

Zahraniční obchod se zbožím pomáhá zachraňovat ekonomiku

6.2.2024 - | Svaz průmyslu a dopravy ČR

Českým exportérům se nadále daří. Exportní statistiky za rok 2023 vydané Českým statistickým úřadem potvrzují, že mírný optimismus českých vývozních firem pokračuje. To je dobrá zpráva pro český průmysl, který zaznamenává pokles především v domácí poptávce. Celkový objem českého exportu v minulém roce dosáhl velmi dobrých hodnot. Zahraniční obchod se zbožím (národní pojetí exportu) překročil hranici 4.43 bilionů korun a překonal rekordní objem 4.41 bilionů korun z roku 2022. Hlavními obchodními partnery zůstávají země Evropské unie a Evropy s celkovým podílem na vývozu přes 80 %, resp. 90 %. ČESKÝ EXPORT POSÍLIL HLAVNĚ NA UKRAJINU A DO SPOJENÉHO KRÁLOVSTVÍ
Objemově však export meziročně stagnoval do našich tradičních TOP 10 partnerských zemí - tj. Německo, Slovensko, Polsko, Francie, Itálie, Rakousko, Spojené království, Nizozemsko, Maďarsko a Španělsko.

Z TOP 10 exportních destinací české exporty výrazně poklesly do Rakouska a Slovenska (o více než 10 %, resp. 7 %). Naopak vývoz do Spojeného království narostl o téměř 7 %, export do Německa také mírně rostl (o 0.7 %). Z jednotlivých TOP 50 zemí pak nejvíce český export vzrostl na Ukrajinu (o více než 34 %), do Turecka (o téměř 32 %), Srbska (o 18.5 %), Chorvatska (o téměř 18 %) a Mexika (o 15.5 %). Nejvíce z TOP 50 destinací vývoz poklesl do Ruska (o 53 %), Norska (o 13 %), Saúdské Arábie (o 12 %) a do Jižní Afriky (o 11.5 %). Další růst českého exportu v roce 2024 bude přímo záviset na ekonomickém růstu našich největších zahraničních obchodních partnerů, ale i na světové situaci v důležitých odvětvích pro českou ekonomiku, zejména v automobilovém, strojírenském, elektrotechnickém a zdravotním průmyslu. Je to především automobilový průmysl, který je tahounem českých exportů. „Pokud se však v nejbližší době nezačne ekonomicky dařit našim hlavním obchodním partnerům, to znamená především Německu, kam směřuje téměř třetina našeho exportu, tak se to v exportních statistikách brzy negativně projeví.“

Provázanost české ekonomiky s tou německou je velmi vysoká. Německá ekonomika je naopak zase závislá na vývoji čínské ekonomiky, kde také dochází k ekonomické stagnaci,“ říká Radek Špicar, viceprezident SP ČR pro export a EU. „V dlouhodobějším měřítku pak české firmy zůstanou úspěšné pouze tehdy, budou-li schopné reflektovat a adaptovat se na změny v globálním měřítku, např. sílí vliv digitalizace, ale i na nové krize způsobující problémy v dodavatelských řetězcích či vyvíjející se geopolitické uspořádání,“ dodává Radek Špicar. České firmy se také neobejdou bez dostatečných zásob potřebných vstupů do výroby, zejména potřebných surovin a energie, za přijatelné ceny. Vláda by v rámci nové Exportní strategie ČR měla podpořit rozvoj strategických partnerství s významnými producenty a dovozci nerostných surovin (např. USA, Jižní Afrika, Austrálie, Brazílie, Katar, Omán, Alžírsko, atd.). To je důležité nejen pro zajištění dodávek, ale také pro snižování závislosti na konkrétních dodavatelích. STÁTNÍ PODPORA EXPORTU JE PRO FIRMY NADÁLE KLÍČOVÁ Neméně důležitá bude finanční a institucionální podpora exportérů českým státem. Cílem by měly být srovnatelné podmínky pro české exportéry s jejich největšími obchodními konkurenty (zejm. Německo, Polsko, Francie, ale i Slovensko a Maďarsko).

Důležitou roli pak bude hrát podpora českého exportu na Ukrajinu, kam často míří české zboží dříve určené do Ruska nebo Běloruska. Český stát by měl také firmám pomáhat ve dvou důležitých oblastech - v oblasti výstavnictví a podnikatelských misí. Podpora veletržní účasti firem v zahraničí je důležitou službou státu zajišťující firmám kontakt s odbornou veřejností a analýzu nových trhů či mapování konkurence. „Stále platí, že 1 státem vložená koruna do podpory exportu přináší

50–80krát více v samotném objemu exportu. U akcí v ČR to může být až 70krát víc, u zahraničních výstav a veletrhů dokonce až 100krát více. Proto uvítáme posílení programu Českých oficiálních účastí na zahraničních veletrzích a výstavách, především v mimoevropských zemích, kde firmy doslova od píky budují značku a dobré jméno českých firem i ČR,” říká Lukáš Martin, ředitel Sekce mezinárodních vztahů SP ČR. Jako základní a zároveň moderní prostředek podpory exportu dlouhodobě považujeme podnikatelské mise doprovázející při cestách do zahraničí zástupce státu. Diverzifikace exportu především do zemí mimo EU, ať se jedná o oblasti v dynamicky se rozvíjejícím regionu Jihovýchodní Asie, Jižní Ameriky, Afriky nebo Oceánie, otevře českým firmám zcela nové příležitosti k růstu. Je proto velmi důležité, aby čeští exportéři dostávali dále možnost doprovázet na zahraničních cestách ústavní činitele a zástupce vlády.

<https://www.spcr.cz/pro-media/tiskove-zpravy/16571-zahranicni-obchod-se-zbozim-pomaha-zachranovat-ceskou-ekonomiku>