordinace: Meziresortní koordinační porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade), Rada CzechTrade

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

3. Rozvoj obchodních příležitostí

3.1. Propagace a rozšiřování poptávky po českém exportu

Cíl: Usnadnění expanze exportujících na nové trhy, udržení stávajících

3.1.1. Veletrhy a výstavy

Podpora veletržní účasti je žádanou propagační službou mezi podnikatelskou veřejností zajišťující osobní setkání a jednání s relevantními obchodními partnery, kontakt s odbornou veřejností, analýzu nových trhů a jejich specifik, mapování konkurence, popř. udržování si trvalého postavení na trhu. Ze zpětné vazby od firem vyplývá, že podpora státu bývá jedním z důležitých impulzů pro účast na vybraném veletrhu.

V oblasti podpory účasti firem na veletrzích a výstavách v současné době vedle sebe paralelně fungují programy Českých oficiálních účastí, Společné účasti na specializovaných veletrzích a výstavách a individuální účasti v programu *Marketing* (Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost - OP PIK) a komerční akce CzechTrade. Programy by se navzájem měly doplňovat a pomoci naplňovat strategické záměry Exportní strategie jak v udržování stávajících trhů, tak v pronikání na trhy nové i prostřednictvím využívání oborových příležitostí. Zvýšení konkurenceschopnosti díky modernímu designu nabízí projekt DESIGN. Pro financování těchto programů jsou používány různé zdroje (státní rozpočet, fondy EU) a zároveň je různá i míra spoluúčasti firem. Pro řízení alokace prostředků na jednotlivé programy je nutné důsledné měření proexportních dopadů jednotlivých programů a kompatibilita/harmonizace tohoto měření. Výběr veletrhů a výstav do společných účastí odráží specifika jednotlivých programů, poptávku ze strany firem, předchozí působení českých firem (opakované účasti) a také oborové příležitosti a teritoriální priority v případě, že veletrh nemá mezinárodní/celosvětový dosah. Výběr veletrhů do společných účastí by měl probíhat a být koordinován ve spolupráci MPO, MZV, MZe, MO, CzechTrade a ověřen u firemních reprezentací – asociací, svazů. Všechny programy by měly umožňovat účasti firem především z oborů s vysokou přidanou hodnotou, tradičním i nově se prosazujícím. Informace s vyhodnocením programů výstav a veletrhů je součástí každoročně předkládané zprávy o plnění Exportní strategie.

Součástí Českých oficiálních účastí jsou národní výstavy, které by ve vybraných teritoriích (např. Irán, Čína, Brazílie, Indie) mohly přispět k propagaci České republiky a jejího vývozního potenciálu. Otázka realizace těchto výstav, výběr teritorií a jejich koncepce bude posouzena ve spolupráci zainteresovaných ministerstev (MPO, MZV, MZe, MMR, MF, MO) s podnikatelskými reprezentacemi.

Opatření: Vyhodnocování proexportních dopadů jednotlivých akcí a souhrnně celých programů. Sjednocení metodiky zjišťování spokojenosti a měření dopadů.

Gestor: MPO/CzechTrade

Spolupráce: MZV, MZe, SP ČR, MO

Koordinace: Meziresortní koordináční porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade)

Kontrolní termín plnění: 30. června 2017 (vytvoření metodiky)

3.1.2. PROPED - Projekty na podporu ekonomické diplomacie

Velmi efektivním a flexibilním nástrojem podpory exportu, konkrétně cíleným na obor a teritorium, se staly Projekty na podporu ekonomické diplomacie v gesci MZV. Projekty ekonomické diplomacie jsou nedílnou součástí proexportních aktivit MZV a každoročně nabízí prostřednictvím zastupitelských úřadů ČR v zahraničí (ZÚ ČR) českým firmám možnost např. navázání či prohlubování kontaktů se zahraničními partnery, předvedení výrobků a služeb na oborových veletrzích i získání nových zakázek.

Projekty ekonomické diplomacie (ED) jsou navrhovány ZÚ ČR a schvalovány k realizaci Komisí pro výběr projektů ED ustavenou MZV. Jsou efektivně cíleny na sektory, které byly pro danou zemi identifikovány jako perspektivní v Mapě oborových příležitostí. Projekty ekonomické diplomacie mají řadu forem, např. matchmakingový seminář, katalogová výstava, konference, podnikatelské fórum, prezentace firem.

Počet realizovaných projektů trvale roste⁶, ale další rozvoj je omezen dlouhodobě nedostatečným rozpočtem. Řešení představuje koncentrace jednotlivých rezortních zdrojů pro projekty ekonomické diplomacie a nastavení systému jejich financování za aktivního přispění jednotlivých resortů. Společné plánování a koncentrované financování projektů ekonomické diplomacie s MPO, MZe, Ministerstvem zdravotnictví, Ministerstvem obrany, Ministerstvem pro místní rozvoj a dalšími rezorty, při těsné realizační spolupráci s CzechTrade a propojení se službami KCE a JZS povede ke zvýšení efektivnosti tohoto nástroje. Souběžně bude dále zlepšena komunikace s firemním sektorem při navrhování projektů s cílem ověřovat potenciál klientů a zvyšovat efektivitu realizovaných projektů.

⁶V roce 2014 ZÚ ČR realizovaly 51 projektů ekonomické diplomacie finanční podporou MZV ve výši 4,5 mil. Kč. V roce 2015 zastupitelské úřady již zrealizovaly 83 projektů ED s finanční podporou MZV ve výši 8,9 mil. Kč, kterými podpořilo více než 730 českých firem. V roce 2016 se realizuje téměř 160 projektů s podporou 16 mil. Kč (tedy více než trojnásobek než před 2 lety), přičemž pro r. 2017 je plánováno další navýšení rozpočtu na projekty ED (na 30 mil. Kč).

3.1.3. Prezentace a značka ČR

Jednotná prezentace a budování značky ČR jsou dlouhodobě vnímány jako nedostatečné, i když v minulosti byla podniknuta řada kroků, které měly vést k nápravě tohoto stavu. Dle Exportní strategie 2012-2020 image značky ČR jako spolehlivého obchodního partnera, země vstřícné pro obchod a investice, s kvalifikovanou pracovní silou a inovačním potenciálem není zatím příliš silná. Navíc problematika značky je značně komplexní záležitostí, která souvisí s vnímáním státu jako celku (stát jako důvěryhodný aktér mezinárodních vztahů). Šíření kladného obrazu ČR má vliv nejen na oblast obchodu, ale i cestovního ruchu, kultury, výzkumu, vývoje a inovací a další, z čehož vyplývá, že si Exportní strategie sama nekladla za cíl otázku prosazování značky ČR řešit. Ačkoli v současné době není podrobněji rozpracován koncept značky Česka, existuje komplexní marketingový vizuální styl destinační značky vytvořený agenturou CzechTourism, který byl nabídnut všem rezortům pro široké spektrum propagačních aktivit v zahraničí. V mezidobí nabízí agentura CzechTourism všem subjektům následující podklady v mezinárodních jazykových mutacích: aktuální videospoty a propagační filmy, tiskoviny představující turistický potenciál Česka, layouty pro tvorbu roll-upů, propagačních předmětů, plakátů, veletržní expozice apod. Je však zjevné, že je nanejvýš žádoucí, aby byl vytvořen funkční, profesionální a všemi akceptovaný koncept prezentace České republiky, podobně jako je to u jiných zemí, který bude dlouhodobě prosazován. Tento koncept by měl být jednotným rámcem pro kampaně jednotlivých rezortů v zahraničí a kromě dlouhodobé konzistence by měl přinést i úsporu nákladů (nákup médií, kampaně). Je též důležité začít pro propagační účely více využívat jednoslovný název ČR, tedy „Česko“, zejména v jazykových mutacích. Realizace tohoto úkolu se dotýká MZV, MPO, MMR, nad tématem Značka ČR pracuje několik pracovišť z akademické sféry a v mikrosféře přirozeně jednotlivé podnikatelské subjekty.

S propagací České republiky souvisí i inomingový cestovní ruch. Této stránce se věnuje Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014-2020.

3.1.4. Podnikatelské mise

Podnikatelské mise doprovázející nejvyšší ústavní činitele na jejich zahraničních cestách patří mezi efektivní nástroje podpory exportu. Cesty ústavních činitelů do zemí s dynamicky rozvíjejícími se trhy se zástupci podnikatelských reprezentací a exportérů pomáhají budovat pozice českým firmám na těchto trzích. Kromě toho, že plní velmi úspěšně roli „otvírání“ dveří pro české exportéry na zahraničních trzích, jsou důležité i z hlediska propagace a posilování dobrého jména a značky ČR. Osvědčila se realizace i oborových misí u příležitosti různých dalších aktivit jako jsou např. veletrhy, cesty náměstků ministra zahraničních věcí, průmyslu a obchodu, zemědělství a obrany, které se ukazují jako efektivní a silné působení v tomto směru. Střídavě pod vedením MPO a MZV jsou realizována koordinací setkání zodpovědných resortů s podnikatelskými reprezentacemi s cílem zamezit duplicitě a překrývání podnikatelských misí. Účast podnikatelů na misích zajišťují podnikatelské reprezentace (Hospodářská komora ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR).

Návrhy na realizaci těchto podnikatelských misí vycházejí jak z teritoriálního, tak i oborového zaměření tak, aby efektivně přispěly vývozcům k pronikání na zahraniční trhy. Výsledky každé takovéto mise jsou vyhodnocovány z hlediska přínosu pro české podnikatele, přičemž metodika hodnocení je u různých organizátorů misí odlišná. S cílem dosáhnout racionalizace těchto misí bude připravena standardizace tohoto hodnocení, tak, aby výsledků mohlo být využito pro zlepšování cílů a náplně podnikatelských misí.

Opatření: Posouzení současného způsobu přípravy a hodnocení podnikatelských misí a příprava standardizovaného postupu jejich vyhodnocování

Gestor: MPO, MZV

Spolupráce: SP ČR, HK ČR, hospodářské a obchodní komory

Koordinace: Meziřesortní koordinační porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade)

Kontrolní termín plnění: 30. června 2017 (vytvoření metodiky)

3.2. Obchodní politika

Cíl: Vytváření nových obchodních příležitostí pro české firmy zlepšováním prostředí mezinárodního obchodu

3.2.1. Společná obchodní politika

Společná obchodní politika EU je konkrétním nástrojem pro uplatnění českých firem na zahraničních trzích, který je zároveň, v porovnání s dalšími nástroji na podporu exportu, velmi specifický. Jednak z toho důvodu, že představuje závazný právní rámec, který upravuje vztahy EU se třetími zeměmi. Jednak proto, že obchodní politika je totožná pro všechny členské státy EU, a tudíž její tvorbu, prosazování, implementaci i monitoring vykonává ČR nepřímo prostřednictvím prosazování svých zájmů v rámci orgánů EU.

Vzhledem k tomu, že se očekává, že se v příštích 10-15 letech bude 90 % světového ekonomického růstu generovat mimo Evropu, musí být EU otevřená a navazovat obchodní vztahy se třetími zeměmi. Evropská komise přijala pro obchodní a investiční politiku EU novou strategii pro roky 2015-2020 nazvanou Obchod pro všechny. Strategie společné obchodní politiky EU přirozeně stanovuje i prioritní zaměření ČR pro následující období.

V **mnohostranných obchodních vztazích** v rámci Světové obchodní organizace bude ČR usilovat o konkrétní zlepšení podmínek mezinárodního obchodu pro české podnikatelské subjekty. Nejbližšími cíli ČR jsou implementace již přijatých závazků, zejména *Dohody o usnadňování obchodu (TFA)*, která přinese zjednodušení celních předpisů a nařízení, revidované *Dohody o informačních technologiích (ITA)*, jež povede k postupnému snížení celních sazeb pro výrobky ICT, a nových pravidel pro vývozní soutěž v zemědělství. V rámci probíhajících vícestranných jednání je pak prioritou ČR uzavření *Dohody o environmentálním zboží (EGA)*, vedoucí k liberalizaci obchodu s průmyslovými výrobky s pozitivním dopadem na životní prostředí, a *Dohody o obchodu službami (TISA)*, jejímž cílem je otevření zahraničních trhů pro poskytovatele služeb. Pro budoucí mnohostranná jednání je nutné volit taková témata a nové způsoby vyjednávání, které umožní sjednání závazků alespoň ve střednědobém časovém horizontu. Další rozšiřování závazných pravidel mezinárodního obchodu podporuje ČR rovněž prostřednictvím přístupů nových členů do Světové obchodní organizace.

V **bilaterální oblasti** se díky sjednávání prohloubených a komplexních dohod o volném obchodu zjednoduší přístup českých firem na trhy třetích zemí, sníží se jejich náklady a zajistí se levnější vstupy do výroby. Tyto dohody pokrývají všechny významné oblasti obchodu – zboží, služby, investice, ochranu práv k duševnímu vlastnictví, veřejné zakázky, odstraňování technických bariér obchodu, sanitárních a fytosanitárních překážek, řeší i spolupráci v regulační oblasti (certifikáty, licence apod.). Hlavní prioritou do budoucna je uzavření ambiciózní *dohody o volném obchodu s USA (TTIP) a s Japonskem při zohlednění priorit ČR ve stanovené rámcové pozici*. Tyto smlouvy přinesou českým exportérům zjednodušení a zlevnění obchodní spolupráce a snazší přístup na zajímavé trhy. Jednání o obchodních a investičních dohodách či jejich implementace je záležitostí nejen velkých strategických partnerů (USA, Kanada, Japonsko, Čína aj.), ale také sousedních zemí (Gruzie, Moldavská republika, Ukrajina,

Tunisko), perspektivních rozvojových zemí (Mexiko, Vietnam, další země uskupení ASEAN, MERCOSUR aj.) i obchodně orientovaných rozvinutých zemí (Austrálie, Nový Zéland).

Výhody dohod o volném obchodu by měly být známé všem zainteresovaným skupinám, a to zejména samotným exportérům, z toho důvodu je velmi důležitá jejich informovanost a aktivní zájem. Komunikace se stakeholdery i exportéry je prioritou, která je v aktuálním období posilována a odrazí se i v nově utvářené evropské Strategii k obchodu a investicím. Konzultace s partnery probíhá prostřednictvím expertního týmu, který se věnuje zejména nejvýznamnější sjednávané bilaterální dohodě o volném obchodu s USA a ostatním dohodám dle aktuálního vývoje. Všechny zúčastněné strany tak mají možnost vyjádřit se ke stavu jednání. Možnost vyjádřit se mají také ekonomické subjekty a další zainteresované skupiny v rámci veřejných konzultací, jejichž smyslem je zlepšit transparentnost a zapojit veřejnost do utváření určitých politik.

Obchodní politika je také nástrojem, který nabízí účinnou pomoc firmám při iniciování či obraně proti opatřením na ochranu obchodu. Cenným nástrojem pro získávání informací je Databáze pro přístup na trh (Market Access Database - MADB), která slouží pro předběžnou analýzu exportních trhů díky informacím o clech a dalších dovozních formalitách pro jednotlivé země a výrobky.

V procesu utváření postoje České republiky k jednotlivým agendám společné obchodní politiky, který vychází z liberálního pojetí obchodu v ČR, hraje kromě MPO důležitou roli i stanovisko dalších rezortů, zájmových skupin, zastupitelských úřadů, asociací, firem či nevládních organizací. Výsledkem je komplexní pozice České republiky, která je prosazovaná v evropských institucích do finální pozice celé EU. Z podstaty činnosti a fungování společné obchodní politiky se jedná o postoje schvalované pro dlouhodobé období. V tomto procesu je nutné zejména získávání zpětné vazby od firemních reprezentací, jejichž vstupy jsou velmi žádoucí a společně s kvalitními teritoriálními informacemi jsou nenahraditelným podnětem pro podrobnou identifikaci českých zájmů (ofenzivních i defenzivních), a tudíž specifikaci vyjednávací pozice ČR v rámci EU. Aktivizace firem, asociací a komor má ve svém důsledku pozitivní vliv na kvalitu a reálný přínos dohod o volném obchodu pro české vývozce. Začlenění společné obchodní politiky do Katalogu služeb dokládá záměr řešit konkrétní problémy a požadavky firem tímto nástrojem.

3.2.2. Dvoustranné ekonomické vztahy

Smíšené orgány/mezivládní komise/výbory/pracovní skupiny jsou nástrojem pro prosazování exportních zájmů ČR ve vztahu k rostoucím trhům se značným potenciálem a zpravidla s významnou rolí státu v ekonomice země. Význam smíšených komisí spočívá jednak v podpoře individuálních zájmů/projektů konkrétních českých firem, jejichž zástupci se zasedání také podle možností a dohody s druhou stranou mohou účastnit, ale také v prosazování obchodně-ekonomických zájmů ČR včetně obchodní politiky v mantinelech daných členstvím v EU a v souladu se zahraniční politikou ČR vůči danému teritoriu v obecnější rovině, navázání nebo posílení kontaktů s představiteli druhé strany pro současné či budoucí

potřeby firem. Působení komisí propojuje oblasti G2G, B2G, ale může ovlivňovat i prostředí pro B2B odstraňováním překážek obchodu a vytvářením vhodného prostředí pro vzájemný obchod. Plánování zasedání konkrétních smíšených obchodních komisí je navázáno na konkrétní problémy a reálné potřeby firem v daném teritoriu. Zároveň je vhodné koordinovat konání těchto komisí s dalšími aktivitami v daném teritoriu, jako jsou oficiální návštěvy představitelů ČR či podnikatelské mise. Pro posouzení proexportního přínosu jednotlivých zasedání smíšených orgánů je hodnocena část zaměřená na podporu individuálních zájmů/projektů zúčastněných českých firem. Používá se jednotný dotazník, na jehož základě je možné lépe vyjádřit přínos těchto smíšených komisí. Informace o jednotlivých projektech jsou vkládány do SINPRO, s výjimkou případů, kdy si to příslušná česká firma výslovně nepřeje, a v rozsahu, který nezahrnuje citlivé informace včetně obchodního tajemství. Problémem tohoto způsobu vyhodnocování efektivnosti činnosti smíšených orgánů zůstává stále závislost na ochotě firem sdělovat potřebné údaje, proto je striktně objektivní vyhodnocení velmi složitým úkolem.

Společné orgány jsou hlavním komunikačním nástrojem mezi MPO, partnerským rezortem a podnikateli na obou stranách dané relace. Umožňují či usnadňují řešení dvoustranných problémů, pokud takové nastanou, přípravu ekonomické dimenze státních návštěv či podnikatelský dialog nad rámec řádných zasedání, což je jejich přidaná hodnota.

Opatření:

1. Pravidelné jednání expertního týmu pro TTIP a obchodní politiku obecně za účelem diskuse se sociálními partnery, akademickou sférou a neziskovými organizacemi o postojích ČR pro jednání v rámci společné obchodní politiky EU.
2. Trvalé vyhodnocování proexportního přínosu jednání smíšených orgánů a jeho využití k případným následným korekcím jak teritoriálního, tak i oborového zaměření těchto komisí.

Gestor: MPO

Spolupráce: MZV, MZe a další resorty dle charakteru jednání

Koordinace: Meziresortní koordinační porada (náměstků MPO, MZV, MZe, MO a GŘ CzechTrade)

Kontrolní termín plnění: 31. 3. každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

3.3. Vnitřní trh

Cíl: Odstraňování překážek na vnitřním trhu

V rámci podpory exportu na vnitřní trh EU je důležité pokračovat v poskytování tzv. integrované služby pro občany a podnikatele na vnitřním trhu, která v sobě zahrnuje Jednotná kontaktní místa (JKM), službu SOLVIT a Kontaktní místo pro výrobky (ProCoP). Tyto tři služby jsou součástí celoevropské sítě a v ČR jsou spojeny v jednotný poradenský systém; podnikatelé a občané tak nemusí složitě zjišťovat, na kterou službu se mohou v případě potřeby obrátit.

JKM poskytují informace nezbytné pro zahájení podnikání v oblasti služeb v dané členské zemi. Podnikatelé tak mohou získat všechny potřebné informace a vyřídit nezbytné formality na jednom místě. Vedle 15 fyzických JKM zřízených ve všech krajích na vybraných živnostenských úřadech ČR zajišťuje tytéž služby také elektronická verze JKM (eJKM), která je umístěná na portálu BusinessInfo.cz. V současné době probíhá první fáze modernizace struktury a obsahu eJKM, která by měla být dokončena do konce roku 2016. Služba **SOLVIT** nabízí alternativní řešení sporů podnikatelů a občanů s úřady v jiném členském státě, které jedná v rozporu s principy volného pohybu zboží, služeb i osob. **ProCoP** informuje podnikatele mimo jiné o technických požadavcích, které jsou kladeny na výrobky v neharmonizované sféře zboží národními a evropskými předpisy při jejich uvádění na trh v jiném státě EU. Obdobně lze využít také Kontaktní místo pro stavební výrobky s označením CE (CPR). Ačkoliv je trend využívání uvedených služeb vzrůstající, průběžné zvyšování povědomí o existenci a možnostech jejich využití v rámci široké veřejnosti je velmi žádoucí.

Export do zemí EU usnadňuje dobře fungující vnitřní trh, ČR proto dlouhodobě usiluje na národní i evropské úrovni o odstraňování přetrvávajících a nově vzniklých překážek, které dosud brání využívat jeho potenciál naplno. Zásadním dokumentem Evropské komise určujícím budoucí vývoj vnitřního trhu EU je nová **Strategie pro vnitřní trh se zbožím a službami**, která reflektuje celou řadu požadavků ČR prosazovaných ať už samostatně, nebo v rámci skupiny stejně smýšlejících států. Evropská komise bude své návrhy konkretizovat v návazných dokumentech v letech 2016 a 2017. V nadcházejícím období bude proto ČR usilovat o to, aby návazná opatření byla dostatečně ambiciózní, vedla k dalšímu prohloubení vnitřního trhu a podpoře exportu na vnitřní trh. Klíčové cíle v oblasti vnitřního trhu vymezuje na národní úrovni koncepční dokument „Priority ČR v agendě vnitřního trhu 2015-2020“, který stanovuje priority ČR v oblasti vnitřního trhu EU včetně spolupráce s ostatními státy při jejich prosazování.

3.4. Projekty ekonomické migrace

Cíl: Zajištění kvalifikované pracovní síly pro české firmy ze zahraničí v případě jejich nedostatku na českém trhu práce, zejména pro firmy s exportním zaměřením

Ekonomická migrace je jedním z nedílných aspektů podporujících rozvoj investic, včetně zahraničních, zahraničního obchodu a konkurenceschopnosti české ekonomiky. Migrační politika by měla být efektivním nástrojem pro regulaci migrace kvalifikovaných pracovníků ze třetích zemí tak, aby byl zajištěn dostatečný soulad mezi poptávkou a nabídkou na českém trhu práce, tj. aby byl zajištěn vyrovnaný dostatek kvalifikovaných zaměstnanců pro české společnosti tam, kde chybí domácí pracovní síla příslušné kvalifikace a zároveň by měla motivovat k příchodu vysoce kvalifikovaných pracovníků a zahraničních investorů. Politika ekonomické migrace by měla být schopná adekvátně reagovat jak na proměnu vnitřních faktorů, souvisejících s dostupností určitých odvětví na českém pracovním trhu, stejně jako na potřebu českých společností a zahraničních investorů působících v České republice získat dostatečně kvalifikovanou pracovní sílu ze zahraničí v případě její absence v ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu v úzké spolupráci s Ministerstvem vnitra, Ministerstvem zahraničních věcí a Ministerstvem práce a sociálních věcí realizuje či garantuje několik projektů ekonomické migrace, které mají za cíl nabídnout transparentním způsobem sníženou administrativní náročnost, časovou úsporu a flexibilitu pro vybrané subjekty, na jejichž migraci má stát zájem, neboť přináší do ČR méně dostupné know-how a typicky vytváří vyšší přidanou hodnotu. Tyto projekty pokrývají široké spektrum společností – zácvk a Pilotní projekt Ukrajina směřují především k proexportně orientovaným společnostem, projekty jako Fast Track či Welcome Package jsou zaměřeny na zahraniční a české investory. Pro své aktivity MPO využívá také jako konzultační nástroj Pracovní skupiny pro ekonomickou migraci, složenou ze zástupců podnikatelů.

Ve spolupráci výše uvedených resortů je realizován projekt Fast Track, který urychluje proceduru vnitropodnikových převodů a lokalizací vysoce kvalifikovaných zaměstnanců a statutárních orgánů investorů ze třetích zemí do ČR.

Cílem dalšího projektu, Welcome Package, realizovaného ve spolupráci s agenturou CzechInvest, je dosažení časových úspor v rámci migračního procesu zaměstnanců a statutárních orgánů zahraničních investorů, kteří pro zahájení podnikání potřebují přemístit know-how činnosti zahraničního investora do ČR.

MZV v roli gestora a MPO v roli spolugestora jsou společně realizátory Pilotního projektu Zvláštní postupy pro vysoce kvalifikované zaměstnance z Ukrajiny, který má za úkol zajistit v případě, kdy nejsou dostupní vysoce kvalifikovaní zaměstnanci na českém trhu práce, snížení administrativní a časové náročnosti vstupu a pobytu vysoce kvalifikovaných ukrajinských zaměstnanců do ČR. Pracovníkům z Ukrajiny střední a nižší kvalifikace v oblasti výroby, služeb nebo ve veřejném sektoru je určen Režim zvláštního zacházení pro kvalifikované pracovníky z Ukrajiny.

MPO ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR nad rámec projektů ekonomické migrace reguluje využívání tzv. zácviků, resp. stáží, které umožňují společně (typicky exportérům s výrobními podniky v zahraničí), jednodušším způsobem přesunout do ČR své pracovníky za účelem zvyšování jejich dovedností a kvalifikace.

MPO dlouhodobě mapuje nedostatkové obory a pracovní pozice, jež je obtížné obsadit na českém trhu práce. MPSV vypracovalo v červnu 2016 komplexní dokument Analýza nabídky a poptávky na trhu práce. Vedle toho jsou průběžně analyzovány otázky možného přístupu vysoce kvalifikovaných zaměstnanců na českých pracovních trzích (včetně využití tzv. mode 4 a závazků vyplývajících z mezinárodních dohod). Průběžně pak MPO sleduje a analyzuje potřebu úprav dalších témat ekonomické migrace a usiluje o adekvátní reflexi ekonomických zájmů ČR ve věci migrace.

Opatření: Realizace stávajících migračních projektů, jejich průběžné vyhodnocení a úpravy v případě potřeby, reflexe aktuálních potřeb

Gestor: MPO

Spolupráce: MPSV, MV, MZV

Koordinace: Průběžně dle potřeby

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

3.5. Investice pro export

Vzhledem k tomu, že zahraniční, ale i tuzemské investice do výroby a služeb určených pro export mají rozhodující význam pro internacionalizaci českých podniků, bude i nadále nutné zajišťovat koordinaci činností MPO, CzechTrade a CzechInvest. Důležité jsou nejen aktivity CzechInvest v oblasti získávání investorů do ČR, ale i programy na podporu inovativních podniků s cílem zaměřit tyto podniky tak, aby měly jasnou vizi směřování své produkce na zahraniční trhy.

Investiční pobídky v r. 2015 znamenají příslibené investice ve výši 21805,11 mil. Kč a plánovaný počet pracovních míst je 4178. Význam investičních pobídek pro růst exportu vyplývá i z toho, že naprostá většina firem z TOP 10 podle objemu exportu byla investičními pobídkami podpořena (s výjimkou Moravia Steel a Arcelor Mittal).

CzechInvest i nadále systematicky spolupracuje s českými dcerami zahraničních matek, kdy se snaží pomáhat již usazeným zahraničním společnostem s každodenním podnikáním, diskutuje s nimi možnost expanze v ČR a investice do projektů s vysokou přidanou hodnotou.

Prostřednictvím Evropských strukturálních a investičních fondů EU (Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost) podporuje proexportní investice tuzemských společností.

Realizací projektu CzechLink probíhá lákání investic do vysoce inovativních exportních podniků v ČR. V rámci tohoto projektu se CzechInvest snaží pomáhat českým společnostem

najít zahraničního partnera pro joint venture projekty nebo fúzi či akvizici a takto podpořit růst společnosti a také její export.

CzechInvest podporuje inovativní české startupy při pronikání na zahraniční trhy, a to v rámci projektů CzechAccelerator či pomocí webu czechstartups.org

Opatření: Zajištění spolupráce CzechInvest a CzechTrade v oblasti podpory inovativních podniků a jejich exportní orientace

Gestor: MPO

Spolupráce: CzechInvest, CzechTrade

Kontrolní termín plnění: 31. března každý rok v rámci Zprávy o plnění Exportní strategie

Závěry

Aktualizace Exportní strategie vychází ze znění Exportní strategie 2012-2020 s tím, že některé její aspekty modifikuje podle současného vývoje. Spolupráce MPO a MZV při realizaci aktualizované Exportní strategie je nezbytná v řadě oblastí, které jsou specifikovány v Rámcové dohodě obou ministrů a uvedeny v úvodu této Aktualizace. V nejbližším období bude pozornost soustředěna na:

- a) Zajištění konkurenceschopného exportního financování (se státní podporou) a konsolidace obou institucí (ČEB a EGAP);
- b) podporu dalšího rozvoje portálu BusinessInfo.cz, úspěšného a významného portálu pro podnikatele a informačního zdroje pro exportéry;
- c) úspěšné zavedení do praxe upgradu informačního systému SINPRO a jeho využívání jak na MPO a MZV, tak v Jednotné zahraniční síti;
- d) zkvalitňování služeb poskytovaných Klientským centrem a Jednotnou zahraniční sítí;
- e) podporu podnikatelských misí, jejich racionální přípravu a vyhodnocování výsledků;
- f) použití konkrétních proexportních nástrojů v závislosti na oborových příležitostech při aktualizaci teritoriálních strategií;
- g) uplatnění oborového přístupu v systému teritoriálních priorit a zajištění souběhu obou přístupů; s využitím těchto principů hledání alternativních trhů k těm, kde dochází k poklesu vývozu;
- h) propojení firem využívajících podporu z projektů VaVal se systémem podpory exportu.

Příloha č. 1

Seznam zkratek

AMSP ČR	Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations (Sdružení národů jihovýchodní Asie)
B2B	Business-to-Business
B2G	Business-to-Government
CRM	Customer Relationship Management
CT	CzechTrade
ČEB	Česká exportní banka, a.s.
ČRA	Česká rozvojová agentura
ED	Ekonomická diplomacie
EEN	Enterprise Europe Network
EGA	Dohoda o environmentálním zboží
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.
EU	Evropská unie
G2B	Government-to-Business
G2G	Government-to-Government
GK ČR	Generální konzulát ČR
HK ČR	Hospodářská komora ČR
ICC	Mezinárodní obchodní komora (International Chamber of Commerce)
IS SINPRO	Informační systém SINPRO (Sdílený informační prostor)
ITA	Dohoda o informačních technologiích
JKM	Jednotné kontaktní místo
JZS	Jednotná zahraniční síť
KCE	Klientské centrum pro export
MADBS	Market Access Database

MERCOSUR	Mercado Común del Sur (Společný trh Jihu)
MF	Ministerstvo financí
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MO	Ministerstvo obrany
MOP	Mapa globálních oborových příležitostí
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MV	Ministerstvo vnitra
MZe	Ministerstvo zemědělství
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OPPIK	Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
ProCop	Informační síť o požadavcích na výrobky
PROPED	Projekty na podporu ekonomické diplomacie
REK	Regionální exportní konzultant
SME = MSP	Small and Medium Enterprise = Malé a střední podniky
Solvit	Řešení sporů s úřady v zemích EU
SP ČR	Svaz průmyslu a dopravy ČR
TAČR	Technologická agentura ČR
TFA	Dohoda o usnadnění obchodu
TISA	Dohoda o obchodu službami
TPO	Trade Promotion Organisation
TTIP	Transatlantické obchodní a investiční partnerství
VaVal	Věda, výzkum a inovace
ZK CT	Zahraniční kancelář CzechTrade
ZRS	Zahraniční rozvojová spolupráce
ZÚ ČR	Zastupitelský úřad ČR