

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Politologických studií

Katedra Mezinárodních vztahů

Ekonomická diplomacie ČR z pohledu exportérů

Diplomová práce

Autor práce: David Čadil

Studijní program: Mezinárodní vztahy

Vedoucí práce: Michal Parížek, Ph.D.

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

David Čadil

Bibliografický záznam

ČADIL, David. *Ekonomická diplomacie ČR z pohledu exportérů*. Praha, 2018. 72 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Politologie. Katedra Mezinárodních vztahů. Vedoucí diplomové práce Michal Parížek, Ph.D.

Rozsah práce: 125 788 znaků

Anotace

Tato diplomová práce si stanovuje dva hlavní cíle. První cíl je zmapovat a poskytnout názory exportérů na problematiku ekonomické diplomacie. Za tímto účelem jsem provedl sérii rozhovorů se zástupci českých proexportních firem. Druhým cílem práce je zjistit, zdali je současná podoba české ekonomické diplomacie bližší zájmům exportérů či zájmům státu.

V práci provádím obsahovou analýzu rozhovorů, dokumentů ekonomické diplomacie a výroků aktérů české zahraniční politiky z let 2014 - 2017. Předmětem analýzy je vztah daných aktérů ke třem vybraným teritoriím - Rusku, Číně a Evropské unii. Pozice aktérů srovnávám za pomoci grafů. V práci docházím k závěru, že nelze stoprocentně určit, zdali je česká exportní strategie a strategie ekonomické diplomacie tvořena spíše dle zájmů státu, či dle zájmů exportérů.

Annotation

This masters thesis has two aims. First one is to examine and describe positions and opinions of czech exporters on economic diplomacy. For this thesis I conducted a series of elite interviews with representatives from czech top export companies. Second aim is to examine whether the czech economic diplomacy is closer to the preferences of exporters or preferences of the state.

In the second part of the thesis, I am performing a content analysis of the interviews, documents of economic diplomacy and statements of main actors of czech foreign politics. The main object of the analysis is the relation of actors towards three selected territories - Russia, China and EU. I am then comparing the positions of given actors. This thesis concludes that we cannot say for sure whether czech export strategy is based on preferences of state or preferences of exporters.

Klíčová slova

Ekonomická diplomacie, exportní strategie, exportéři, Rusko, Čína, Evropská unie

Keywords

Economic diplomacy, export strategy, exporters, Russia, China, European Union

Title

Economic diplomacy of the Czech Republic from the exporters' viewpoint

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Michalu Parízkovi, Ph.D. za odborné vedení mé diplomové práce, cenné rady a připomínky. Dále bych rád poděkoval kolektivu ze Sekce mezinárodních vztahů Svazu průmyslu a dopravy za ochotu při poskytnutí kontaktů i zdrojů. Také bych chtěl poděkovat všem respondentům za jejich čas a ochotu.

Obsah

Úvod	3
1. Ekonomická diplomacie.....	4
1.1 Definice a vymezení tématu	4
1.2 Teoretický rámec práce	7
1.3 Ekonomická diplomacie ČR	10
1.3.1 Nástroje české ekonomické diplomacie	12
1.3.2 Exportní strategie	14
2. Metodologie výzkumu.....	16
3. Empirická část.....	18
3.1 Analýza pozice exportérů	18
3.2 Analýza pozice exportérů k vybraným teritoriím	25
3.2.1 EU	25
3.2.2 Ruská federace	27
3.2.3 Čínská lidová republika	29
3.3.4 Vyhodnocení pozice exportérů	31
3.3 Analýza pozice české ekonomické diplomacie	35
3.3.1 EU	36
3.3.2 Čínská lidová republika.....	38
3.3.3 Ruská federace	39
3.3.4 Zhodnocení pozice ekonomické diplomacie	41
3.4 Analýza zahraniční politiky	42
3.4.1 Ruská Federace.....	43
3.4.2 EU	45
3.4.3 ČLR.....	47
3.4.4 Zhodnocení pozice zahraniční politiky	48
3.5 Zhodnocení výsledků analýzy	50
3.5.1 Evropská unie	51
3.5.2 Ruská federace	52
3.5.3 Čínská lidová republika.....	53
Závěr	54
Použitá literatura.....	56
Summary	67
Seznam Příloh.....	68

Seznam zkratk:

B2B	Jednání business to business
B2G	Jednání business to government
CT	Agentura CzechTrade
ČLR	Čínská lidová republika
EU	Evropská unie
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
PROPED	Projekt na podporu ekonomické diplomacie
RF	Ruská federace
ZÚ	Zastupitelský úřad

Úvod

Ekonomická diplomacie je tématem, které se v posledních letech hojně diskutuje jak v odborných tak ve veřejných kruzích. Bergeijk (2017) udává, že za posledních 15 let se počet odborných studií na téma ekonomické diplomacie více než zčtyřnásobil. Mnozí odborní autoři se také udávají, že v dnešním globalizovaném světě zastává ekonomická diplomacie nezaměnitelnou roli. (Bayne, Woolcock, 2011, s. 1-4)

Ekonomická diplomacie začala být v posledních letech také velmi diskutovaným tématem i v českých médiích a to především z důvodu "restartování" vztahů české zahraniční politiky k Čínské lidové republice v roce 2014. Tyto události byly vysvětlovány vysokými státními činiteli především ekonomickými faktory. Pro Českou republiku by měla ekonomická diplomacie představovat velmi důležité a významné téma. Česká ekonomika je velmi otevřená a velmi závislá právě na exportu. Dlouhodobě se uvádí, že HDP České republiky je až z 80% tvořeno právě exportem. (MZV, 2016)

Tato práce si klade dva hlavní cíle. První, jak již název práce napovídá, je poskytnout přiblížení názoru samotných exportérů na problematiku ekonomické diplomacie. V rámci této práce jsem proto provedl sérii rozhovorů se zástupci vybraných českých proexportních firem. Hlavní výhodou této metody je možnost hlouběji do tematiky a určit důležitá témata. Hlavní přidanou hodnotou této práce tedy bude zmapování pozice a názorů vybraných exportérů a komplexní deskripce získaných poznatků.

Druhým cílem je odpovědět na následující výzkumnou otázku: "*Je strategie české ekonomické diplomacie tvořena shora dle potřeb státu, či naopak od spodu, podle preferencí exportérů?*" Abych byl schopen odpovědět na tuto otázku, provádím v práci nejen obsahovou analýzu získaných rozhovorů od exportérů, ale také analýzu dokumentů ekonomické diplomacie a české zahraniční politiky. Hlavním předmětem zkoumání byla pozice aktérů ke třem vybraným teritoriím (trhům) - Ruská federace, Čínská lidová republika a Evropskou unie. Jako vybraný časový úsek pro zkoumání bylo zvoleno období mezi roky 2014 - 2017, tedy de facto období vlády premiéra Sobotky. Srovnání získaných pozic by mi mělo objasnit do jaké míry je česká ekonomická diplomacie tvořena shora (*top-down*) na popud státu a zahraniční politiky případně od spodu (*bottom-up*) dle preferencí exportérů.

První kapitola práce je rozdělena na tři části. V první části se zaměřím na samotný pojem ekonomické diplomacie. Představím mezinárodní literaturu zabývající se tímto fenoménem a dojde k vymezení samotného tématu. V druhé části představím dva vybrané teoretické

přístupy, které by mohli vysvětlit praktickou tvorbu ekonomické diplomacie – ekonomický nacionalismus (také známý jako merkantilismus) v pojetí Roberta Gilpina a liberalismus prezentovaný A. Moravcsikem. Ekonomický nacionalismus předpokládá primární roli státu v ekonomice, ekonomická diplomacie by dle tohoto přístupu tedy měla být podřízena strategickým potřebám státu. A. Moravcsik prezentuje verzi liberalismu založenou na konceptu tvorby politických rozhodnutí dle preferencí societárních skupin. Zaměření ekonomické diplomacie by dle této teorie mělo být tvořeno především na popud nejvíce zainteresované sociální skupiny, tedy samotných exportérů. Právě na základě těchto teorií formulují své dvě hypotézy. H1: *Strategie české ekonomické diplomacie a podpory exportu je tvořena primárně „od spodu“ dle preferencí exportérů.* H2: *Strategie české ekonomické diplomacie a podpory exportu je tvořena primárně „shora“ dle strategických zájmů státu.*

Ve třetí části se práce zabývá samotnou podobou české ekonomické diplomacie. Jsou představeny instituce odpovědné za řízení ekonomické diplomacie a rozdělení jejich kompetencí. Dále jsou popsány jak nástroje ekonomické české ekonomické diplomacie, tak samotní aktéři ekonomické diplomacie a služby které poskytují.

V samostatné druhé kapitole představím metodologii práce.

Ve třetí kapitole je prezentovány provedená analýzy. V první části představím výsledky otevřených částí rozhovorů s exportéry, ve druhé části postupně analyzuji pozice exportérům k vybraným teritoriím. V dalších dvou částech postupně provádím a hodnotím obsahovou analýzu české ekonomické diplomacie a české zahraniční politiky. V závěru kapitoly porovnám a vysvětlím získaná data.

1. Ekonomická diplomacie

1.1 Definice a vymezení tématu

Literatura definuje ekonomickou diplomacii různě. Nedá se říci, že by existovala jednotná definice ekonomické diplomacie. Někteří autoři proto ekonomickou diplomacii definují velmi obecně jako „*užití diplomacie k prosazení ekonomických cílů*“ (Bergeijk, 2011). Další autoři se pouštějí do konkrétnějších definic jako např. „*práce úředníků ministerstva zahraničí a zahraničních misí, stejně tak jako z jiných ministerstev, např. obchodu, a i soukromých hospodářských subjektů za účelem podpory obchodních a finančních sektorů ekonomiky. To zahrnuje podporu zahraničních investic a podporu a propagaci exportu.*“ (Lee, Hudson, 2004)

Hlavním problémem při určení definice ekonomické diplomacie je jasně viditelná nejasnost a rozpor názorů některých autorů v otázce hlavního účelu a prostředcích ekonomické diplomacie. Můžeme se tak setkat s definicí, že ekonomická diplomacie „*Využívá ekonomický nátlak, ať už formou sankcí či odměn, v zájmu dosažení zahraničně-politických cílů*“ (Berridge, James, 2003, s. 91). Nicméně mnozí autoři upozorňují, že využívání ekonomických prostředků, jako například sankcí, k nátlaku na jiné státy není účelem ani součástí ekonomické diplomacie. Tento rozměr zahraniční politiky autoři zabývající se ekonomickou diplomacií nazývají „*economic statecraft*“ (Bayne, Woolcock, 2011, s. 4).

Někteří autoři ekonomickou diplomacií vidí pouze jako zastřešující pojem, který dále dělí na další pojmy v závislosti na účelu a nástrojích. Nejčastěji se setkáme s pojmy komerční diplomacie (podpora a propagace exportu), obchodní diplomacie (uzavírání obchodních dohod mezi státy či v rámci obchodních organizací) a finanční diplomacie (vyjednávání mezinárodních měnových dohod a dohod o směnných kurzech). (Okano-Heijmans, 2011)

S pojmem „komerční“ či „hospodářská“ diplomacie se můžeme v odborných publikacích setkat velmi často. Někteří autoři ho považují za podmnožinu ekonomické diplomacie (Rana, 2011; s. 94), ale setkáme se i s názorem, že komerční diplomacie, jakožto exportní podpora a propagace privátních firem, není klasickou součástí ekonomické diplomacie (Bayne, Woolcock, 2011; s.4). Pro účely této práce budeme však ekonomickou diplomacií vnímat jako jednotný pojem, zahrnující právě i podporu exportu a komunikaci s aktéry z privátních sektorů.

Co je tedy hlavním účelem ekonomické diplomacie? I zde se autoři často liší. Bergeijk (2011) shrnuje účel ekonomické diplomacie jako podpora obchodu, podpora mezinárodních investic, shromažďování informací a poskytování poradenských služeb, ochrana duševního vlastnictví a ovlivňování zahraničních politických rozhodnutí v zájmu domácích firem. Kishan Rana (2007; s. 69.) pak za hlavní cíle ekonomické cíle kromě již zmíněné podpory exportu a investic vidí i získávání technologií a zprostředkování rozvojové pomoci.

Z definic, které se často opakují, můžeme jako hlavní účely ekonomické diplomacie určit podporu exportu, podporu investic, vyjednávání obchodních dohod na mezinárodní scéně a správu rozvojové pomoci.

Ačkoliv se názory autorů na aktivitu ekonomické diplomacie velmi liší, v jednom nachází většina autorů shodu. Ekonomické aktivity se v dnešním světě staly jasnou součástí

diplomatické praxe a propagace exportu a investic se stala podstatnou úlohou diplomatů a ambasád. (van Bergeijk, 2011; s. 101 a Bayne, Woolcock, 2011; s. 3)

Dosavadní zpracované odborné studie týkající se ekonomické diplomacie se soustředily především na dva hlavní aspekty – efektivnost a model řízení ekonomické diplomacie. Došlo tak například ke zkoumání a prokázání korelace mezi aktivitami ekonomické diplomacie a obchodními bilancemi za pomoci gravitačních modelů. (např. van Bergeijk, 2011 nebo Moons, 2017) Další studie se zaměřovali na srovnání typu řízení ekonomické diplomacie, tedy rozdělení kompetencí mezi ministerstvy a privátními aktéry v různých státech světa (např. Krčál, 2013; Lee, Hudson, 2004).

Právě rozdělení kompetencí mezi jednotlivými aktéry a modely řízení ekonomické diplomacie jsou také důležitým tématem při zkoumání ekonomické diplomacie. Unikátnost a složitost ekonomické diplomacie spočívá totiž v počtu a v diverzitě aktérů, kteří se na ní podílejí. Ze samotné podstaty je ekonomická diplomacie založená na spolupráci státních aktérů (ministerstva, diplomatická zastoupení v zahraničí, agentury na podporu exportu, zástupci vlád...) a aktérů nestátních či privátních (firmy, odborové svazy, mezinárodní organizace...) (Bayne, Woolcock, 2011; s. 3-4)

Z logiky věci mají k ekonomické diplomacii vždy nejbližší dvě ministerstva - ministerstvo zahraničí a ministerstvo obchodu. Ministerstvo zahraničí má k dispozici diplomatické sítě v zahraničí a kontakty na důležité zahraniční státní aktéry, avšak ne vždy je pro toto ministerstvo ekonomická agenda primární. V některých státech se také můžeme setkat s pozicí, kdy se ministerstvo zahraničí zcela nezabývá jakoukoliv obchodní agendou. Na druhé straně obchodní ministerstvo má blíže k firmám a obchodní a ekonomická agenda je pro něj primární. Avšak ne vždy tyto ministerstva mají k dispozici dostatečnou zahraniční síť. Pokud tedy chce obchodní ministerstvo efektivně vykonávat ekonomickou diplomacii, musí své experty umístit na ambasády, či založit vlastní zahraniční síť agentur na podporu exportu.

Kishan Rana na základě příkladů ve světě identifikuje 5 způsobů řízení ekonomické diplomacie:

Sjednocený model - Všechny agendy ekonomické diplomacie jsou soustředěny pod ministerstvo zahraničních věcí. Např. Kanada, Austrálie.

Částečně sjednocený model – Hlavním ministerstvem pro řízení ekonomické diplomacie je stále ministerstvo zahraničí, avšak v jeho rámci působí i specializovaná agentura na podporu

exportu a investic, na jejímž chodu se podílí i ministerstvo obchodu. Hlavním příkladem je Velká Británie.

Model tzv. Třetí agentury – Veškerá agenda ekonomické diplomacie je převedena z ministerstev na jiné instituce, či agentury. Jejich zaměstnanci jsou pak také vysíláni na zahraniční zastoupení. Tento systém může narážet na problémy ohledně spolupráce těchto „nediplomatických“ zaměstnanců se zbytkem zahraničního zastoupení. Typickým příkladem je Singapur.

Duální / konkurenční model - Kompetence ohledně ekonomické agendy jsou rozdělena mezi obchodní ministerstvo a ministerstvo zahraničních věcí. Tento systém je problematický, protože ne vždy jsou jasně dané kompetence obou ministerstev a rozdělení agendy bývá často předmětem sporů (proto také „konkurenční“ model). Například Indie nebo ČR.

Model „odmítnutí“ (renunciation) – Ministerstvo zahraničních věcí se vzdává jakékoliv ekonomické a obchodní agendy a přenechává ji na jiné ministerstvo, většinou ministerstvo průmyslu a obchodu. Např. Německo. (Rana, 2007, s. 70-71)

V této kapitole se můžeme přesvědčit, že otázka ekonomické diplomacie je pokračujícím předmětem diskuzí odborných autorů. Neexistuje jednotná definice ekonomické diplomacie a každý z autorů uvádí různé funkce, které by měla ekonomická diplomacie zastávat. Pro zjednodušení a jasné vymezení ekonomické diplomacie budeme vycházet z předpokladu, že tato práce je založená na zkušenostech a názorech samotných exportérů. Proto bude hlavním zkoumaným nástrojem ekonomické diplomacie v této práci podpora a propagace exportu. Ostatní zmíněné účely jako například podpora a přilákání zahraničních investic, rozvojová pomoc, či vyjednávání mezinárodních obchodních dohod jsou v práci řešeny pouze okrajově.

1.2 Teoretický rámec práce

Vraťme se teď k hlavní výzkumné otázce této práce tedy „*Je strategie české ekonomické diplomacie tvořena shora dle potřeb státu, či naopak od spodu, podle preferencí exportérů?*“ Vycházejí z této otázky, můžeme v rámci teorie mezinárodních vztahů a mezinárodní politické ekonomie vybrat dvě protichůdné teorie, které nabízí různá vysvětlení toho, jak může být konstruována strategie ekonomické diplomacie.

První teorií je ekonomický nacionalismus. Budeme vycházet z definice, kterou poskytuje Robert Gilpin, jeden z klíčových autorů co se týče mezinárodní politické ekonomie, ve své stěžejní knize *The Political Economy of International Relations*. Ekonomický

nacionalismus vychází z realistického pojetí mezinárodních vztahů. V historii tento přístup prošel mnoha transformacemi a byl znám jako mnoho forem. Nejznáměji jako merkantilismus, ale také jako protekcionismus či Německá historická škola. Jeho stavební kameny jsou pro všechny tyto formy společné. Základní myšlenkou je, že ekonomická aktivita má být podřízena potřebám a zájmům státu. Pro merkantilisty je nejdůležitějším aktérem stát, který se snaží zajistit svou bezpečnost. Pro některé nacionalisty je tedy ochrana národních ekonomických zájmů nezbytná pro bezpečnost a přežití státu. (Gilpin, 1987; s. 31-32)

Stát určuje průmyslové politiky, a které sektory ekonomiky jsou strategické. Státy se historicky snaží podporovat rozvoj průmyslu, nových technologií a ekonomických aktivit spojených s nejvyšší výnosností a které nejvíce zvyšují zaměstnanost – tedy oblasti, které jsou v souladu s politickými a ekonomickými zájmy státu. Obecně je ekonomickými nacionalisty preferován export před importem, obzvláště pak export produktů s velkou přidanou hodnotou. Dle této teorie má stát hlavní slovo při tvorbě exportní strategie, kterou vnímá jako součást a nástroj zahraniční politiky. Stát určuje, která odvětví průmyslu jsou strategická a určuje strategické partnery a trhy kam má export směřovat. (Gilpin, 1987, 33 – 34)

Realisté ekonomickou diplomacii vnímají jako „snahu o zajištění ekonomické bezpečnosti v anarchickém mezinárodním systému.“ (Lee, Hocking, 2010; s. 6) Ačkoliv dochází ke globalizaci ekonomických aktivit, většina těchto aktivit leží dle merkantilistů stále v rukou jednotlivých států. Každý stát se snaží využít svoji moc k ovlivňování mezinárodních trhů v zájmu prosazení národních zájmů. Ekonomičtí diplomaté jsou vnímáni jako klíčoví aktéři – agenti, kteří ovlivňují mezinárodní trhy ve prospěch národních firem, čímž stát zvyšuje svoji ekonomickou sílu a bezpečnost. (Tamtéž; s. 15)

I v současné době můžeme tvrdit, že se stát snaží pomocí ekonomické diplomacie a podpory exportu prosadit své vlastní zájmy. Například průnik vybraných exportních oborů na strategické trhy či udržování a navazování obchodních kontaktů se strategickými partnery. Podpora exportu a zaměření ekonomické diplomacie by tedy mělo být tvořeno tvořeno „od shora“ podle strategických preferencí státu.

Pokud bychom měli určit protipól tomuto přístupu, byl by to zcela jistě liberalismus. Pro účely této práce však nemluvíme ovšem o liberalismu z oboru politické ekonomie. Ten propaguje liberální mezinárodní obchod a obecně by jakékoliv zásahy státu do mezinárodního obchodu odsoudil a nebyl tedy pro studium ekonomické diplomacie příliš vhodný. Mluvíme o liberalismu z oblasti teorie mezinárodních vztahů, konkrétně variantě propagované

profesorem A. Moravcsikem. Liberalismus v teorii mezinárodních vztahů, na rozdíl od realismu, za hlavní aktéry nepovažuje pouze státy, ale také jedince a sociální skupiny. A. Moravcsik pak ve své práci „*Taking preferences seriously*“ definuje tezi, že stát jako aktér se chová dle preferencí skupin vně státu. Politika je tedy tvořena „od spodu“ na popud aktérů vně státu.

Základními aktéry v mezinárodní politice jsou dle Moravcsika jednotlivci a soukromé skupiny, které definují materiální a ideové cíle nezávisle na politice, a pak se snaží těchto cílů dosáhnout skrze politické prostředky. Tito aktéři jednají racionálně, zbytečně neriskují, a organizují výměnu a kolektivní akce na podporu svých zájmů (Moravcsik, 2008)

Druhým hlavním předpokladem, je že státy se chovají dle těchto preferencí. Státy tak reprezentují určitou podskupinu domácí společnosti a na základě jejich zájmů definují státní úředníci a politici preference státu a jednají účelně v aréně světové politiky. (Moravcsik, 1997, s. 516 - 517)

Třetím důležitým faktorem je, že při tvorbě politiky nehrají roli jen preference ale také societární moc domácích aktérů. Logicky největší sílu při prosazování svých preferencí mají societární aktéři s největší potenciální mocí, či také aktéři s největším zájmem. Zároveň se předpokládá, že aktéři se stejnými preferencemi se budou sdružovat do skupin, čímž zvýší svoji „sílu“. (Moravcsik, 1997, s. 518)

Podpora exportu je velmi specifická oblast zahraniční politiky, která ovlivňuje především exportéry. Ze všech domácích aktérů budou mít nejvíce koncentrovaný zájem v této oblasti právě exportéři. Pokud tedy vycházíme z liberálního přístupu, můžeme exportéry chápat jako hlavní zainteresovanou sociální skupinu, co se týče podpory exportu a ekonomické diplomacie. Jejich preference, ať už ohledně zahraničních trhů, či typů státní pomoci, pak tvoří podobu ekonomické diplomacie a státní podpory exportu. Můžeme tak tvrdit, že dle tohoto přístupu, je forma ekonomické diplomacie tvořena „od spodu“, tedy dle preferencí samotných exportérů. Zároveň by mělo platit, že největší, nejsilnější a nejzajímavější firmy budou mít na tvorbu exportní strategie největší vliv. Zároveň tato teorie předpokládá, že se exportéři se stejnými preferencemi budou sdružovat.

Abychom zjistili, která z následujících teorií – liberalismus či ekonomický nacionalismus, dokáže lépe vysvětlit současnou podobu české ekonomické diplomacie, sestavíme tyto dvě hypotézy. H1: *Strategie české ekonomické diplomacie a podpory exportu*

je tvořena primárně „od spodu“ dle preferencí exportérů. H2: Strategie české ekonomické diplomacie a podpory exportu je tvořena primárně „shora“ dle strategických zájmů státu.

1.3 Ekonomická diplomacie ČR

Česká ekonomická diplomacie používá takzvaný „duální systém“, tedy je řízena jak ministerstvem zahraničních věcí, tak ministerstvem obchodu a průmyslu. Rozdělení kompetencí mezi těmito ministerstvy je dáno zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy, neboli tzv. Kompetenčním zákonem. Vzhledem k zastaralosti a neustále se vyvíjející agendě ekonomické diplomacie a nejasnostem rozdělení kompetencí, byly tyto kompetence postupem času upraveny několika dohodami. První byla „Dohoda o spolupráci MZV a MPO v otázkách spojených se zabezpečováním zahraniční obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby ČR“ podepsaná roku 1998, která například upravovala vztah ekonomických diplomatů působících na ekonomických úsecích ambasad k ministerstvu průmyslu a obchodu. Další důležitým dokumentem byla „Dohoda o garantované úrovni služeb v oblasti prosazování obchodních zájmů českých firem“ z roku 2011, která upravovala především postavení agentury CzechTrade a jasně stanovovala úroveň služeb a spolupráce.

Nejnovějším dokumentem upravujícím rozdělení kompetencí mezi ministerstvy *Rámcová dohoda o zajištění spolupráci při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie České republiky* kterou v roce 2014 podepsali ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek a ministr zahraničí Lubomír Zaorálek. V této dohodě se obě strany zavázaly k vzájemné spolupráci, a došlo tedy k jasnému rozdělení kompetencí mezi oběma ministerstvy.

Dle této dohody Ministerstvo zahraničních věcí:

- *"Koordinuje vnější ekonomické vztahy a řídí ZÚ v zahraničí.*
- *Podporuje export a realizuje ekonomickou diplomacii prostřednictvím zapojení ZÚ, jejich vedoucích a zaměstnanců ZÚ pověřených ekonomickou agendou.*
- *V dohodě s Klientským centrem a ve spolupráci s MPO zajišťuje v zahraničí pro české podnikatele prostřednictvím ZÚ asistenci na úrovni B2G a G2G.*
- *Organizuje a zajišťuje výběr pracovníků ZÚ pověřených ekonomickou agendou ve spolupráci s MPO. Příslušná výběrová řízení jsou otevřena i pro zaměstnance MPO a CT.*
- *Poskytuje součinnost při registraci zahraničních kanceláří CzechTrade a jejich zaměstnanců.*

- *V zemích, kde je to kapacitně a technicky možné a účelné, umožní ZÚ zřídit sídlo zahraniční kanceláře CT v prostorách ZÚ, případně umožní i další využití prostor ZÚ." (MZV, MPO, 2014)*

Ministerstvo průmyslu a obchodu pak mimo jiné:

- *"Koordinuje zahraničně obchodní politiku, je garantem obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu.*
- *Ve spolupráci s MZV připravuje, aktualizuje a naplňuje Exportní strategii ČR.*
- *Ve spolupráci s MZV připravuje analýzy exportních příležitostí v zahraničí.*
- *Podporuje odstraňování obchodních bariér jak na vnitřním trhu EU, tak prostřednictvím liberalizace obchodu se třetími zeměmi.*
- *Aktivně, ve spolupráci s MZV, připravuje v ČR témata pro projekty v zahraničí na úrovni B2G a G2G.*
- *Řídí činnost agentury CzechTrade" (MZV, MPO, 2014)*

Aktéry české ekonomické diplomacie v zahraničí pak jsou ekonomičtí diplomaté (radové) na ambasádách či konzulátech a pak také zahraniční kanceláře CzechTrade a CzechInvest. Agentura CzechTrade je proexportní organizací, která byla založena Ministerstvem průmyslu a obchodu v roce 1997. Hlavním cílem agentury je podpora spolupráce mezi českými a zahraničními firmami a institucemi. Czechtrade exportérů nabízí především informační a asistenční služby. Czechtrade má síť zahraničních kanceláří ve více než padesáti zemích světa. (Czechtrade, 2016)

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvková organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Vznikla v roce 1992 a jejím cílem je podpora a přilákání zahraničních investic. CzechInvest má 7 zahraničních poboček, které se snaží Českou republiku prezentovat jako vhodnou lokalitu pro umístování investic. (CzechInvest, 2018)

V roce 2017 můžeme mluvit o větším zapojení Ministerstva zahraničí do agendy ekonomické diplomacie. Ministerstvo přišlo s vlastními tzv. zemědělskými diplomaty. Ti mají podporovat exportéry v oblasti potravinářství a zemědělství. Momentálně působí v USA, Rusku, Číně, Srbsku, Libanonu a Saudské Arábii. (Ministerstvo zemědělství, 2018)

Za nevládní aktéry české ekonomické diplomacie můžeme považovat Svaz průmyslu a dopravy a Hospodářskou komoru ČR. Ti organizují podnikatelské mise při zahraničních cestách státních činitelů a zajišťují i např. lobby na úrovni EU.

Mezi aktéry české ekonomické diplomacie bývají také často zařazeny Česká centra, což je příspěvková organizace ministerstva zahraničí, jejímž hlavním cílem je propagace ČR v zahraničí a podpora cestovního ruchu, kultury a vzdělávání, a která firmám poskytuje možnost firemní prezentace. Mezi aktéry ekonomické diplomacie bývá také zařazována agentura na podporu cestovního ruchu CzechTourism. (MZV, 2000) Nicméně činnost těchto agentur se z největší části řadí spíše pod tzv. kulturní diplomacii.

1.3.1 Nástroje české ekonomické diplomacie

Aktualizace exportní strategie 2012 – 2020 dělí nástroje české ekonomické diplomacie na finanční nástroje, informační a konzultační služby a nástroje pro rozvoj obchodních příležitostí.

Finanční nástroje:

Česká exportní banka (ČEB) a Exportní garanční pojišťovací společnost (EGAP) jsou státem vlastněné instituce, které zastávají důležitou roli v podpoře exportu a to exportní financování (ČEB) a exportní pojišťovnictví (EGAP). Hlavním cílem České exportní banky je poskytování exportních úvěrů, a to především při takových příležitostech, kdy by úvěr odmítly poskytnout komerční banky. Především jde o případy vývozu do rizikovějších zemí, či o komodity, které by komerční banky odmítly pojistit např. zbraně. Stát tak může cestou exportního financování motivovat exportéry ke vstupu na vybrané trhy. To souhlasí s teorií ekonomického nacionalismu, stát může takto motivovat exportéry k obchodu s partnery, které sám určil jako strategické. EGAP pak pojišťuje tyto exportní úvěry. Na rozdíl od komerčních bank kromě komerčních rizik může EGAP pojistit i teritoriální a politická rizika. (Interview č.14) Nicméně je otázka do jaké míry jsou tyto produkty vhodné a dostupné pro menší firmy, což uznává i sama Aktualizace exportní strategie 2012- 2020 která říká, že „v této oblasti je celá řada rezerv“ (MPO, 2016)

Nástroje informačního a konzultačního charakteru:

Internetový portál businessinfo.cz zpracovává informace ze všech proexportních institucí a poskytuje tak exportérům na jednom místě informace týkající se obchodu a exportu jako např.

informace o nadcházejících proexportních akcích, informace o možných vypsáních zakázek, informace o nařízeních EU či informace z teritorií.

Rámcová dohoda o zajištění spolupráci při zajišťování podpory exporty a ekonomické diplomacie České republiky dala v rámci odstraňování dvojkoľejnosti české ekonomické diplomacie vzniknout tzv. Jednotné zahraniční síti (JZS) sestávající se ze zastupitelských úřadů ČR v zahraničí, zahraničních kanceláří CzechTrade a nově i zemědělských diplomatů. JZS pak společně s Klinetským centrem pro export v Praze vytvořila katalog služeb, které může poskytnout exportérům. Ze služeb Jednotné zahraniční sítě a Klientského centra pro export můžeme vyzdvihnout především možnost asistence a podpory při jednání se zahraničními oficiálními institucemi a státními podniky, identifikace exportních příležitostí, organizace obchodních jednání, exportní konzultace, analýzy teritoria a řešení problémů na vnitřním trhu EU.¹

Mapa globálních příležitostí je nový informační nástroj ekonomické diplomacie představený aktualizovanou verzí exportní strategie 2012-2020. Ten je založen na tzv. oborovém přístupu. Ten identifikuje perspektivní možnosti uplatnění českých podniků na zahraničních trzích a přibližuje potenciálním exportérům přehled o konkrétních příležitostech vývozu či investic do konkrétních teritorií, to vše členěné dle průmyslových oborů. „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.“ (MPO, 2016)

Nástroje pro rozvoj obchodních příležitostí jsou následující:

V oblasti podpory veletrhů je hlavní program tzv. Oficiální účasti ČR. Ministerstvo průmyslu a obchodu definuje tento program jako *„České oficiální účasti na veletrzích a výstavách v zahraničí jsou tak jednou z nejvýznamnějších a nejúčinnějších forem podpory exportu, kdy jednotliví exportéři vystavují na společné ploše s formální záštitou České republiky zastoupené Ministerstvem průmyslu a obchodu, které ze svého rozpočtu částečně hradí náklady expozice. Účelem je nejen uzavření nových kontraktů, ale i upevnění konkurenční pozice jednotlivých vystavovatelů, posílení jejich identity a image, možnost komunikace s cílovými segmenty trhu. Významnými prvky jsou také substituce průzkumů trhu i*

¹ Detailní katalog služeb Jednotné zahraniční sítě a Klientského centra pro export je dostupný <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/katalog-sluzeb-jednotne-zahranicni-site-jzs-a-klientskeho-centra-pro-export-kce-72761.html>

soustředění specialistů z jednotlivých oborů průmyslu na jednom místě, včetně výměny zkušeností.“ (MPO, 2011) MPO tedy vybírá veletrhy na nichž dává možnost exportérům se prezentovat. MPO udává, že dle zpětné vazby exportérů je podpora státu často velmi důležitým impulzem pro účast na vybraném veletrhu. (MPO, 2016) Právě program Oficiálních účastí ČR ve zkoumaném období 2014 – 2017 využívám v kapitole Analýza pozice ekonomické diplomacie jako jedno z kritérií pro analýzu pozice ekonomické diplomacie.

Dalším důležitým nástrojem české ekonomické diplomacie jsou podnikatelské mise. Jde o zahraniční cesty podnikatelských delegací při zahraničních návštěvách zástupců státu. Podnikatelské mise fungují jako platforma k navázání kontaktů se zahraničními partnery. Návštěva vysokých státních činitelů jako např. prezidenta je často v zahraničí velmi mediálně zajímavá a přiláká na podnikatelská fóra více účastníků. Zároveň účast v delegaci prezidenta či ministra často zvyšuje vážnost a legitimitu účastníků misí před jejich obchodními protějšky a zároveň dává možnost vládním činitelům při těchto příležitostech lobbovat za české firmy. Hlavním smyslem podnikatelských misí je právě „otevírání dveří“ podnikatelům na nové trhy, či zviditelnění dané firmy v teritoriu. Podnikatelské mise organizují jak ministerstva a kraje tak také podnikatelská sdružení, především Svaz průmyslu a dopravy a Hospodářská komora ČR. (Businessinfo.cz, 2015)

Dalším praktickým nástrojem ekonomické diplomacie jsou tzv. PROPEDy - Projekty na podporu ekonomické diplomacie. Ty jsou v gesci MZV a dovolují exportérům využít prostory či zdroje zastupitelských úřadů v zahraničí a to např. pro semináře, výstavy, konference, podnikatelská fóra, či prezentace. To by ve výsledku mělo vést k navazování či prohlubování kontaktů se zahraničními partnery, lepší prezentaci výrobků a služeb, či získání nových zakázek. Tyto projekty jsou vybírány a schvalovány komisí určenou MZV a dle aktualizace exportní strategie jsou cíleny právě na sektory, které byly pro danou zemi identifikovány jako perspektivní v Mapě oborových příležitostí. (MPO, 2016) I zde tedy můžeme vidět náznaky preferování určitých oborů státem, tedy koncept, který předkládá teorie ekonomického nacionalismu.

1.3.2 Exportní strategie

Hlavním strategickým dokumentem týkající se podpory exportu a ekonomické diplomacie je Exportní strategie ČR 2012- 2020. Ta byla přijata 14. 3. 2012 Ministerstvem průmyslu a obchodu. Exportní strategie definuje tři hlavní cíle: Zvýšení počtu exportérů a zvyšování

objemu exportu, Diverzifikace exportu do zemí mimo EU a Posun českých exportérů v hodnotových řetězcích do segmentů s vyšší přidanou hodnotou. (MPO, 2012)

Co se týče Diverzifikace do zemí mimo EU je pozice exportní strategie formulována jasně. Vysoké hodnoty exportu do EU (více jak 80%) vidí stát jako hrozbu a je tu tedy jasná snaha o diverzifikaci na jiná teritoria. „*Stávající vysoká orientace českých exportních odvětví na trhy EU a zároveň rostoucí míra odvětvové specializace a nízký objem exportu služeb s vysokou přidanou hodnotou je potenciální hrozbou pro českou ekonomiku. Proexportní nástroje musejí aktivně působit k tomu, aby čeští vývozcí pronikali na trhy mimo krizí zmítanou EU a rovněž aby se zvyšoval podíl exportů založených na vyšší přidané hodnotě.*“ (MPO, 2012)

V rámci tohoto cíle exportní strategie definuje 12 prioritních zemí: Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Ruská federace, Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA, Vietnam. Logicky mezi nimi není žádná ze zemí EU (MPO, 2012). Na tomto příkladu můžeme tedy vidět strategické zájmy státu v rámci ekonomické diplomacie (diverzifikace). Je také jasné, že pro stát existují prioritní a strategické trhy, což by mohlo odpovídat již zmíněné teorii ekonomickému nacionalismu. Nicméně je možné, že tato agenda prioritních teritorií byla zvolena na popud samotných exportérů, čímž by odpovídala liberálnímu přístupu.

Další dva cíle pak také odpovídají teorii ekonomického nacionalismu. Konkrétně tomu, že export a to obzvláště export technologických produktů a produktů s vysokou přidanou hodnotou přispívá k ekonomické bezpečnosti státu.

Exportní strategie k tomuto tématu dodává: „*Mezinárodní srovnání ukazují, že naše firmy jsou úspěšné a ceněné jako low a medium tech subdodavatelé, a to zejména společnostmi ze zemí EU 15, kam míří více než 64 % českého exportu. Tyto dvě nesporné kvality České republiky a českých podniků přitáhly v devadesátých letech a těsně po roce 2000 celou řadu významných zahraničních investic, které se staly významnou hnací silou českého ekonomického růstu. V současné době je však zjevné a doložitelné daty, že výše uvedené výhody ČR jsou již do jisté míry vyčerpány.*“ (MPO, 2012)

V druhé polovině zkoumaného období, konkrétně 28. 11. 2016 byla přijata *Aktualizace exportní strategie České republiky 2012 – 2020*. Tato strategie jde oproti té předchozí cestou zjednodušení a zobecnění cílů a principů. Jako hlavní cíl je uveden „*Zvýšení počtu vývozců, zejména z řad inovativních firem, zajištění udržitelnosti jejich exportních aktivit, zvýšení objemu a přidané hodnoty jejich exportu a počtu pracovních míst.*“ (MPO, 2016)

Hlavní změnou oproti staré exportní strategii je upuštění od tzv. teritoriálního přístupu a určování prioritních zemí. Tento přístup se ukázal jako neefektivní a proto se přechází k novému přístupu – oborovému. Došlo k vytvoření tzv. Mapy oborových příležitostí

Exportní strategie uvádí “ *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 2016)

Jako nejdůležitější cíl této aktualizované strategie je několikrát zmíněna nutnost zvyšovat inovační potenciál firem a dokázat z těchto firem vybudovat úspěšné exportéry. Za důležité exportní strategie považuje rozvoj digitálního trhu včetně tzv. Průmyslu 4.0 a export inovativních řešení a výsledků výzkumu na světové trhy.

2. Metodologie výzkumu

Práce je instrumentální případovou studií. V práci formuluji předpoklady na základě dvou existujících teorií a následně tyto předpoklady empiricky testuji a snažím se určit, která z teorií lépe odpovídá získaným výsledkům. Jedná se o tzv. "metodu shody" (Congruence method) (Beneš, Drulák, 2016; s. 47) Práce je z většiny založená na komplexní deskripci dat a poznatků získaných obsahovou analýzou rozhovorů, dokumentů a oficiálních vyjádření.

V období mezi únorem a květnem 2018 jsem provedl sérii rozhovorů s vybranými zástupci exportních firem. Jednalo se většinou o osoby, které se v minulosti účastnily podnikatelských misí a mají tedy zkušenost s ekonomickou diplomacií. Prostřednictvím Svazu průmyslu a dopravy jsem oslovil přibližně 45 exportérů. Tento počet odpovídá tomu, že hlavním cílem bylo oslovit firmy, které mají zkušenost se všemi vybranými trhy (Rusko, Čína, EU) a zároveň obsáhnout firmy z různých oborů. Z oborů byly vyřazeny služby, jelikož je tento obor velmi rozdílný od ostatních exportérů jež exportovali převážně zboží. Vzhledem k tomu, že rozhovory byly většinou provedeny s exportním či obchodním ředitelem, případně generálním ředitelem předních českých exportních společností, můžeme tyto rozhovory kategorizovat jako tzv. "elite interviews".

Ze 45 oslovených přibližně třetina souhlasila s poskytnutím rozhovoru. Celkem tak pro účely práce vzniklo 16 rozhovorů. Podařilo se mi získat rozhovory se zástupci těchto průmyslových odvětví – potravinářský, automobilový, finančnictví, stavební, zbrojní, elektrotechnický,

dopravní, energetický, zdravotnický a strojírenský průmysl. Nepodařilo se mi získat rozhovor s nikým z chemického průmyslu především z důvodu problematické komunikace a časových důvodů. Původním záměrem bylo získat z každého oboru rozhovory od dvou různých zástupců. Větší vzorek respondentů by zaručil vyšší objektivitu diplomové práce. Vzhledem k poměru oslovených exportérů a exportéřů, kteří s rozhovorem souhlasili, ovšem považují za úspěch jeden rozhovor ze všech zmíněných oborů. Zastoupeni byli zástupci velkých, středních i malých firem.

Před začátkem interview jsem se každého respondenta zeptal, zdali si mohu daný rozhovor nahrát a zdali mohu respondenta uvést v práci jménem, či chce-li rozhovor poskytnout anonymně. Celkem 11 z 16 souhlasilo s pořízením nahrávky, tři dotazovaní nechtěli být v práci uvedeni jménem. Nakonec jsem se však z důvodu ochrany respondentů rozhodl při užívání citací z rozhovorů všechny respondenty anonymizovat. U každé citace však uvádím číslo rozhovoru a v nezveřejněných přílohách práce uvádím seznam respondentů.

Zprvu jsem chtěl koncipovat rozhovory jako semi-strukturované. Tato metoda kvalitativního výzkumu je výhodná díky možnosti hlubšího poznání a zkoumání problematiky. V první části rozhovoru měli dotazovaní odpovědět na dvě otevřené otázky „Myslíte, že vy nebo obecně exportéři máte možnost nějak ovlivnit tvorbu exportní strategie, či zaměření ekonomické diplomacie?“ a „Vyhovuje vám současná podoba podpory exporty a ekonomické diplomacie?“

V druhé části rozhovoru jsem připravil tvrzení zaměřená vybraná teritoria (Rusko, EU a Čína²), na která by měli dotazovaní odpovědět na jaké míry s nimi souhlasí na škále: Silně nesouhlasím, nesouhlasím, spíše nesouhlasím – neutrální – spíše souhlasím – souhlasím – silně souhlasím. Nicméně v praxi jsem brzy zjistil, že většina lidí nedá přímou odpověď na takto „dotazníkově“ podanou otázku, a zároveň takto podaná otázka působí v osobním rozhovoru velmi nepřirozeně a naruší jeho kontinuitu. Proto jsem se v zájmu lepšího získání dat rozhodl pokládat tyto otázky na teritoria více otevřeně a přirozeněji a sám poté vyhodnotit, kde se daný názor nachází na již zmíněné škále. Změna formy vedení rozhovoru vedla k přirozenějším odpovědím účastníků a otevřeným reakcím na daná témata. Výsledkem bylo získání zajímavých a reálných odpovědí, nejen „diplomaticky neutrálních“ vyjádření. Většinu

² Tato teritoria byla vybrána na základě několika kritérií. Jedná se o důležité obchodní partnery ČR (autorova vlastní analýza obchodní bilance na základě dat ČSÚ) do kterých v posledních letech směřovaly větší podnikatelské mise s prezidentem ČR (např. březen 2017 - podnikatelská mise do Chorvatska, květen 2017 podnikatelská mise do Číny, podnikatelská mise do Ruska v listopadu 2017) (zdroj: nepublikovaná data získaná během autorova působení na Svazu průmyslu a dopravy)

rozhovorů tedy jsem začínal otázkou na vysvětlení specifík respondentova oboru a souvislostí s ekonomickou diplomacií a podporou exportu. Tato úvodní otázka přirozeně vyvolala další doplňující otázky, kterými jsem postupně směřoval rozhovor k již zmíněným hlavním tématům mé diplomové práce.

Velkou přidanou hodnotou této práce je zmapování a komplexní deskripce názorů a pozice exportérů. Nicméně získaná data se na Likertově škále dají převést do číselných hodnot (v našem případě od -3 do +3). Z takto získaných hodnot se dají sestavit grafy, spočítat průměrné pozice a směrodatné odchylky.

Abych mohl otestovat svoje hypotézy a odpovědět na otázku který teoretických přístupů - ekonomický nacionalismus, či liberalismus, dokáže lépe vysvětlit podobu české ekonomické diplomacie, musím provést také analýzu české zahraniční politiky a ekonomické diplomacie.

Pozici ekonomické diplomacie získám analýzou dokumentů a vybraných kritérií, která budu hodnotit na stejné škále jako pozice exportérů. Vycházejí z liberálního přístupu, pozice exportérů a ekonomické diplomacie by si měla být blízká. Pro analýzu zahraniční politiky provedu obsahovou analýzu vyjádření dvou aktérů, kteří se podílejí na tvorbě české zahraniční politiky - bývalého ministra zahraničí Zaorálka a prezidenta Zemana. Tato vyjádření také hodnotím na odpovídající Likertově škále. Dle ekonomického nacionalismu by pozice ekonomické diplomacie měla být bližší pozici zahraniční politiky. Pozice jednotlivých aktérů pak porovnám za pomocí grafů.

Na tomto místě je nutné uvést jeden nepříznivý fakt, který mohl ovlivnit spolehlivost výzkumu a to tedy, že jediným hodnotitelem (kóderem) jsem byl já sám. Moje vlastní potenciální subjektivita tak mohla zneřádnit výzkum. Významní autoři v oblasti obsahové analýzy udávají, že v případě takového výzkumu je vždy nutné mít alespoň dva hodnotitele, což snižuje subjektivní vlivy a dává možnost spočítat shodu obou hodnotitelů (*interrater reliability*). (Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2002) Protože se zde bavíme o výzkumu v rámci diplomové práce, bylo těžké najít ochotného druhého hodnotitele vzhledem k rozsahu práce (např. samotné zvukové záznamy rozhovorů mají délku více jak 15 hodin)

3. Empirická část

3.1 Analýza pozice exportérů

Na úvod je nutné zmínit, jak sami exportéři vnímají ekonomickou diplomacii a podporu exportu. Pokud se řekne podpora exportu, všichni exportéři si představí především exportní

pojišťovnictví a exportní financování. Ekonomická diplomacie je vnímána především skrze podnikatelské mise a aktivity ambasad při podpoře jejich činnosti v teritoriu.

Podnikatelské mise jsou mezi exportéry velké téma. Většina exportérů chápe, že údělem ekonomické diplomacie je „otevíráním dveří do nových teritorií,, nebo „PR pomoc od státu“. Jak vysvětluje obchodní zástupce středně velké elektrotechnické firmy: *„Podnikatelské mise jsou dobré, ale mají za úkol uspokojit haldy lidí z různých oborů. Mají ale smysl na východě, kde je role státu v ekonomice důležitá, takže pak státní podpora otevírá ty dveře, ale určitě není ani její účel nebo ambice ten obchod nějak dokončit. To je na těch byznysech, stát jen dá „požehnání“, že tahle firma je ok. (Interview č.11)*

Často tak také firmy například načasují podepsání kontraktu či strategické schůzky s partnery právě na datum těchto misí. To vysvětluje obchodní ředitel velké stavební firmy: *„Měli jsme dojednané nějaké kontrakty, mohli jsme to podepsat dřív, mohli jsme to podepsat později, ale podepíše se to tam (na podnikatelské misi), že ono je to takové PR pro tu firmu účastníme se těch větších misí, a když máme co podepsat, abychom se dostali do toho podvědomí“ (Interview č.6)* S tím jasně souhlasí i respondent ze společnosti zabývající se dodávkami řídicích systémů: *„Podnikatelské mise jsou dobré v podstatě když už máte v podstatě projekt před podpisem, máte to vykomunikované, vysoutěžené a pak to tam jedete slavnostně podepsat pod záštitou ministra, prezidenta, náměstka, ale že by vám to pomohlo a že s vámi chodili po těch klíčových partnerech, to jsem zatím nezažila (...) Když je takhle hromadně třeba ta mise, tak tam potkáváme spíš ty samý lidi tak oni se tam jedou spíš ukázat, že je to taková společenská akce a málokdo na základě té mise udělá nějaký obchod, to jsem slyšela vážně jen sporadicky (Interview č.8)*

Dalším výrazným tématem jsou memoranda o spolupráci, která se často podepisují právě při zahraničních návštěvách a podnikatelských misích. Nicméně i zde se exportéři dohodli, že význam memorand je většinou nulový a k jejich naplnění z drtivé většiny nedojde.

„Memoranda jsou jen proto, že si řekneme, že si domluvíme. Já jich mám plný šuplík, je to takové PR pro ministra, že dohodl kšefty, ale nikdy z těch memorand nic nebylo. (Interview č.6)

Přesto, je ale ekonomická diplomacie vnímána jako vítaná pomoc státu. *„Ekonomická diplomacii pomáhá extrémně i když je to jen otevírání dveří“ (Interview č.1)*

Co se týče samotné tvorby exportní strategie a určování směru ekonomické diplomacie, dalo by se z rozhovorů vyčíst, že všichni dotazovaní v této otázce vidí politiku a skoro nikdo není

zcela spokojen s konečným výsledkem. Zároveň však uznávají, že v posledních letech se situace zlepšuje, ať už v možnosti poskytnout zpětnou vazbu či zaměření ekonomické diplomacie ovlivnit. Stá se více zajímá o názor exportérů a vytváří podmínky a projekty, kdy na popud samotných exportérů vznikají akce na pomoc exportu, jako například již zmíněné PROPEdY (Projekty na podporu ekonomické diplomacie). Z vybraných reakcí můžeme citovat: „*Já v tom všem vidím určitě politiku, ale můžu říct, že za poslední léta se hodně věcí změnilo, že ten stát nebo ta snaha těch státních úředníků je, aby ty informace od těch firem co nejvíc sbírali, hodně se ptali, kde máte nemáte problémy atd. ale co se pamatuju, tak v 90. letech tohle vůbec nebylo, takže ano tohle je lepší ale pořád se to může zlepšovat*“ (Interview č.6)

Chválím MZV. Momentálně je tam hodně lidí, co slyší, co ty firmy potřebují, jako pan Tlapa nebo Svoboda (Náměstek ministra zahraničí a ředitel sekce ekonomické diplomacie. Pozn. autor), když člověk po nich chce, aby velvyslanec někde loboval tak to většinou není problém (Interview č.11)

Ta politika státu má obrovské rezervy. (...) Ale když jsme byli v tendrech a byly potřeba nějaké doporučující dopisy od MPO, tak nikdy nebyl problém. (Interview č.10)

Celkově je také vidět trend, kdy zástupci menších firem si myslí, že jejich možnosti jak dát najevo svůj názor či ovlivnit strategii jsou velmi limitované, případně považují svoji zpětnou vazbu za méně důležitou. To je v rozporu s názorem větších firem z nichž skoro každý přiznal, že bývají pozváni či se účastní různých proexportních diskuzí na ministerstvech. Jak vysvětluje jeden z respondentů: „*Když máte velkou firmu, vládni, tak ta samozřejmě asi lobuje na těch vysokých místech vládních a má určitě lepší možnosti, zatímco my máme asi 200 zaměstnanců, takže tam ty možnosti se prezentovat na těch vyšších místech jsou těžší,*“ (Interview č.6)

Podobně se například vyjádřili i potravináři v otázce výběru teritorií pro obsazení agrárními diplomaty. Jak říká respondent zastupující vinaře: „*Potravináři mají specializaci – zemědělské diplomaty. To je člověk na úrovni obchodního rady, ale stará se pouze o zemědělství a potravinářství momentálně. Jde o regiony vybrané ministerstvem zemědělství. To, které jsou prioritní, vytipovalo si to ministerstvo, nás třeba Srbsko a Arábie nezajímá jako vinaře. Je to hluboká analýza ministerstva zemědělství, s tím jednotlivý podniky nemají, co dělat, je tvořeno ze shora*“ (Interview č.1)

S tím souhlasí i anonym z pozice exportního ředitele ze středně velké potravinářské firmy: „*Nepamatuju si, že by byla od nás nějaká zpětná vazba, ale určitě proběhla komunikace s ministerstvem zemědělství, ale spíše na neoficiální úrovni, Myslím, že ze spodu to úplně nejde, je to tvořené primárně ze shora, musí se to řešit systémově.*“ (Interview č.5) Avšak také uznává, že výběr těchto regionů pro obsazení agrárními diplomaty dává smysl a pochvaluje si s nimi spolupráci.

Na těchto příkladech je tedy jasně vidět jeden z konceptů liberalismu a to, že menší firmy vnímají, že nemají takové možnosti ovlivnit politiku jako firmy větší. To, že větší firmy jsou zvány na diskuze o ekonomické diplomacie pak také dokládá, že relativní moc daných sociálních aktérů hraje při tvorbě politiky roli.

Zástupce vinařů, ale dále uznává, že i oni mají možnost se podílet na zaměření ekonomické diplomacie: „*Co vzniká ze spodu – specifikum ministerstva zemědělství jsou dotační tituly – 9HA a 9HB, což je podpora účasti na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí. Ministerstvo se rozhodne na základě průzkumu mezi podnikateli, který probíhá každoročně, na jaké výstavy pojedou ministerstvo a udělá tam velký stánek. Pak existuje možnost se přihlásit na ten samý veletrh a požádat o proplacení stánku, letenky atd., což je obrovská pomoc pro nás.*“, (Interview č.1)

Určitě stojí za zmínku, že naopak některé z větších firem konkrétně z oblasti stavebnictví energetiky a zbrojního průmyslu jsem slyšel názor, že by se stát měl více angažovat právě při domlouvání velkých kontraktů. Tedy můžeme s nadsázkou mluvit o poptávce po merkantilismu ze strany samotných firem. Na příkladu to vysvětluje obchodní ředitel ze stavební společnosti: „*Měli jsme diskuzi na MPO, proexportní financování atd, pomáhaj nepomáhaj a trochu jsme se neshodli na tom. ČR jako stát – největší zakázky ve světě ty největší zakázky ve světě se domlouvají na úrovni nejvyšší, řekněme Německo řekne Rusku, tady vám postavíme 10 nemocnic, stejně jako se Schröder dohodl s Putinem, ve své době, že budou stavět severní větev plynovodu. To se domlouvaly velikánské kšefty, se kterými můžeme ovlivnit Evropu, svět. (...) Historicky to byly mezivládky, kdy to pak ty podniky zahraničního obchodu posouvali dál na ty firmy. My ti postavíme třeba 20 elektráren, aby někdo ze státu řekl, my tady máme 20 firem, my to zafinancujeme a takhle se to domluví na té nejvyšší úrovni. (...) Ty velký věci, světový, se domlouvají nahoře a pouští se to dolů, a to od nás zatím nikdo neumí.*“ (Interview č.6)

To víceméně potvrzuje i další zástupce ze stavební firmy: „*Podpora by pak mohla být v tom, že by se uzavřeli mezivládní dohody, že by se třeba ČR zavázala zpracovat nějaký ideový*

projekt, kde by pak byla nějaká výhoda pro ty český stavební nebo technologický firmy (...) Dneska existuje podpora v tom, že nám stát třeba uhradí cestovné na schůzky nebo místo na veletrhu, ale kdyby se mělo jít po velkých projektech, nějaký velký výstavy dálnic nebo energetický projekty tak v tom by to chtělo podpořit nějak takhle“ (Interview č.9)

Ve velmi zajímavé pozici se nachází česká společnost obchodující se zbrojním materiálem. Obchodní ředitel společnosti, v rozhovoru přiznává, že stát má logicky, kvůli zboží se kterým obchodují, velký vliv na jejich exportní aktivity. Kdykoliv podepisují kontrakt, musí žádat MPO o licenci a tuto licenci jim stát může kdykoliv během obchodu odebrat. Takže se stává, že i po uzavření smlouvy často stát tento obchod i když licenci vydal, pak zakáže. A protože drtivá většina jejich zákazníků jsou vlády, tak se jejich byznys dělá často na diplomatických cestách s ministry. Z logiky věci dává smysl, že stát si bude hlídat právě zbrojní průmysl a ovlivňovat kam má a nemá být tento strategický materiál exportován. K tomu se váže již zmíněná teorie ekonomického nacionalismu, která předpokládá, že stát si určuje své strategické obory. A který obor je může být více strategický než právě zbrojní průmysl.

Avšak na mou otázku do jaké míry tyto podnikatelské cesty směřují do teritorií, kam by chtěli oni, či tam kam to stát považuje za strategické, zástupce zbrojní firmy překvapivě odpovídá: „*Je to řekl bych padesát na padesát, protože oni určitě mají politické zájmy. To je například Gruzie, protože to je přidružený stát NATO a my jsme ho dostali na starosti tak tam jezdíme s nimi, ale obráceně nám taky řeknou: dejte nám seznam zemí, kde se něco děje a my se to tam pokusíme zapracovat. (...)Vzájemně proto konzultujeme s ministerstvem obrany, ministerstvem obchodu i ministerstvem zahraničí oblasti kam by měli vyjet, kde se třeba rýsuje nějaký obchod, tak si děláme plány na výjezdy na rok dopředu a berou nás s nimi – je to velice významné, je to politická ne ekonomická podpora, že za vás prezident nebo někdo bere politickou zodpovědnost, je to garanci že jsme dobrý“ (Interview č.2)*

Čili i firma jež exportuje a obchoduje se strategickým vojenským materiálem a je tedy pod přímým dohledem státu uznává, že mají možnost ovlivnit zaměření ekonomické diplomacie a požádat státní činitele o podporu v jimi vytipovaných teritoriích. A to dokonce, se děje přibližně v padesáti procentech případů, že iniciativa vzniká od nich. To nás přivádí k myšlence, že neexistuje pouze jeden jasný způsob tvorby strategie ekonomické diplomacie - tedy ze shora, či od spodu. Ale jde o jakousi symbiózu obou přístupů.

To, že je exportní strategie tvořena jak dle potřeb exportérů tak podle zájmů státu uznává i generální ředitel české energetické firmy: „*S ministerstvem průmyslu a obchodu jsme neustále v pracovním kontaktu, obracíme se na ně podle aktuální potřeby a setkáváme se s pochopením*

a podporou.(...) Exportní strategie je tvořena se zahrnutím obou možných přístupů a je to tak správně i normální. Vždy existují zájmy jednotlivých exportérů poplatné jejich předmětu podnikání a vždy také existují státní zájmy reflektující mezinárodní politiku dané země, o kterých rozhodují státníci.“ (Interview č.4)

Sám také však uznává, že podpora exportu a ekonomická diplomacie má své nedostatky: *„Myslím, že funguje v rozsahu, jakého je schopna dosáhnout. Ve svém oboru si ve výběrových řízeních, jednáních o podmínkách a financování musíme vše odpracovat sami. Určitě by mohla podpora více reflektovat zpětnou vazbu exportérů a výsledky v daných teritoriích, které ukazují do značné míry nejlépe věrohodnost daného trhu a jeho stabilitu. Když nějaký trh funguje, může to být i v zemi, která svojí podstatou není třeba úplně stabilní, ale z nějakého důvodu funkční trh prostě potřebuje. A to je třeba respektovat zejména při hodnocení rizikovosti takové země.“ (Interview č.4)*

To nás znovu přivádí k myšlence "symbiózy" obou přístupů. Tentokrát však z druhé strany - oba předchozí respondenti uznávají, že se stát snaží aktivně zapojovat do diskuzí s exportéry, získávat od nich zpětnou vazbu a zjišťovat jejich preference. To přesně odpovídá jednomu ze základních bodů liberálního přístupu, tedy že politika je tvořena dle preferencí domácích aktérů. Na druhou stranu však oba předchozí respondenti uznávají, že ne vždy jsou tyto preference vyslyšeny ekonomickou diplomacií. Například v případě trhů, které exportéři považují za stabilní a potenciálně profitní, avšak ekonomická diplomacie je z určitého důvodu vyhodnotila jako rizikové.

Většina zástupců exportních firem tak uznává, že mají nebo měli v minulosti možnosti ovlivnit zaměření státu, co se podpory exportu týče buď zpětnou vazbou při diskuzích, či přímo při výběrů akcí které budou podporovány státem. Mnoho pak v zájmu toho, aby jejich hlas byl více slyšet, formují podnikatelské svazy a sdružení. Jak vysvětluje jeden z respondentů: *„Jsme členové SDIC – Sdružení dodavatelů investičních celků, protože je důležité být v kontaktu s ostatními velkými hráči a taky když je člověk ve sdružení tak to určitě má větší vliv třeba na ministra, že vás spíš vyslyší.“ (Interview č.10)* To přesně potvrzuje jeden ze základních konceptů liberalismu, které jsem představil v teoretickém vymezení práce, a to tedy, že větší vliv na tvorbu politiky budou mít preference aktérů s větší potenciální "mocí". V našem případě to můžeme převést tak, že velké firmy z řad exportérů mají více možností ovlivnit tvorbu a zaměření strategie ekonomické diplomacie. Zároveň se potvrzuje i druhý předpoklad, tedy, že aktéři se stejnými preferencemi se sdružují do větších uskupení, aby tím zvýšili síle své lobby na státní aparát. To je přesně vidět na předchozím

příkladu, kdy respondent uznává, že v rámci podnikatelského svazu jsou jejich požadavky snadněji vyslyšeny.

Právě z tohoto důvodu jsem se také setkal a provedl rozhovor se zástupcem z vedení jednoho z podnikatelských svazů, který zastupoval podnikatele u zrodu Exportní strategie ČR 2012-2020. Vzpomíná, že v 90. letech panoval na ministerstvu zahraničí hlavní názor, že byznys a ekonomika do zahraniční politiky nepatří. Avšak v dnešní době už se vše posunulo lepším směrem a všichni chápou, že ekonomická diplomacie a podpora exportu mají v moderní diplomacii své místo. Velvyslanci a zaměstnanci zahraničních ambasad chápou, že tohle je důležitou součástí jejich práce. Na můj hlavní dotaz, tedy jak vznikala exportní strategie ČR a zdali měla jejich organizace možnost ji ovlivnit, odpovídá: „*Tu hlavní strategii musí samozřejmě dělat stát, ten jí dá na stůl a my se k tomu vyjádříme, takže takhle nějak to funguje a musím říct, že minimálně naše připomínky brané v úvahy byly. Neříkám, že nám tedy vyhověli ve všem, ale pokud tam bylo něco, co nám hodně vadilo, nebo nám to přišlo jako vyložené špatně tak většinou jsme se dohodli a zohlednili to. Takže to myslím, že funguje dobře. (...)* Pravidelně se schází řídicí výbor pro implementaci exportní strategie, toho jsme taky členové, tam se to vyhodnocuje. Nedá se říct, že je to tvořené ani ze zdola nebo ze shora, ale je to tak jak má, že vlastně ta vláda s něčím přijde, nebo ty ministerstva a je diskuze a z toho pak vyplyne nějaký výsledek.“ (Interview č.15) Znovu se tedy můžeme pozastavit nad myšlenkou symbiózy obou přístupů. Stát první při tvorbě strategie vymezí své zájmy a vytvoří draft dokumentu, který je následně ale nabídnut podnikatelským reprezentacím a firmám, které k němu poskytnou zpětnou vazbu. Jak předchozí respondent uznává, tak jejich požadavky jsou ne vždy avšak často a dostatečně vyslyšeny a brány v potaz. Celkový výsledek strategie je tedy kombinací obou přístupů - shora i zdola.

Dále zástupce podnikatelského svazu uznává, že občas je velmi těžká domluva právě se samotnými exportéry, poukazuje například na situaci, kdy se v rámci exportní strategie určovaly tzv. prioritní teritoria. „*Jsou firmy, co nám napíšu, nás zajímá jenom Rusko, východ, tam chtějí naše technologie a pak jsou firmy, co nám řeknou: vyloučeno, jediné Evropa. Je to tu jednodušší, volný trh, žádné bariéry, i se přes ně dostaneme do třetích zemí. Říká se, že třetina exportu do Německa je reexport. Takže pak jsme z toho byli zmatení a nešlo to nějak pořádně vyhodnotit. Takže jsme si zkusili udělat vlastní analýzu podle toho jaký je zájem cest do jakých zemí a co je velice dobrý ukazatel je porada s ekonomickými diplomaty, co děláme koncem června každý rok, a tam je dobrý ukazatel o který ty země / rady je největší zájem.*“ (Interview č.15)

Z odpovědí, které se často opakovaly v rozhovorech, by se tedy daly vyvodit tyto závěry: Nedá se říci, že by exportní strategie a zaměření ekonomické diplomacie byly tvořeny převážně ze spodu podle potřeb exportérů či ze shora podle strategie státu a zahraniční politiky. Exportéři se víceméně shodli, že na exportní strategii má určitě velký vliv politika, avšak většinou také sami uznávají, že zde existuje možnost tuto strategii ovlivnit či přizpůsobit svým potřebám. Zároveň je vidět trend kdy menší podniky nemají tolik možností jak strategii státu ovlivnit jako podniky velké. A i ty se často sdružují do svazů či sdružení, protože tak mají větší možnosti a šance být vyslyšeni. Můžeme tedy formulovat tezi, že exportní strategie je jakousi symbiózou mezi požadavky exportérů a státu. Tato symbióza však není dokonalá, existují zde bariéry jako například komunikační problémy mezi státem a exportéry. Také existuje problém, kdy se nedá tvrdit, že pozice exportérů je vždy jednotná a tedy je těžké ji vyhodnotit.

3.2 Analýza pozice exportérů k vybraným teritoriím

V následujících podkapitolách provedu analýzu dat získaných z rozhovorů s exportéry ohledně tří vybraných teritorií - EU, Ruska a Číny. Pozici každého exportéra k jednotlivým teritoriím jsem hodnotil na upravené sedmibodové Likertově škále s body Velmi negativní - negativní- spíše negativní - neutrální - spíše kladný - kladný - velmi kladný. Tyto body se dají následně adekvátně vyjádřit číselně na stejné škále od -3 do +3. Cílem je mimo jiné zjistit zdali je pozice exportérů jednotná, či naopak pokud jsou mezi jednotlivými exportéry velké rozdíly. Zároveň tak získám průměrnou hodnotu pozice, a následně mohu názory a pozice exportérů k jednotlivým teritoriím poměřit s pozicemi české ekonomické diplomacie a české zahraniční politiky. V prvních třech podkapitolách představím hlavní názory exportérů a slovní hodnocení. Na konci této kapitoly představím a vyhodnotím získaná číselná data.

3.2.1 EU

Pro analýzu teritoria EU měli dotazovaní zástupci exportních firem zareagovat a určit do jaké míry souhlasí či nesouhlasí s tvrzením „Ekonomická diplomacie a podpora exportu by se měla zaměřit spíše na hledání a podporu exportu do nových a vzdálenějších trhů a to na úkor podpory trhu EU.“ Tedy tvrzením, které přímo naráží na pozici exportní strategie ČR, která vyzdvihuje potřebu diverzifikace exportu do států mimo EU. Při rozhovorech byla nakonec především diskutována následující témata: jaký smysl má ekonomická diplomacie na jednotném a transparentním trhu, jaký význam a důležitost má diverzifikace exportu a na jakých trzích je ekonomická diplomacie nejefektivnější.

K mému překvapení jsem zjistil, že většina exportérů má k této otázce velmi vyhraněný názor. Přibližně polovina dotazovaných s prezentovaným tvrzením zcela souhlasila. Jak vysvětluje ředitel pro export potravinářské firmy, který nechtěl být v práci jmenován: *„V rámci evropské unie ekonomická diplomacie nemá svoje místo, je to jednotný trh, ekonomická diplomacie by měla pomáhat snižovat bariéry, které jsou přirozené trhům, co nejsou jednotné.“* (Interview č.5)

Právě argument, že ekonomická diplomacie má větší účinnost na trzích, které nejsou tak transparentní, nebo na trzích, kde má pořád velkou roli stát, zazníval často. S tím souhlasí například i obchodní ředitel ze společnosti se zbrojním materiálem: *„Ne, že by ta ekonomická diplomacie byla zbytečná, to je hloupost, ale vždyť jsme za rohem, když si tady budou chtít koupit pivovar tak se to udělá a nemusí kvůli tomu jezdit ministr do Maďarska. Myslím, že ekonomická diplomacie je mnohem účinnější mimo EU“* (Interview č.2) Obchodní ředitel potravinářské firmy přidává další důvod: *„Ekonomická diplomacie za mě není potřeba v rámci západních trhů, ale je potřeba v rámci východních trhů. Efekt ekonomické diplomacie na západě je mnohem nižší, hlavně z důvodu, že na západě je většina informací volně přístupná na internetu,“* (Interview č.5)

Dalším z důvodů je již zmíněná diverzifikace. Někteří z dotazovaných sdílejí názor exportní strategie, že vysoká míra exportu do EU se jeví jako hrozba. Často zazníval argument vzniku možných problémů v případě další krize a silné závislosti českého exportu na sousedních státech. Jak říká obchodní zástupce jedné z českých elektrotechnických firem: *„Určitě je nutná diverzifikace, podívejte se, když víc jak 80% českého exportu jde do EU tak to je problém (...) pokud nastane nějaký problém či krize v EU, tak budeme nahraný. Ale to není chyba státu jako spíš těch exportérů, občas vidím, že někteří radši než zkoušet nové věci tak chtějí mít jisté to Německo“* (Interview č.11).

„Evropský trh už nemá kam růst, pokud nejste dodavatel tak ten trh neporooste (...) evropský trh už je, dle mého názoru nasycený,“ dodává obchodní ředitel velké strojírenské firmy. (Interview č.13)

Naproti tomu se ovšem objevila druhá polovina, která sdílela zcela opačný názor. Tato skupina vyzdvihovala především stabilitu a jistotu evropského trhu. Jasně to vyjádřil anonym ze středně velké zdravotnické firmy: *"Evropský trh je trh co platí, má jednotnou měnu, je pro nás nejdůležitější, zaplat' pánbůh, že jsme v Evropě a můžeme tu obchodovat (...) nejdůležitější věc pro nás teď je, že bychom měli, co nejdříve přijmout euro"* (Interview č.12)

Hlavními argumenty, proti tomu, aby se ekonomická diplomacie zaměřila především na hledání nových trhů, byly nejen stabilita evropského trhu a jistota s jakou je zde možné obchodovat. Dále se někteří z dotazovaných ostře vyjadřovali proti diverzifikaci na jiné trhy. Především z důvodu nejistoty, či složitosti samotného procesu. Jak říká obchodní ředitel jedné z velkých stavebních firem *„Přišli za mnou takhle pánové z EGAPu a řekli - teď budeme dělat mise a budeme se soustředit na Jižní Ameriku, a já říkám - co tam budeme prodávat, kolik lidí umí španělsky, portugalsky? Ono je pěkný dělat takhle diverzifikaci, ale jako je to daleko, je to hodně odlišný kulturně, takže ano určitým způsobem ano, můžeme to nějak diverzifikovat, ale jsme EU musíme s tím nějak počítat, že bychom teď úplně otočili a řekli od zítřka budeme dělat Jižní Ameriku to jako nikdo neumíme tady.“* (Interview č.6)

Stejně tak to shrnuje obchodní ředitel firmy pro dodávku investičních celků: *„Diverzifikace stojí hrozný peníze, že někdo řekne teď budeme dělat latinskou Ameriku, to je blbost“* (Interview č.10)

Dalším z důvodů také může nedostatek pracovní síly a odborného personálu. Tímto argumentuje obchodní ředitel stavební společnosti: *„Hlavním trhem je pro nás teď EU, už ani jako nemáme tendence začínat teď nové trhy, na to nemáme lidi“* (Interview č.9)

3.2.2 Ruská federace

Pro získání pozice exportérů v případě Ruské federace jsem se zástupci exportních firem hovořil o specifikách obchodu s tímto teritoriem, jejich názoru na největší podnikatelskou misi v historii ČR, která proběhla v listopadu 2017 do Moskvy, a také o tom jaký má smysl ekonomická diplomacie v době sankcí.

Celkově by se dalo říct, že nikdo se nevyjádřil vůči snahám ekonomické diplomacie vůči Ruské federaci negativně. Obecně převládá kladný názor, který považuje Rusy za důležité obchodní partnery i přes momentální geopolitickou situaci. To výborně vysvětluje jeden z respondentů: *„V Rusku byznys je o vztazích a jen o vztazích a protože my jsme Slované, umíme rusky a oni nás znají , a třeba ten náskok co mají Němci v různých věcech, technologických věcech mi pak smažeme nebo i díky těm dobrým vztahům“* (Interview č.10)

Právě snaha udržet si dobré vztahy a kontakty dominuje názor dotazovaných exportérů. Přátelské vztahy s Ruskými partnery a jejich vnímání České republiky jako přátelé země jsou podle exportérů velmi důležitým faktorem pro byznys. Nedá se tak divit, že si někteří dotazovaní exportéři velmi pochvalovali práci prezidenta Miloše Zemana - *„a právě v tomhle hraje prezident Zeman nezaměnitelnou roli, on je tam vážená osoba a znají ho a jeho názory*

a už když tam přijdeme třeba jednat tak nám říkají, jsme rádi, že máte prezidenta Zemana ...“ (Interview č.10) pokračuje obchodní ředitel firmy na dodávku investičních celků. Jeho názor sdílí například i další z respondentů: *„To, co dělá Zeman směrem k Rusku je úžasný, chválím ho, že tam jezdí (...) Hned jak tam přijedete tak nám říkají, že znají Zemana (...) to on se hodně prosazuje o udržení těch dobrých vztahů tam“* (Interview č.8) Prezidenta Zemana bychom tak mohli uvést jako příklad státníka, který v této problematice reaguje dle preferencí zainteresované domácí skupiny - exportérů.

Je k podivu, že i firmy, které momentálně s Ruskem přímo neobchodují, či byly zasaženy sankcemi se vyjadřovali k postoji české ekonomické diplomacie směrem k RF velmi kladně. Příkladem je stavební společnost jejíž obchodní ředitel vysvětluje: *„Máme naší organizační složku v Moskvě, ale žádnou zakázku tam teď nerealizujeme a v nejbližší budoucnosti neplánujeme, ale nechtěli jsme tu pobočku rušit zejména v době sankcí, protože kdybychom v době sankcí zavřeli pobočku tak pak už do Ruska nikdy nemůžeme, tohle oni vnímají silně“* (Interview č.9)

Mnoho dotazovaných si také chválí práci ekonomické diplomacie v Rusku v reakci na sankce. Jak říká anonym z potravinářského průmyslu: *„V Rusku jsme aktivní, ale právě kvůli sankcím jsme museli změnit portfolio, takže teď se tam chystáme otevřít fabriku a ekonomičtí diplomaté nám tam s tím výrazně pomáhají.“* (Interview č.5) To říká i obchodní ředitel firmy ze strojírenského průmyslu : *„Hodně nám ekonomická diplomacie pomohla, je skoro nemožné tam teď jinak proniknout z Evropy, při té poslední podnikatelské misi s prezidentem Zemanem jsme podepsali asi stránkové memorandum“* (Interview č.12) Právě podnikatelskou misi s prezidentem v listopadu 2017 si obecně pochvalovali všichni kdo se jí zúčastnili. Ředitel energetické firmy dodává: *„Konkrétně tato cesta byla pro nás důležitá, setkali jsme se zástupci našich stávajících i potenciálních partnerů. V řadě zemí je přítomnost a podpora vysokého státního činitele důležitá pro prezentaci českých firem. (...) Obecně je třeba podporovat stávající vztahy a připravovat půdu pro nové. To se týká nejen RF. Myslím, že vnímání českých firem jako tradičních, dlouhodobých a perspektivních partnerů je důležité ve všech zemích. Tedy i v Rusku.“* (Interview č.4)

Není však nijak s podivem, ale určitě stojí za zmínku, že většina dotazovaných se vyjádřila negativně vůči sankčním mechanismům a zpochybňovala účinnost sankcí obecně. Můžeme tedy tvrdit, že zde vzniká velký rozkol mezi zahraniční politikou České republiky a názorem exportérů.

3.2.3 Čínská lidová republika

V otázce Číny jsem se zástupci exportních firem hovořil především o tom, jak vnímají obrat české zahraniční politiky a ekonomické diplomacie na Čínu v posledních letech. Jaké výhody a příležitosti obchod s Čínou přináší a také zdali máme Číně co nabídnout.

Řekl bych, že v otázce Číny panuje až na výjimky negativní názor. Důvodů je několik, mnoho exportérů se například vyjádřilo, že Číně nemají co nabídnout. K tomuto zjištění došlo buď již před zkoumaným obdobím na samostatné návštěvě, či přímo při jedné z návštěv.

Pro některé firmy obchod s Čínou nedává smysl kvůli oboru a portfoliu ve kterém podnikají: *"(Číňané) mají levnější pracovní sílu a technologie co tam nemají si během dvou dnů okopírují, z hlediska stavební firmy to nemá význam"* (Interview č.6)

Zajímavý názor vyjádřil exportní manažer nejmenované potravinářské firmy. Ten sice chválí aktivity ekonomické diplomacie, co se týče poskytování informací a možnosti podnikatelských misí, ale zároveň uznává, že brzy zjistili, že proniknout do Číny je pro ně nemožné: *„Jeli jsme do Číny, protože tam byla podnikatelská mise(...) jinak bychom tam nejspíš jeli stejně, ale měli by to jinou formu, ale takhle to vyšlo levněji a to že se o to zajímá česká diplomacie tak zlepšuje rychlost informací – spousta věcí je prozkoumaných, je to rychlejší. (...) Z mého pohledu to dává smysl, ale otázka je do jaké míry to má přínos – pro představu, když se teď rozhodneme, že chceme do Číny tak existují tam české úřady, kterým řeknete co chcete tam vyvážet a oni vám odpoví na 99% otázek, tím pádem po jediné cestě jste schopný zjistit jestli to má pro vás smysl. No a my tam zjistili, že pro nás to smysl nedává, protože Čína má striktní politiku na dovoz potravinářských výrobků, takže umožňují dovoz jen tomu, co nutně potřebují, takže Čína třeba nepotřebuje dovoz masa“* (Interview č.5)

Tento jev by se dal vysvětlit tak, že ekonomická diplomacie má opravdu možnost ovlivnit zaměření exportérů na určitá teritoria, která stát určí jako strategická. Tedy jde o jakousi legitimizaci ekonomického nacionalismu v době globalizace a obecně liberálního obchodu. Na druhou stranu v tomto případě naráží ekonomická diplomacie na stát s velmi protekcionistickou politikou, která tak neguje snahy ekonomické diplomacie.

Druhým argumentem, který v rozhovorech zazněl velmi často, je špatná pověst Číny, co se týče ochrany intelektuálního vlastnictví a kopírování.

Jak říká ředitel jedné z českých zdravotnických firem: *„Nemělo pro nás tohle žádný smysl, z hlediska malé firmy z Čech je pro nás mnoho zajímavějších trhů. Čína chce investovat v*

Evropě, oni si chtějí všechno přivést domů to know-how. Bojovat s Čínou je naivita, myslet si že tam prorazíme, že tam na nás čekají, ani náhodou na nás nečekají. (...)A vzhledem k jejich přístupu k ochranným známkám a plagiátorství pro nás Čína není absolutně atraktivní v ničem“ (Interview č.12)

Stejně jako jak obchodní zástupce elektrotechnické firmy, který nechtěj být jmenován: *„Nevidím jaká je přidaná hodnota toho pro nás (Zaměření ekonomické diplomacie na Čínu – pozn. autor), jestli si někdo myslel, že se tím zvedne export u nás, tak to ne. Neznám českou firmu kromě Homecredit, co by tam nějak silně uspěla, myslím, že všichni se bojí kopírování (Interview č.11)*

Ve zvláštní pozici je právě zbrojní průmysl: *„Několikrát jsme byli v Číně, doufali jsme, že reakci té Číně bude pozitivnější, že to bude k prospěchu, ale myslím, že Čína ani teď to svoje chování nezměnila, že pořád nejsou otevřený, že se jim nedá věřit a my jako členové NATO, se učíme že je to „potenciální“ nepřítel, a my je můžeme vybavit něčím, co si můžou zkopírovat. (Interview č.2)*

Na druhou stranu právě jednou ze zmíněných výjimek, kdo se netají, že zaměření ekonomické diplomacie na Čínu velmi pomohlo jejímu byznysu je zástupce firmy, jež do Číny exportuje víno: *„Co nám extrémně pomohlo v Číně byla ta proexportní politika kterou začal pan prezident (...)Mám k panu prezidentovi různé výhrady, ale za to co nastartoval směrem k té Číně si zaslouží ocenění marketér roku moravských vín (...) Nám tam hrozně moc pomohlo, že v první návštěvě Číny měl ve speciálu naše víno, které se podávalo na první večeři, takže mi můžeme tvrdit, že tohle víno přivezl český prezident, tahle reklama znamená hrozně moc v Číně, stejně tak se pilo naše víno na Hradě když tu byl čínský prezident. Zase obrovská reklama“ (Interview č.1)* Na tomto příkladu můžeme vidět jak v praxi může fungovat ekonomická diplomacie, za použití nástrojů a konceptů, které jsem popsal ve třetí kapitole. Vysoký státní činitel (prezident) představí svému protějšku na zahraniční cestě český produkt (v tomto případě víno) . Tím tento produkt zlegitimizuje a zároveň ho zviditelní. To je ve společnosti , kde je stále velmi silná role státu a lidé "vzhlíží" k vysokým státním činitelům, nevyčísitelná pomoc pro exportéra, kterému jsou tak otevřeny dveře na místní trh a zároveň je mu poskytnuta reklama pro jeho produkt.

Několik dalších dotazovaných vyjádřilo přání spolupracovat s Čínskými firmami na třetích trzích, nicméně uznávají, že dosud nedošlo k žádnému většímu posunu v této oblasti. Jak vysvětluje ředitel firmy působící v oboru energetiky: *V našem oboru je ČLR specifickým trhem, máme zkušenosti z dodávek tam a rádi bychom navázali do budoucna také vzájemnou*

spolupráci i na dalších trzích. Vzájemná výhodnost je klíčový pojem pro veškeré styky se všemi zeměmi byt' připouštím, že v našem oboru je to zatím takové spíše vzájemné "ořukávání se". (Interview č.4)

Případně další anonym z další firmy zajímající se energetikou: "Čína je pro nás nedostupná, cenově nedostižná, navíc není členem OECD, takže je pro ostatní cenově atraktivnější, co se týče financování. Myslím, že ale není třeba s Čínou soupeřit, ale naopak hledat průnik. Čína je centrálně plánovaná ekonomika, snaží se o strategickou expanzi, kapitálově vstupují do investičních firem v cílových zemích, hlavně je zajímají země, kde pak mohou těžit suroviny" (Interview č.7)

Dotazovaní se víceméně shodli, že tento obrat zahraniční politiky a ekonomické diplomacie směrem k Číně je politickým rozhodnutím pocházejícím shora, než že by existovala mezi exportéry poptávka po přiblížení vztahů s Čínou. Jak říká obchodní ředitel firmy obchodující se zbrojním materiálem: „*Myslím, si že je to velký politikum, kdyby se třeba zjistilo, že ty Zemanovy návštěvy zvýší nám HDP o 10% kvůli obchodu s Čínou, tak je to dobrý, ale nestalo se vůbec nic, ani negativně ani pozitivně, je to prostě politická věc. Co tady udělali? Koupili Slavii, koupili Žďas. Kdyby nám Zeman zajistil, že vyvezeme do Číny za 100 mega euro, tak to jo, ale jako velká firma high tech firma to neznám, možná nějaký malý, ale jako HDP se určitě nezvedlo že bychom dováželi do Číny“ (Interview č.2) To uznává i již zmiňovaný zástupce vinařů: „*Ten obrat na Čínu, je to čistě tvořena ze shora, ale díky bohu za to (...) ano klidně se mohlo stát že by se rozhodl půjdeme někam jinam, třeba na Blízký východ, Jižní Ameriku, a to by nám nepomohlo vůbec, ale zase by se tam prodalo něco jiného“ (Interview č.1)**

3.3.4 Vyhodnocení pozice exportérů

Pozici každého exportéra k jednotlivým teritoriím jsem hodnotil na upravené sedmibodové Likertově škále s body Velmi negativní - negativní- spíše negativní - neutrální - spíše kladný - kladný - velmi kladný. Tyto body se dají následně adekvátně vyjádřit číselně na stejné škále od -3 do +3. Výsledné hodnoty z každého rozhovoru jsem zapsal v tabulce č.1. Ta obsahuje i průměrnou pozici exportérů a směrodatnou odchylku od průměru.

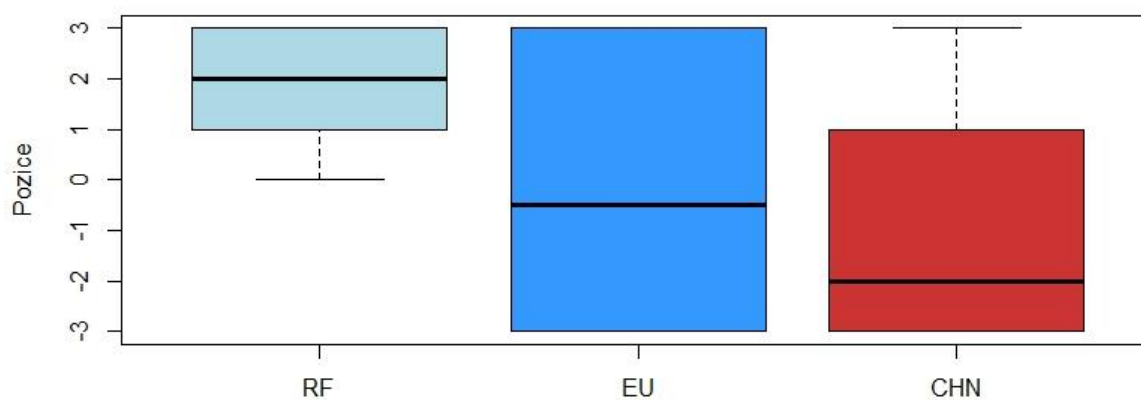
Pro grafické zobrazení dat jsem použil tzv. krabicový graf (*boxplot*). Ten zobrazuje rozložení získaných hodnot a je proto vhodný pro lepší zobrazení pozice jednotlivých aktérů. Tučná čára uvnitř obdélníku zobrazuje medián, samotný obdélník je ohraničen polohou dolního a horního kvartilu (tedy 25tý a 75tý percentil) Tzv. fousky, vycházející z obdélníkové tvaru označují hodnoty 1,5 krát interkvartil (hodnoty mezi dolním a horním kvartilem), což je ve

většinou také maximum a minimum. Samostatné body označují tzv. odlehlé, ojedinělé, extrémní hodnoty (*outliers*).

	EU	Čína	RF
Interview č.1	0	3	1
Interview č.2	-2	-3	1
Interview č.3	3	1	0
Interview č.4	-1	1	3
Interview č.5	-3	0	3
Interview č.6	3	-3	1
Interview č.7	3	-1	1
Interview č.8	-2	1	3
Interview č.9	3	-3	1
Interview č.10	3	-3	3
Interview č.11	-3	-3	2
Interview č.12	3	-3	2
Interview č.13	-3	-1	3
Interview č.14	-3	-3	3
Aritmetický průměr	0,07	-1,21	1,93
Směrodatná odchylka	2,76	2,08	1,07
Medián	-0,50	-2,00	2,00

Tabulka č.1, "Pozice exportérů", vlastní zpracování

POZICE EXPORTÉRŮ



Graf č. 1, "Pozice exportérů", vlastní zpracování

Z grafu č. 1 je možné vyčíst, že pozice dotazovaných zástupců exportních firem byla směrem k Rusku velmi jednotná. Průměrná pozice exportérů vychází jako 1.93, tedy bodu, který na škále odpovídá bodu "Kladné". Z grafu můžeme vyčíst jasně viditelný jev a to tedy, že se žádný z exportérů nevyjádřil negativně. Z rozhovorů se dá vysledovat, že je to dané především historickými faktory. České firmy jsou díky společné historii dobře etablované na ruském trhu. Většina respondentů považuje za velmi důležité podnikatelské mise a návštěvy vysokých státních činitelů do tohoto teritoria a obecně zdůrazňují důležitou roli ekonomické diplomacie při udržování těchto dobrých vztahů s ruskými partnery.

Průměrná hodnota pozice exportérů k EU vychází jako neutrálních 0,07. Nicméně je to dané tím, že pozice vybraného vzorku exportérů byla velmi polarizovaná, přibližně polovina byla zcela pro, druhá pak zcela proti. To dokazuje také téměř maximální směrodatná odchylka 2,76. (viz. Tabulka č.1) Je to dané především specifičností a odlišností trhu EU. Trh v rámci EU je snadno přístupný, jednotný a transparentní. (např. interview č. 5, 11, 12) Ekonomická diplomacie se zde proto zabývá odlišnou prací než ve vzdálenějších teritoriích, kde jde především o snahu pomoci exportérům na trh proniknout. Ekonomická diplomacie tak například v rámci evropského trhu řeší vyjednávání na úrovni institucí EU nebo z provedených rozhovorů mohou uvést příklad stavebních firem, kterým ekonomická diplomacie pomáhá řešit problémy v otázkách české pracovní síly, která je dlouhodobě umístěna na stavbách v zahraničí. (Interview č. 9, 16)

Srovnání s druhými zkoumanými teritorii je proto v případě EU složité. Někteří exportéři se totiž vyjádřili negativně ne z důvodu, že by nechtěli s EU obchodovat, ale protože si myslí, že ekonomická diplomacie na jednotném trhu nemá smysl a je mnohem účinnější v jiných teritoriích. Avšak našly se i firmy, které už evropský trh považují za nasycený. Rozdíly byly často dané specifičností komodit, se kterými firmy obchodují.

Z rozhovorů často vyplývá, že některé firmy mají podobné produkty jako například společnosti, které bychom mohli nazvat "národními šampiony", většinou z Německa či Francie. Místo konkurování si s těmito firmami na evropském trhu, se tedy raději zaměří na export do východních teritorií, kde mají geograficky-historickou výhodu. (Interview č. 8, 10,11,13) Dalším příkladem jsou vinaři, pro které je evropský trh již nasycený vínem francouzským, španělským, německým atd. (Interview č.1)

Na druhou stranu firmy, které působí především jako subdodavatelé, mají větší úspěch v obchodu se svými většími evropskými partnery, a to převážně z Německa, zatímco proniknout do nových teritorií je pro ně velmi složité. (Interview č. Dalším důvodem

zmiňovaným z řad exportérů, kteří se vyjádřili převážně kladně, je současná situace na trhu práce. Vzhledem k nedostatku pracovní síly je pro firmy nemyslitelné začínat expanze do nových a vzdálených teritorií. (např. v interview č. 9)

Při analýze pozice exportérů ohledně Číny se projevilo, že většina (devět) respondentů se vyjádřilo negativně, a to převážně bodem "velmi negativní". Jako důvody byly uváděny především protekcionismus čínského trhu, státní zásahy do čínské ekonomiky, či strach o vlastní technologie vzhledem ke slabé ochraně duševního vlastnictví v Číně.

Celkový průměr pozic všech respondentů je však -1,21, tedy blíže bodu "spíše záporný". Je to dáno tím, že v analýze se vyskytli respondenti, kteří doufají ve spolupráce s čínskou stranou na třetích trzích. Ti také často podepsali s čínskou stranou memoranda, především při návštěvě čínského prezidenta v ČR. Nicméně tyto respondenti uznávají, že tato memoranda pro ně zatím zůstávají bez jakékoliv odezvy a k žádnému posunu zatím nedošlo. (interview č. 4, 7) Dalším příkladem je respondent, jež byl schopen se díky ekonomické diplomacii do Číny snadno podívat a provést analýzu trhu. Nicméně na místě brzy zjistil, že expanze do Číny je pro něj nevýhodná. (Interview č. 5)

V mém vzorku respondentů se objevil jediný, kdo se vyjádřil "velmi kladně", a to již zmiňovaná zástupkyně vinařů. (Interview č. 1)

3.3 Analýza pozice české ekonomické diplomacie

Abych mohl vyvrátit, či potvrdit své hypotézy, musím provést také další separátní analýzu a to analýzu pozice české ekonomické diplomacie ke stejným teritoriím, ke kterým se vyjádřili exportéři. Jako metodu jsem logicky zvolil stejnou škálu s rozsahem od -3 do 3, aby bylo možné jasně porovnat pozice. K tomu bylo třeba nastavit jednotlivé body této analýzy a škály, aby byly porovnatelné. Příklad: Pokud jsme určili nejzápornější bod pozice exportérů jako "Nechceme s tímto teritoriem mít nic společného; ekonomická diplomacie směrem k tomuto teritoriu nemá smysl" tak odpovídající nejzápornější hodnota pozice ekonomické diplomacie je " Konec podpory exportu do teritoria; zrušení všech kanceláří a pozic na podporu exportu a přesunutí těchto zdrojů do jiných teritorií".

Pro analýzu vztahu ekonomické diplomacie k vybraným teritoriím jsem vybral a hodnotil tři kritéria. První byla rétorika použitá v oficiálních dokumentech ekonomické diplomacie a formulované exportní strategie, druhé podpora zahraničních výstav a veletrhů, třetí pak zřizování či rušení pozic ekonomických diplomatů a kanceláří CzechTrade ve zkoumaném období od roku 2014 do konce roku 2017.

V následujících podkapitolách slovně představím pozici ekonomické diplomacie ke každému teritoriu. V závěrečné části kapitoly pak představím také číselné zhodnocení analýzy.

3.3.1 EU

Výchozí pozice ekonomické diplomacie směrem k EU je formulována již v úvodu „Exportní strategie ČR 2012 – 2020“ při formulaci klíčových faktorů při tvorbě strategie: *„Stávající vysoká orientace českých exportních odvětví na trhy EU a zároveň rostoucí míra odvětvové specializace a nízký objem exportu služeb s vysokou přidanou hodnotou je potenciální hrozbou pro českou ekonomiku. Proexportní nástroje musejí aktivně působit k tomu, aby čeští vývozcí pronikali na trhy mimo krizí zmítanou EU a rovněž aby se zvyšoval podíl exportů založených na vyšší přidané hodnotě.“* (MPO, 2012) Exportní strategie tedy považuje vysoký export do zemí Evropské unie za hrozbu a jedním z hlavních cílů je diverzifikace exportu. Jako cíle pak exportní strategie určuje zvýšení objemu vývozu do zemí mimo EU v korunovém vyjádření o 50% do roku 2020 ve srovnání s rokem 2010, dvojnásobné meziroční tempo růstu vývozu do zemí mimo EU ve srovnání s vývozem do EU a zvýšení počtu exportérů do zemí mimo EU o 25 % do roku 2020 (MPO, 2012).

I další dokumenty z pozdějších let zdůrazňují nutnost diverzifikace – *„Cílem většiny českých exportérů a zainteresovaných institucí je snížit vysokou závislost na zemích Evropské unie rozšířením portfolia obchodních partnerů o nová odbytiště. Rozvíjet obchodní vztahy s perspektivními trhy mimo EU se v roce 2015 dařilo, a to především s rozvojovými zeměmi, kam objem vyvezeného zboží meziročně stoupl“* (MPO, 2015).

Některé přichází s takovouto rétorikou: *„Tato vysoká teritoriální závislost na vývozu do zemí EU a zbožová závislost na vývozu automobilového průmyslu však zároveň ohrožuje další vývoj. Stát se snaží vytvářet podmínky pro usnadnění přístupu českých podnikatelů na mimoevropské trhy (podpora sjednávání dohod o volném obchodu, zvýšení počtu ekonomických diplomatů a místních specialistů na ZÚ ČR mimo Evropu, zvýšení počtu zahraničních kanceláří CzechTrade mimo Evropu, podnikatelské mise mimo Evropu atd.), příznivá ekonomická situace v EU a poptávka po českém zboží znamená, že podíl zemí EU na českých vývozech se zvyšuje. V rámci zemí EU se stále zlepšují podmínky vnitřního trhu, desítky let jsou odstraňovány bariéry mezi členskými zeměmi, takže i to znamená, že pro exportéry je přirozenější vyvážet do zemí EU než do vzdálenějších zemí, kde jsou omezováni různými tarifními i netarifními překážkami. Výraznější snižování vývozu do zemí EU a jejich zvyšování do zemí mimoevropských je tedy z řady důvodů omezené. Přesto je potřebné, aby*

stát v opatřeních na podporu diverzifikace pokračoval a napomáhal firmám k expanzi na tyto mimoevropské trhy, i když rozhodnutí o vývozní destinaci bude vždy záležet jen na firmě samotné. „ (MPO, 2016b)

Nicméně například Exekutivní shrnutí Zprávy o plnění exportní strategie za rok 2014, zdůrazňuje i nutnost udržení stávajících evropských trhů. *„I když proces diverzifikace je důležitý, neméně významné je trvalé udržení trhů EU. Z vývoje posledních let vyplývá, že nelze jednoznačně naplánovat tempo růstu vývozu do zemí mimo EU a stále zvyšování podílu těchto zemí na celkovém vývozu, neboť jde často o vliv řady faktorů s proměnlivou působností časovou i teritoriální. Přesto, nebo právě proto, budou i nadále opatření Exportní strategie zaměřena nejen na udržení objemu vývozu do zemí EU a na aktivní obchodní bilanci v této relaci, ale hlavně na podporu vývozních aktivit do zemí mimo EU.“ (MPO, 2015)*

Ohledně veletrhů a výstav si EU jako teritorium nevedlo špatně. Za období 2014 – 2017 proběhlo celkem 33 zahraničních akcí v EU s oficiální účastí ČR, což znamená, že při celkovém počtu 119 akcí jich více než čtvrtina proběhla v rámci EU. Ačkoliv to může být dáno geografickou blízkostí a tedy i finanční výhodností, je vidět velký nárůst po roce 2014, ve kterém proběhly v rámci států EU pouze 4 takovéto akce. V letech 2015 jich bylo již 10, stejně jako v roce 2017. V roce 2016 proběhlo v EU 9 akcí s oficiální účastí ČR. Jak již naznačuje exportní strategie, v daném období nedocházelo k žádnému razantnímu posílení pozic ekonomických diplomatů, či agentur CzechTrade v rámci EU. Nicméně je nutno uvést, že nedocházelo ani k žádnému rušení těchto pozic.

Z dokumentů exportní strategie by se tedy dalo říci, že názor ekonomické diplomacie na Evropskou unii vypadá převážně negativně. Podle cílů exportní strategie by se dalo pochopit, že ekonomická diplomacie by se zaměřit spíše na neevropská teritoria v zájmu diverzifikaci exportu a to na úkor zemí EU, nicméně k osvětlení dané situace přispěl vysoce postavený úředník jež se zabývá na ministerstvu agendou ekonomické diplomacie, s nímž jsem také provedl jeden z rozhovorů. Ten vysvětluje, že ačkoliv opravdu ekonomická diplomacie pracuje častěji více s východními teritorii a snaží se exportérům ukazovat více příležitosti mimo Evropu, tak určitě zde nejde o prioritizaci na úkor EU. Každé teritorium má dle něj svá specifika práce a v Evropě pracuje ekonomická diplomacie často spíše na úrovni institucí EU. Hlavním problémem, který vidí jako důvod proč se snažit o diverzifikaci a ukazovat exportérům spíše nové trhy je dle něj otázka reexportu: *„Co se snažíme v rámci diverzifikace je napřímit vztahy. Dnes asi třetina našeho vývozu jde do Německa a z toho třetina jsou čisté reexporty někam jinam. Tak třeba v Thajsku se budeme snažit, aby se české značky, co se tam*

vyvází se tam dostaly napřímo, čímž tedy zvýšíme tu naši přidanou hodnotu a marži“ (Interview č.16)

3.3.2 Čínská lidová republika

V roce 2014 začalo období, kdy se česká zahraniční politika a podobně i ekonomická diplomacie začala zaměřovat na spolupráci s Čínou. Sama exportní strategie to nazývá „restartem“ vztahů: „Po období stagnace Česko – čínských vztahů, která se odrazila i v obchodně-ekonomické oblasti, došlo v roce 2014 k restartu vzájemných styků, což se v průběhu roku 2015 projevilo výrazným oživením obchodních a investičních aktivit.“ (MPO, 2015)

Celkově je ve všech dokumentech vidět kladná a optimistická rétorika. Exportní strategie a zprávy o jejím plnění často zmiňují vysoká očekávání z bilaterálních setkání a vyzdvihují úspěchy v rámci nových navázaných vztahů, např. „Důležitým nástrojem pro rozvoj obchodních a hospodářských vztahů je Česko – čínský Ekonomický smíšený výbor v gesci MPO, jehož pravidelná roční zasedání byla po šestileté pauze obnovena (9. zasedání se konalo v srpnu 2014 v Praze, 10. zasedání v Pekingu v září 2015). V průběhu roku 2015 proběhla řada významných bilaterálních akcí na vrcholové úrovni (návštěvy prezidenta a předsedy vlády ČR v ČLR), na úrovni ministra průmyslu a obchodu i dalších vedoucích představitelů MPO a po linii představitelů regionů a významných firem. Odrazem těchto výměn bylo navázání přímého dopravního spojení mezi Prahou a Pekingem a zintenzivnění vzájemných kontaktů mezi organizacemi a firmami obou zemí. Výrazně rostoucí trend zaznamenaly vyšší formy hospodářské spolupráce, formou zakládání společných podniků a přílivu přímých zahraničních investic z ČLR do ČR.“ (MPO, 2016b)

Nicméně je nutné podotknout, že zprávy o plnění exportní strategie se často spíše omezují k vyzdvihování úspěchů některých zaběhnutých firem v teritoriu. Ve zprávě se tak například každoročně dozvídáme, že hlavní položkou českých vývozů do Číny jsou osobní automobily, a že Čína je největším vývozním trhem pro Škodu Auto, ačkoliv ta zde působí již od roku 2005. Velmi optimisticky jsou prezentovány plánované návštěvy prezidenta Zemana v teritoriu: „Dalším impulzem pro rozvoj vzájemných vztahů bude návštěva prezidenta ČLR s podnikatelským doprovodem v ČR koncem března 2016. Během této návštěvy se předpokládá podpis řady dokumentů významných pro další rozvoj obchodní a hospodářské spolupráce.“ (MPO, 2015) A porovnání s úryvkem ze zprávy o rok později „Dalším impulzem pro rozvoj vzájemných vztahů bude návštěva českého prezidenta v ČLR v květnu 2017. Během této

návštěvy se předpokládá podpis řady dokumentů významných pro další rozvoj obchodní a hospodářské spolupráce.“ (MPO, 2016b). Je nutno podotknout, že zprávy z následujících let se ne vždy vrací k těmto událostem, aby vyhodnotili jejich úspěšnost. Přesto je nutné vyzdvihnout především snahu prezidenta, který se díky de facto každoročním cestám do Číny, při kterých ho doprovázely podnikatelské delegace, jeví jako hlavní iniciátor ekonomické diplomacie v tomto teritoriu.

Ve vybraném období je jasně vidět snaha posílit pozice ekonomické diplomacie v Číně. V roce 2014 byla otevřena kancelář CzechTrade v Pekingu a v roce 2017 pak i v Guanzhou. V roce 2015 byl otevřen generální konzulát v Chengdu s ekonomickým úsekem obsazeným ekonomickým diplomatem. Ve následujícím roce byl ministerstvem zemědělství vyslán do Pekingu i tzv. agrární diplomat, zaměřující se na zemědělskou a potravinářskou problematiku. V otázce veletrhů a výstav s oficiální účastí ČR a MPO však nedošlo k žádným významným změnám, v každém ze sledovaných roků proběhly vždy 3 akce.

3.3.3 Ruská federace

Vztahy mezi Českou republikou a Ruskou federací byly v polovině roku 2014 silně poznamenány ukrajinskou krizí a následnými sankcemi EU uvalenými na Rusko, ke kterým se připojila i ČR. Vzhledem k těmto událostem by se dalo logicky očekávat, že ekonomická diplomacie se může vydat cestou omezení vztahů s RF a přesměrování svého úsilí na jiná teritoria. Nicméně česká ekonomická diplomacie zvolila zcela opačnou cestu, tedy cestou naopak posílit vztahy počtem bilaterálních akcí a ministerských návštěv. To především do oblasti regionů RF. *„V souladu s Implementačním plánem Vlády ČR v reakci na rusko-ukrajinskou krizi došlo k výraznému posílení vektoru spolupráce s regiony RF na úkor méně intenzivních kontaktů a spolupráce s federálním centrem. Tento záměr se daří plnit přes objektivní potíže, které se samozřejmě nevyhnuly i podnikatelským subjektům z prioritních a sledovaných regionů RF z pohledu ČR.“ (MPO, 2015)*

Zprávy o plnění exportní strategie velmi vyzdvihují právě mnohočetné cesty a setkání na ministerské úrovni s představiteli ruských regionů, např. *„V roce 2015 proběhla na ministerské a vyšší úrovni setkání s pěti vrcholnými představiteli ruských regionů (Republika Tatarstán, Sverdlovská oblast, Tjumeňská oblast, Voroněžská oblast, Uljanovská oblast). Podařilo se uskutečnit zasedání řady pracovních skupin pro spolupráci mezi ČR a ruskými regiony (Republika Tatarstán, Sverdlovská oblast, Moskva). V jednání je obnova či zahájení činnosti pracovních skupin pro spolupráci s Vládou Petrohradu, Uljanovskou oblastí,*

Čeljabinskou oblastí, Republikou Baškortostán. Ve všech těchto případech dominují témata ekonomické spolupráce a přímé podpory ekonomických a investičních projektů realizovaných subjekty ČR a dotčených regionů.“ (MPO, 2016b) případně „Na úrovni náměstka ministra proběhly čtyři akce zaměřené na rozvoj spolupráce s Republikou Tatarstán (zasedání pracovní skupiny ČR - Tatarstán, podnikatelské fórum, podpora účasti českých společností na výstavě Mašinostrojenie a Metallobrabortka v Kazani).“ (MPO, 2017)

V roce 2016 navíc došlo i k obnovení kontaktů s federálním centrem: „*Stěžejní akcí bylo výše uvedené zasedání česko-ruské Mezivládní komise (spolupředsednictví s ministrem průmyslu a obchodu RF Manturovem), dále lze zmínit setkání s náměstkou ministra průmyslu a obchodu RF – Boginským (jednání k situaci v Aircraft Industries), Kalamanovem (MSV Brno – Ruský business den a doprovodná akce), Morozovem (jednání v rámci cesty do Samarské oblasti – otevření linky Brisk Tábor v Togliatti).*“ (MPO, 2017)

Zároveň zprávy o zprávy o plnění exportní strategie používají kladnou rétoriku, ohledně česko–ruských obchodních vztahů, realitě navzdory: „*Český export i nadále klesal, nicméně pokles se značně zpomalil. V r. 2017 již můžeme očekávat stagnaci a postupnou tendenci k mírnému růstu. K tomu se MPO snažilo vytvořit podmínky – jednak organizací či participací na realizaci velkého množství proexportně zaměřených akcí a jednak podporou aktivit českých krajů na meziregionální úrovni. Právě regionální aktivity lze spolu s intenzifikací činnosti MVK hodnotit jako největší úspěch v této relaci.*“ (MPO, 2017)

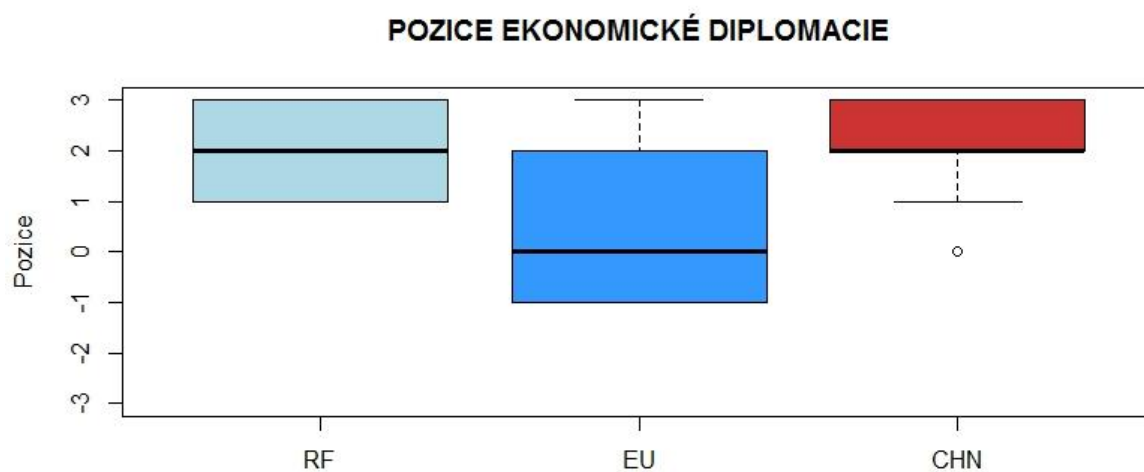
V roce 2016 došlo k dalšímu posílení ekonomické diplomacie ve formě jmenování do funkce tzv. zemědělského diplomata v Moskvě, jehož hlavní funkcí je právě podpora exportu a pomoc exportérům z potravinářského a zemědělského průmyslu. Za zmínku stojí i největší podnikatelská mise v historii ČR v listopadu 2017 do Ruska s prezidentem Zemanem. Velikost mise však svědčí především o zájmu samotných exportérů o toto teritorium a vyslyšení jejich poptávky ekonomickou diplomacií.

Ve zkoumaném období proběhlo v RF celkem 18 veletrhů či výstav za oficiální účasti ČR. To tvoří celkového počtu 119 oficiálních účastí více jak 15%. Nicméně je zde vidět klesající tendence. V roce 2014 bylo podporovaných akcí 8, o rok později už pouze 5 a v letech 2016 a 2017 tři akce každý rok. Vysoký počet v roce 2014 však může být daný zvýšeným počtem akcí především díky olympiádě v Soči, kterou provázeli akce za oficiální účasti ČR. V porovnání s ostatními zeměmi jde však stále o druhý největší počet akcí za oficiální účasti ČR. V roce 2017 se RF zařadila se třemi akcemi na druhé místo za Německo se čtyřmi.

3.3.4 Zhodnocení pozice ekonomické diplomacie

	Rusko	EU	Čína
Hodnocení dokumentů	2,5	0	2,25
Účast MPO veletrhy	1	3	0,5
Změny ZÚ a exportních agentur	1	0	3
Celkový průměr ³	2	0,5	2
Směrodatná odchylka	0,89	1,64	1
Medián	2	0	2
Počet pozorování	10	10	10

Tabulka č.2, "Pozice ekonomické diplomacie", vlastní zpracování



Graf č. 2, Pozice ekonomické diplomacie, vlastní zpracování

Při analýze teritoria EU je z grafu č. 2 vidět, že hodnoty mají největší rozptyl z ostatních teritorií. Je to dané tím, že některé dokumenty ekonomické diplomacie byly kritičtější vůči EU a velmi zdůrazňovali nutnost diverzifikace mimo EU, dokumenty z pozdějších let, po

³ Průměrná hodnota byla měřena ze všech proměnných analýzy, nikoliv jako průměr hodnot uvedených v tabulce - obecně platí, že analýza dokumentů měla při počítání průměru větší váhu.

vydání aktualizované Exportní strategie, pak oplývaly více smířlivou rétorikou. To, společně se znovu zaměřením na Evropské veletrhy a výstavy v posledních letech vytváří průměr 0,5. Tedy hodnotu mezi bodem neutrální a spíše kladné. Při rozhovoru s vysokým státním úředníkem zabývajícím se agendou ekonomické diplomacie mi byla tato pozice schválena. Celkově jsme se shodli, že pozice ekonomické diplomacie k EU by se dala shrnout v tvrzení „*Existuje potřeba diverzifikace exportu mimo EU avšak zároveň se snahou nepřijít o obchodní kontakty v EU a udržet s evropskými státy aktivní obchodní bilanci*“.

I přes nepříznivou geopolitickou situaci se snažila česká ekonomická diplomacie udržet dobré obchodní vztahy. V reakci na sankce došlo k intenzifikaci vztahů s regiony a zvýšenému počtu podnikatelských misí do Ruska. Byla také vytvořena pozice zemědělského diplomata. Nicméně v oblasti výstav a veletrhů s oficiální účastí ČR můžeme po úvodních letech sledovat jasný pokles. Celkově vztah ekonomické diplomacie k Ruské federaci vychází jako „kladný“, tedy průměrný bod 2.

Ve zkoumaném období je vidět velká snaha o podporu Číny ekonomickou diplomacií, především v oblasti posilování pozic agentury CzechTrade a vytváření nových diplomatických pozic v teritoriu. Ohledně podpory veletrhů zde nedošlo ve zkoumaném období k žádným větším změnám, to může být dané geografickou vzdáleností a finanční náročností. Co se týče analýzy dokumentů, je zde vidět fenomén, kdy dokumenty se často snaží být spíše optimistické ohledně zahraničních cest a často také pravidelně zdůrazňují firmy, které dokázaly na čínský trh prorazit. Průměrná hodnota tak vychází jako bod 2, tedy kladné.

3.4 Analýza zahraniční politiky

V rámci toho abych otestoval své hypotézy a mohl odpovědět na výzkumnou otázku „*Je strategie české ekonomické diplomacie tvořena ze shora dle potřeb státu, či naopak od spodu, podle preferencí exportérů?*“ je nutné provést analýzu zahraniční politiky ohledně vztahu ke třem vybraným teritoriím EU, Rusku a Číně. Takto získám pozici české zahraniční politiky, kterou budu moci porovnat s již získanými pozicemi exportérů a ekonomické diplomacie. Vycházíme - li z teorie ekonomického nacionalismu, pak pozice ekonomické diplomacie bude bližší pozici zahraniční politiky. Je nutné připomenout, že v této analýze hodnotím mezinárodní politiku obecně, nejde tedy pouze o politiku obchodní jako v předešlých analýzách.

Pro svoji analýzu zahraniční politiky jsem provedl obsahovou analýzu vyjádření dvou aktérů, kteří se podílejí na tvorbě české zahraniční politiky - bývalého ministra zahraničí Zaorálka a prezidenta Zemana. Analýza se týká projevů z období 2014 – 2017.⁴ Celkem jsem takto analyzoval 125 výroků.

Aby bylo možné porovnat pozici zahraniční politiky s pozicí ekonomické diplomacie a pozicí exportérů bylo nutné sjednotit měření. Každé vyjádření jsem hodnotil na stejné sedmibodové škále jako v předchozích analýzách: „Velmi záporný – záporný – spíše záporný – neutrální – spíše kladný – kladný – velmi kladný.“ Číselně byla stupnice vyjádřena od -3 (velmi záporný) do +3 (velmi kladný). Samotné body jsem při kódování nastavil tak, aby byly srovnatelné s pozicemi exportérů a ekonomické diplomacie. Příklad: Pokud bychom zahraniční politiku hodnotily v absolutních hodnotách pak by nejzápornější bod mohl být vyjádřen jako "válečný stav". Pokud jsme však v předchozí analýze nastavily nejzápornější bod pozice exportérů jako "Nechceme s tímto teritoriem mít žádné obchodní vztahy ; ekonomická diplomacie směrem k tomuto teritoriu nemá smysl", pak adekvátní nejzápornější bod zahraniční politiky bude již "Uvalení sankcí".

V následujících třech podkapitolách představím vývoj pozice české zahraniční politiky k jednotlivým teritoriím, klíčové události, které tuto pozici ovlivnily a příklady klíčových vyjádření obou aktérů.⁵ V samostatné podkapitole na konci této kapitoly předložím číselné výsledky analýzy a jejich zhodnocení.

3.4.1 Ruská Federace

Rok 2014 znamenal zvrat ve vztazích mezi ČR kvůli ukrajinské krizi a ruské anexi Krymu. Velmi kritický byl právě ministr Zaorálek, ten se sice zpočátku držel méně kritické rétoriky (např. výrok č. 1 - "*I Rusko je součástí řešení situace na Ukrajině*"), brzy však přešel do velmi kritické pozice. ČR se následně také připojila ke třem vlnám sankcí EU, zároveň však došlo k vyjednání výjimek z původního návrhu, z obavy o pozice českých exportérů. Ministr Zaorálek ve své kritické rétorice pokračoval i v dalších letech a to například v otázkách podpory evropských euroskeptických stran Ruskem: „*Je mnoho těch, kteří mají zájem na tom,*

⁴ Jako zdroj byly použity projevy a poskytnuté rozhovory ministra Zaorálka dostupné z oficiálních stránek ministerstva zahraničí ze sekce „Články a projevy ministrů“ (dostupné z https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/archivy/clanky_a_projevy_ministru/index.html) a projevy prezidenta Zemana dostupné z oficiálních stránek Správy Pražského hradu ze sekce „Vybrané projevy a rozhovory“ (dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/>)

⁵ U každé citace výroku uvádím také číslo pod kterým je daný výrok možné dohledat v samotné analýze v excelové příloze této práce "Analýza zahraniční politiky". .

aby se Evropa rozpadala a fragmentovala. Třeba proto, že takto je to moc silný partner. Ted' jsem v Hamburku poslouchal ruského ministra zahraničí Lavrova, který říká, že všechny evropské státy jsou nechutně disciplinovaně jednotné, že nemá cenu Evropany někam volit. Takže to vadí. Najednou vadí, že jsme schopni se na něčem dohodnout. Je to příliš velká síla a je zájem Evropu drobit“ (Právo, 2016) (Výrok č. 30) nebo také poukazoval na stále trvající hrozbu ze strany Ruska: „Existuje reálná hrozba narušení hranic členských států NATO Ruskem? Bezpochyby. O tom někdo pochybuje? Běžte se podívat do Pobaltí či Polska a zjistíte, že řada zemí se cítí bezprostředně ohrožena, atmosféra je tam skoro tísnivá. Nebezpečné incidenty a provokace nervozitu zvyšují. Je třeba vytvořit mechanismy, jež by zabránily, aby kvůli nějaké náhodě či omylu došlo ke střetu s nekontrolovatelnými důsledky. Proto ministři NATO souhlasili s tím, že je třeba obnovit mechanismy varování a informování se mezi Ruskem a členskými státy.“ (Právo 2015)(Výrok č.25)

Tuto vládní rétoriku a pozici ministerstva zahraničí, ale narušoval prezident Zeman. Ten sice zpočátku silně kritizoval ruskou agresi vůči Krymu, např. „*Rusko chladnokrevně využilo slabosti Ukrajiny, slabosti ukrajinské vlády, zejména nešťastného kroku, kterým byl jazykový zákon, protože zakázat třetině obyvatelstva používání mateřského jazyka, dokáže jenom idiot. A našim úkolem je posílit Ukrajinu. Proto vítám brzký podpis asociální dohody Ukrajiny s EU, protože toto je jediný způsob, jak Ukrajina může být rovnoprávným partnerem Ruska.*“ (Zeman, 2014) (Výrok č. 36) Nicméně brzy změnil svoji rétoriku a celkově zdůrazňoval negativní dopady sankcí na českou ekonomiku. „*A pokud jde o sankce vůči Rusku, rád bych vám uvedl jeden naprosto drobný, ale zajímavý příklad. Jak víte, tyto sankce vyvolaly sankce z ruské strany, tedy protisankce, které mimo jiné vedly k tak všednímu a nezajímavému jevu, jako je zákaz dovozu vepřového z Evropské unie. Česká republika vepřové do Ruska nikdy nevyvážela, ale o to více tam vyvážely ostatní státy Evropské unie. Vytvořením této bariéry vznikl přetlak na trhu včetně našeho, takže výkupní ceny vepřového klesly pod výrobní náklady. Drobná, všední, nudná ilustrace, která nemá nic společného se vznešenými deklamacemi o lidských právech. Mimochodem ti, kdo tvrdí, že Rusko tyto sankce ničí, se hluboce mýlí, protože ruskou ekonomiku ničí nízká cena ropy, což je hlavní exportní artikl.*“ (Zeman, 2016) (Výrok č.48) Dále prezident Zeman poukazoval na nejasnost původu vojenských jednotek na východě Ukrajiny a v rozhovoru pro ruskou televizi volal po zrušení sankcí. (Zeman, 2014b) (Výrok č.32) Prezident Zeman pak udržoval vřelé vztahy s prezidentem RF Vladimírem Putinem s nímž se setkal jak např. v Číně v roce 2015, ale také přijal ve stejném roce jako jediný z evropských státníků pozvání na oslavy dne Vítězství. Při

druhé příležitosti pak Zeman také mluvil o spojení západních sil s Ruskem při boji s islámským terorismem, který sám považuje za největší hrozbu. (Zeman, 2016b) (Výrok č.47)

V roce 2017 navíc Zeman prohlásil, že anexi Krymu považuje za uzavřenou záležitost a že Ukrajina by měla dostat materiální kompenzaci od RF, což sám premiér Sobotka okomentoval, že je proti vládní zahraniční politice. (Idnes.cz, 2017) (Výrok č.50)

3.4.2 EU

Projevy a rozhovory týkající se EU od obou aktérů ze začátku zkoumaného období byly hodnoceny převážně jako kladné a velmi kladné. Ministr Zaorálek často zdůrazňoval důležitost aktivní účasti ČR na dalším budování EU a ČR považuje za její nedílnou součást. Sám několikrát vydal společná prohlášení a články s druhými vysokými funkcionáři EU. Miloš Zeman několikrát zdůrazňoval, že je eurofederalistou a počítá s důležitou rolí české republiky v EU „*Já si samozřejmě vážím evropských dotací a nevážím si těch ministerských a jiných pracovníků, kteří je nedokázali vyčerpat nebo je někdy použili na nesmyslné účely. Ale přesto mám dojem, že náš vstup do Evropské unie byl čímsi víc, než připojením se k jednotnému trhu, anebo k dodavateli dotací. Byl to v podstatě vstup do rodiny.*“ (Zeman, 2014c) (Výrok č.109) Dále předkládal nutnost další integrace: „*Přitom je pravda, že ani ekonomická integrace EU zdaleka nebyla dokončena. Státy eurozóny se pyšní tím, že mají společnou měnu a já pevně věřím, že Česká republika se ve velmi dohledné budoucnosti rovněž stane členem eurozóny. Ale společná měna je pouze jeden z pilířů stabilní a úspěšné ekonomické politiky. Dalšími takovými pilíři je společná fiskální politika nebo společná daňová politika.*“ (Zeman, 2014d) ((Výrok č. 108)

Zvrat ve vztazích však nastává v roce 2015, kdy se jedním z hlavních témat stává tzv. migrační krize a jsou v EU jako řešení navrhovány tzv. migrační kvóty. Ty byly striktně odmítnuty českou vládou a především českým prezidentem. To vedlo k napětí mezi oběma stranami a je možné pozorovat jasné ochlazení vztahů a výraznou změnu směrem k negativní rétorice. Ministr Zaorálek se zpočátku spíše snažil uklidnit situaci a obhajoval postupy EU. Mnohem kritičtější byl prezident Zeman, který volal po důraznějších řešeních na hranicích a často používal velmi ostrou rétoriku při kritice současného vedení EU, častým tématem v jeho projevech byla neschopnost EU bránit své hranice:

„Já se považuji za eurooptimistu a vyčítám Evropské unii právě jako eurofederalista v tomto případě, že není schopna plnit zcela základní funkci, kterou je ochrana svých vnějších hranic.

To je přece atribut každého státu nebo soustátí a Evropská unie zde žalostně selhala. Na tom včerejším zasedání jsem se například dověděl, že FRONTEX, to je ta organizace na ochranu vnějších hranic, má šest lodí, z nichž pět jsou v opravě a pouze jedna je v provozu. Tak zkuste, pane redaktore, jednou jedinou lodičkou bránit vnější, v tomto případě námořní hranice Evropské unie, to je prostě ostuda, to je neschopnost Evropské unie a jako eurofederalista protestuji proti tomu, že není schopna plnit své základní funkce.“ (Zeman, 2015) (Výrok č.116)

V roce 2016 Evropskou unii zasáhl Brexit a od obou zkoumaných aktérů můžeme pozorovat kritickou rétoriku na vedení EU. Např. článek ministra Zaorálka pro Financial Times „Orgány EU musí přijmout část viny za Brexit“. Prezident Zeman se pak nechal slyšet, že „Brexit je samozřejmě chyba a ztráta jak pro Británii, tak pro Evropskou unii. A jako eurofederalista jsem výrazný kritik těch vedoucích představitelů a těch konkrétních opatření Evropské unie, které spolu zapříčinily odchod Britů z Evropské unie., (Zeman, 2016c) (Výrok č. 49.)

Dalším častým tématem, které se objevovalo v projevech rezidenta Zemana, pak byla nesmyslnost určitých směrnic a nařízení EU, na kterou Zeman často rád poukazoval. „Přijal jsem eurokomisařku Jourovou a říkám jí, paní Věro, co děláte v Bruselu? Ona říkala, pane prezidente, dostala jsem za úkol připravit směrnici Evropské unie o jednotné výrobě vosku. Tak jsem se jenom zeptal, jestli se to bude týkat i hřbitovních svící, a pak jsem odešel. Po půl roce jsem ji přijal znovu. Paní Věro, co děláte v Bruselu? Pane prezidente, dostala jsem za úkol připravit směrnici Evropské unie o jednotné výrobě inkoustu do laserových tiskáren. A asi před rokem už jsem se setkal s předsedou rakouského Senátu, který mi říkal, teď jsme dostali směrnici o jednotných rozměrech traktorových sedaček. Vzhledem k tomu, že je různá míra obezity v Evropské unii, obávám se, že některým evropským traktoristům bude tato norma způsobovat jisté komplikace týkající se jejich pozadí. Tyto anekdotické případy ovšem odhalují strašlivou prázdnotu dnešní politiky Evropské unie, bruselskou byrokracii, vydávání nesmyslných směrnic, které popírají princip subsidiarity a totální neschopnost vybudovat sen, vybudovat vizi budoucí Evropy včetně jednotné zahraniční a obranné politiky, proto říkám, že jestliže Evropská unie nedokáže bránit své vnější hranice, není to chyba myšlenky Evropské unie, je to, jasně a prostě řečeno, výraz neschopnosti jejích konkrétních vedoucích představitelů „(Zeman, 2016c) ((Výrok č.49)

3.4.3 ČLR

V roce 2014 nabrala česká zahraniční politika nový směr směrem k Číně a došlo k několika návštěvám českých vysokých státních činitelů v Číně. Zároveň s tím byla podepsána smlouva o strategickém partnerství s Čínou, která se však stala terčem kritiky, kvůli pasáži o respektování celistvosti Číny, což musel ministr Zaorálek obhajovat. (Česká televize, 2014) (Výrok č.52)

Prezident Zeman dlouhodobě propagoval důležitost ekonomické spolupráce s Čínou a poukazoval na nové možnosti pro české exportéry a také potenciál čínských investic v Čechách. „*Čína je pro naše exportéry nenasycený trh. Jako příklad bych uvedl dohodu, která se má podepisovat v průběhu návštěvy čínského prezidenta. Týká se certifikace ultralightů – malých a středních letadel, jakož i motorů. Nenasycený trh je to proto, že čínská střední třída bude tak za pět let používat tato letadla, jelikož jí to umožní její kupní síla. (...) Česká republika má deset milionů obyvatel, Čína 1,3 miliardy. Je tedy iluze domnívat se, že čínské investice by mohly být orientovány pouze do České republiky, když Čína plánuje rozsáhlou investiční expanzi do celé Evropy. Jde o to, že Česká republika může být jakýsi bezpečný přístav pro tuto čínskou investiční expanzi. Každá loď potřebuje přístav, do kterého se vrátí a který ji neohrožuje. A vzhledem k postoji České republiky vůči Číně, který je výrazně vstřícnější než postoj některých jiných zemí Evropské unie, si myslím, že právě Česká republika by mohla být takovou nepotopitelnou letadlovou lodí čínské investiční expanze. A samozřejmě i my bychom z toho měli výhody, které spočívají v tom, že by čínské investice umožnily rozšíření kapacit některých průmyslových podniků.* (Zeman, 2016d) (Výrok č.66)

K vyvrcholení vztahů došlo v roce 2016 při návštěvě čínského prezidenta v ČR. Událost byla poznamenána demonstracemi. Sám ministr Zaorálek ve svých projevech apeloval na zklidnění emocí: „*Dalo se tušit, že historická návštěva čínského prezidenta Si Ťin-Pchinga v Praze se stane námětem pro leckoho. Vyvařilo se toho opravdu hodně – od odvážných debat až po bohapusté exhibice. Proto cítím jako svou povinnost apelovat, aby česko-čínské vztahy ovlivňoval více rozum a méně emoce. Jsem přesvědčen, že s Čínou lze vést dialog jako s partnerem, aniž bychom ztráceli sebevědomí nebo prestiž. Stejně tak jsem přesvědčen, že je třeba Čínu brát v dnešním světě vážně. Bez Číny si dnes nelze představit řešení žádného globálního problému planety. Bez Číny by nemohla úspěšně skončit pařížská konference o klimatu. Bez Číny dnes nelze řešit ekonomické ani bezpečnostní problémy našeho světa. Vážím si proto i zájmu Číny o střední Evropu – to je také šance a příležitost.* (Právo, 2016) ((Výrok č.54)

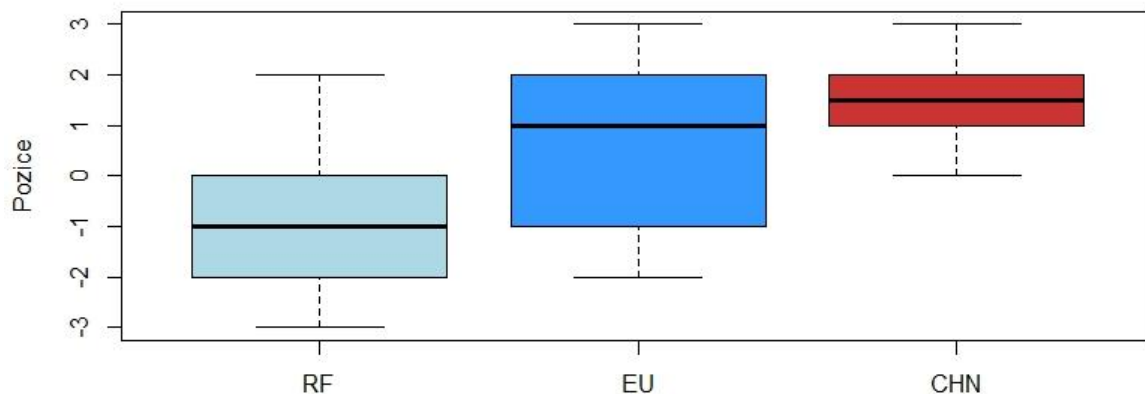
Předmětem sporů se stalo říjnové přijetí Dalajlámy ministrem kultury Hermanem, na které česká diplomacie reagovala prohlášením 4 vysokých státních představitelů, včetně ministra Zaorálka, ve snaze udržet dobré vztahy, nicméně na toto prohlášení reagovala čínská strana chladně zrušením některých setkání ministra Jurečky v Pekingu. Navíc se od této návštěvy postupně začaly objevovat a de facto celý rok 2017 provázely hlasy kritiky ohledně nesplněných memorand, nenaplněných slibů a obecně otázky ohledně prospěšnosti spojení s Čínou, na které museli oba státníci reagovat, a obzvláště prezident Zeman s vervou odrážel tuto kritiku: *„Občas se mluví o tom, že čínské investice jsou především akvizicemi. Já vítám i drobnější miliardové investice. Například nedávno jsem se dozvěděl, že v okrese Sokolov Čína investuje miliardu korun do rozšíření tamní strojírenské továrny, a protože Sokolov je okres s největší nezaměstnaností v Karlovarském kraji, přivítal jsem i tuto drobnou, to jest pouze miliardovou investici. Dovolte mi, abych při této příležitosti učinil, ale nelekejte se, bude to velmi krátké, i několik historických, nikoli hysterických poznámek. Nemám nic proti tomu, když občané na ulicích Prahy se zahalují do tibetských vlajek. Chtěl bych pouze upozornit, že Tibet byl otrokářskou feudální společností, nikdy nebyl samostatnou zemí a nikdy ho žádná země neuznala. Vláda lámů, na které museli pracovat nevolníci, měla zajímavý charakter. Za neposlušnost vám byly vypíchnuty oči, za to, že jste bez dovolení lámy přespal na jeho pozemku, vám byla uřata ruka anebo jste byl zakován do želez.“* (Zeman, 2016) ((Výrok č.81)

3.4.4 Zhodnocení pozice zahraniční politiky

	RF	Čína	EU
Průměrná hodnota výroků prezidenta Zemana	0,47	1,89	0,39
Průměrná hodnota výroků ministra Zaorálka	-1,87	1,07	1,40
Průměrná hodnota celkové pozice	-0,98	1,53	0,98
Směrodatná odchylnka	1,67	0,84	1,61
Medián celkové pozice	-1	1,5	1
Počet pozorování	50	32	43

Tabulka č.3, Pozice české zahraniční politiky, vlastní zpracování

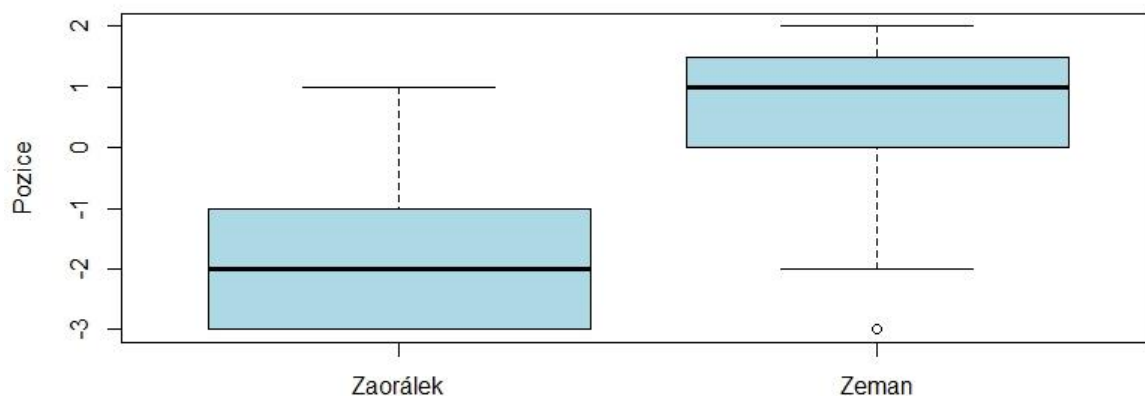
POZICE ZAHRANIČNÍ POLITIKY



Graf č. 3 , Pozice zahraniční politiky, vlastní zpracování

Na začátek analýzy je nutné vytknout jeden jasně viditelný fenomén, který je vidět z tabulky č.3, a to rozdíly mezi pozicemi prezidenta Zemana a ministra zahraničí Zaorálka. Vždy je vidět minimálně bodový rozdíl v pozicích jednotlivých aktérů. Prezident Zeman byl kritičtější k Evropské unii a jeho výroky směrem k Číně pak byly naopak více pozitivní než výroky ministra Zaorálka. Nejvíce je rozdíl mezi těmito aktéry vidět v případě Ruské federace, jak dokazuje graf č.3. Průměrná hodnota obou aktérů se tu liší o více jak 2 body.

SROVNÁNÍ POZICE AKTÉRŮ VŮČI RUSKÉ FEDERACI V OBDOBÍ 2014-2017



Graf č. 4, Srovnání pozice ministra Zaorálka a prezidenta Zemana k RF 2014 - 2017, vlastní zpracování

Celkově pozice české zahraniční politiky vůči Rusku vychází po zprůměrování hodnocení všech vyjádření jako „spíše negativní“ (-0,98), nicméně je zde patrný velký rozdíl mezi pozicí ministra Zaorálka a prezidenta Zemana, který tedy jasně ovlivnil tuto pozici. Zatímco Zaorálkova pozice se blížila spíše bodu negativní (- 1,87), Zemanova pozice byla vyjádřena v kladných číslech a lišila se od Zaorálkovi o více jak 2 body (0,47). To můžeme ilustrovat na grafu č. 4.

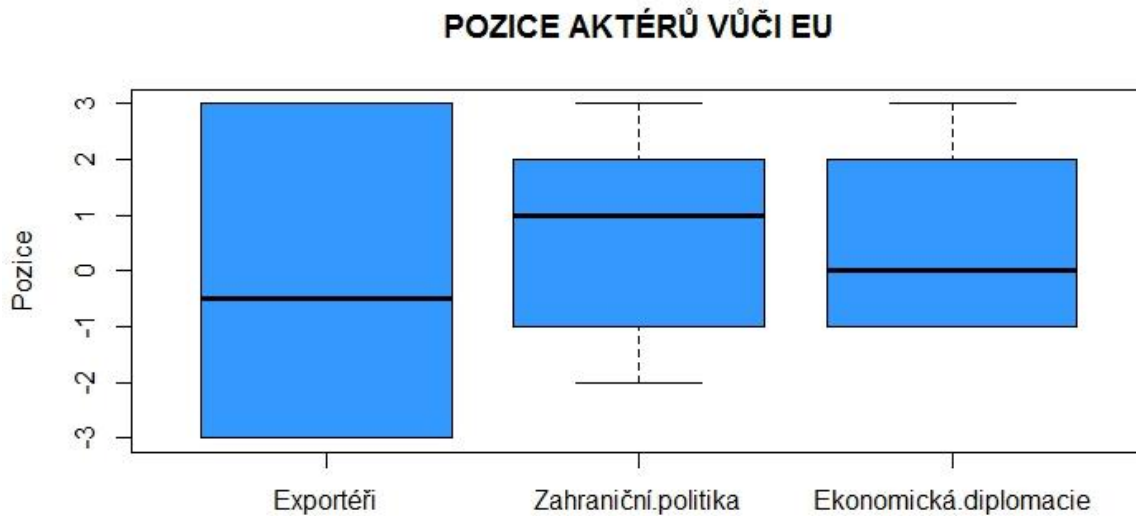
V otázkách Číny se z analýzy dá vyčíst, že ministr Zaorálek se snažil zůstat neutrální a především udržovat dobré vztahy. Nepouštěl se do žádných extrémních vyjádření, nicméně i k tomu se později odhodlal v kauze „Prohlášení čtyř“. Celkově se jeho průměrná pozice pochybovala kolem bodu „Spíše kladné“ (1,07). Nicméně i zde je patrný rozdíl mezi jeho pozicí a pozicí prezidenta. Ten celkově více obhajoval spolupráci s čínskou stranou a aktivně odrážel jakoukoli kritiku. Jeho pozice pak byla spíše blíže bodu „Kladné“ (1,89). Celkově průměrná hodnota vychází jako 1,53. Nicméně jak je vidět z grafu č.3 a také z velmi nízké směrodatné odchylky (0,84) (viz. tabulka č.3), žádný z ze zkoumaných aktérů nevznášel vůči Číně negativní výroky. V tomto případě byla tak pozice české zahraniční politiky nejvíce jednotná.

Celkové průměrné hodnocení všech projevů vychází jako 0,98, tedy bod "spíše kladné". Je však jasné, že nebyť velmi optimistických výroků z roku 2014, především díky 10. výročí vstupu do EU, byla by výsledná hodnota nižší. Pokud bychom nebrali v potaz vyjádření z roku 2014, celková průměrná hodnota zahraniční politiky by vyšla o celý bod nižší jako 0,08. Je zde znovu vidět fenomén, který se projevuje v analýze ostatních teritorií a to tedy jasný rozdíl mezi hodnocením projevů prezidenta Zemana a ministra Zaorálka. Prezident Zeman byl ve svých projevech EU jasně kritičtější, znázorněno v číselném hodnocení v číselném hodnocení: 0,39 proti 1,4, tedy o celý 1 bod.

3.5 Zhodnocení výsledků analýzy

Při své analýze jsem porovnával pozici exportérů, ekonomické diplomacie a zahraniční politiky ČR k ke třem vybraným teritoriím – EU, Číně a RF. Hodnotil jsem výroky, projevy a kritéria na upravené Likertově škále s hodnotami Velmi negativní – negativní – spíše negativní – neutrální – spíše kladný – kladný – velmi kladný. Tuto škálu jsem následně převedl do číselných hodnot od -3 do +3. V následující části prezentuji a porovnávám takto získané výsledky.

3.5.1 Evropská unie



Graf č. 5, Pozice aktérů vůči EU, vlastní zpracování

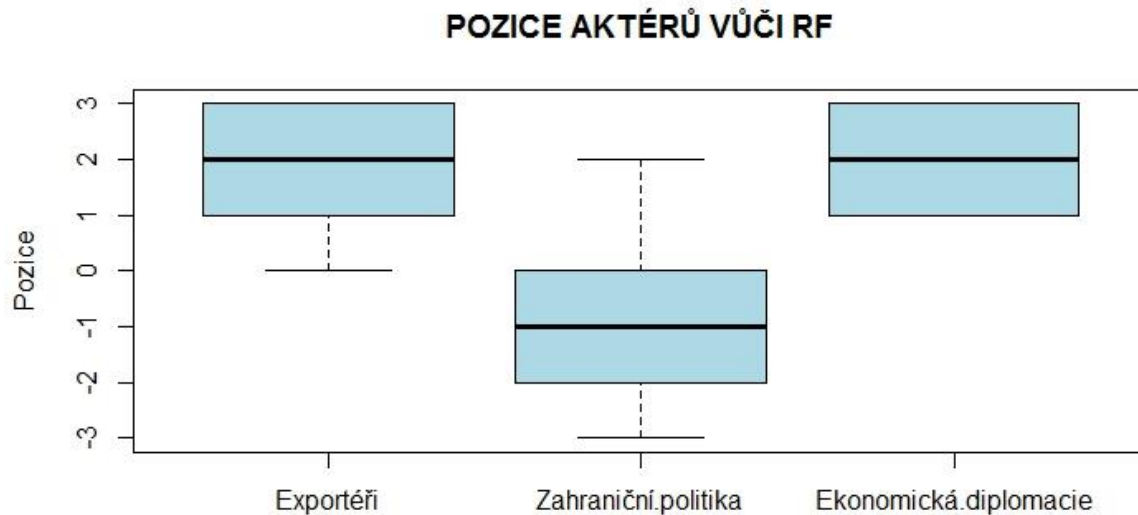
Z grafu číslo 5 můžeme vyčíst srovnání pozic jednotlivých aktérů směrem k EU. Ačkoliv průměrná pozice exportérů vychází jako 0, je to tím, že názory respondentů byly velmi polarizované. Což můžeme pozorovat v tabulce č. 1. Přibližně polovina exportérů se vyjádřila k ekonomické diplomacii v EU kriticky. Hlavní zmiňovaným argumentem se jevila neefektivita ekonomické diplomacie na jednotném, známém a geograficky blízkém evropském trhu v porovnání se vzdálenějšími teritorii. Na druhou stranu pak přibližně druhá polovina dotazovaných považuje evropský trh za náš hlavní trh a snahu diverzifikovat a hledat nová odbytíště za příliš nákladnou.

Pozice zahraniční politiky k Evropské unie byla ze začátku zkoumaného období velmi kladné, nicméně brzy došlo k jasnému zhoršení vztahů, především díky migrační krizi, kdy se Česká republika postavila na stranu odpůrců migračních kvót. To vše bylo provázeno ostrou kritikou Evropské unie, ať už z úst prezidenta Zemana, či ostatních členů vlády. Výsledná známka 0,98 však stále vychází nadprůměrně kladně.

Pozici exportní strategie jsme identifikovali, že nejlépe by se dala vyjádřit tvrzením: "Vysoká orientace českých exportních odvětví na trhy EU, je problematické a vzhledem k tomu je nutné podpořit diverzifikaci a hledání nových teritorií, to však zároveň se snahou o udržení stávajících pozic na evropském trhu." Pokud srovnáme pozice obou skupin exportérů a

zahraniční politiky tak pozice ekonomické diplomacie (se získaným průměrem 0,5) v realitě odpovídá jakémusi kompromisu a snaze uspokojit pozice všech aktérů.

3.5.2 Ruská federace



Graf č. 6, Pozice aktérů vůči RF , Vlastní zpracování

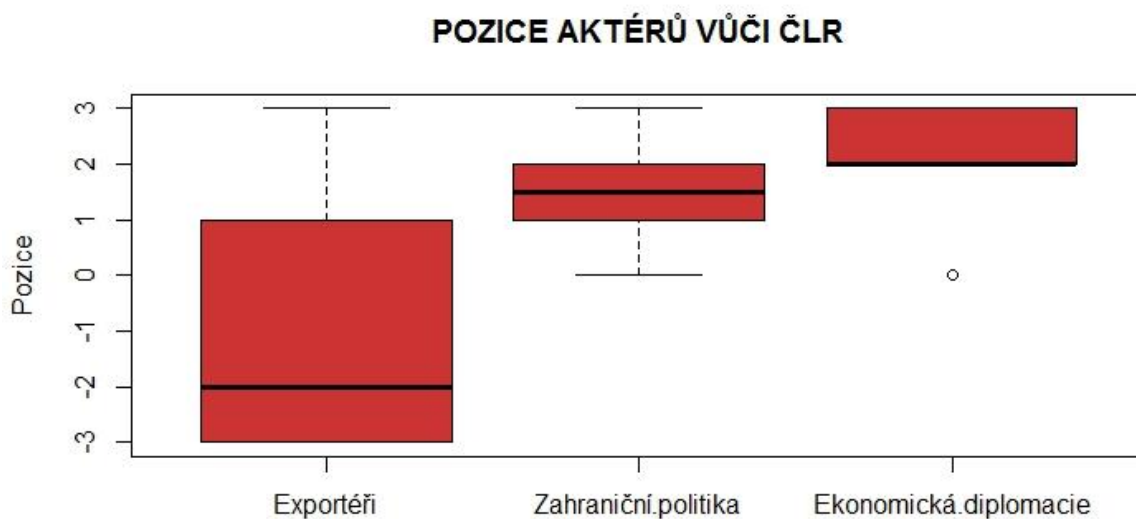
Česko - ruské zahraniční vztahy byly velmi poznamenány ukrajinskou krizí a ruskou anexí Krymu. Česká republika se připojila k pozici vycházející z konsensu ostatních evropských států a připojila se ke třem vlnám protiruských sankcí. Konzistentně kritický postoj zaujalo ministerstvo zahraničí pod vedením L. Zaorálka. Celkově by výsledná pozice vyšla jako více negativní, kdyby nebylo prezidenta Miloše Zemana, který často svými vyjádřeními a ostrou kritikou sankčních mechanismů nabourával jinak jednotnou českou zahraniční politiku. Číselně hodnotu zahraniční politiky na škále můžeme vyjádřit jako -0.98.

Naopak exportéři vyzdvihovali nutnost udržení dobrých vztahů s Ruskem a ruskými partnery a to i v době sankcí, a obecně chválili prezidenta Zemana za jeho postoje. Vzhledem k tomu, že se nikdo z dotazovaných nevyjádřil zcela negativně, byla pozice exportérů vyhodnocena jako velmi kladná (průměr 1.92) To bylo vyslyšeno ze strany ekonomické diplomacie. Ta víceméně kopíruje pozici exportérů - došlo k posílení podnikatelských misí do ruských regionů, vytvoření nové pozice agrárního diplomata v Moskvě, a také do Moskvy proběhla v listopadu 2017 největší podnikatelská mise v historii ČR. Tuto pozici jsem vyjádřil jako „kladnou“. Při použití grafu číslo 6 ke srovnání je vidět, že ekonomická diplomacie v případě

Ruské federace de facto kopíruje pozici exportérů, avšak rozchází se s pozicí české zahraniční politiky.

Jako možné vysvětlení tohoto rozdílu mezi pozicí zahraniční politiky a pozicí ekonomické diplomacie se jeví geograficky- historické faktory. Jedním z možných vysvětlení může být kompenzace ostré zahraniční politiky. Stát se může v tomto případě snažit kompenzovat ostrou zahraniční politiku a sankce právě ekonomickou diplomacií. Důvodem by byla pragmatická snaha o udržení dobrých vztahů jak se západními mezinárodními aktéry, tak s Ruskem. S tímto vysvětlením koresponduje i rozdíl pozic prezidenta Zemana a ministra Zaorálka. Druhé možné vysvětlení vychází z již zmiňované teorie liberalismu. Všichni exportéři se vyjádřili, že jsou v Rusku velmi dobře etablovaní a mají zde své dlouholeté obchodní partnery. Proto mají exportéři velký zájem na udržování dobrých obchodních vztahů s Ruskem. Silné preference této skupiny tak mohly ovlivnit ekonomickou diplomacii a to i tak, že se její pozice velmi liší od zahraniční politiky jako celku.

3.5.3 Čínská lidová republika



Graf č.7, Pozice aktérů vůči ČLR, vlastní zpracování

Analýza prokázala, že česká zahraniční politika směrem k Číně se odehrávala převážně na pozitivní rovině, což bylo podpořeno několika vzájemnými zahraničními návštěvami, především díky prezidentu Zemanovi. (1.53) Taktéž ekonomická diplomacie se projevila zvýšenou aktivitou směrem k Číně, došlo k otevření nového ekonomického úseku v Chengdu, trvalé vyslání zemědělského diplomata do Číny, či zvýšeným počtem podnikatelských misí. (hodnocení 2)

Při srovnání pozic však docházíme k zajímavému zjištění. Pozice zahraniční politiky a ekonomické diplomacie kontrastuje s pozicí s negativní pozicí exportérů. Až na výjimky se většina vyjádřila k aktivitám ekonomické diplomacie a vůbec k obchodu s Čínou spíše negativně. Exportéři argumentovali především tím, že nemají v Číně, nerovným podnikatelským prostředím a regulacemi, ale také strachem z porušování práv duševního vlastnictví.

Je otázka, čím je to dané. Proč se pozice exportérů a ekonomické diplomacie v případě Číny tolik liší? Mohu se pokusit předložit několik faktorů a možných vysvětlení. Za prvé se znovu vrátím k jedné ze základních teorií ze kterých vychází tato práce - ekonomickému nacionalismu. Je možné, že Čína je jedním z teritorií, které stát určil jako strategického partnera a snaží se formou ekonomické diplomacie prohloubit vztahy a obchodní bilanci. Nicméně to naráží na problém, že Čína je nejen geograficky vzdálený, ale i velmi specifický trh. V této souvislosti se také poslední dobou o Číně diskutuje jako o "státním kapitalismu" (The Economist, 2012)

Většina exportérů se vyjádřila negativně vůči Číně především právě z důvodů slabé ochrany duševního vlastnictví, či dokonce státem podporovaného porušování těchto práv. Uspěť v Číně proto často může pouze velmi specifický produkt. Z příkladů, které se objevil v této analýze, mohu uvést právě vinaře. Z logiky věci je víno produkt, který nejde okopírovat a zároveň není v Číně tolik dostupný, proto je možné s ním v Číně uspět. V médiích se také často jako příklad společnosti, která uspěla v Číně, skloňuje jméno společnosti PPF, která poskytuje finanční služby.

Druhou možností je, že hlavním cílem státu a ekonomické diplomacie v tomto případě není podpora exportu, ale jiný z účelů ekonomické diplomacie, které jsem okrajově v první kapitole. A to tedy přilákání zahraničních investic.

Závěr

V úvodu práce jsem si vymezil dva hlavní cíle. První bylo poskytnout přiblížení názoru samotných exportérů na problematiku ekonomické diplomacie. Protože tato práce nabízí detailní zmapování pozic a názorů exportérů na ekonomickou diplomacii, myslím že se mi tento cíl podařilo splnit.

Jako druhý cíl jsem si zvolil odpovědět na výzkumnou otázku "*Je strategie české ekonomické diplomacie tvořena shora dle potřeb státu, či naopak od spodu, podle preferencí exportérů?*" a potvrdit či vyvrátit následující dvě hypotézy:

H1: Strategie české ekonomické diplomacie a podpory exportu je tvořena primárně „od spodu“ dle preferencí exportérů.

H2: Strategie české ekonomické diplomacie a podpory exportu je tvořena primárně „shora“ dle strategických zájmů státu.

Z provedených rozhovorů a analýzy dokumentů ekonomické diplomacie docházím k závěru, že existují jak strategické zájmy státu, který chce využívat ekonomickou diplomacii jako nástroj k prosazování svých cílů, tak existují i možnosti pro exportéry jak formovat ekonomickou diplomacii a exportní strategie dle svých preferencí. Navíc sami dotazovaní aktéři (exportéři, zástupci podnikatelského svazu a zástupce české ekonomické diplomacie) uznávají, že je zaměření české ekonomické diplomacie tvořeno oběma přístupy - shora i zdola.

Na základě toho prezentuji tezi, že ekonomická diplomacie není tvořena pouze od spodu či shora, ale je jakousi "symbiózou" obou přístupů, a tedy založená na kombinaci preferencí státu a exportérů.

Výsledky analýzy pozic jednotlivých aktérů k vybraným teritoriím však nejsou tak jednoznačné. V případě Evropské unie sice můžeme sledovat, že pozice ekonomické diplomacie by se dala nazvat kompromisem mezi pozicemi všech aktérů, avšak v případě Číny a Ruska tomu tak není. V analýze pozic aktérů směrem k Rusku je vidět, že ekonomická diplomacie se blíží pozici exportérů, avšak silně kontrastuje s pozicí zahraniční politiky. V případě Číny je tomu naopak. Nabízím následující vysvětlení. Zaměření ekonomické diplomacie je opravdu tvořeno dle zájmů státu i exportérů zároveň, avšak záleží také na síle zájmů aktérů. V případě Ruské federace vyšlo z rozhovorů najevo, že exportéři zde mají opravdu velký zájem na udržení dobrých obchodních vztahů, z tohoto důvodu je ekonomická diplomacie blíže právě této pozici. V případě Číny můžeme z analýzy pozorovat zájem státu o navození bližších vztahů s tímto teritoriem. Vzhledem k tomu, že se žádný z exportérů nevyjádřil, že by mu tyto aktivity vadily (ačkoliv je exportéři obecně považují za zbytečné), je ekonomická diplomacie blíže pozici zahraniční politiky. Na základě tohoto vysvětlení můžeme říci, že se obě hypotézy podařilo vyvrátit.

Nicméně jedná se o poměrně nové a neprozkoumané téma. Pro získání přesnějších a přesvědčivějších výsledků by bylo v budoucnu nutné na toto téma provést komplexnější studie pravděpodobně nad rámec diplomové práce.

Použitá literatura

- Bergeijk, P.A.G. van and S. Brakman (2010) 'The Gravity Model in International Trade: Advances and Applications', Cambridge University Press. Cambridge: UK
- Bergeijk, P.A.G van, M. Okano-Heijmans and J. Melissen (Eds.). (2011) '*Economic diplomacy: economic and political perspectives*'. Martinus Nijhoff Publishers: Leiden/ Boston
- Bergeijk, P.A.G. van, H. de Groot en M. Yakop (2011) 'The Economic Effectiveness of Diplomatic Representation: An Economic Analysis of its Contribution to Bilateral Trade', *The Hague Journal of Economic Diplomacy*, 6(1-2) pp. 101-120.
- Bergeijk, P.A.G. van (2017) 'Why is economic diplomacy a development issue', *DevISSues*, v tisku
- Berridge, G. R., James, A. (2001). *A Dictionary of Diplomacy*. Basingstoke: Palgrave
- Cooper A. F., Heine J., Thakur R., eds. (2013) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press; ISBN: 9780199588862
- Drulák, P., Beneš, V., (eds., 2016, v tisku): *Metodologie výzkumu politiky*. Praha: Slon.
- Gilpin, R. (1987). *The Political Economy of International Relations*. Princeton: Princeton University Press. ISBN 0691022623.
- Gilpin, R.. (2001) *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. United Kingdom: Princeton University Press. ISBN 9780691086774.
- Hinich, J. a Munger, M. (1997). *Analytical politics*. Cambridge: Cambridge University Press, ISBN 0-521-56287-2.
- Krčál, A. (2013). Komparace systémů fungování a řízení ekonomické diplomacie ve vybraných evropských státech., *Současná Evropa* 5, č. 2, 3–17.
- Krippendorff, K. (2004): *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Second edition, London: SAGE Publications.

Krpec, O. 2009. *Liberalismus a ekonomický nacionalismus v liberálním obchodním režimu a v problematice hospodářského rozvoje*, Mezinárodní vztahy, Severní Amerika, Vol. 44, No. 3, s. 53-73.

Lee, D. and Hocking, B. (2010) 'Economic Diplomacy' in Robert A. Denemark (ed.) *The International Studies Encyclopedia*, Vol. II, pp 1216-1227. WileyBlackwell.

Lee, D., & Hudson, D. (2004). The Old and New Significance of Political Economy in Diplomacy. *Review of International Studies*, 30(3), 343-360. Dostupné z <http://www.jstor.org/stable/20097922>

Moons, S. (2017) Heterogeneous effects of economic diplomacy: instruments, determinants and developments, Dissertation, Erasmus University

Moravcsik, A., (1997) "Taking Preferences Seriously: A Liberal Theory of International Politics", *International Organization* 51,

Moravcsik, A. (2008) *The New Liberalism*. In *The Oxford Handbook of International Relations*: Oxford University Press. str. 236. Retrieved 29 Sep. 2017

Neuendorf, K. A. (2002): *The Content Analysis Guidebook*. London: SAGE Publications.

Okano-Heijmans, M. (2011) Conceptualizing Economic Diplomacy:

The Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies, in *Economic diplomacy: economic and political perspectives*. Martinus Nijhoff Publishers: Leiden/ Boston

Rana, Kishan S. (2007). *Bilateral Diplomacy*. Geneva: DiploHandbooks. [cit. 02.07.2018] Dostupné z: https://issuu.com/diplo/docs/bilateral_diplomacy

Rana, K., S. (2011) Serving the Private Sector: India's Experience in Context, in *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in internationaleconomic relations*. Ashgate, Aldershot. ISBN 0754618323

Woolcock, S., Bayne N. (2013) "Economic Diplomacy." In *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. : Oxford University Press,

Woolcock, S. and Bayne, N. eds. (2011) *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in internationaleconomic relations*. Ashgate, Aldershot. ISBN 0754618323

Elektronické zdroje

Businessinfo.cz (2015), Zahraniční mise fungují, pochvalují si podnikatelé [online], *Businessinfo* [cit. 02.07.2018], Dostupné z <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zahranicni-mise-funguji-pochvaluji-si-podnikatele-62450.html>

CzechInvest (2018) O nás, in Czechinvest.cz [online], *CzechInvest* [cit. 02 .07.2018], Dostupné z <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas>

CzechTrade (2016) O CzechTrade , in czechtrade.cz [online], *CzechTrade* [cit. 02 .07.2018], Dostupné z <https://www.czechtrade.cz/o-czechtrade>

Česká televize (2014), 100 dnů vlády, vysílání 06.05.2014, přepis dostupný z https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/archivy/clanky_a_projevy_ministru/clanky_a_projevy_ministra_zaozarka_2014/x2014_05_06_100_dnu_vlady.html [cit. 20 .07.2018]

DVTV (2014) , Tvrdé sankce vůči Rusku budou platit už od čtvrtka, , [online] [cit. 02 .07.2018], dostupné z <https://video.aktualne.cz/dvttv/zaoralek-tvrde-sankce-vuci-rusku-budou-platit-uz-od-ctvrtka/r~59e729fe174e11e49cce002590604f2e/?redirected=1531266530>

Idnes.cz (2017) Ukrajina by měla dostat kompenzaci za Krym, řekl Zeman před Radou Evropy, 10. října 2017 [online] *Mladá fronta Dnes* [cit. 20 .07.2018] Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/zeman-parlamentni-shromazdeni-rada-evropy-proslov-fxk-/zahranicni.aspx?c=A171010_081134_zahranicni_pmk

Ministerstvo zemědělství (2018), Zemědělství diplomaté, in *eagri.cz* [online], *Ministerstvo zemědělství ČR* [cit. 02 .07.2018], Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/proexportni-okenko/zemedelsti-diplomate>

MPO, (2011) České oficiální účasti na mezinárodních veletrzích a výstavách v gesci MPO na rok 2012, [online], *MPO* [cit. 02 .07.2018], Dostupné z <https://www.mpo.cz/dokument90072.html>

MPO, (2012) Exportní strategie ČR 2012 – 2020, *MPO* [cit. 26.07.2018] Dostupné z <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/45705/51548/587267/priloha001.pdf>

MPO, (2015) Zpráva o plnění exportní strategie 2012 – 2020 Exekutivní shrnutí za rok 2014, *MPO* [cit. 26.07.2018] Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/ministerstvo/ministr/zprava-o-plneni-exportni-strategie-ceske-republiky-za-rok-2014--158052/>

MPO, (2016) *Aktualizace Exportní strategie ČR 2012-2020*, [cit. 26.07.2018] Dostupné z https://www.mpo.cz/assets/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/koncepce-a-strategie/2016/12/Aktualizace-ES-2012-20-final-material-vlada_20161201.pdf

MPO, (2016b) Zpráva o plnění exportní strategie 2012 – 2020 Exekutivní shrnutí za rok 2015, *MPO* [cit. 26.07.2018] Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/koncepce-a-strategie/zprava-o-plneni-exportni-strategie-ceske-republiky-za-rok-2015--172263/>

MPO, (2017) Zpráva o plnění exportní strategie 2012 – 2020 Exekutivní shrnutí za rok 2016, *MPO* [cit. 26.07.2018] Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/koncepce-a-strategie/zprava-o-plneni-exportni-strategie-ceske-republiky-pro-obdobi-2012--2020-za-rok-2016--228606/>

MPO, (2018) Zpráva o plnění exportní strategie 2012 – 2020 Exekutivní shrnutí za rok 2017, MPO [cit. 26.07.2018] Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/exportni-strategie/zprava-o-plneni-exportni-strategie-ceske-republiky-pro-obdobi-2012--2020---exekutivni-shrnuti-za-rok-2017---236132/>

MZV, (2000) Ekonomická diplomacie a proexportní aktivity Ministerstva zahraničních věcí ČR, [cit. 02 .07.2018], Dostupné z <https://www.mzv.cz/file/72946/EkonomickaDimenzeZahranicniPolitiky.pdf>

MZV, MPO, (2014), *Rámcové dohoda MZV ČR s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie* [cit. 26.07.2018] Dostupné z http://www.mzv.cz/file/1199574/Ramcova_dohoda_MZV_MPO.pdf

MZV (2016) Ekonomická diplomacie, [online] Mzv, [cit. 02 .07.2018] Dostupné z https://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/fakta_a_data_k_aktualitam/ekonomicka_diplomacie.html

Právo (2015) Rozhovor ministra Lubomíra Zaorálka pro deník Právo dne 4. dubna 2015. dostupné z https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/archivy/clanky_a_projevy_ministru/clanky_a_projevy_ministra_zaoalka_2015/x2015_04_05_je_fajn_ze_konvoj_pomohl.html [cit. 02 .07.2018]

Právo (2016) *Ministr Zaorálek pro Právo: Babiš bude stejně jako Trump hájit zájmy elit, ne zaměstnanců*, [online] Právo [cit. 02 .07.2018], dostupné z https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/archivy/clanky_a_projevy_ministru/clanky_a_projevy_ministra_zaoalka_2016/x2016_12_19_ministr_zaoalek_pro_pravo_babis_bude.html

Právo (2016b) Ministr Zaorálek pro Právo: S Čínany bouráme bariéry, *Právo*, dostupné z https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/archivy/clanky_a_projevy_ministru/clanky_a_projevy_ministra_zaoalka_2016/x_2016_03_30_s_cinany_bourame_bariery.html [cit. 20 .07.2018]

The Economist (2012) The rise of state capitalism [online] The Economist [cit. 20 .07.2018], Dostupné z <https://www.economist.com/leaders/2012/01/21/the-rise-of-state-capitalism>

Zeman. M (2014) Naším úkolem je posílit Ukrajinu, říká exkluzivně Zeman, dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/nasim-ukolem-je-posilit-ukrajinu-rika-exkluzivne-zeman-11412> [cit. 02 .07.2018]

Zeman, M. (2014b) Přepis záznamu rozhovoru prezidenta republiky pro První kanál ruské televize Dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/prepis-zaznamu-rozhovoru-prezidenta-republiky-pro-prvni-kanal-ruske-televize-11552> [cit. 02 .07.2018]

Zeman M. (2014c) Rozhovor prezidenta republiky u příležitosti desátého výročí vstupu ČR do EU, Dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane->

[projevy-a-rozhovory/rozhovor-prezidenta-republiky-u-prilezitosti-desateho-vyroci-vstupu-cr-do-eu-11433](https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/rozhovor-prezidenta-republiky-u-prilezitosti-desateho-vyroci-vstupu-cr-do-eu-11433) [cit. 20 .07.2018]

Zeman M. (2014d) Projev Prezidenta republiky na konferenci Česko očima Evropy, Dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/projev-prezidenta-republiky-na-konferenci-cesko-ocima-evropy-evropa-ocima-ceska-11424> [cit. 20.07.2018]

Zeman. M. (2015), Rozhovor prezidenta republiky Miloše Zemana pro internetové vysílání webu Blesk.cz „S prezidentem v Lánech“, 25. října 2015, dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/rozhovor-prezidenta-republiky-pro-internetove-vysilani-webu-blesk.cz-s-prezidentem-v-lanech-13985> [cit. 20 .07.2018]

Zeman. M. (2016) Projev prezidenta republiky na 200. Žofinském fóru, 25. května 2016, dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/projev-prezidenta-republiky-na-200.-zofinskem-foru-12710> [cit. 02 .07.2018]

Zeman. M. (2016b) Projev prezidenta republiky Miloše Zemana u příležitosti Dne vítězství ve Velké vlastenecké válce na velvyslanectví Ruské federace. 9. května 2016 , Dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/projev-prezidenta-republiky-milose-zemana-u-prilezitosti-dne-vitezstvi-ve-velke-vlastenecke-valce-na-velvyslanectvi-ruske-federace-12663> [cit. 20 .07.2018]

Zeman M. (2016c) Projev prezidenta republiky při setkání s vedoucími zastupitelských úřadů ČR v zahraničí. 24. srpna 2016, dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/projev-prezidenta-republiky-pri-setkani-s-vedoucimi-zastupitelskych-uradu-cr-v-zahranici-12846> [cit. 20 .07.2018]

Zeman. M. (2016d) Čína je pro exportéry nenasyčený trh, 29. března 2016 , dostupné z <https://www.hrad.cz/cs/prezident-cr/soucasny-prezident-cr/vybrane-projevy-a-rozhovory/cina-je-pro-exportery-nenasyceny-trh-12556> [cit. 20 .07.2018]

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta sociálních věd

Institut politologických studií



Projekt diplomové práce

Ekonomická diplomacie ČR z pohledu exportérů

Autor : Bc. David Čadil

Vedoucí práce: Michal Parížek, Ph.D.

Akademický rok: 2017 / 2018

Úvod do tématu

Ekonomická diplomacie bývá často definována jako specifická součást diplomacie, která se zaměřuje na prosazování zahraničně politických cílů státu v ekonomické oblasti. Za její hlavní účely v praxi jsou pak považovány: poskytování podpory podnikatelským subjektům při navazování obchodních a investičních kontaktů, poskytování politické podpory

domácím podnikatelským subjektům v zahraničí, příprava mezinárodních smluv, upravujících podmínky mezinárodní ekonomické spolupráce mezi vysílajícím a přijímajícím státem, asistence při poskytování a správě rozvojové pomoci.⁶

Specifikem ekonomické diplomacie je její provázanost mezi větším počtem státních a privátních aktérů. Dochází k vytváření jakési diplomatické sítě spojující řadu ministerstev, podnikatelských svazů, agentur na podporu exportu, institucí poskytujících finanční podporu a dalších odborníků. Rozhodování v oblasti ekonomické diplomacie je tedy komplexním procesem. Každé ministerstvo se bude účastnit externích konzultací s preferovanými obchodními skupinami, nevládními organizacemi a odborníky.⁷⁸

Tato práce se bude zabývat případem ČR. Hlavním cílem práce bude odpovědět, do jaké míry se strategie české ekonomické diplomacie mění na základě potřeb samotných podnikatelů (exportérů) a nakolik je tvořena státem, dle jeho strategických zájmů.

V praxi se v České republice na tvorbě ekonomické diplomacie podílí ministerstvo zahraničních věcí (především skrz tzv. „ekonomické rady“ sídlící na ambasádách), ministerstvo průmyslu a obchodu a Ministerstvo pro místní rozvoj. Dále pak organizace podřízené právě ministerstvům (CzechTrade, CzechInvest, CzechTourism, Česká centra) a státní instituce pro finanční a pojišťovací agendu (EGAP, Česká exportní banka), ale také i nevládní instituce jako podnikatelské svazy a hospodářské komory (např. Hospodářská komora ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR)⁹.

Právě ekonomická diplomacie měla v České zahraniční politice zastávat důležitou roli – dlouhodobě se udává, že právě objem českého exportu dlouhodobě odpovídá přibližně 80% HDP (ačkoliv Český statistický úřad dlouhodobě upozorňuje, že reálná hodnota, kterou se export podílí na HDP je ve skutečnosti nižší).¹⁰ Vzhledem k vysoké míře otevřenosti české ekonomiky a její závislosti na exportu je pak prosperita země závislá na schopnosti prosadit své hospodářské zájmy v mezinárodním prostředí a schopnosti nacházet odbyt pro své produkty i na nových a jinak vzdálených trzích.

Samotná podoba české ekonomické diplomacie se tak neustále vyvíjí. Došlo např. k podepsání „Rámcové dohody MZV ČR s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie“ ohledně rozdělení kompetencí mezi MZV a MPO. Vláda vytvořila vizi „Exportní strategie ČR 2012 – 2020“. Právě v ní například Vláda deklarovala snahu omezit závislost českého exportu na

⁶Pajtinka, Erik. Slovník diplomacie. Slovník diplomacie / Erik Pajtinka. 2013. Str. 55-56. ISBN 9788085660081.

⁷Woolcock, S., and N. Bayne. "Economic Diplomacy." In *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. : Oxford University Press, 2013-03-01.

⁸Lee, D. and Hocking, B. (2010) 'Economic Diplomacy' in Robert A. Denemark (ed.) *The International Studies Encyclopedia*, Vol. II, pp 1216-1227. Wiley Blackwell.

⁹Štouračová, J. Ekonomická diplomacie České republiky. *Ekonomická diplomacie České republiky / Judita Štouračová*. Praha: Professional Publishing, 2008, s. 35. ISBN 9788086946719.

¹⁰ Český export v číslech: Nejedno překvapení. *OnBusiness: Ekonomika, podnikání, investice* [online]. Copyright ©2013 [cit. 26.09.2017]. Dostupné z: <http://onbusiness.cz/cesky-export-v-cislech-nejedno-prekvapeni-465>

zemích EU a definovala těchto 12 zemí jako prioritní - Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Ruská federace, Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA, Vietnam. Nicméně právě závislost na zemích EU stále stoupá a snaha podpořit export do těchto prioritních zemí se nesečkala s větším úspěchem.¹¹

Teoretický rámec práce

Pro účely této práce bude využito srovnání dvou teorií mezinárodních vztahů a mezinárodní politiké ekonomie - ekonomický nacionalismus a liberalismus. Předmětem zkoumání bude, která z těchto dvou teorií dokáže lépe vysvětlit podobu a zájmy české ekonomické diplomacie.

První teorií je ekonomický nacionalismus. Ekonomický nacionalismus prošel v historii mnoha transformacemi a byl znám jako mnoho forem, např. merkantilismus, protekcionismus či Německá historická škola. Jeho stavební kameny jsou však pro tyto formy společné. Základní myšlenkou je, že ekonomická aktivita má být podřízena potřebám a zájmům státu. Pro nacionalisty je nejdůležitějším aktérem stát, který se snaží upevnit svou bezpečnost. Pro některé nacionalisty je tedy ochrana národních ekonomických zájmů nezbytná pro bezpečnost a přežití státu.¹²

Ačkoliv dochází ke globalizaci ekonomických aktivit, většina těchto aktivit leží stále v rukou jednotlivých států. Každý stát se snaží využít svoji moc k ovlivňování mezinárodních trhů, v zájmu prosazení národních zájmů.¹³ Export je ceněn více než import, stát určuje průmyslové politiky a které sektory ekonomiky jsou strategické.¹⁴ Státy se historicky snaží podporovat rozvoj průmyslu, nových technologií a ekonomických aktivit spojených s nejvyšší výnosností a které nejvíce zvyšují zaměstnanost – tedy oblasti, které jsou v souladu s politickými a ekonomickými zájmy státu.¹⁵

Dle této teorie by stát měl mít hlavní slovo při tvorbě exportní strategie. Stát určí, které oblasti ekonomiky jsou „strategické“ a zdali a kam mají být exportovány.

Druhou teorií, ke zvolení teorie liberalismu v podání především A. Moravcsika. Základem této teorie je tvrzení, že hlavními aktéry v mezinárodní politice nejsou státy, ale jednotlivci a jejich skupiny. Dle liberální teorie je politika tvořena tzv. „od spodu“, dle

¹¹Export ČR do prioritních zemí šel dolů - Ekonomický deník. *Ekonomický deník - Informace pro informované* [online]. Copyright © 2016 [cit. 28.09.2017].

¹²Gilpin, R. 1987. *The Political Economy of International Relations*. Princeton: Princeton University Press.s. 34. ISBN 0691022623.

¹³Gilpin, R. 2001. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. United Kingdom: Princeton University Press.s. 129 ISBN 9780691086774.

¹⁴Krpec, O. 2009. *Liberalismus a ekonomický nacionalismus v liberálním obchodním režimu a v problematice hospodářského rozvoje*,. Mezinárodní vztahy, Severní Amerika, Vol. 44, No. 3, s. 53-73.

¹⁵Gilpin, R. 1987. *The Political Economy of International Relations*. Princeton: Princeton University Press.s. 34 ISBN 0691022623.

požadavků jednotlivců a sociálních skupin.¹⁶ Vládní politika je vynucena hlavními zájmy, identitami a mocí jednotlivců a skupin, kteří neustále tlačí na centrálního rozhodovací orgány, aby uplatňovaly politiky v souladu s jejich preferencemi.¹⁷

Dle této teorie naopak od realistů by měly být vládní exportní strategie a směr ekonomické diplomacie určován právě relevantními sociálními aktéry – tedy samotnými exportéry. A to především tedy těmi s nejvyšší „potenciální“ mocí.

Výzkumné otázky

Pro účely práce jsem zformuloval tyto výzkumné otázky:

„Je současná strategie české ekonomické diplomacie blíže zájmům exportérů či zájmům české zahraniční politiky?“

„Která z následujících teorií – liberalismus či ekonomický nacionalismus, dokáže lépe vysvětlit současnou podobu české ekonomické diplomacie?“

Metodologie

V práci provedu obsahovou analýzu¹⁸ oficiálních vládních dokumentů týkajících se zahraniční politiky a exportní strategie. Dále bych chtěl použít a analyzovat dokumenty a data od státních agentur na podporu exportu, podnikatelských svazů, samotných exportních firem, a také prohlášení oficiálních státních činitelů.

Pro získání dat k určení pozice exportérů, bude provedena série rozhovorů se zástupci vybraných exportních firem. V ideálním případě bych se pokusil získat rozhovory i od zástupců vlády a státních agentur na podporu exportu, nicméně v tuto chvíli nemohu nijak garantovat, že se mi to podaří.

Rozhovory budou koncipovány jako semi-strukturované, v první části rozhovoru bude hlavním cílem zjistit názor dotazovaných na vládní exportní strategii, směr ekonomické diplomacie a zahraniční politiku ČR. V druhé části pak bude dotazovaným předloženo několik tvrzení vybraných z oficiálních vládních dokumentů, či tvrzení oficiálních vládních činitelů.

Dotazovaní pak odpoví do jaké míry s daným tvrzením (ne)souhlasí na stupnici od silně souhlasím – souhlasím – neutrální – nesouhlasím – silně nesouhlasím, tedy na pomyslné škále od +2 do -2.

¹⁶Moravcsik, A.(2008). *The New Liberalism*. In *The Oxford Handbook of International Relations*. : Oxford University Press. str. 236.

¹⁷Moravcsik, A. (1997.) “Taking Preferences Seriously: A Liberal Theory of International Politics”, *International Organization* 51,

¹⁸Popsáno v Krippendorff, K. (2004): *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Second edition, London: SAGE Publications a Neuendorf, K. A. (2002): *The Content Analysis Guidebook*. London: SAGE Publications.

Ze získaných dat bych chtěl vytvořit prostorový model (spatial model / spatial analysis)¹⁹, a jeho pomocí se pokusil změřit vzdálenost mezi pozicemi české zahraniční politiky, české exportní strategie a samotných exportérů.

Předpokládaná osnova práce

1. Úvod
2. Teoretický rámec práce
3. Analýza exportní strategie ČR
4. Analýza zahraniční politiky ČR
5. Analýza dat získaných od exportérů
6. Vyhodnocení získaných dat
7. Závěr

Předběžný seznam literatury

Cooper A. F., Heine J., Thakur R., eds. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press; 2013 ISBN: 9780199588862

Gilpin, R.. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. United Kingdom: Princeton University Press 2001. ISBN 9780691086774.

Gilpin, R.. *The Political Economy of International Relations*. Princeton: Princeton University Press. 1987 ISBN 0691022623.

Hinich, Melvin J. a Munger, Michael C. *Analytical politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. ISBN 0-521-56287-2.

Krippendorff, K. (2004): *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Second edition, London: SAGE Publications.

Krpec, O. 2009. *Liberalismus a ekonomický nacionalismus v liberálním obchodním režimu a v problematice hospodářského rozvoje*. Mezinárodní vztahy, Severní Amerika, Vol. 44, No. 3, s. 53-73.

Lee, D. and Hocking, B. (2010) 'Economic Diplomacy' in Robert A. Denemark (ed.) *The International Studies Encyclopedia*, Vol. II, pp 1216-1227. WileyBlackwell.

Moravcsik, A. (2008-08-14). The New Liberalism. In *The Oxford Handbook of International Relations*. : Oxford University Press. str. 236. Retrieved 29 Sep. 2017

Moravcsik, A., "Taking Preferences Seriously: A Liberal Theory of International Politics", *International Organization* 51, 1997.

¹⁹ Díle HINICH, Melvin J. a Michael C. MUNGER. *Analytical politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. ISBN 0-521-56287-2.

Neuendorf, K. A. (2002): *The Content Analysis Guidebook*. London: SAGE Publications.

Pajtinka, E. Slovník diplomacie. Slovník diplomacie / Erik Pajtinka. 2013. Str. 55-56. ISBN 9788085660081.

Štouračová, J. Ekonomická diplomacie České republiky. Praha: Professional Publishing, 2008, s. 35. ISBN 9788086946719

van Bergeijk, P, Okano-Heijmans, M., Melissen, J. *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives*. 1-229. (2011). 10.1163/9789004209619.

Woolcock, S., Bayne N., "Economic Diplomacy." In *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. : Oxford University Press, 2013-03-01.

Woolcock, S. and Bayne, N.eds. (2002) *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in international economic relations*. Str. 10-16 . Ashgate, Aldershot. ISBN 0754618323

Elektronické zdroje

MPO, *Aktualizace Exportní strategie ČR 2012-2020*, [cit. 26.09.2017] Dostupné z https://www.mpo.cz/assets/cz/zahranicni-obchod/podpora-exportu/koncepce-a-strategie/2016/12/Aktualizace-ES-2012-20-final-material-vlada_20161201.pdf

MZV, *Rámcová dohoda MZV ČR s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR o zásadách spolupráce při zajišťování podpory exportu a ekonomické diplomacie*, [cit. 26.09.2017] Dostupné z http://www.mzv.cz/file/1199574/Ramcova_dohoda_MZV_MPO.pdf

Summary

This thesis focuses on Czech economic diplomacy. The main goal of the thesis is to answer whether Czech economic diplomacy is based on strategic evaluations of the state or the preferences of exporters. For this purpose I conducted two hypotheses: "Czech economic diplomacy is based mainly on the preferences of exporters" and "Czech economic diplomacy is based mainly on the foreign policy strategy of the state". In the first part of the thesis I give an overview of international literature on economic diplomacy and I also examine the institutional side of Czech economic diplomacy. Subsequently I defined the theoretical framework of this thesis, basing it on two theories - mercantilism and liberalism.

In the empirical part of the thesis I examine results that I was able to obtain by conducting a content analysis of interviews, governmental documents and statements of government members. I present results that none of the hypotheses can be confirmed. Czech economic diplomacy is based both on preferences of exporters and strategic interests of the state, but in reality the power and strength of interests of actors plays also a big role.

Seznam Příloh

Příloha č. 1 Problémy ekonomické diplomacie z pohledu exportérů

Příloha č. 2 Seznam provedených rozhovorů (neveřejné)

Příloha č. 3 Analýza zahraniční politiky a ekonomické diplomacie (excelová tabulka)

Příloha č. 4 Analýza rozhovorů s exportéry (excelová tabulka)

Příloha č. 1 Problémy ekonomické diplomacie z pohledu exportérů

Jak se mi povedlo určit v předchozí analýze, tak ekonomická diplomacie je tedy jakousi symbiózou mezi agendou vlády a samotných exportérů. Nicméně je určitě zajímavé se podívat na další témata, která vyvstala při mých rozhovorech s exportéry, avšak nesouvisí přímo s cílem diplomové práce. Zmíním především problémy, které exportéři vnímají v souvislosti s činností a efektivností ekonomické diplomacie. Vyřešení některých těchto problémů by pomohlo ve zvýšení efektivity ekonomické diplomacie.

Personální problémy

Doslova v každém rozhovoru zaznělo téma personálních problémů, co se týče ekonomických diplomatů, či pracovníků agentury Czechtrade v zahraničí. Všichni dotazovaní exportéři se někdy setkali s někým, kdo jim nebyl ochotný pomoci, případně ho považovali za nekompetentního.

Tyto personální otázky dokonce mohou i ovlivnit rozhodování firem při výběru teritoria, jak vysvětluje ředitel pro export potravinářské firmy, který chtěl zůstat v anonymitě: „ *Je to o lidech, mohlo by fungovat tvrdší vyhodnocení, ale je to naivní, vždycky tam budou lidi dosazení z vrhu co tam nemají co dělat, ale ví se mezi firmami takhle, kde je člověk šikovný a kde není šikovný a dovedu si představit, že to ovlivní i jakoby rozhodnutí jestli půjdeme třeba do západní nebo do východní afriky, když v západní je šikovný ekonomický diplomat a ve východní je nešikovný starý dědek*“ (Interview č.5)

Exportéři také silně vnímají, že někteří ekonomičtí přidělenci jsou více iniciativní než ostatní. Jak vysvětluje obchodní ředitel velké stavební firmy: „*Když si srovnám třeba obchodní rady v těch různých teritoriích a od některých ty informace chodí a jsou někteří od kterých nepřijde vůbec nic. Je to zase o těch lidech jestli mají zájem něco udělat, ne jen tu zaškatulkovanou náplň práce.*“ Na moji otázku zda si nemyslí, že je to tím, že některá teritoria jsou více prioritní a je na ně větší tlak ze strany státu odpovídá: „*To si nemyslím, já znám, že když tamten aktivní člověk pak přešel do jiného teritoria tak byl pořád stejný. Je to o lidech.*“ (Interview č.6) S tím jasně souhlasí i například i jeden z obchodních ředitelů „*Czechtrade využíváme na vyhledávání příležitostí, ale je to o lidech jako ty obchodní radové, občas máte regiony kde to skvěle běží a je to tím člověkem*“ . (Interview č.2)

Velmi kriticky se vyjádřil zástupce firmy dodávající investiční celky: „*Co mi vadí je, že člověk tomu musí jít hrozně naproti jinak se člověk ničeho nedočká – ty lidi tam budou spát,*

není z mého pohledu, když vidím jak jsou strašně aktivní podobné organizace německé americké, tak jejich obchodní radové, chápu že to jsou velké země, ale ta jejich aktivita je úžasná až bych řekl agresivní, tohle mi u nás chybí. (...) Já mám někdy pocit že ty úředníci na Czechtradech a obchodní radové, žijí z našich daní a mělo by to být tak, že oni tam jsou kvůli nám, ale oni si to vykládají obráceně – měli by tomu jít naproti, ale tak jak jsem si to představoval jsem zažil asi jen v Bělorusku, kde byl úžasný obchodní rada. (...) Řekl bych že těch negativních případů v té ekonomické diplomacii je tam víc než pozitivních, Nejpozitivnější byl právě pan Gelbič v Bělorusku a také pak Remek v Moskvě.“ (Interview č.10)

Ačkoliv se většina exportéru shodla, že se tato situace pomalu posouvá k lepšímu, z jejich názoru a zkušeností je jasné, že kvalita těchto služeb je velmi kolísavá a záleží na aktivitě a iniciativě pracovníků ekonomické diplomacie. Jak dokládá anonym zastupující střední elektrotechnickou firmu: *„Je to určitě o lidech, ale co s tím udělat, systém hodnocení – odešli opravdu ty lidi? Ale já to vnímám, že je tam víc pozitivních dobrých lidí než těch špatných.“* (Interview č.11) nebo zástupce z řad exportérů vína: *„Kdykoliv jsme ve světě ambasády oslovili tak nám vyšly vstříc (...) Ohledně Czechtradu tak třeba v Číně jsou všichni 4 Czechtradáci skvělí, zapálení do svojí práce – nedá se to říct o jiných státech, jinde v Asie jsme neměli tak dobrou zkušenost“* (Interview č.1)

Na toto téma jsem dostal i komentář i od vysokého státního úředníka zabývajícího se agendou ekonomické diplomacie *„Vždycky je to o lidech, ale co snažíme je nějaký improvement a nastavit ty standarty, v rámci dlouhodobé strategie se snažíme standardizovat postupy, vybavili jsme lidi metodikami, průběžně zaškolujeme a snažíme se přivést nové lidi, nějaký kompetentnější, nastavit větší filtr, aby se tam neobjevili ty špatný, a pak řešit ty špatný příklady. Dostáváme také hodnocení od komory a od svazu“* (Interview č.16)

Problém agentury Czechtrade

Od exportérů často také zaznělo, že mají problém se strategickou vizí a zařazením agentury Czechtrade. Jak říká zástupce firmy, která se zabývá dodávkami řídicích systémů: *„ Máme spoustu těch Czechtradů, spoustu těch organizací, ale ve finále některý studují ty činnosti, některé se zaměřují jen na určitou část a není v tom systém jednoznačný, dneska když tam začínáte z nuly tak je to hrozně obtížný – od ekonomický diplomacie bych očekávala, že se tam skutečně vytvoří nějaký tým v té dané lokalitě, který udělá nějakou analýzu toho trhu a bude si už ty lidi zvat cíleně, aby propojila tu českou firmu s tím konečným zákazníkem a kdyby to zaštiloval ten úřad tak by možná mohlo dojít k nějakému efektivnímu jednání“* (Interview č.8)

Agentura Czechtrade je také často vnímána spíše jako „poradenský byznys“ a ne jako služba od státu pro pomoc exportérům. Zástupce z vedení jednoho z podnikatelských sdružení: *„Problém, je že CzechTrade má nějaký rozpočet a ten rozpočet jim nestačí na pokrytí všech jejich činností, takže se kdysi dávno rozhodlo, že si musí na sebe vydělat a oni se s tím snažili nějak popasovat, vždycky byla diskuze, jestli má státní agentura vůbec za něco chtít peníze, a my jsme byli pro, říkali jsme udělejte nějaké základní penzum služeb zdarma, to je důležitý, aby jste získali klienty, ale pak mějte placené služby, samozřejmě na přiměřené úrovni a ono to i vyselektuje ty firmy, které tu službu doopravdy chtějí. Problém je v tom, že ministerstvo zahraničí má názor, který si myslím, že je správný, že by měl Czechtrade více poskytovat individuální služby pro menší a střední firmy. Jenže oni to vyřešili, tak že některé ty služby jsou předražené a často ta kvalita tomu neodpovídá. A druhá věc je špatně, že 60% příjmů mají z velkých komerčních akcí, což jsou veletrhy. To si myslíme, že by měli dělat v menší míře a naopak se soustředit na ty individuální konzultace a pomoc exportérům. Tak jsme říkali, ať si MPO definuje, co od CzechTradu chce. „ (Interview č.15)*

Případně vysoce postavený úředník z ministerstva zahraničí: *Já osobně s tím mám taky problém, tak je to jejich vize, já osobně si myslím, že by měli jít s tím klientem do nějakých sofistikovanějších řešení, nabídnout nějakou základní službu zdarma a pak třeba účtovat věci, který sou sofistikovanějšího charakteru (...) Problém CzechTradu, je že oni vykazují tu svoji práci v hrubém obratu místo v nějakých kvalitativních měřítcích“ (Interview č.16)*

Exportní financování

Z mých rozhovorů vyšlo najevo, že mnoho exportů silně vnímá rozdíly při exportním financování různých států. Exportéři často cítí, že i přes existenci konsensu OECD pro exportní financování, zde nejsou rovné podmínky a stát by se mohl angažovat více. Jak vysvětluje Anonym z oblasti energetiky a elektrotechniky: *„Co je problém je financování, jsou tu sice pravidla OECD, ale třeba Německo je jasným příkladem, že vychází s hodně dobrými úvěry a financováním těm německým firmám naproti , třeba Siemens, další příklad Alstom z Francie – jsou to jejich národní šampioni, dělají tak velký projekty G2G řeknou dámě úvěr,ale za to, že budou dělat jen německé firmy. Například v té energetice je to vidět hodně, je tam jasně velká konkurence . A tohle u nás nikdo neumí, snižuje to pak konkurenceschopnost na těch trzích, kde cena hraje hlavní roli a nejen tam. Určitě by u nás mohly existovat lepší finanční nástroje, v tomhle by to mohlo pomoci tomu byznysu. „(Interview č.11)*

Na toto téma přišla řeč často v souvislosti s Čínou, jejíž exportní financování je často bráno jako neférové. Jak říká exportní manažerka jedné z bankovních institucí: „*Číňané nejsou součástí konsenzu OECD takže naopak oni všechny země válčují, protože ostatní země musí nabídnout podmínky, které se drží toho konsenzu a Čína naopak to o co ostatní přichází profinancuje levou zadní. (...) Když se někde stane, že tam neuspěje náš exportér tak kdo to pak zafinancuje – no Čína*“ (Interview č.14)

To komentuje úředník z ministerstva zahraničí: „*Tam ten problém je, že ty produkty Čebky jsou srovnatelný ne-li dražší než ty produkty komerčních bank, tam je to v koncepci státu, jsou tam nějaký nápady jak to vyřešit a chceme a aby to fungovalo víc investičně, třeba radši dělat menší projekty než ty obří co spadly v poslední době. Čebka by měla vyplňovat tržní mezeru – nekonkurovat tem komerčním bankám, ale naopak nabízet produkty, co oni nemají nebo neposkytnou (...) Ale musíme si uvědomit, že my nejsme velká země, nemáme tu velké kontraktory a všechny velké projekty vlastně v poslední době skončili špatně, tak je možná na čase si uvědomit, že si řekneme, že třeba uděláme nějakou bank, u co bude financovat třeba menší projekty v Africe třeba vodní elektrárny, turbíny atd. Severské státy to tak dělají a mají to výnosné.*“ (Interview č.16)