

Český export hledá nový směr. Příležitosti leží mimo Evropu

Tuzemské firmy zjišťují, že Evropa nemusí být zlatý důl. Začíná přibývat těch, které hledají příležitosti dál od domova.

– TEXT – Alžběta Vejvodová

Během letošní pandemie koronaviru si Česko naplno zkouší, jak velký dopad na něj může mít uzavření hranic a omezení mezinárodního obchodu. V dubnu, kdy byly restriktive pohybu osob a uzavření hranic nejtvrdší, propadl tuzemský vývoz o 40 procent. Léto sice přineslo oživení, přesto statistiky za leden až září letošního roku stále ukazují pokles zhruba o deset procent. Teprve konec roku pak ukáže, co se zahraničním obchodem provedla druhá vlna nákazy v Evropě. I kdyby ale zůstalo „jen“ u desetiprocentního poklesu, je to pro českou ekonomiku velká ztráta. Vývoz zboží do zahraničí totiž tvoří důležitý zdroj bohatství Česka. Právě z něj pochází 80 procent hrubého domácího produktu. Česko by se proto mělo ptát, co můžeme udělat v dalších letech, aby vývoz, a tedy i celá ekonomika dobře šlapaly.

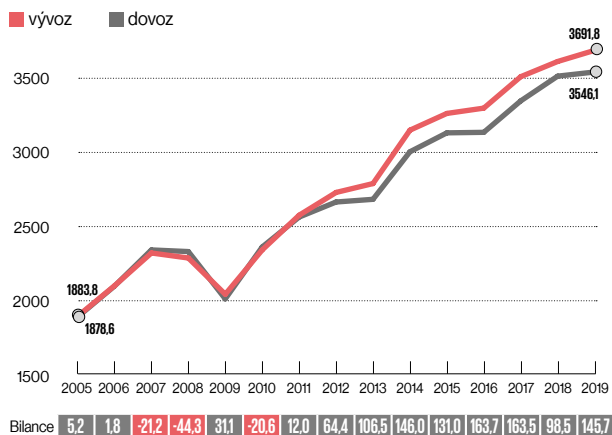
Do desítky největších obchodních partnerů Česka míří téměř tři čtvrtiny českého exportu. Patří do ní výhradně evropské země.

Německo padá, Turecko roste

Český export směřuje hlavně do evropských zemí, kam míří přes 80 procent vyváženého zboží. Dokonce platí, že první desítku největších obchodních partnerů Česka tvoří výhradně evropské země. Tuzemské podniky na tyto trhy láká geografická blízkost, díky níž mohou být v podobně těsném kontaktu s tamními zákazníky, jako když prodávají doma. Výhodou jsou také benefity, které nabízí zapojení většiny evropských zemí do Evropské unie, tedy volný trh bez cel a vzájemně podobné zákony.

Avšak přílišná závislost na jediném regionu, navíc tak těsně ekonomicky i kulturně provázaném, jako je Evropa, je nevýhodná ze strategického hlediska. Jak ukázala například krize z let 2008 a 2009, země ve stejném regionu podléhají v podobné míře a období hospodářským otřesům. To pak firmám způsobuje větší těžkosti, než kdyby měly zákazníky rozprostřené ve více částech světa. Potvrzuje se to i během nynější pandemie koronaviru, byť má více než minulá hospodářská krize globální charakter. „Větší riziko škrtů v zakázkách je teď v Evropě než na mimoevropských trzích,“ míní Josef Orel, majitel společnosti Oritest. Ta vyrábí přístroje pro detekci

Zahraněční obchod ČR (v miliardách Kč)



Zdroj: ČSÚ

10 největších odbytí českých výrobků (údaje za rok 2019)

| Země | Hodnota (v miliardách Kč) | Podíl trhu na celkovém českém exportu (v %) |
|---|---------------------------|---|
| Německo | 14 571,7 | 31,8 |
| Slovensko | 346,7 | 7,6 |
| Polsko | 277,1 | 6,0 |
| Francie | 235,2 | 5,1 |
| Velká Británie | 206,2 | 4,5 |
| Rakousko | 196,4 | 4,3 |
| Itálie | 174,3 | 3,8 |
| Nizozemsko | 173,1 | 3,8 |
| Maďarsko | 149,1 | 3,3 |
| Španělsko | 146,8 | 3,2 |
| Podíl desítky zemí na celkovém zahraničním obchodu ČR 73,4 | | |

Zdroj: ČSÚ, MPO

toxických látek. V zahraničí prodává přes 90 procent svých výrobků.

Jeden z největších propadů vůbec zaznamenal už na jaře český vývoz do Německa. V dubnu se tam vyzelo téměř o 40 procent zboží méně než před rokem. Německo je přitom pro Česko nejdůležitějším obchodním partnerem. Na trhu velkého souseda končí zhruba třetina zboží každoročně vyvezeného z Česka. Ani druhý největší obchodní partner – Slovensko – nedopadl o mnoho lépe. V dubnu tam vývoz podle údajů Českého statistického úřadu propadl o 30 procent. Celkově od ledna do září letošního roku pak export na Slovensko ztrácí oproti loňsku pětinu.

Zdále ne všechny zahraniční trhy ale dávají tak špatný obrázek. „Když se podíváte na vývoj za devět měsíců letošního roku, vidíme nárůst exportu do Jižní Koreje nebo Turecka,“ upozorňuje generální ředitel státní agentury na podporu exportu CzechTrade Radim Doležal. Na ty ale zatím míří jen velmi malá část českého vývozu. V případě Turecka je to jen zhruba procento, a u jižní Koreje dokonce méně než půl procenta. Přesto by do budoucna oba trhy mohly být pro české firmy zajímavé.

„S nastávající hospodářskou recesí se čím dál více podniků, zejména těch středně velkých, dívá na trhy aktuálně perspektivnější, tedy na ty mimo Evropskou unii,“ upozorňuje místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků Evžen Reitschläger.

10 největších mimoevropských odbytí českých výrobků (údaje za rok 2019)

| Země | Hodnota (v miliardách Kč) | Podíl trhu na celkovém českém exportu (v %) |
|--|---------------------------|---|
| USA | 106,5 | 2,3 |
| Rusko | 98,8 | 2,2 |
| Čína | 56,7 | 1,2 |
| Turecko | 44,2 | 1,0 |
| Ukrajina | 35,1 | 0,8 |
| Japonsko | 22,6 | 0,5 |
| Izrael | 21,9 | 0,5 |
| Mexiko | 19,1 | 0,4 |
| Jihoafrická republika | 16,5 | 0,4 |
| Spojené arabské emiráty | 15,3 | 0,3 |
| Podíl desítky zemí na celkovém zahraničním obchodu ČR 9,6 | | |

Zdroj: ČSÚ, MPO

Konkrétně v Turecku v poslední době nachází obchodní příležitosti hlavně české energetické firmy. „Turecký energetický trh považujeme za velmi vyspělý i atraktivní svou velikostí a potenciálem,“ říká ředitel pro strategii a rozvoj energetické společnosti Energo-Pro Jakub Fajfr. Firma původem ze Svitav tam letos dokončuje hned dva velké projekty – přehradu Karakurt a elektrárnu Alpaslan 2. Cena obou projektů dohromady přesahuje 16 miliard korun.

Novou zakázku v hodnotě stovek milionů korun na vznikající turecké jaderné elektrárně Akkuyu letos v létě navzdory koronavirové pandemii získala třebešická společnost Mico. „Do Turecka budeme dodávat výměníky určené k dochlazování vody, která jde z turbíny. Je to práce zhruba na tři roky, s prvními dodávkami začneme ve druhé polovině příštího roku,“ uvádí spoludávatel firmy Jiří Denner. I díky takovým zakázkám by mohl význam Turecka pro český obchod v dalších letech výrazně růst.

Vyvážet do této země se české firmy nebojí ani přesto, že nevydařená výstavba uhelné elektrárny na tamním trhu přispěla před čtyřmi lety ke krachu tuzemské Vítkovice Power Engineering. Stavbu tehdy zastavil spor o nefunkční kotel. Dodnes se jej nepodařilo uspokojivě vyřešit. České exportní bance, která pomáhá tuzemským firmám svými zárukami a úvěry s vývozem na zahraniční trhy, po tomto projektu zbyla nedobytná pohledávka ve výši 12 miliard korun. To ale energetické společnosti příliš neřeší. Takové

případy považují za důsledek běžného podnikatelského rizika, jež podstupují i na jiných trzích.

Jižní Korea by oproti Turecku mohla být zajímavá pro firmy z mnohem širšího spektra oborů. „Příležitosti pro české podniky v Koreji existují mimo jiné v automobilovém průmyslu, energetice, ICT, obranném průmyslu, všeobecném strojírenství, sklářském a keramickém průmyslu, v produktech pro zábavu a volný čas, ve zdravotnickém materiálu či potravinářském průmyslu,“ uvádí Josef Vrbenský z odboru Afriky, Asie a Austrálie ministerstva průmyslu a obchodu. Resort ji považuje za jednoho z nejvýznamnějších asijských partnerů Česka. Korea má totiž od roku 2011 uzavřenou dohodu o volném obchodu s Evropskou unií, která přinesla nejen odstranění celních bariér, ale probíhá v rámci ní i sjednocování technických norem.

České firmy ale příležitosti na tamním trhu zatím příliš nevyužívají. Podle těch, které už tam vstoupily, není získávání zakázek v Koreji tak snadné, jak by se mohlo jen pohledem na poptávku zdát. „Je tam velmi tvrdá a početná konkurence,“ upozorňuje Arash Advini, obchodní ředitel společnosti Cross Zlín, která na korejském trhu prodává zařízení na vážení kamionů. „Korejci obecně mají blíž k čínským nebo tchajwanským firmám. I Korea sama je velmi technologicky silná, takže si hodně věcí pokrývá sama. Celý region Asie pak má velmi blízko k Austrálii jak kvůli časovému pásmu, tak kvůli tomu, že tam dlouhodobě dělá byznys,“ dodává.

Spolupráci mezi zeměmi asijsko-pacifického regionu teď navíc ještě utuží dohoda o volném obchodu. V polovině listopadu ji podepsalo 16 zemí. Vedle Jižní Koreji, Vietnamu a Japonska jde o země, jako jsou Čína nebo Austrálie, které mají zájem posílit v regionu svůj ekonomický vliv. Díky odbourání cel by tak mohly signatářské

státy začít více obchodovat mezi sebou, zatímco obchod se zeměmi mimo dohodu pro ně bude méně zajímavý.

„Ta smlouva bude spíše vyhovovat Číně. Bude jí dávat další větší možnosti, než měla doposud. Tím se může stávat pro české exportéry celý region problematickým,“ míní místopředseda Asociace exportérů Otto Daněk. Korea tak z pohledu podniků představuje spíše promarněnou příležitost.

Firmy láká nejisté Rusko a SNS

Své exportní ambice české firmy ve větší míře upírají spíše k trhům, které z minulosti dobře znají. Roste tak zájem například o Rusko. České zboží si na tamním trhu udrželo výsledky z loňského roku, a úspěšně tak odolává letošní koronavirové pandemii. Celkově mu patří mezi odbytími českých produktů dvanácté místo a zhruba dvouprocentní podíl na tuzemském exportu.

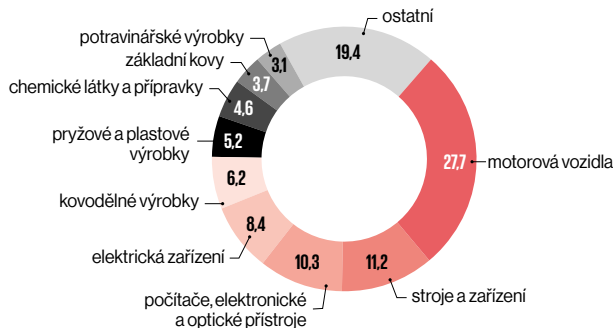
Do Ruska prodává například mladoboleslavská Škoda Auto, které se zamlouvá velikost tamního trhu a jeho relativní blízkost. Navíc tam na rozdíl od zemí Evropské unie nemusí plnit přísné emisní normy. Zájem o Rusko a celé Společenství nezávislých států ale roste i mezi malými a středními firmami. Vyváží jich tam už třetina, zatímco ještě před pěti lety to byla jen čtvrtina z nich.

České výrobky tam totiž mají tradici a dobré jméno. Například třebečskou energetickou firmu Nuvia (dříve Envinet) koupila před osmi lety francouzská společnost Vinci právě s tím, že jí česká společnost otevře cestu na tyto východní trhy. „Máme zaměstnance, kteří mluví rusky, máme tam dobré vztahy,“ popisuje obchodní ředitel Nuvie Aleš Dokulil a dodává: „Zatímco technické normy platné pro jaderný byznys na Západě se teprve učíme, normy na Východě – ruské normy – ty historicky známe.“

Nejvíce se teď Nuvii daří na Ukrajině, která tvoří zhruba polovinu obratu firmy. Nyní se třebečská společnost snaží navázat bližší spolupráci s Rosatomem – ruskou státní korporací pro atomovou energii. Ten by jí mohl usnadnit podnikání na dalších východních trzích, a to nejen na těch v zemích bývalého Sovětského svazu. „Teď spouští elektrárnu v Bělorusku a velká příležitost je pro spolupráci v Bangladéši, kde Rosatom také staví jadernou elektrárnu,“ uvádí Dokulil. Všude tam by mohla Nuvia díky těsnější spolupráci v budoucnu dodávat své výrobky a služby.

Jenže ani velký ruský trh a partneři z řad ruských firem nemusí znamenat pro byznys výhru. Kvůli napjatým politickým vztahům mezi Evropskou unií a Ruskem, které po anexi ukrajinského Krymu Ruskem vyústily v obchodní

Zbožová struktura vývozu (v procentech)

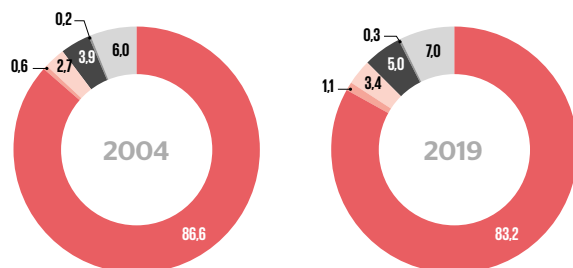


Zdroj: ČSÚ, ČNB

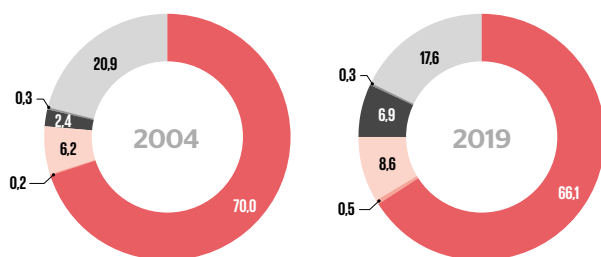
Podíl jednotlivých regionů na obchodní bilanci ČR (v procentech)

■ EU-28 ■ Afrika ■ Amerika
■ Asie ■ Austrálie a Oceánie ■ Ostatní

Zboží



Služby



Zdroj: ČNB, Ekonom

embargo, je byznys s firmami z této země jako na houpačce. „Do roku 2013, 2014 tam docházelo k prudkému růstu českého exportu, pak v souvislosti se sankcemi proti Rusku došlo k poklesu. Teď opět dochází k mírnému růstu exportu do tohoto teritoria, ale nejsme rozhodně na číslech, která jsme měli v roce 2013 nebo 2014,“ popisuje Doležal z CzechTradeu.

I firmy, které se na trzích bývalého Sovětského svazu dobře uchytily, musely překonávat nemalé obtíže. Například společnosti Energo-Pro zkomplikovala vstup do Gruzie nezralost tamního trhu i ruské zájmy. „Začátky působení byly manažersky náročné, ať už jde o nejistotu o byznys v době ruské invaze v roce 2008, nebo i potřebu zkvalitnit distribuční síť a naučit zákazníky platit za elektřinu,“ popisuje ředitel pro strategii a rozvoj společnosti Jakub Fajfr.

Nakonec tam přesto uspěla. Nyní – po třinácti letech na tamním trhu – představuje Gruzie pro Energo-Pro nejvýznamnější trh vůbec. Vlastní tam 15 vodních elektráren, jednu paroplynovou elektrárnu a dvě

distribuční společnosti. Celkově v zemi obsluhuje přes milion zákazníků.

V Africe se prodávají česká letiště i zmijovky

V posledních letech se pozornost českých exportérů začíná obracet také k Africe. „Afrika má obecně ve velmi dlouhém horizontu největší potenciál z pohledu příznivé demografie,“ uvádí ekonom UniCredit Research Jiří Pour. Nejchudší kontinent světa jako celek se zatím na celkové obchodní výměně Česka podílí jen zhruba jedním procentem. Díky miliardovým investicím do infrastruktury, které tam směřuje především Čína, ale začíná být v poslední době zajímavá hlavně pro firmy z oboru dopravy.

Největší zakázku, jakou v posledních letech získali Češi v Africe, tam loni podepsala frýdecko-místecká společnost Transcon Electronic Systems. Firma v Senegalů postupně postaví pět letišť za 3,8 miliardy korun. První se začíná stavět v těchto dnech.

„Získali jsme tu zakázku zejména proto, že jsme byli schopni nabídnout modulární řešení stavebnicového typu. To se Afričanům líbí. Všechno, co je hotové, připravené k použití, tam má přednost,“ říká generální ředitel Transconu Vladimír Drábek. Výhoda modulárního řešení spočívá v tom, že se letiště vyrobí v Česku a v zahraničí se už jen smontuje. Díky tomu se hodí do zemí se špatnou infrastrukturou a také všude tam, kde je kvůli nepříznivým klimatickým podmínkám potřeba stavět rychle.

Pro firmu znamená senegalský projekt největší zakázku, jakou kdy dělala. Realizaci ale podle Drábka komplikují administrativní bariéry. S financováním projektu na nepřítli prozkoumaném a nejistém trhu pomáhá Česká exportní banka. A ta je po zkušenostech z minulosti, kdy řada zahraničních partnerů půjčené peníze nesplácela, opatrná.

„Museli jsme zpracovat veškerou projektovou a realizační dokumentaci před tím, než jsme vůbec dostali uvolněné financování ze strany českých úřadů,“ popisuje Drábek a dodává: „Jedním z bodů, které mě příliš netěšily, bylo, že chtěli seznam dodavatelů. Avšak pokud jej stanovím v rané fázi projektu, tak je pak obtížné měnit, pokud přestanou vyhovovat.“

Administrativní bariéry ale komplikují vývoz do Afriky i ze strany místních úřadů. Cross Zlín je musel překonávat při exportu do Ugandy. „Všechno tam trvá hrozně dlouho. Když to porovnáme s klasickým projektem, který jsme schopni vyřešit v jiných zemích za šest měsíců, v Africe je to běh na dva roky. Velká výzva je tam byrokracie a velmi

mnoho potřebných povolení, která tam podnikání ztěžují. Jsou to exportní certifikace, clení, pomalost jejich úřadů,“ popisuje vedoucí obchodu Cross Zlín Jakub Šeliga.

Snáze se tak v Africe uchytí jednodušší výrobky, například textilní. Do Senegalu nebo Nigérie se tak už desítky let dováží například české čepice zmijovky. „Každoročně jich vyrobíme pro trh v severní Africe zhruba 250 tisíc kusů,“ uvádí statutární ředitel společnosti Tonak Jiří Tourek. Výhodou, která umožňuje textilní firmě udržet si dlouhodobě africké odbytiště, je podle něj to, že Afričané lpí na dlouholetých a přátelských vztazích.

Ty se Česko snaží navazovat i prostřednictvím humanitární a rozvojové pomoci. „Především ve zdravotnictví, vodohospodářství a ekologii se takto prosazují české výrobky i v rozvojových zemích v Africe či Asii. Firmy získávají referenční zakázky, kontakty a znalosti, které jim pak umožňují pokračovat v dalších obchodech na komerční bázi,“ popisuje Zuzana Štíhová z ministerstva zahraničních věcí.

Obavy z neznámého

Menší či větší obchodní příležitosti pro tuzemské firmy existují na všech kontinentech. Ostatně i třeba na Antarktidě stojí český heliport. Přesto se extrémní podíl Evropy na celkové obchodní výměně s Českem daří snižovat jen pomalu. Za 15 let klesl jen o tři procentní body na nyníjších 83 procent.

„Je to jistým způsobem pohodlnost. V Evropě se domluvíte anglicky, německy. Ale když chcete do jiných teritorií, tak to chce už španělštinu, francouzštinu a někdy i znalost místního jazyka,“ vysvětluje Otto Daněk z Asociace exportérů. Roli hrají i kulturní odlišnosti, které obchodní jednání v daleké cizině komplikují.

Na zahraničních trzích se také často musí podniky vyrovnávat s bezpečnostními riziky, která z klidné Evropy neznají, či s politickou nestabilitou. A protože na rozdíl od velkých nadnárodních korporací nemívají české firmy za sebou mnohasethlavé obchodní týmy, raději se soustřeďují na bližší Evropu. „V mnoha případech je pro ně na první pohled riziko selhání na zahraničních trzích tak vysoké, že další myšlenky na export raději zamítnou. Tady vidím značný prostor pro zlepšení,“ míní místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků Reitschläger.

Pomoci lépe poznat zahraniční trhy malým a středním podnikům pomáhá agentura CzechTrade. Jejich služeb využívá zhruba 40 procent z nich. Podle průzkumu Asociace malých a středních podniků jim tato spolupráce šetří práci vlastních lidí a pomáhá se získáváním dotací.

Zvláště v oblasti financování by ale exportní firmy uvítaly ještě větší pomoc od státu. Například v Africe by podle Asociace exportérů mohla mít podobu barterového obchodu. „Mohly by se uzavírat trojúhelníky typu: my dodáme nemocnici, letiště nebo železnici a Afričané nám za to dodají suroviny. Ty stát buď bude umět uplatnit v rámci České republiky, nebo je prodá do dalších zemí,“ míní Daněk.

Limity podle exportérů má i stávající podpora financování vývozu ze strany České exportní banky, ať už jde o záruky nebo úvěry pro zahraniční odběratele. Banka je po miliardových ztrátách z nevydařených projektů opatrná, půjčuje méně než dřív. Zatímco ještě v roce 2012 uzavřela nové smlouvy za více než 26 miliard korun, v posledních letech je to řádově méně. Loni na tento typ státní podpory šlo jen 3,7 miliardy korun.

Ve vývozu služeb je Česko na Evropě závislé méně, než je tomu u zboží. Jenže služby tvoří jen asi 16 procent tuzemského exportu.

Firmy, které by podporu rády využily, na ni často nedosáhnou. Banka totiž má podmínku, že podíl českých výrobců na celkové hodnotě zakázky musí být alespoň poloviční. „To je pro nás velký problém, protože když děláme inženýringové dodávky, tedy ty se službami v oblasti projektového managementu, větší část komponent nakupujeme jinde,“ upozorňuje Aleš Dokulil z Nuvie. Takové zakázky přitom tvoří už víc než polovinu obrátu české firmy a jejich podíl dlouhodobě roste.

Právě export služeb firmám zpravidla přináší větší přidanou hodnotu než klasický vývoz zboží. A dá se očekávat, že jejich význam do budoucna poroste. Služby zatím tvoří jen zhruba 16 procent tuzemského vývozu, tedy významně méně, než je ve vyspělých ekonomikách obvyklé. Průměr OECD je 54 procent.

Pokud se tuzemské podniky k vývozu služeb navzdory horšímu přístupu ke státní podpoře přece jen přikloní, mohlo by se to promítnout i do teritoriální struktury vývozu. V oblasti služeb je totiž Česko méně závislé na evropských trzích, než je tomu u zboží. Výrazně lépe je prodává zejména v Americe. Vedle koronavirové pandemie by tak mohlo jít o další impulz, který pomůže českému zahraničnímu obchodu získat nový směr. ■