

PROEXPORTNÍ SLUŽBY STÁTU A JEJICH VNÍMÁNÍ ČESKOU PODNIKATELSKOU VEŘEJNOSTÍ

Analýza vybraných aspektů

Adam Krčál*

Úvod

Podpora exportu je významnou složkou hospodářské politiky. Obzvláště pro malou až střední a významně otevřenou ekonomiku, jakou je Česká republika, je export obecně klíčový pro fungování hospodářství. Závislost země na vnějších ekonomických vztazích je nepřímo úměrná velikosti této země (měřeno pomocí podílu objemu zahraničního obchodu na HDP)¹.

Důsledkem liberálních teorií v ekonomii je tzv. aktivní pojetí zahraničněobchodní politiky², které se soustředí zejména na konkurenceschopný exportní program. Stát v tomto pojetí zahraničněobchodní politiky by pak měl zajistit odstraňování všech překážek, které by vývozcům mohly ztížit vstup na zahraniční trhy, a pokud možno ulehčit co nejvíce jejich export. Ze strany státu je pak třeba efektivního přístupu. Mnoho zemí k tomuto úkolu přistupuje velice profesionálně a pomocí vysoce funkčního zastoupení státu v zahraničí (včetně odborně vyškolených pracovníků, ať již na zastupitelských úřadech, nebo jinde) vytvářejí příznivé podmínky pro uplatnění svých podnikatelských subjektů na zahraničním trhu. Kromě toho správně fungující reprezentace státu v zahraničí přispívá velmi výrazně k budování dobré značky celého státu a nepřímo tak i k vytváření pozitivního obrazu domácích podnikatelů a jejich produktů v zahraničí. Je obvyklé, že podpora exportu a proexportní politika jako taková pak tvoří jeden ze základních pilířů celé zahraniční politiky a patří mezi základní úkoly ekonomické diplomacie (ekonomické dimenze zahraniční politiky) státu³.

* Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů (adam.krcal@vse.cz).

Příspěvek byl zpracován v rámci grantu č. IG211040 Postavení České republiky jako země původu zboží a služeb (interní grantová soutěž VŠE v Praze).

1 Více např. Svatoš, 2009, s. 22–23.

2 Srov.: Pasivní pojetí zahraničněobchodní politiky se zaměřuje zejména na získání dostatečných zdrojů k uspokojení domácích potřeb. Vývoz je tedy pouze nutným prostředkem k získání příjmů na nákup zahraničních produktů. Důsledkem jsou pak často protekcionistické tendence k ochraně domácího trhu. Více např. Fojtíková, 2009, s. 4–24.

3 Více k vymezení obsahu pojmu „ekonomická diplomacie“ např. Štouračová, 2008, s. 23 a násl.

Ideálním výsledkem těchto snah by mělo být zvýšení exportu, které poté působí také na další zvyšování výkonnosti ekonomiky a na tvorbu nových pracovních míst. Exportní impulsy také podporují růst produktivity práce, jelikož tlačí právě na růst konkurenceschopnosti a inovací. To vše by měly usnadnit proexportní služby poskytované podnikatelské sféře.

Stát může, pokud je schopen nabídnout kvalitní proexportní podporu s dostatečně širokým spektrem poskytovaných služeb, pomoci zvyšovat konkurenceschopnost svých domácích exportérů na zahraničních trzích. Zlepšení konkurenceschopnosti českých exportérů a jejich zboží a služeb pak může vést k upevňování postavení České republiky jako země původu tohoto zboží a služeb.

Základním cílem předkládané práce je ověřit na základě empirických dat získaných z autorova vlastního dotazníkového šetření hypotézu, že podnikatelé v České republice nejsou informováni o službách poskytovaných současným systémem státní podpory exportu a velice málo tyto služby využívají.

1. Teoretický základ

Pojetí podpory exportu v ČR

V České republice je podpora exportu vystavěna na několika pilířích a na jejím vykonávání se podílí celá řada státních i nestátních institucí. Je třeba uvést na pravou míru, že proexportní politika není součástí Společné obchodní politiky Evropské unie (na rozdíl např. od celní politiky). „*To znamená, že každý členský stát EU si v této oblasti ponechal své autonomní postavení a vytváří si své vlastní národní strategie a proexportní politiku.*“⁴ Nicméně platí, že koncepce podpory exportu musí respektovat určitá pravidla, ke kterým se Česká republika na mezinárodní úrovni dobrovolně zavázala.⁵

Základním koncepčním dokumentem na národní úrovni, jehož účelem je řídit a koordinovat proexportní aktivity všech českých subjektů, je Exportní strategie ČR pro období 2006–2010. Tento dokument stále platí a jeho platnost byla prodloužena i na rok 2011, neboť Exportní strategie ČR na roky 2011–2015 nebyla schválena. Exportní strategie je rozčleněna na 12 projektů (od roku 2008 byl počet snížen na 11). Hlavní vizí je „*prosadit Českou republiku ve světě prostřednictvím obchodu a investic*“.⁶ Projekty jsou rozděleny do skupin podle čtyř základních cílů, kterých má být dosaženo:

- více příležitostí pro podnikatele;
- poskytovat profesionální a účinnou podporu;
- zlepšit a rozvíjet kvalitu služeb;
- zvýšit kapacity pro export.

4 Fojtíková, 2009, s. 164.

5 Např. tzv. Konsenzus OECD (viz dále).

6 MPO, Exportní strategie ČR pro období 2006–2010, 2005, s. 5.

Institucionální systém

Systém řízení ekonomické diplomacie v České republice, a v tom tedy i podpory exportu, je založený na spolupráci několika institucí⁷. Státní instituce zakotvené v Ústavě ČR, jako je prezident, vláda jako kolektivní orgán, parlament a další, samozřejmě nějakým způsobem vstupují do všech podstatných oblastí veřejného života v ČR. Nicméně v oblasti podpory exportu mají v první řadě klíčovou roli dvě ministerstva, Ministerstvo průmyslu a obchodu a Ministerstvo zahraničních věcí, dále agentury CzechTrade a CzechInvest a v neposlední řadě také Česká exportní banka a Exportní garanční a pojišťovací společnost.

Na základě kompetenčního zákona⁸ je Ministerstvo zahraničních věcí (dále jen „MZV“) ústředním orgánem státní správy České republiky pro oblast zahraniční politiky, v jejímž rámci vytváří koncepci a koordinuje zahraniční rozvojovou pomoc a koordinuje vnější ekonomické vztahy. Naproti tomu Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále jen „MPO“) je podle tohoto zákona ústředním orgánem státní správy pro „... obchodní politiku, zahraničně-ekonomickou politiku..., zahraniční obchod a podporu exportu...“.⁹ MPO dále „...koordinuje zahraničně obchodní politiku České republiky ve vztahu k jednotlivým státům, zabezpečuje sjednávání dvoustranných a mnohostranných obchodních a ekonomických dohod včetně komoditních dohod, realizuje obchodní spolupráci s ES, ESVO, GATT a jinými mezinárodními organizacemi a integračními seskupeními, řídí a vykonává činnosti spojené s uplatňováním licenčního režimu v oblasti hospodářských styků se zahraničím, posuzuje dovoz dumpingových výrobků a přijímá opatření na ochranu proti dovozu těchto výrobků...“.¹⁰

Právě v kompetenčním zákoně lze spatřovat zárodky problémů s rozdělením předmětné agendy mezi MZV a MPO. Jak je zřejmé z výše uvedeného, kompetenční zákon, jako obecně závazný legislativní předpis, ani zdaleka neumožňuje jasnou interpretaci, který resort je odpovědným za oblast ekonomické diplomacie, včetně zmiňované podpory exportu. Zejména z těchto důvodů bylo nutno v 90. letech přistoupit k uzavření politických dohod mezi ministry zahraničních věcí a průmyslu a obchodu. Nicméně i když oba resorty uzavřely v minulosti dvě takové dohody¹¹ o spolupráci v oblasti ekonomické diplomacie, jejich součinnost není ani zdaleka dokonalá a existují rozdílné názory na to, který resort je v této oblasti tím nejdůležitějším. Jedná se totiž o na výsost politickou otázku a záleží na obratnosti vedení resortů, jakou část kompetencí si v daném období jsou schopni osvojit. Zásadní zhoršení vztahů navíc nastalo v roce 2010, kdy MZV začalo považovat dohodu z roku 1998 za nevyhovující, překonanou a také právně spornou. Formálně ale dohoda vypovězena nebyla.

MPO tedy zahájilo v prvních měsících tohoto roku jednání s hospodářským výborem Poslanecké sněmovny o koordinaci české ekonomické diplomacie s tím, že není nutné v této fázi spolupracovat s MZV. S tímto postojem nelze do velké míry

7 Více k řízení ekonomické diplomacie v ČR např. Štouračová, 2010.

8 Zákon č. 2/1969 Sb., ve znění pozdějších předpisů, § 6, odst. (1).

9 Zákon č. 2/1969 Sb., ve znění pozdějších předpisů, § 13, odst. (1).

10 Zákon č. 2/1969 Sb., ve znění pozdějších předpisů, § 13, odst. (3).

11 MPO a MZV, 1999, 2000.

souhlasit, neboť za zahraniční vztahy obecně je v České republice odpovědná vláda, nikoliv žádná z komor parlamentu. Z toho důvodu je zřejmé, že aktuální vývoj vztahů mezi MPO a MZV v oblasti ekonomické diplomacie spíše vyhlídky na efektivní řízení ekonomické diplomacie zhoršuje.

MPO tedy v současnosti vysílá diplomaty na obchodně-ekonomické úseky zastupitelských úřadů (dále jen „OEÚ ZÚ“) České republiky v zahraničí a také je metodicky řídí. Rovněž přispívá finančně MZV na jejich provoz a koordinuje činnost jemu podřízených příspěvkových organizací (viz dále). Přímou pro exportéry organizuje MPO tzv. oficiální účasti státu na zahraničních veletrzích a výstavách¹². MPO odpovídá za celý systém státní podpory exportu v České republice, tedy zejména za financování a pojištění exportu se státní podporou a za podporu malých a středních podniků a živnostníků (dále jen „MSP“) ¹³. Okrajově se na podpoře exportu v ČR podílejí také Ministerstvo zemědělství a Ministerstvo pro místní rozvoj.

Výjimečnou roli hrají OEÚ ZÚ. Jejich hlavním úkolem je podpora českých podniků na místním trhu, poradenství a monitorování situace a kontakt se zahraničními partnery s cílem rozvíjet obchodní vztahy. Dále OEÚ ZÚ podávají exportérům informace o podnikatelském prostředí na místním trhu, shromažďují informace o tendrech a zahraničních poptávkách a pomáhají při organizaci účastí na zahraničních veletrzích a výstavách. Činnost OEÚ ZÚ je řízena duálně (MPO i MZV se podílejí na jejich řízení). Ve světě je v současnosti 94 českých ekonomických diplomatů¹⁴. Ne všechny zastupitelské úřady České republiky v zahraničí jsou schopny poskytnout stejné služby; záleží na tom, zda je součástí zastupitelského úřadu obchodně-ekonomický úsek, což není zdaleka ve všech zemích, kde má ČR zastoupení¹⁵. Tam, kde OEÚ není, může zastupitelský úřad poskytnout exportérům pouze částečnou asistenci. Na těchto zastupitelských úřadech, nazývaných také „ALL“, totiž působí pouze velmi malý počet diplomatů a ani jeden z nich není obchodním diplomatem vyslaným MPO. Jde tedy téměř vždy pouze o zaměstnance MZV, kteří vzhledem ke svým primárním povinnostem (udržování diplomatických styků, konzulární záležitosti) nejsou schopni poskytovat stejné služby jako obchodní diplomaté na OEÚ. Jde např. o velmi omezené poradenství nebo možnost doprovázet české podnikatele pouze na malém počtu zahraničních veletrhů a výstav. V současné době je velmi diskutována otázka úspor, což se citelně dotýká právě personálních kapacit zastupitelských úseků. Nelze tedy čekat, že v dohledné době by byly zahraniční mise ČR nějakým způsobem personálně posíleny. Často je diskutována otázka, zda může pracovník OEÚ ZÚ (diplomat s diplomatickým pasem) nějak zasahovat do záležitostí českých podnikatelů a pomáhat jim v zahraničí. S odvoláním na Vídeňskou úmluvu o diplomatických stycích z roku 1961¹⁶ a její Článek 42 („*Diplomatický zástupce nebude v přijímajícím státě provozovat pro osobní prospěch žádné zaměstnání nebo obchodní činnosti*“) odmítali diplomaté zejména

12 Více o tzv. oficiálních účastech na <http://download.mpo.cz/get/37580/41916/500338/priloha001.pdf>.

13 Více např. MPO, 2003, s. 27–29.

14 Stav v prosinci 2010.

15 Štouračová, 2010.

16 K dispozici např. na www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/archivy/videnska_umluva_o_diplomatickych_stycich.html [11. 12. 2010].

v 90. letech pomáhat a jednat ve prospěch českých exportérů¹⁷. Tyto obavy se ale ukázaly jako liché, zejména s ohledem na činnosti vykonávané běžně diplomaty jiných států. V některých zemích se dokonce přítomnost a asistence pracovníka ze zastupitelského úřadu zdá jako nutnost, zejména v rozvojových zemích.

Poskytování služeb na OEÚ ZÚ pro exportéry se řídí Kodexem spolupráce s českými podnikatelskými subjekty¹⁸, který vydalo MPO společně s MZV. Podle Kodexu je nezbytné, aby český exportér při hledání informací a poradenství nejprve vyčerpал dostupné internetové informační zdroje a teprve poté kontaktoval OEÚ ZÚ, jelikož ty mají pouze omezené personální kapacity. V Kodexu je dále popsáno spektrum služeb, které nabízejí jednotlivé kategorie zastupitelských úřadů.

Česká rada pro obchod a investice (dále jen „ČROI“) je poradní orgán ministra průmyslu a obchodu složený ze zástupců MPO, MZV, Ministerstva financí, dále ze zástupců podnikatelů prostřednictvím Svazu průmyslu a dopravy ČR, Hospodářské komory ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. ČROI by měla zejména napomáhat přenášení názorů podnikatelů blíže k orgánům státní správy¹⁹.

Vládní agentura na podporu obchodu CzechTrade je relativně nejbližší českému exportérovi. Výhodou této agentury je větší flexibilita a rychlejší reakce na změnu podmínek na zahraničních trzích. Představuje klíčovou složku v proexportní politice České republiky. Jako příspěvková organizace MPO zajišťuje celé spektrum služeb určených pro individuální podnikatelské subjekty. Disponuje sítí 33 vlastních zahraničních kanceláří a zastoupení má rovněž v každém regionu České republiky pomocí tzv. Regionálních exportních míst (REM), která provozuje často ve spolupráci s regionálními hospodářskými komorami. CzechTrade poskytuje vysoce individualizované služby od poradenství přes asistenci na zahraničních trzích až po kurzy exportního vzdělávání a exportní akademie²⁰. Účastní se také zahraničních veletrhů a výstav a v zahraničí jsou zahraniční kanceláře schopny nabídnout i vyhledání potenciálních obchodních kontaktů nebo zprostředkovat obchodní jednání a poskytnout pro něj vhodné prostory a související služby. Služby jsou částečně zpoplatněné, ale jsou dotované ze státního rozpočtu. Český podnikatelský subjekt je využívá v souladu s pravidly Evropské unie o podpoře „de minimis“²¹.

Finanční podpora exportu, tedy financování a pojišťování exportu se státní podporou, je poskytována zejména Českou exportní bankou, a. s. (dále jen „ČEB“), a Exportní garanční a pojišťovací společností, a. s. (dále jen „EGAP“). Obě instituce jsou zcela vlastněny státem, který přebírá záruku nad veškerými závazky obou institucí. Stát podporuje vývoz pomocí zvýhodněných úvěrů a bankovních záruk. ČEB nabízí přímé i refinanční úvěry, přičemž úroková míra je na nejnižší možné povolené úrovni.

17 Štouračová, 2008, s. 57–58.

18 MPO a MZV, 2004.

19 Více k postavení a k úkolům České rady pro obchod a investice na <http://download.mpo.cz/get/29542/32054/339676/priloha002.doc>.

20 Více o službách agentury CzechTrade např. na www.czechtrade.cz/sluzby.

21 Podpora de minimis (podpora malého rozsahu) nesmí kumulovaně (spolu s ostatními podporami de minimis) přesáhnout částku 200 000 EUR poskytnutých za dobu předchozích tří let jednomu příjemci. Více např. na www.czechinvest.org/verejna-podpora [11. 12. 2010].

K tomu nabízí další služby spojené s exportem, jako jsou např. akreditivy. ČEB nabízí spektrum služeb také pro kategorii MSP²². Otázkou zůstává, zda jsou pro kategorii malých a středních podniků produkty ČEB reálně dostupné.

Státní podpora pojištění je zajišťována prostřednictvím EGAP. Exportní pojištění úvěrů může mít krátkodobou, střednědobou i dlouhodobou formu. Lze pojistit záruky a investice v zahraničí. Produkty pojištění se vztahují také na sektor MSP. Existují dva rozhodující typy rizik: teritoriální politická rizika a komerční rizika. Zatímco první rizika jsou komerčními pojišťovnami jen těžko pojistitelná a v českých podmínkách přichází v úvahu zejména EGAP, druhou skupinu lze pojistit také u komerčních pojišťoven.

Legislativně je činnost ČEB a EGAP upravena zákonem o pojišťování a financování vývozu se státní podporou²³. Byly to tedy první specializované instituce na podporu exportu po roce 1989. Zákon respektuje závazky, ke kterým se Česká republika zavázala v souvislosti se svým členstvím v OECD a EU. K provedení zákona byla vydána vyhláška Ministerstva financí.²⁴ Česká republika musí respektovat zejména tzv. Konsenzus OECD²⁵, který definuje pravidla, jak může stát poskytovat finanční podporu svým exportérům. Tato pravidla vydalo MPO ve svém Věstníku²⁶. Česká republika se také jako členská země EU musí řídit jejími pravidly, zejména rozhodnutím Rady²⁷.

Okrajově se do podpory exportu zapojuje také agentura CzechInvest a agentura CzechTourism, dále pak Česká centra v zahraničí a také honorární konzuláty České republiky v zahraničí. Nelze opomenout ani vliv zahraničních krajských spolků, které mohou pozitivně působit na obraz České republiky jako celku v cizím státě²⁸.

Nestátní podporu exportu v České republice představují zejména profesní sdružení (svazy a asociace), jako je Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Mezinárodní obchodní komora (ICC) a různé smíšené obchodní komory. Jejich potenciál lze spatřovat zejména v úzkém napojení přímo na exportéra. Nicméně jak jasně ukazují výsledky šetření mezi podnikateli (viz dále), velkou výzvou zůstává, jak docílit toho, aby tato profesní sdružení nabídla skutečnou a efektivní proexportní podporu svým členům.

Z pohledu podnikatele představuje systém podpory exportu pouze určitou nabídku služeb jednotlivých institucí, které lze více či méně nějakým způsobem využít. Je to pochopitelný pragmatický přístup k ekonomické diplomacii. Exportér příliš neřeší institucionální a koncepční otázky celého systému, nebo např. otázku kompetencí jednotlivých institucí; exportér racionálně sleduje pouze vlastní ekonomický zájem. V podmínkách České republiky je naprostá většina podnikatelských subjektů ve větší či menší míře v kontaktu se zahraničím. Dodejme, že ucelenou nabídku služeb státu na

22 Více např. Nejedlý, 2010, s. 263–270.

23 Zákon č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou (ve znění pozdějších předpisů).

24 Vyhláška MF č. 278/1998 Sb., k provedení zákona č. 58/1995 Sb.

25 Arrangement on officially supported export credits. Více např. Baláž, 2005, s. 30–309.

26 Věstník MPO, 2005.

27 ES, 2000.

28 Více např. Stiegler, 2010, s. 1–5.

podporu exportu mohou zájemci nalézt v bezplatné publikaci Export v kostce, kterou pololetně vydává Ministerstvo průmyslu a obchodu²⁹.

2. Dotazníkové šetření

Průzkum byl autorem proveden na Ministerstvu průmyslu a obchodu v rámci přípravy nového vydání publikace Export v kostce pro rok 2011. Dotazníkové šetření probíhalo v roce 2010 zhruba od konce října do začátku prosince.

Metodologie dotazníku

Základním cílem bylo oslovit co možná největší spektrum respondentů z řad české podnikatelské veřejnosti. Dotazník byl vytvořen elektronicky. Stejným způsobem byl vyplňován a elektronicky byla také sbírána data od respondentů. Dotazník byl vyvěšen na webových stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu v sekci Zahraniční obchod, na portálu BusinessInfo.cz, na webových stránkách Svazu průmyslu a dopravy ČR. Dále informaci o dotazníku redakce portálu BusinessInfo.cz rozeslala v e-mailovém Newsletteru. Bylo rovněž zajištěno aktivní e-mailové rozeslání odkazu se žádostí o vyplnění klientům, kteří se v minulosti obrátili na Klientské centrum pro export při MPO (Zelená linka pro export) anebo na Informační kancelář agentury CzechTrade. V neposlední řadě pak byly náhodným výběrem požádány o vyplnění dotazníku i některé podniky z databáze Zelené linky pro export.

Dotazník byl koncipován jako strukturovaný, s velice jednoduchým a rychlým způsobem zaznamenávání odpovědí (pomocí tzv. multiple choice, popř. výběru z číselné škály). Jeho vyplnění bylo odhadnuto maximálně na pět minut. Nutno dodat, že relativní jednoduchost dotazníku nebyla zcela jistě na úkor kvality obdržených dat. Ve fázi přípravy dotazníku byla konzultována odborná literatura.³⁰

Díky výše uvedeným skutečnostem byl zaznamenán poměrně vysoký počet respondentů. Odpovědělo 307 podnikatelů, a to i přes to, že návratnost dotazníku se pohybovala ve velice nízkých hodnotách. Příčiny malé míry návratnosti dotazníku lze spatřovat např. ve firemních postupech při řešení korespondence, kdy se e-mail s prosbou o vyplnění nedostal do povolaných rukou, a také v možném nezájmu podnikatelů o koncepční přístup státu v jednotlivých oblastech hospodářské politiky, zejména podpory exportu. V každém případě počet respondentů umožňuje relevantní statistické zpracování.³¹ Navíc se jedná o vzorek napříč kategoriemi podnikatelů v České republice, nikoliv pouze o zástupce jedné kategorie či členy konkrétní podnikatelské skupiny.³²

29 K dispozici např. na <http://download.mpo.cz/get/41775/46627/559459/priloha001.pdf>.

30 Řezanková, 2007.

31 Srov. Štouračová, 2010, s. 58 a násl., 176 a násl. V rámci grantu Svazu průmyslu a dopravy ČR zde byly použity výstupy ze dvou dotazníkových šetření. Počet respondentů byl v jednom případě 246, ve druhém pouze 43. Odpovídali pouze členové podnikatelských svazů a asociací (Svazu průmyslu a dopravy ČR a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR).

32 Srov. Štouračová, 2010, s. 58 a násl., 176 a násl.

Naprostá většina otázek byla tzv. uzavřeného charakteru, kde je možné mnohem objektivnější a jednodušší statistické srovnávání odpovědí. Podnikatelům byly pokládány pouze takové otázky, na které mohli v rámci své praktické činnosti (exportu) narazit. Při tvorbě dotazníku autor vycházel z dotazů a požadavků podnikatelů-klientů Zelené linky pro export a také z různých forem zpětné vazby, ať již na poskytnutou odpověď na dotaz či na služby státu v oblasti podpory exportu. Proto do něj nebyly zahrnuty otázky na subjektivní hodnocení řízení systému ekonomické diplomacie, na případné rušení některých obchodně-ekonomických úseků anebo na diskutované spojení agentur CzechTrade a CzechInvest. Lze tvrdit, že tyto oblasti jsou v kompetenci vlády a příslušných ministerstev a jsou předmětem strategických materiálů, jakými je Exportní strategie 2006–2010 a Exportní strategie 2011–2015. Při tvorbě otázek byla věnována pozornost zejména službám v oblasti podpory exportu, které podnikatel od státu obdrží a které je nějakým způsobem schopen zhodnotit.

Klasifikace respondentů

Tabulka 1

Jste exportér?	Celkem
ANO	216
NE, ale rádi bychom se jím stali	56
NE, soustředíme se na český trh	35

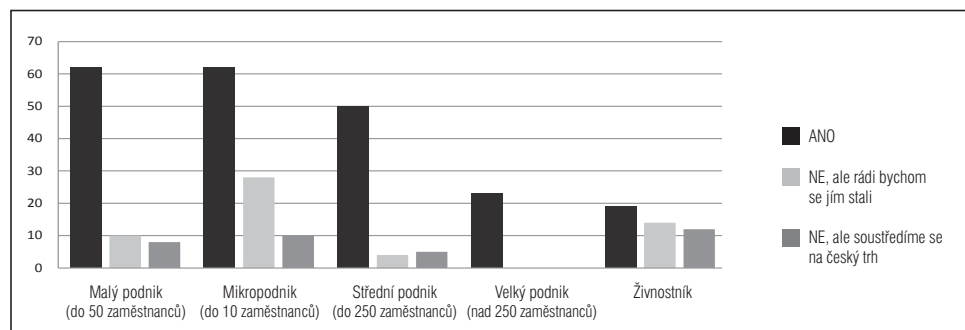
Tabulka 2

Kategorie podnikatelů

Zařad'te prosím Váš podnik do příslušné kategorie	Celkem
Malý podnik (do 50 zaměstnanců)	80
Mikropodnik (do 10 zaměstnanců)	100
Střední podnik (do 250 zaměstnanců)	59
Velký podnik (nad 250 zaměstnanců)	23
Živnostník	45

Obrázek 1

Jste exportér? (podle kategorie podnikatele)



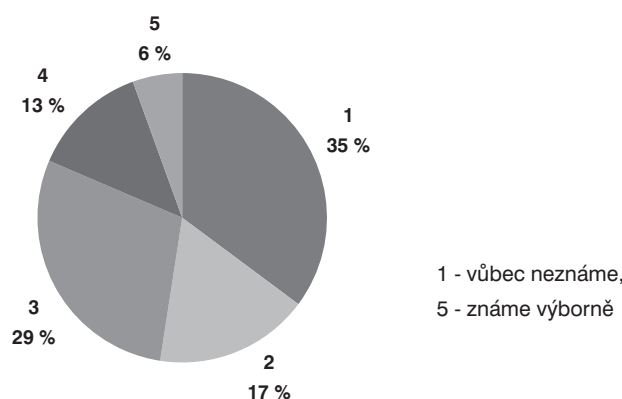
93 % všech odpovědí přicházelo od menších podnikatelů (zahrnuty kategorie živnostník, mikropodnik, malý podnik a střední podnik)³³.

100 % velkých podniků exportuje. Velké podniky ovšem často žádnou pomoc státu v oblasti podpory exportu nepotřebují, protože mají dostatečné vlastní kapacity na to, aby si vše potřebné zajistily samy. Ze sektoru malých a středních podniků pak relativně nejvíce exportují střední podniky (cca 84,7 %), dále malé podniky (cca 77,5 %) a mikropodniky (62 %). Zřejmý pokles počtu exportérů v kategoriích menších podniků je dán tím, že větší podniky (i v sektoru malých a středních podniků) mají více kapacit na nastartování úspěšného exportu. U mikropodniků pak lze pozorovat, že téměř třetina by se ráda exportérem stala. U živnostníků je to pak více než 40 %. **Jeví se tedy jako vhodné zacílit státní podporu exportu ještě více na segment malých a středních podniků, zejména pak na mikropodniky a živnostníky, kteří jeví relativně největší zájem začít s exportem.**

Vyhodnocení

Obrázek 2

Znáte nabídku současných služeb státu na podporu exportu?



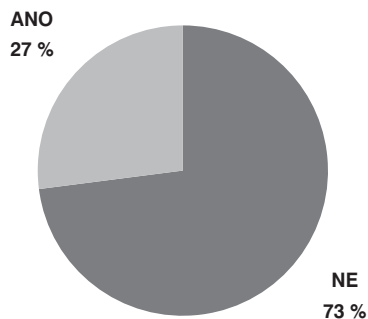
Mezi podnikateli existuje špatná informovanost o nabídkách služeb státu v oblasti podpory exportu. Dvě nejhorší hodnocení („1“ a „2“) tvoří 52 % všech odpovědí. To znamená, že více než polovina všech podniků tyto služby zná velmi podprůměrně. Necelá třetina pak hodnotila „3“ (průměrná znalost) a zbývající pětina pak označila své znalosti těchto služeb státu jako nadprůměrné. **Jedním ze základních úkolů by tedy mělo být všeobecné zvýšení informovanosti podnikatelské sféry o službách, které stát poskytuje na podporu jejich exportu.**

33 Tříděno podle metodiky Evropské komise (viz Doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2003 o definici mikropodniků, malých a středních podniků).

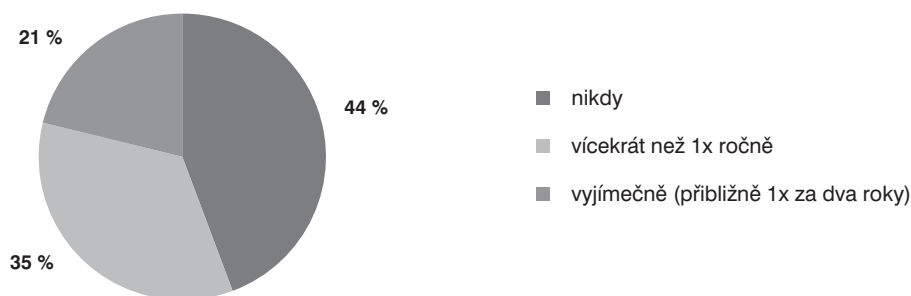
Tabulka 3

Zařaďte prosím Váš podnik do příslušné kategorie	Znáte nabídku současných služeb státu na podporu exportu? (1 – vůbec neznáme, 5 – známe výborně)				
	1	2	3	4	5
Malý podnik (do 50 zaměstnanců)	39 %	21 %	23 %	15 %	3 %
Mikropodnik (do 10 zaměstnanců)	41 %	24 %	27 %	5 %	3 %
Střední podnik (do 250 zaměstnanců)	22 %	5 %	46 %	22 %	5 %
Velký podnik (nad 250 zaměstnanců)	4 %	13 %	35 %	22 %	26 %
Živnostník	49 %	13 %	20 %	11 %	7 %

Mezi mikropodniky a živnostníky je relativně nejvíce těch, kteří vykazují nejmenší znalost proexportních služeb. Přes 62 % živnostníků označilo odpověď „1“ nebo „2“, což znamená velmi podprůměrnou znalost. U mikropodniků je to dokonce 65 %. Průměrnou znalost mají střední podniky. Velké podniky nemají s informovaností větší problémy, téměř polovina jich označila odpověď „4“ nebo „5“ (nadprůměrná znalost). **Drobní podnikatelé tedy nemají dostatek informací o službách, které stát v oblasti podpory exportu nabízí.**

Obrázek 3**Víte, co je Zelená linka pro export?**

Zelená linka pro export je služba zřízená při Ministerstvu průmyslu a obchodu od roku 2006. Funguje v rámci jednoho z projektů Exportní strategie vlády s názvem „Zákaznické centrum pro export“. Za 4,5 roku existence zodpověděla přes 8200 dotazů. I přes poměrně velký počet zodpovězených dotazů téměř tři čtvrtiny všech respondentů o této službě, která je zdarma, neví.

Obrázek 4**Jak často využíváte státní podpory exportu?**

Podle průzkumu podnikatelé příliš nevyužívají klasické služby státní podpory exportu, jako je informační podpora na portálu BusinessInfo.cz, služby agentury CzechTrade, nebo např. produkty EGAP a ČEB. 44 % respondentů uvedlo, že služby nevyužívají nikdy. Přibližně třetina naopak uvádí, že služby využívá vícekrát než jedenkrát ročně.

Tabulka 4

Zařaďte prosím Váš podnik do příslušné kategorie	Jak často využíváte státní podpory exportu (portál BusinessInfo.cz, služby agentury CzechTrade, EGAP, ČEB ...)?		
	Nikdy	Vícerať než 1x ročně	Výjimečně (přibližně 1x za dva roky)
Malý podnik (do 50 zaměstnanců)	43 %	31 %	26 %
Mikropodnik (do 10 zaměstnanců)	61 %	20 %	19 %
Střední podnik (do 250 zaměstnanců)	20 %	51 %	29 %
Velký podnik (nad 250 zaměstnanců)	17 %	70 %	13 %
Živnostník	56 %	33 %	11 %

Pokud provedeme analýzu frekvence využívání státních služeb na podporu exportu podle kategorie podnikatele, zjistíme, že v kategorii mikropodniky je 61 % těch, kteří služby nikdy nevyužívají. U živnostníků je to 56,6 %. Naproti tomu střední a velké podniky využívají služby relativně nejčastěji (69,56 % velkých a 50,85 % středních podniků označilo možnost „vícerať než 1x ročně“). **Sektor MSP tedy služeb státní podpory exportu nevyužívá ve velké míře, přičemž tato podpora by měla být zacílena právě tak, aby ji tento sektor využíval co nejvíce.**

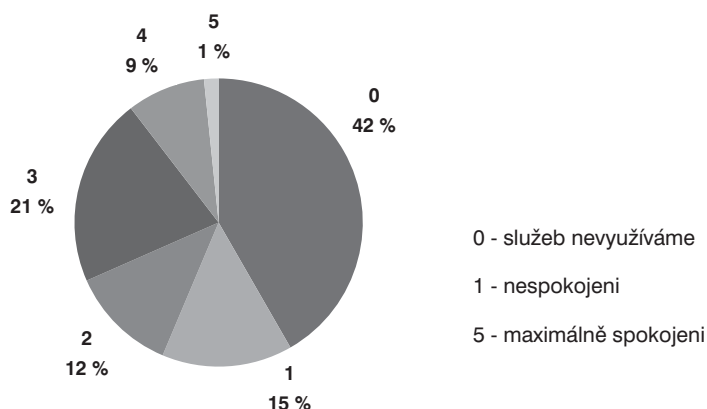
Tabulka 5

Znáte nabídku současných služeb státu na podporu exportu?	Jak často využíváte státní podpory exportu (portál BusinessInfo.cz, služby agentury CzechTrade, EGAP, ČEB ...)?		
	Nikdy	Vícekrát než 1x ročně	Výjimečně (přibližně 1x za dva roky)
1	74 %	7 %	19 %
2	38 %	36 %	26 %
3	30 %	45 %	25 %
4	13 %	73 %	15 %
5	24 %	59 %	18 %

Pokud podnikatel služby nezná, tak je logicky nevyužívá. Podnikatelé, kteří výše označili odpověď „1 – vůbec služby neznáme“, zároveň v naprosté většině případů uvedli, že nikdy služby státní podpory nevyužívají. Zároveň však platí, že pokud označili hodnocení „3“, „4“ nebo „5“ (znají služby průměrně až výborně), pak zároveň přibývá případů, kdy služby využívají vícekrát než 1x ročně (u hodnocení „4“ a „5“ je to dokonce většina případů). Lze tedy vytvořit závěr, že **pokud se podnikatel alespoň průměrně seznámí s nabídkou služeb státu na podporu exportu, pak je využívá, a to i opakovaně. Potvrzuje to tedy již vyslovený závěr, že základním úkolem by mělo být zvýšení informovanosti o službách státní podpory exportu.**

Obrázek 5

Jak jste spokojeni se současnou nabídkou služeb státu na podporu exportu?



42 % podnikatelů služeb nevyužívá, což koresponduje s odpověďmi v předchozí otázce (44 % odpovědělo, že služby nevyužívá nikdy). 10 % podnikatelů ohodnotilo svoji spokojenost na stupeň „4“ nebo „5“ (nadprůměrná spokojenost). Přibližně pětina respondentů je spokojena průměrně. Zbývající čtvrtina je pak spíše nespokojena (hodnocení „1“ a „2“).

Tabulka 6

Zařadte prosím Váš podnik do přísl. kategorie	Jak jste spokojeni se současnou nabídkou služeb státu na podporu exportu?					
	0	1	2	3	4	5
Malý podnik (do 50 zaměstnanců)	45 %	15 %	18 %	13 %	9 %	1 %
Mikropodnik (do 10 zaměstnanců)	57 %	15 %	11 %	15 %	2 %	0 %
Střední podnik (do 250 zaměstnanců)	25 %	12 %	8 %	36 %	19 %	0 %
Velký podnik (nad 250 zaměstnanců)	4 %	22 %	4 %	43 %	13 %	13 %
Živnostník	42 %	13 %	13 %	20 %	9 %	2 %

Relativně častá odpověď „0“ (služeb nevyužíváme) u kategorie živnostníků, mikropodnik a malý podnik se shoduje s tím, jak tyto kategorie odpovídaly u předchozí otázky. V kategorii malý podnik je se službami spíše nespokojena (hodnocení „1“ a „2“) přibližně jedna třetina respondentů. V kategorii mikropodnik je to pak 26 % a přibližně podobně je to u kategorie živnostníků. Průměrnou spokojenost se službami (hodnocení „3“) vykazuje více než třetina respondentů v kategorii střední podnik a 43,48 % v kategorii velký podnik. V kategorii velkých podniků pak uvádí více než čtvrtina respondentů, že jsou se službami nadprůměrně spokojeni (hodnocení „4“ a „5“), což činí tuto kategorii podnikatelů relativně nejspokojenější se službami. Sektor malých a středních podniků a živnostníci bohužel služby nevyužívá, a pokud je využívá, tak s nimi většinou není spokojen. **Tyto podniky ale zároveň (vzhledem ke své velikosti a možnostem) státní podporu exportu potřebují mnohem více než velké podniky, a z tohoto důvodu se lze domnívat, že od této podpory také více čekají. Jejich nenaplněná očekávání pak mohou způsobovat větší míru nespokojenosti.**

Tabulka 7

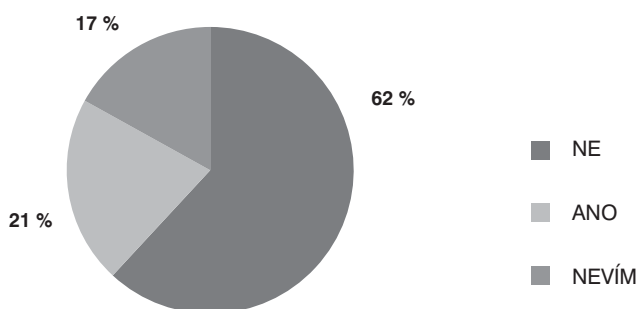
Nespokojenost se státními službami na podporu exportu

S čím jste nespokojeni u služeb státní podpory exportu? (bylo možné označit více odpovědí)	Počet vybraných odpovědí	Z celkového počtu označ. odpovědí	Z celkového počtu respondentů
Nedostatečně široká nabídka služeb	48	7,93 %	15,64 %
Nízká efektivita a kvalita výstupu služeb	72	11,90 %	23,45 %
Špatná koordinace jednotlivých institucí, které služby poskytují	65	10,74 %	21,18 %
Cena služeb	61	10,08 %	19,87 %
Malá informovanost o poskytovaných službách	151	24,96 %	49,19 %
Administrativní pracnost a zdoluhavost při žádosti o službu	87	14,38 %	28,34 %
Odlišný přístup k různým podnikatelským subjektům (např. podle velikosti)	74	12,23 %	24,10 %
Nevadí nám nic	47	7,77 %	15,31 %
Celkový součet	605	100 %	(bylo možných více odpovědí)

Na otázku, s čím jste nespokojeni u služeb státní podpory exportu, mohli respondenti označit více než jednu odpověď (celkový počet označených odpovědí činí 605). Nejčastěji byla označena odpověď „Malá informovanost o poskytovaných službách“ (25 % všech možných odpovědí). Ve 14 % případů byla označena možnost „Administrativní pracnost a zdoluhavost při žádosti o službu“. Relativně často byla také označena možnost „Odlišný přístup k různým podnikatelským subjektům (např. podle velikosti)“ a „Nízká efektivita a kvalita výstupu služeb“. Přibližně desetina všech možných odpovědí byla „Špatná koordinace jednotlivých institucí, které služby poskytují“ a „Cena služeb“. Relativně nejméně podnikatelům vadí „Nedostatečně široká nabídka služeb“ (8 % všech možných odpovědí). Možnost „Nevadí nám nic“ byla označena v 8 % případů. Zároveň platí, že 49,19 % ze všech respondentů označilo jako jednu z možných odpovědí právě malou informovanost o službách. Tedy polovina všech respondentů je špatně informována. Čtvrtina podnikatelů považuje výstup ze služeb za málo efektivní. Relativně nejvyšší nespokojenost s informovaností podnikatelů o státních službách na podporu exportu potvrzují závěry uvedené u předchozích otázek.

Obrázek 6

Myslíte si, že k úspěšnému vstupu na zahraniční trh postačují Vaše vlastní zdroje (zaměstnanci a kontakty)?



62 % respondentů si myslí, že k úspěšnému exportu je potřeba i jiných než vlastních zdrojů (zaměstnanců nebo kontaktů). **Je zde tedy zřejmý prostor pro nabídku proexportních služeb (včetně těch státních) českým podnikatelům, které by měly do jisté míry doplnit nedostatečné vlastní zdroje podnikatele.**

Tabulka 8

	Myslíte si, že k úspěšnému vstupu na zahraniční trh postačují Vaše vlastní zdroje (zaměstnanci a kontakty)?		
Zařadte prosím Váš podnik do přísl. kategorie	NE	ANO	NEVÍM
Malý podnik (do 50 zaměstnanců)	60 %	19 %	21 %
Mikropodnik (do 10 zaměstnanců)	62 %	22 %	16 %
Střední podnik (do 250 zaměstnanců)	66 %	22 %	12 %
Velký podnik (nad 250 zaměstnanců)	74 %	26 %	0 %
Živnostník	53 %	20 %	27 %

U všech kategorií podnikatelů převažuje názor, že vlastní zdroje k úspěšnému vstupu na zahraniční trh nestačí. Zajímavé je, že míra přesvědčení o nedostatku vlastních zdrojů roste s velikostí podnikatele. U živnostníků činí 53, 3 %, u mikropodniků 62 %, u malých podniků 60 %, u středních podniků 66 % a u velkých podniků dokonce 73,9 %. **Všechny kategorie podnikatelů tedy potřebují k úspěšnému pronikání na cizí trhy i jiné než pouze vlastní zdroje.**

Tabulka 9

	Myslíte si, že k úspěšnému vstupu na zahraniční trh postačují Vaše vlastní zdroje (zaměstnanci a kontakty)?		
Jste exportér?	NE	ANO	NEVÍM
ANO, jsme exportérem	61 %	26 %	13 %
NE, ale rádi bychom se jím stali	70 %	9 %	21 %
NE, soustředíme se na český trh	57 %	11 %	31 %

Údaje z tabulky 9 ukazují, jak spolu souvisí fakt, že podnikatel již exportuje, s jeho míněním, zda mu ke vstupu na zahraniční trh postačují vlastní zdroje. Pokud je podnikatel exportérem, tak přibližně ve čtvrtině případů se domnívá, že mu k tomu postačují vlastní zdroje. Naproti tomu pokud podnikatel neexportuje, ale rád by tak činil, má podobný názor pouze asi v 9 % případů. Je to pochopitelné. Kdyby mu totiž vlastní zdroje postačovaly, s exportem by v minulosti již začal.

Tabulka 10
Které instituce znáte?

O kterých z těchto institucí a agentur víte, že některé služby na podporu exportu poskytují? (Bylo možné označit více odpovědí, seřazeno sestupně podle počtu vybraných odpovědí.)	Počet vybraných odpovědí	Ze všech označených odpovědí	Z celkového počtu respondentů
Agentura CzechTrade	264	15,20 %	85,99 %
Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR	181	4,28 %	58,96 %
Hospodářská komora ČR	156	7,22 %	50,81 %

Agentura CzechInvest	138	22,17 %	44,95 %
Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP)	126	11,59 %	41,04 %
Česká exportní banka (ČEB)	112	13,10 %	36,48 %
Obchodně-ekonomické úseky velvyslanectví ČR v zahraničí	86	3,27 %	28 %
Ministerstvo zahraničních věcí ČR	51	1,76 %	16,61 %
Svaz průmyslu a dopravy ČR	39	9,40 %	12,70 %
Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR	21	10,58 %	6,84 %
O žádné nevím, že by tyto služby poskytovala	17	1,43 %	5,54 %
Celkový součet	1191	100,00 %	<i>(bylo možných více odpovědí)</i>

O základním poslání agentury CzechTrade (podporovat proexportní aktivity českých podnikatelských subjektů) se mezi podnikateli ví relativně nejvíce ze všech institucí. 264 obdržených hlasů znamená, že agenturu CzechTrade označilo 86 % všech respondentů. Ministerstvo průmyslu a obchodu bylo označeno zhruba 59 % všech respondentů. Na druhé straně profesní svazy a asociace (Svaz průmyslu a dopravy ČR a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR), ačkoliv jsou často podnikatelům „blíže“ než například ministerstva, označilo dohromady asi 19,5 % respondentů. Je tedy potvrzen názor J. Němečka: „Podnikatelé se ovšem shodují, že chválu si zaslouží hlavně CzechTrade, a to především v posledních několika letech.“³⁴

Tabulka 11
Důležité činnosti z pohledu exportéra

Které z těchto činností a služeb považujete za důležité z pohledu českého podnikatele-exportéra? <i>(Bylo možné označit více odpovědí, seřazeno sestupně podle počtu vybraných odpovědí.)</i>	Počet vybraných odpovědí	Ze všech označených odpovědí	Z celkového počtu respondentů
Vyhledání potenciálních obchodních partnerů v zahraničí	208	11,15 %	67,75 %
Poskytování informací o podnikatelském prostředí na zahraničním trhu	181	9,70 %	58,96 %
Podpora marketingu českých podnikatelů a jejich produktů v zahraničí	181	9,70 %	58,96 %
Podpora na zahraničních veletrzích a výstavách	181	9,70 %	58,96 %
Poskytování informací o exportních příležitostech a zahraničních poptávkách	174	9,32 %	56,68 %
Podpora při pojištění exportních rizik	133	7,13 %	43,32 %

³⁴ Němeček, 2010.

Které z těchto činností a služeb považujete za důležité z pohledu českého podnikatele-exportéra? (Bylo možné označit více odpovědí, seřazeno sestupně podle počtu vybraných odpovědí.)	Počet vybraných odpovědí	Ze všech označených odpovědí	Z celkového počtu respondentů
Poskytování podrobnějších informací o daňových, pracovněprávních předpisech a požadavcích na výrobky v zahraničí	130	6,97 %	42,35 %
Poskytování služeb pro začínající exportéry	128	6,86 %	41,69 %
Finanční podpora formou zvýhodněných exportních úvěrů	122	6,54 %	39,74 %
Podpora obecných ekonomických zájmů ČR uzavíráním mezivládních dohod a smluv	110	5,89 %	35,83 %
Podpora založení obchodního zastoupení českého podniku v zahraničí	91	4,88 %	29,64 %
Podpora exportního vzdělávání formou seminářů a kurzů (semináře o teritoriích, o obchodních taktikách, o platbách v mezinárodním obchodě, atd.)	84	4,50 %	27,36 %
Podpora ekonomických zájmů v institucích a ve fórech v rámci Evropské unie	68	3,64 %	22,15 %
Pomoc s přípravou obchodních jednání v zahraničí	66	3,54 %	21,50 %
Ostatní	9	0,48 %	2,93 %
Celkový součet	1866	100,00 %	(bylo možných více odpovědí)

Za nejdůležitější činnosti a služby v oblasti podpory exportu považují čeští exportéři vyhledání potenciálních obchodních partnerů v zahraničí (11,15 % všech označených odpovědí). Tuto odpověď zároveň označilo 67,75 % všech respondentů-podnikatelů. Podpora na zahraničních veletrzích a výstavách, poskytování informací o podnikatelském prostředí na zahraničním trhu a podpora marketingu českých podnikatelů a jejich produktů v zahraničí jsou další služby považované českými podnikateli za důležité (každou z nich označilo 58,96 % respondentů). Za důležitou službu lze považovat také poskytování informací o exportních příležitostech a zahraničních poptávkách (označena 56,68 % respondenty). 43,32 % respondentů dále považuje za důležitou podporu při pojištění exportních rizik. Pro 42,35 % je také důležité poskytování podrobnějších informací o daňových, pracovněprávních předpisech a požadavcích na výrobky v zahraničí. Lze zmínit ještě také poskytování služeb pro začínající exportéry (41,69 % respondentů) a finanční podporu formou zvýhodněných úvěrů (39,74 % respondentů). **Můžeme tedy říci, že čeští podnikatelé považují za nejdůležitější služby zaměřené na konkrétní pomoc s jejich obchodem v zahraničí (pomoc s kontakty, odbytem), služby zaměřené na veletrhy a výstavy a služby spojené s poskytováním informací o zahraničním trhu.**

Obrázek 7**Využíváte služeb soukromých poradenských společností při vstupu na zahraniční trhy?**

Naprostá většina respondentů uvádí, že nevyužívá služby soukromých poradenských společností při vstupu na zahraniční trhy.

Tabulka 12

Zařadte prosím Váš podnik do přísl. kategorie	Využíváte služeb soukromých poradenských společností při vstupu na zahraniční trhy?	
	NE	ANO
Malý podnik (do 50 zaměstnanců)	81 %	19 %
Mikropodnik (do 10 zaměstnanců)	86 %	14 %
Střední podnik (do 250 zaměstnanců)	88 %	12 %
Velký podnik (nad 250 zaměstnanců)	65 %	35 %
Živnostník	93 %	7 %

Přibližně třetina respondentů kategorie Velký podnik využívá služeb soukromých poradenských firem (v žádné jiné kategorii tento podíl není takto vysoký), což by mohlo odpovídat tomu, že velké podniky mají více zdrojů a mohou si tyto komerční služby dovolit zakoupit (na rozdíl od sektoru MSP). **Lze shrnout, že v důsledku malého využívání soukromých poradenských společností závisí na státu, jakým způsobem nabídne podnikatelům své služby, kterých by mohli využít.**

Tabulka 13
Služby profesních asociací

V jaké míře poskytuje profesní sdružení (svaz, asociace...), kterého je Vaše společnost členem, služby na podporu exportu?	Celkem
0	62 %
1	12 %
2	6 %
3	11 %
4	6 %
5	3 %

(hodnocení: 0 – nejsme členy žádného profesního sdružení, 1 – profesní sdružení služby na podporu exportu neposkytuje, nebo o nich nevíme, 5 – profesní sdružení poskytuje služby v dostatečné míře)

Podle údajů je zřejmé, že 62 % respondentů není členy žádného profesního sdružení, svazu nebo asociace (např. Svaz průmyslu a dopravy ČR nebo Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR). 18 % respondentů (což je zároveň téměř polovina z těch, kteří členem nějakého svazu či asociace jsou) označilo odpověď „1“ nebo „2“ (podprůměrné hodnocení). Přibližně 11 % všech respondentů hodnotí proexportní služby své asociace průměrně (hodnocení „3“). Zbývajících 9 % je hodnotí nadprůměrně (hodnocení „4“ nebo „5“). **Podniky většinou nejsou profesně sdruženy v žádné asociaci či svazu, a pokud ano, tak nabídku proexportních služeb tohoto sdružení považují respondenti většinou za podprůměrnou, nebo o ní nevědí.**

Komentáře podnikatelů k současnému systému státní podpory exportu v ČR

Na konci dotazníku dostali respondenti možnost uvést další náměty a připomínky spojené s podporou exportu. Naprostá většina těchto komentářů byla věcná a konstruktivní, i když jim nelze upřít vysokou míru kritiky. Čeští podnikatelé nejčastěji zmiňovali posílení a zefektivnění činnosti obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí (navrhují buď personální posílení, nebo sloučení zahraničních kanceláří agentur CzechTrade a CzechInvest právě s obchodně-ekonomickými úseky zastupitelských úřadů). Oficiální zastoupení České republiky v zahraničí považují za důležitou a klíčovou věc. S tím souvisí i zmiňované rozdíly v kvalitě výstupu služeb jednotlivých obchodně-ekonomických úseků. V komentářích padly návrhy na to, že by se měla česká státní podpora exportu inspirovat v zahraničí (Německo, Rakousko, Itálie).

Opakovaně byla v dotaznících zmiňována potřeba shromažďovat a prezentovat v zahraničí nabídky českých podnikatelů. V současné době se zveřejňují pouze poptávky ze zahraničí. V komentářích se objevovaly kritické komentáře na situaci mikropodniků a malých podniků, které jsou (dle připomínek) nedostatečně podporovány. Služby si často z finančních důvodů nemohou dovolit a chtějí je takřka výlučně zdarma. Zpoplatnění členství v asociacích (byla zmíněna Hospodářská komora ČR) by mělo zároveň znamenat nulovou cenu při využití služeb poskytovaných asociací.

Mikro a malé podniky v průzkumu uváděly, že narážejí na praktickou nemožnost čerpat jakékoliv dotace z evropských strukturálních fondů, resp. jim chybí dostatečná míra informovanosti o těchto službách. Podnikatelé považují za efektivní nástroj státní podpory exportu tzv. oficiální účasti státu na zahraničních veletrzích a výstavách, ale jak je patrné z odpovědí v dotazníku, současná situace jim nevyhovuje. Požadují větší počet akcí (přirovnání s roky 2004, 2005). Konkrétně pak lze uvést námitku, že se stát neúčastní veletrhu Vietnam EXPO 2011 v Hanoji. Komentáře dále potvrdily výše uvedené závěry o špatné informovanosti o jednotlivých službách v oblasti podpory exportu, zejména pak u sektoru MSP.

Závěr

Státní podpora exportu v České republice představuje poměrně složitý systém služeb a institucí, které je poskytují. Jedním ze základních úkolů, jak vyplývá opakovaně z celého průzkumu, by mělo být celkové zvýšení informovanosti o státních službách na podporu exportu. Velký deficit lze spatřovat zejména v sektoru mikro, malých a středních podniků a živnostníků, u nichž je relativně vysoký počet těch, kteří sice ještě neexportují, ale rádi by tak v budoucnu činili. Dostatečné znalosti o tom, co stát nabízí, jsou základní podmínkou pro to, aby podnikatel mohl nabídky efektivně využít a s exportem začít. Zároveň platí, že sektor MSP (díky malé informovanosti či jiným důvodům) státní podpory exportu nevyužívá ve velké míře, i když je zároveň tím sektorem, který ji potřebuje nejvíce a který si s vlastními zdroji nevystačí. Nízká informovanost podnikatelů byla potvrzena jak slovně, tak numericky. Pokud by se podařilo zvýšit informovanost podnikatelů a docílit toho, že budou seznámeni s nabídkou státu alespoň v průměrné míře, výsledky ukazují, že poté využívají služeb i opakovaně.

Dotazník potvrzuje různé chování velkých podniků na jedné straně a sektoru MSP na straně druhé, ať již při srovnávání znalostí státních proexportních služeb, či při zjišťování, zda např. podniky využívají soukromých poradenských společností nebo zda jim stačí pro vstup na zahraniční trh vlastní zdroje. Velké podniky totiž díky svým kapacitám (personálním, finančním) lépe znají státní nabídku služeb a zároveň také ve větší míře využívají soukromých poradenských společností. Zde je tedy patrný prostor, který by měly státní služby vyplnit (zejména pak v sektoru MSP).

Z výzkumu vyplývá i relativně vysoká míra nespokojenosti se státními proexportními službami. Tato nespokojenost je zvýšená v sektoru MSP. Do jisté míry to lze vysvětlit tím, že malí exportéři od služeb očekávají více než ti velcí a jejich případná nenaplněná očekávání pak mohou způsobit vyšší míru nespokojenosti.

Podnikatelé znají nejčastěji agenturu CzechTrade, Ministerstvo průmyslu a obchodu a Hospodářskou komoru ČR jako instituce nabízející některé proexportní služby. Na opačné straně pak stojí Svaz průmyslu a dopravy ČR a Asociace malých středních podniků a živnostníků ČR. Zároveň platí, že pokud je podnikatel členem některého profesního sdružení, tak většinou jejich proexportních služeb nevyužívá (jsou-li nabídnuty). Čeští exportéři upřednostňují služby spojené s konkrétním efektem a cílem a zaměřené přímo na jejich produkt a odbyt. Dále považují za důležitou podporu při prezentaci na zahraničních veletrzích a výstavách a poradenství o podmínkách na místním trhu.

Vzhledem k vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníku lze potvrdit hypotézu, že „podnikatelé v České republice nejsou informováni o službách poskytovaných současným systémem státní podpory exportu a velice málo tyto služby využívají“. To platí zejména pro sektor MSP, který představuje početně největší skupinu podnikatelů v české ekonomice.

Literatura

- BALÁŽ, P. 2010. *Medzinárodné podnikanie. Na vlnu globalizujúcej sa svetovej ekonomiky*. Bratislava : Sprint, 2010. ISBN 978-80-89393-18-3.
- BALÁŽ, P. a kol. 2005. *Medzinárodné podnikanie*. Bratislava : Sprint, 2005. ISBN 80-89085-51-2.
- BENEŠ, V. a kol. 2004. *Zahraniční obchod: příručka pro obchodní praxi*. Praha : Grada, 2004. ISBN 80-247-0558-3.
- ES. 2000. Rozhodnutí Rady č. 2001/76/ES ze dne 22. prosince 2000, kterým se nahrazuje rozhodnutí ze dne 4. dubna 1978 o uplatňování některých pravidel v oblasti státem podporovaných vývozních úvěrů.
- FOJTÍKOVÁ, L. 2009. *Zahraničně obchodní politika ČR: historie a současnost (1945–2008)*. Praha : C. H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-128-4.
- MPO a MZV. 2000. Dohoda o spolupráci Ministerstva zahraničních věcí a Ministerstva průmyslu a obchodu, v otázkách spojených se zabezpečováním zahraničně obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby České republiky [původní text z 8. 10. 1998 se změnami z října 2000]. Praha : MPO, MZV, 2000.
- MPO a MZV. 1999. Dohoda Ministerstva zahraničních věcí a Ministerstva průmyslu a obchodu o koordinaci činností podřízených příspěvkových organizací, jejichž aktivity se dotýkají zahraničně ekonomické činnosti. Praha : MPO, MZV, 1999.
- MPO a MZV. 2004. Zásady spolupráce zastupitelských úřadů České republiky s českými podnikatelskými subjekty v obchodně ekonomické oblasti (KODEX). Praha : MPO, MZV, 2004.
- MPO. 2010. Export v kostce II. pololetí 2010. Praha : MPO, 2010.
- MPO. 2003. *Export, Import, Investice 2003*. Praha : Public History, 2003. ISBN 80-86445-13-5.
- MPO. 2005. Exportní strategie ČR pro období 2006–2010. Praha : MPO, 2005.
- MPO. 2005. Pravidla Ministerstva průmyslu a obchodu pro poskytování dlouhodobých vývozních úvěrů za výhodných podmínek podle pravidel OECD v České republice („soft loans“) *Věstník MPO*. 2005, č. 3-4.
- NEJEDLÝ, M. 2010. Státní podpora financování exportu malých a středních firem v době finanční a hospodářské krize. In TAUŠER, J.; KRAJČÍK, D. (ed.). *Česká republika a Slovensko v mezinárodním obchodě a podnikání. Vliv finanční krize na mezinárodní podnikání*. Praha : VŠE, Nakladatelství Oeconomica, 2010, ISBN 978-80-245-1583-0.
- NĚMEČEK, J. 2010. *Kdo vládne podpoře exportu?* www.businessinfo.cz/cz/clanek/statni-podpora-exportu/kdo-vladne-podpore-exportu/1000485/57466/ [cit. 11. 12. 2010].
- PETŘÍČEK, V. 2007. *Česká podpora podnikání v evropském kontextu*. Praha : Corona Communications, 2007. ISBN 978-80-903954-2-8.
- ŘEZANKOVÁ, H. 2007. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha : Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-49-8.
- STIEGLER, P. 2010. Státní podpora exportu České republiky – ekonomická diplomacie. In *imea 2010*. Liberec : Technická univerzita, 2010. ISBN 978-80-7395-254-9.
- SVATOŠ, M. 2009. *Zahraniční obchod: teorie a praxe*. Praha : Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.
- ŠTOURAČOVÁ, J. *Ekonomická diplomacie České republiky*. Praha : Professional Publishing, 2008. ISBN 978-80-86946-71-9.
- ŠTOURAČOVÁ, J. a kol. 2010. *Systém řízení ekonomické diplomacie v České republice*. Praha : VŠMVV, 2010.
- Vyhláška Ministerstva financí č. 278/1998 Sb., k provedení zákona č. 58/1995 Sb.

Zákon č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky (ve znění pozdějších předpisů).

Zákon č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou (ve znění pozdějších předpisů).

BUSINESS PERCEPTION OF THE CZECH STATE EXPORT PROMOTION SERVICES

Analysis of Selected Aspects

Abstract: The article deals with the Czech export promotion system. The hypothesis that is being examined in the article is as follows: "Exporters in the Czech Republic do not have enough information about the current system of the Czech state export promotion services and they only make little of use these services." The theoretical part contains an analysis of the Czech export promotion system. The Czech export promotion system is based on the activities of several institutions, mainly the Ministry of Industry and Trade and the Ministry of Foreign Affairs, and also government agencies such as CzechTrade and CzechInvest, but there is also the Czech Export Bank and the Export Guarantee and Insurance Corporation. The hypothesis formulated in the introduction is then confirmed by the results of the author's primary research, which was carried out among Czech exporters in the form of a questionnaire.

Keywords: export promotion, trade promotion, export policy, trade policy, foreign trade, primary research

JEL Classification: O24