

Kam kráčí český export mimo Evropu ?



Presentace pro SETKÁNÍ LÍDRŮ ČESKÉHO EXPORTU 2017
konaná v Praze dne 9. 05. 2017

Prof. Michal Mejstřík

Chairman EEIP,a.s. a místopředseda ICC ČR a ČGBC

Počet českých exportérů se po krizi stabilizoval, mimo EU stále roste !



Rok	Celkem	do EU	mimo EU
2006	17055	12364	11136
2007	18531	12750	15862
2008	18527	12977	11846
2009	17792	12234	11141
2010	16405	10280	10721
2011	16303	10286	11624
2012	16722	10908	12251
2013	17991	11464	12942
2014	17231	11440	12544
2015	16964	11537	13863
2016	20711	11465	14174

Ačkoliv podíl objemu exportu z ČR mimo EU klesl k 15%, rostoucí počet 14,1 tisíc vývozců na tyto trhy je o 3 tisíce větší než na dominantní EU28 trhy (přičemž stabilních 6753 firem exportovalo na oba trhy).

Jaké jsou to subjekty a jak jsou pro export vybaveny ?

Typy exportérů a jejich vybavení



Orientační členění exportérů dle typu a míry internacionalizace

Orientační objemu vývozu a počty společností v jednotlivých kategoriích

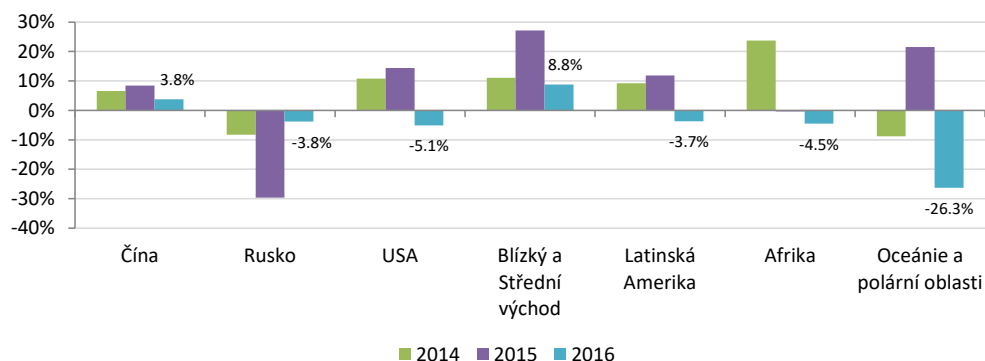
- Souběžně popsat příklady dobré praxe
- Potenciál v jednotlivých kategoriích (nové podniky)
- Synergie s dalšími politikami inovační - (všechny typy včetně born globals), vzdělávací - velkého počtu exportérů o standardech a nástrojích, investiční – české dcery zahraničních investorů, jiná podpora průmyslu – zejm. evropské fondy

České dcery zahraničních matek	Tradiční exportéři etablovaní	Experimentální exportéři	Born globals
<p>Tvoří až 70% podílu na vývozu ČR, vysoký podíl importů na výrobě</p> <p>Vysoký stupeň internacionalizace – prostřednictvím skupiny</p> <p>Výběr trhů se řídí potřebami skupiny</p> <p>Někdy ve skupině patří do části produkčního řetězce s nižší, jindy vyšší přidanou hodnotou</p> <p>Příklady: VW-ŠkodaAuto, TPC, Hyundai (velké firmy, subdodavatelé do ČR a do zahraničí), Praxos</p>	<p>Tvoří odhadem dalších min. 20 % podílu na vývozu ČR, vyšší podíl importů</p> <p>Postupná internacionalizace z domácího trhu</p> <p>Často dodávají na „psychicky blízké“ trhy</p> <p>Rozhodují o umístování výrobků na trh, designu, VVal apod.</p> <p>Příklady: Juta, Vítkovice, Budvar, Agrofert, (české firmy vzniklé z PZO, novější velké i MSP)</p>	<p>Vysoký počet podniků, ale malé objemy exportů</p> <p>Nízký stupeň internacionalizace, pronikání na zahraniční trhy často ad hoc, nezřídka slabší kvalifikace obchodníků</p> <p>Dodávky ad hoc, nicméně spíše na blízké trhy</p> <p>Často nejde o odvětví s vysokou přidanou hodnotou, rozhoduje spíše domácí trh</p> <p>Příklady: Veba, Bernard (zejména MSP)</p>	<p>Velmi málo podniků, rychle vytváří vysoký zahraniční obrat</p> <p>Vysoký stupeň internacionalizace od počátku podnikání</p> <p>Dodávají simultánně na vyšší počet trhů (včetně mimo EU)</p> <p>Často jde o odvětví s vysokou přidanou hodnotou, rozhodující je zahraniční poptávka</p> <p>Příklady: Linet, Avast, J4, start-ups s vysokou přidanou hodnotou</p>

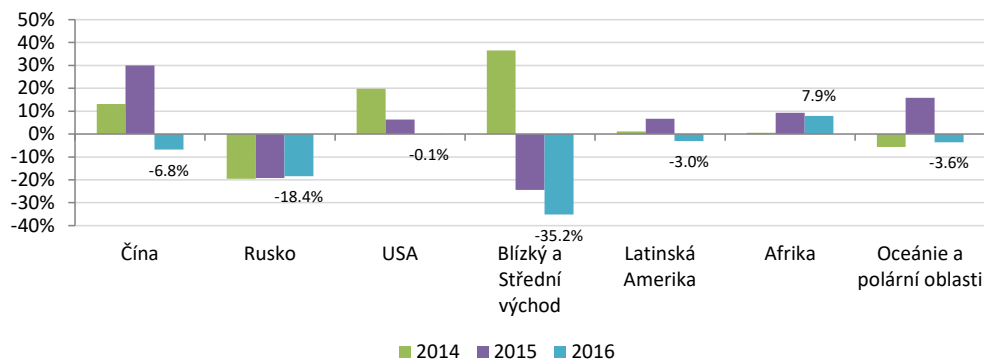
Vývoj vývozu a dovozu mimo EU dle významných teritorií



Meziroční změna vývozu



Meziroční změna dovozu



Zdroj: Český statistický úřad

Za období 12/2015 – 12/2016 pokračoval růst vývozu na Blízký a Střední východ a mírně do Číny.

Po období růstu meziročně pokles vývoz do Latinské Ameriky a do USA.

Německo však zůstává pro ČR třetinovým trhem, z čehož se přes 60% reexportem a nepřímým vývozem obsluhují třetí trhy.

Vývoj teritoriální koncentrace



Naše měření HHI indexem opřené pro kontrolu o dva soubory dat (OSN Comtrade HS6 a GŘC) ukazuje **mírně rostoucí koncentraci exportu ovlivněnou zvýšeným podílem exportu do EU.**

Porovnání teritoriálních HHI

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Comtrade	0,128	0,122	0,123	0,131	0,129	0,130	0,125	0,124	0,127	0,131
GŘC	0,130	0,126	0,129	0,137	0,140	0,140	0,136	0,134	0,138	0,140

Koncentrace měřená Herfindahl–Hirschmanovým indexem HHI se vypočte jako suma druhých mocnin tržních podílů všech exportních teritorií, kde jsou jednotlivé tržní podíly měřeny od nuly do jedné.

Výsledek je proporcionální průměrnému tržnímu podílu váženému tržními podíly teritorií. Výsledná hodnota se pak může pohybovat v rozmezí od 0 do 1.0, což na minimum odráží rozptýlenou teritoriální koncentraci exportu až po jednoho monopolistického odběratele při maximální hodnotě.

Zdroj: M.Mejstřík a kol., Grant GAČR [402/16-02392S Konkurenceschopnost a měnové kurzy: instituce a inovace](#)

Reexport a nepřímý export z ČR přes Německo



- Německo je nejvýznamnějším českým obchodním partnerem. V posledních letech představoval „hrubý“ přeshraniční vývoz do Německa třetinu celkového českého exportu. Německo patří společně s USA a Čínou mezi 3 největší světové exportéry a zároveň má (na velkou zemi) relativně vysokou dovozní náročnost vývozu (cca. 26 %). Z toho vyplývá, že velká část českého vývozu je vyvážena přes Německo nepřímo.
- Odhadovaná výše nepřímého exportu a reexportu za předpokladu nezávislosti na užití (podíl země na dovozu je stejný jako její podíl na reexportech) činila v roce 2009 přibližně 60 % z celkového hrubého vývozu do Německa.
- Z toho přibližně 20 % českého vývozu do Německa je pouhým reexportem (zboží, které je importováno nákupčím v jedné zemi, který tento produkt exportuje dále do třetí země bez zpracování) a nepřímý export (výrobek v zemi prostředníka podléhá dalšímu zpracování „processing trade“) představuje podobně jako přímý export přibližně 40 % z hrubého vývozu.
- Nejvyšší podíl na nepřímém vývozu a reexportu přes Německo mají odvětví výroby motorových vozidel, elektrických strojů a zařízení a strojů a zařízení (neelektrických).
- Reexporty a nepřímé exporty z ČR přes Německo do třetích zemí včetně vývozu mimo EU navyšují tradiční dvojstranné přeshraniční statistiky o zahraničním obchodu.

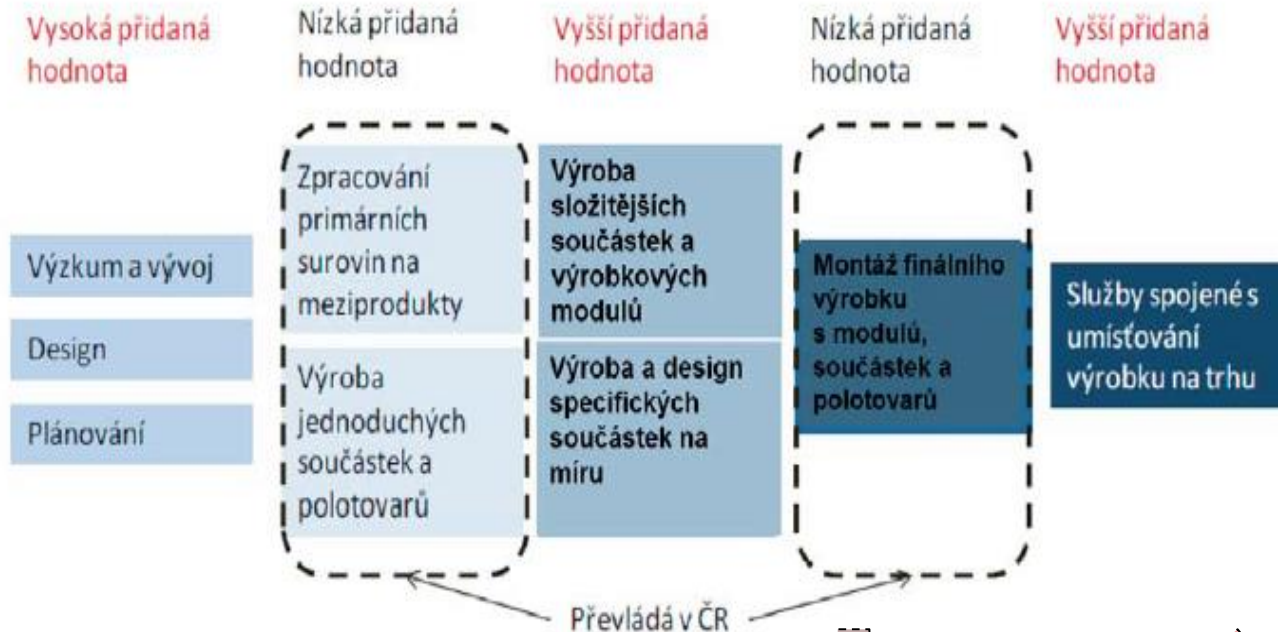
Snaha o posun českých podniků v hodnotových řetězcích



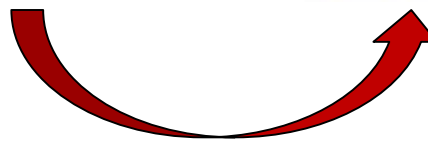
Pozice ČR v hodnotových řetězcích

Chceme vytvořit podmínky a služby, které českým exportérům umožní posunout se výše v hodnotových řetězcích výroby.

Tento aspekt proexportních činností vyžaduje nejsilnější posílení orgwaru – tj. koordinace jednotlivých politik a využívání jejich synergií.



Sem bychom se chtěli přesunout...

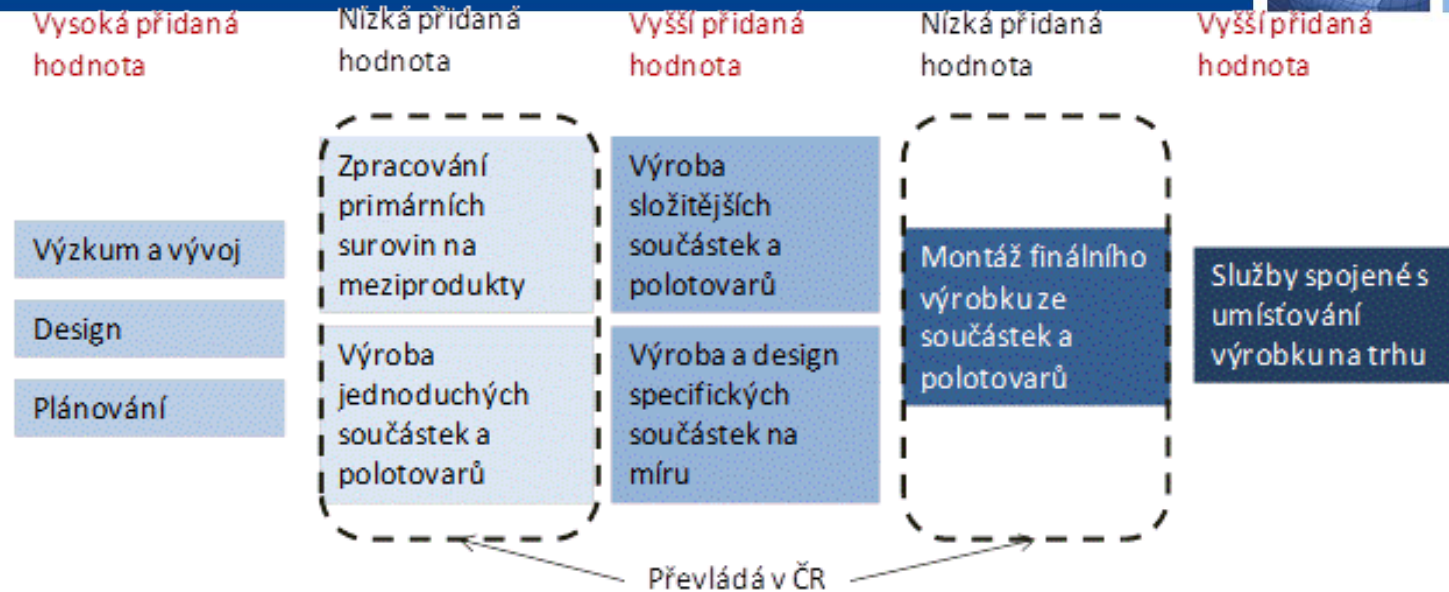


V tomto segmentu dochází k posunu českých producentů



Sem bychom se chtěli přesunout...ale tady nejvíce selháváme
Lepší ICC aj. vzdělávání dravých obchodníků a nové nástroje

Snaha o posun českých podniků v hodnotových řetězcích



- Dlouhodobý cíl pro konkurenceschopnost českého exportu: posun k výrobě s vyšší přidanou hodnotou! Schází schopnost prodat s velkou TiVA.
- **Základní podmínkou je zlepšení faktorů necenové konkurenceschopnosti a prioritizace proexportních aktivit-** vhodně vybírat nové trhy pro produkt s vyšší přidanou hodnotou.
- **Pro prioritizaci firemních exportních příležitostí je možné využít náš exportní model MOPEP propojený a competitive intelligence:**

http://www.eeip.cz/mapa_exportera/mapa_exportera.html

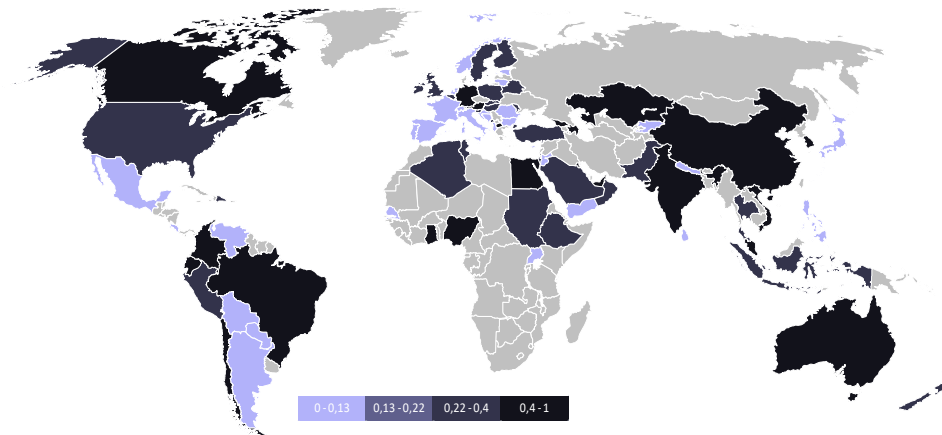


Hledání nových zákazníků je nákladná činnost, která ne vždy končí naplněním očekávání. Jednou z možností, jak najít nové zákazníky, je expandovat na nové trhy v zahraničí, které se však vyznačují řadou kulturních i obchodních specifik a rizik. Investice prostředků do expanze na nový trh tak nemusí vždy skončit úspěšně.

V případě, že je firma připravena na expanzi do zahraničí, jakým způsobem vybrat vhodné exportní destinace, aby se minimalizovala pravděpodobnost neúspěchu?

Společnost EEIP vyvinula v rámci výzkumného projektu Technologické agentury ČR a ve spolupráci s Mezinárodní obchodní komorou ČR a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR **unikátní firemní Model pro prioritizaci exportních příležitostí (MOPEP) kombinovaný z competitive analýzy obchodních transakcí našeho partnera Quevedos, která umožňuje identifikovat konkurenty na vybraných zahraničních trzích, identifikovat a analyzovat chování distributorů, identifikovat odběratele** Vašich konkurentů a potenciální zákazníky – včetně kontaktních informací, určit velikost trhu a analyzovat jeho vývoj atd. Je nabízen společně s Czech Trade a podrobnosti naleznete v materiálech naší konference a na webu www.eeip.cz.

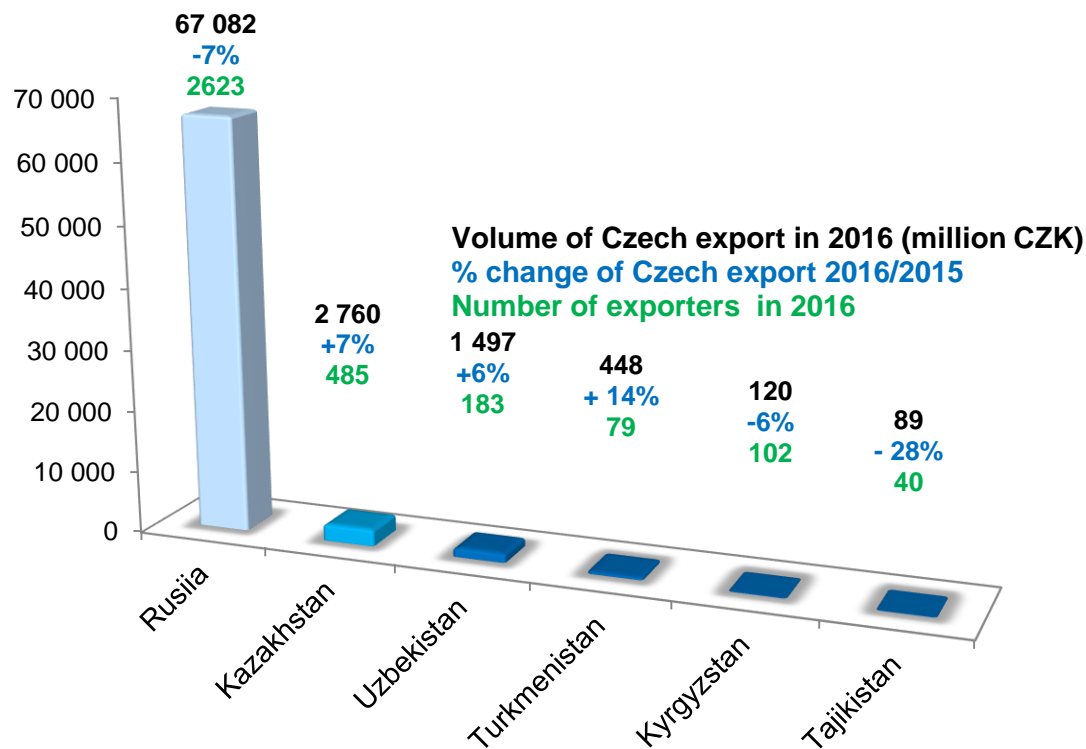
Ukázka výsledné mapy firemních exportních příležitostí



Czech  Gulf
BUSINESS COUNCIL

Prof. Michal Mejstrik
michal.mejstrik@eeip.cz
www.eeip.cz

Rusko a střední Asie



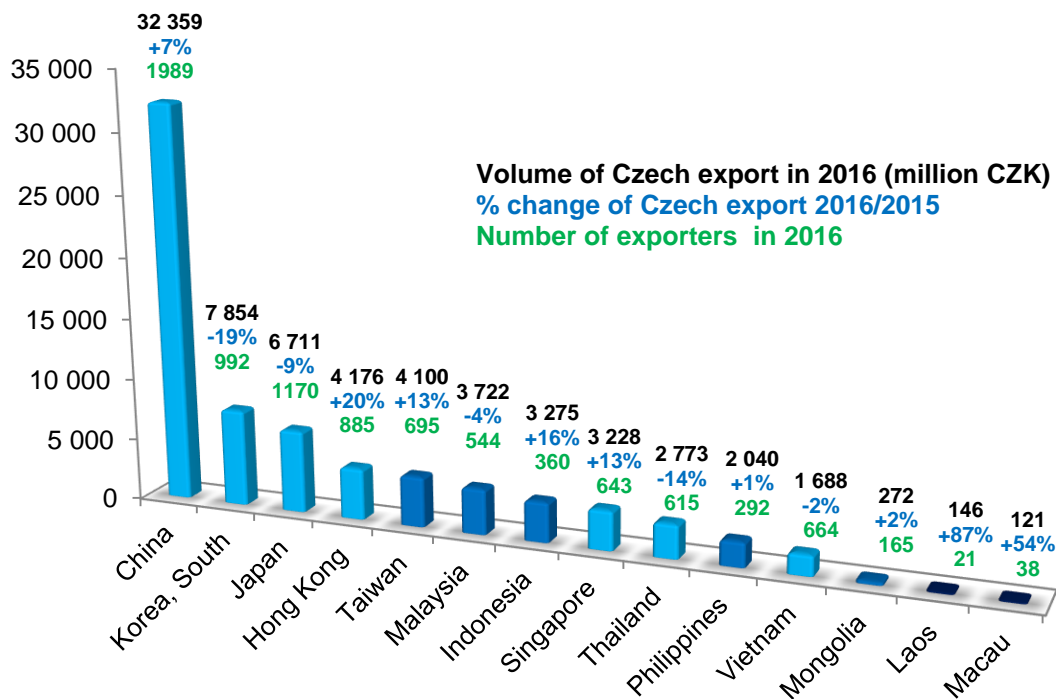
Zdroj: Generální ředitelství cel

Podíl 5 největších českých vývozců na celkovém vývozu ČR do jednotlivých zemí :

- 100 – 76 %
- 75 – 51 %
- 50 – 26 %
- 25 – 0 %

Rusko	Export v (CZK mil.)
2014	112 907
2015	72 880
2016	67 082

Východní a JV Asie

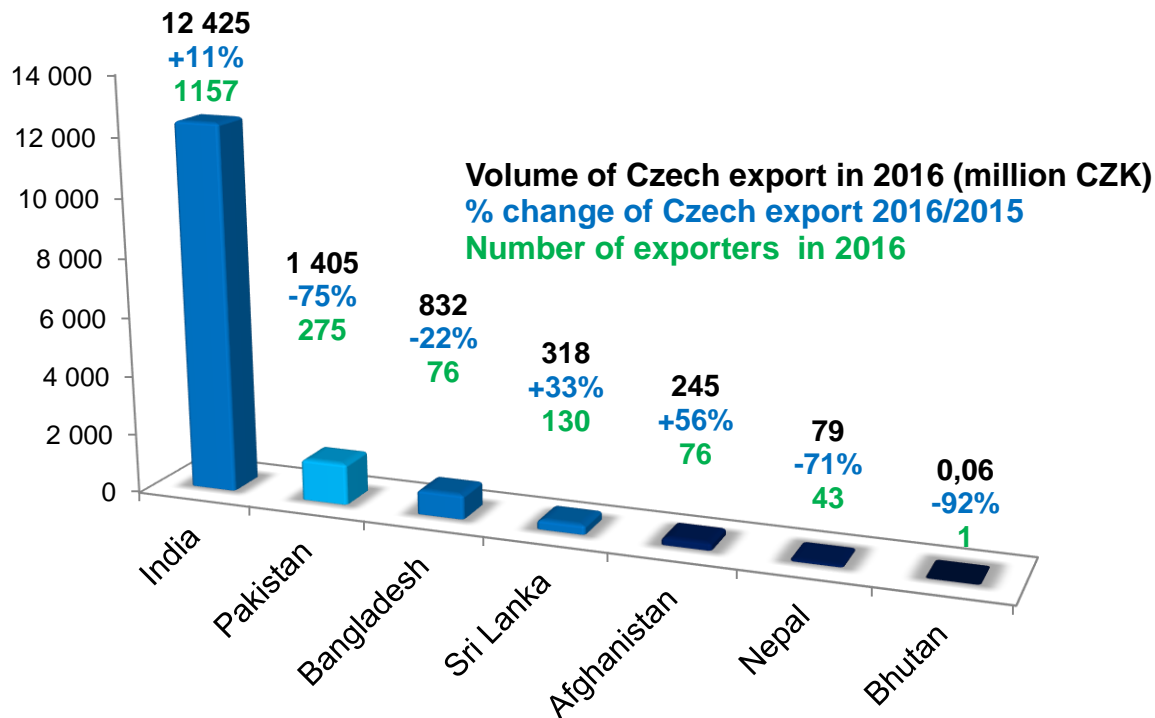


Zdroj: Generální ředitelství cel

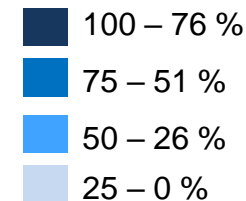
Podíl 5 největších českých vývozců na celkovém vývozu ČR do jednotlivých zemí :

- 100 – 76 %
- 75 – 51 %
- 50 – 26 %
- 25 – 0 %

Čína	Export v (CZK mil.)
2014	29 966
2015	30 119
2016	32 359



Podíl 5 největších českých vývozců na celkovém vývozu ČR do jednotlivých zemí :

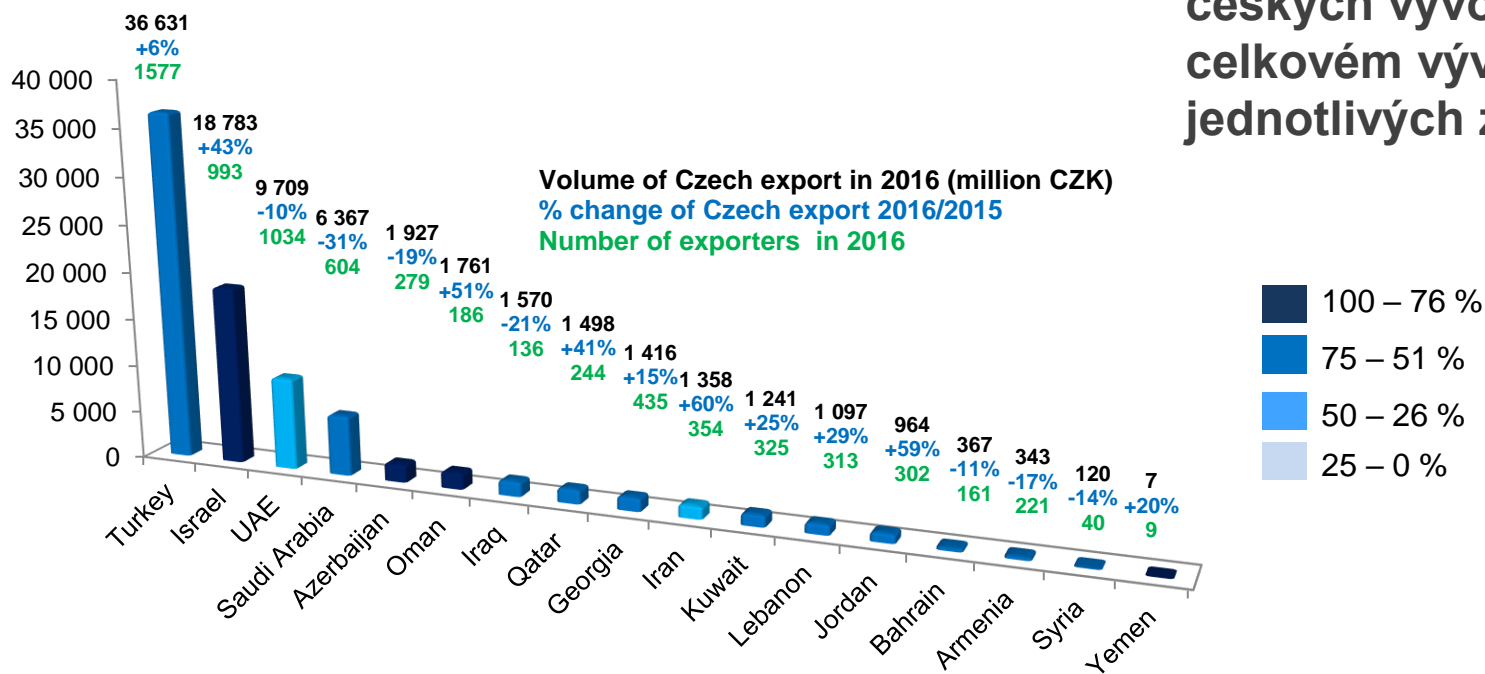


Zdroj: Generální ředitelství cel

Blízký východ

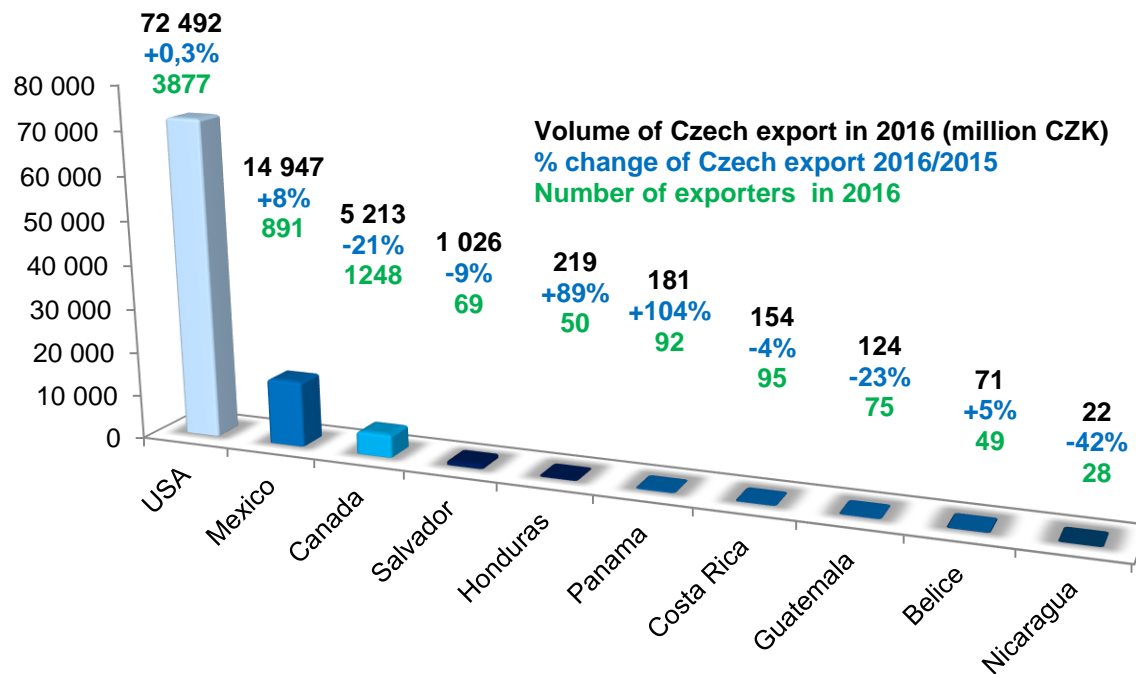


Podíl 5 největších českých vývozců na celkovém vývozu ČR do jednotlivých zemí :

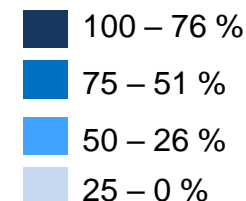


Zdroj: Generální ředitelství cel

Severní a Střední Amerika



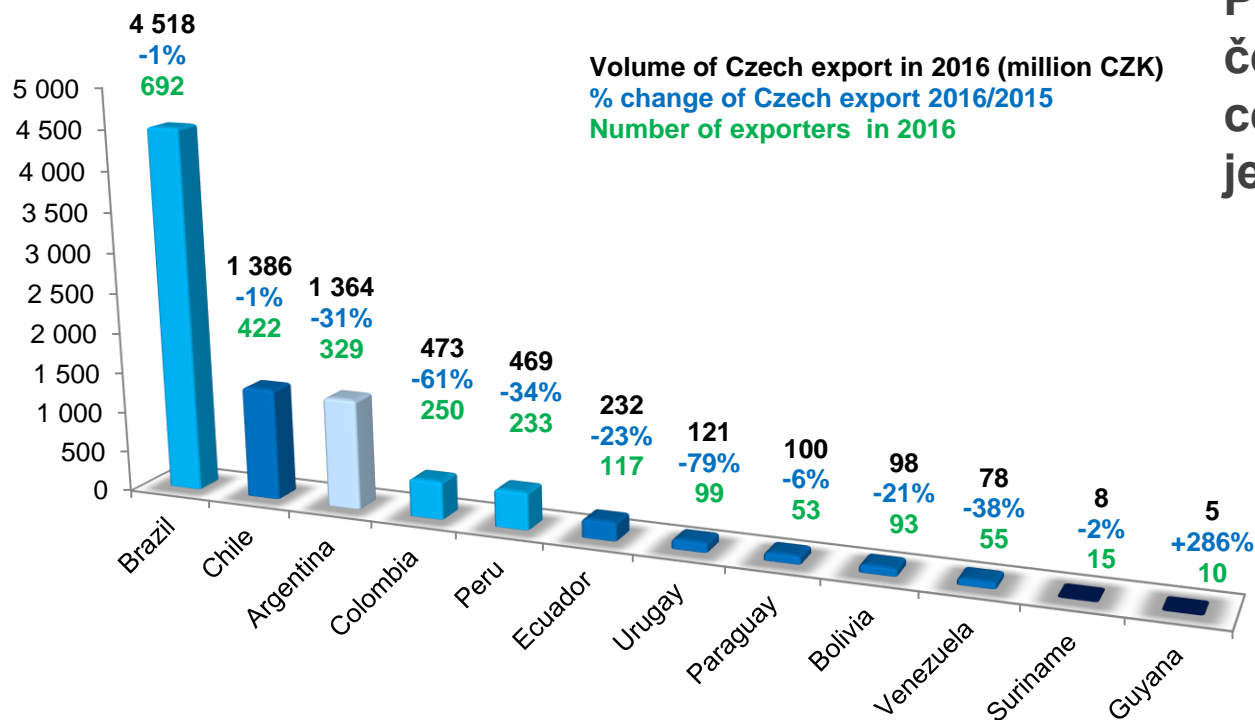
Podíl 5 největších českých vývozců na celkovém vývozu ČR do jednotlivých zemí :



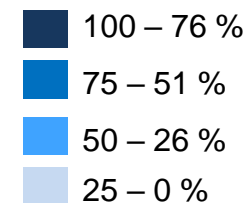
Zdroj: Generální ředitelství cel

USA	Export v (CZK mil.)
2014	63 284
2015	72 304
2016	72 492

Jižní Amerika



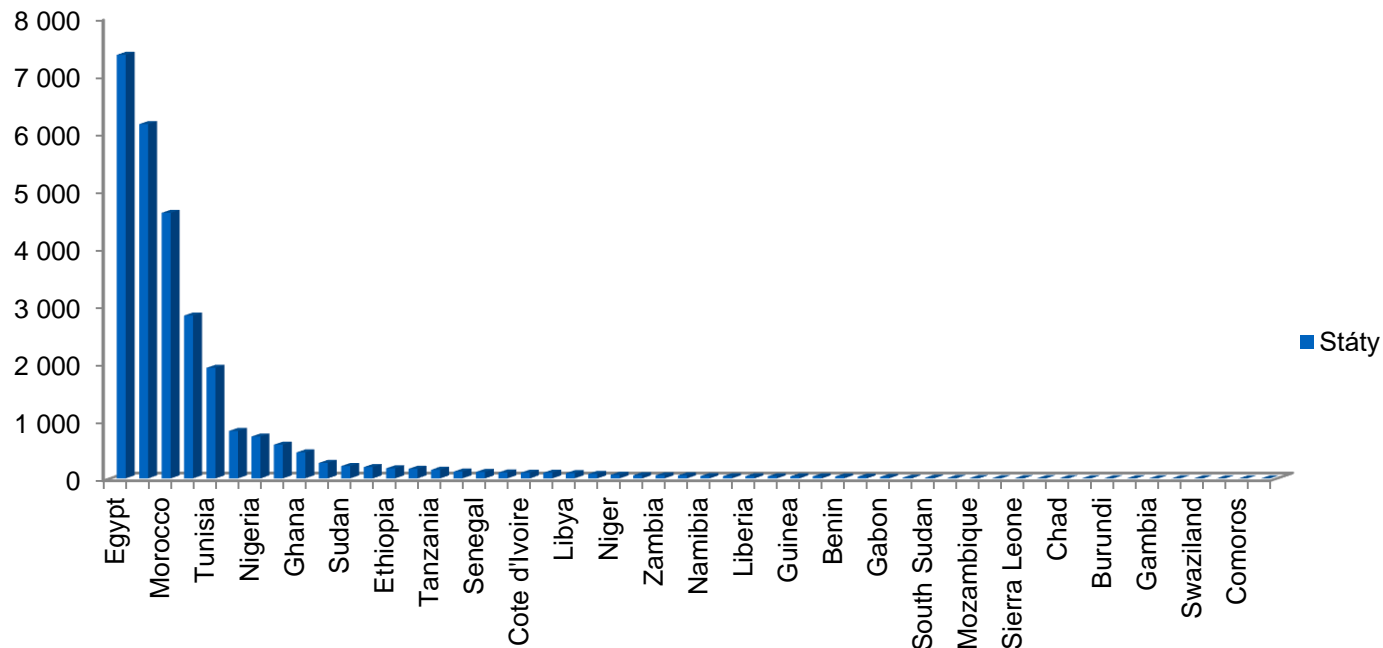
Podíl 5 největších českých vývozců na celkovém vývozu ČR do jednotlivých zemí :



Zdroj: Generální ředitelství cel



Czech export volume in 2016 (million CZK)



Zdroj: Generální ředitelství cel