Vysoká škola ekonomická v Praze

Diplomová práce

2016 **Ondřej Skála**

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Studijní obor: Podniková ekonomika a management



Název diplomové práce

Podnikání českých firem na čínském trhu

Autor diplomové práce: Bc. Ondřej Skála

Vedoucí diplomové práce: Ing. Martin Kešner, Ph.D.

P r o h l á š e n í

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„*Podnikání českých firem na čínském trhu*“

vypracoval samostatně s využitím literatury a informací,

na něž odkazuji. Rád bych zároveň poděkoval nadaci „Nadání Josefa, Marie a Zdeňky Hlávkových“ za stipendijní příspěvek pro mé studium v zahraničí.

V Praze dne 14.12.2016 Ondřej Skála

Název diplomové práce:

Podnikání českých firem na čínském trhu

Abstrakt:

Tato diplomová práce se zabývá podnikatelským prostředím v Číně z pohledu českých firem. V teoretické části jsou představeny oblasti, o kterých by měl každý podnikatel, který uvažuje o exportu do Číny, znát základní informace.

Nejdříve je představena ekonomická situace Číny z historického i současného pohledu a její spolupráce s Českou republikou. Následně jsou blíže popsané obory, které stále představují příležitosti pro české podniky a také zmapována účast českých podniků na čínském trhu. Dále se práce zaměřuje na popsání možností, jak na čínský trh vstoupit a také na to, jak s čínskou protistranou jednat. Čínská kultura je z evropského pohledu velmi odlišná a pro české podnikatele představuje možná nedorozumění a podnikatelské problémy.

V praktické části práce jsou potom popsány zkušenosti několika českých firem s čínským trhem a také rady, které si mohou odnést společnosti, které by zde chtěly také podnikat. Na závěr práce je sepsáno doporučení pro podnikatele, které vychází z rozhovorů a dotazníků mezi českými exportními manažery zabývající se obchodem s Čínou.

Klíčová slova:

Čína, obchod, příležitosti, doporučení

Title of the Master´s Thesis:

Business of Czech companies in the China

Abstract:

This master thesis is focused on business environment in China from the perspective of Czech companies. The theoretical part represents basic informations that are good to know for every entrepreneur who is thinking about exporting to China.

First, it introduces chinese economic situation from historical and contemporary perspective and its cooperation with the Czech Republic. Subsequently there is a describtion of industries, which still bring opportunities for Czech companies. At the end this part maps the participation of Czech companies in the Chinese market.The second part of the theory focuses on describing the opportunities to enter the Chinese market and also on how to deal with Chinese enterpreneurs. From European perspective is Chinese market still very different and it could lead to misunderstandings and business problems.

Practical part of the work is to focus on a few Czech companies to describe their experience with the Chinese market and highlight the advice for other companies. Final part includes selected recommendations for enterpreneurs, which are based on interviews and questionnaires of Czech export managers dealing with China.

Key words:

China,business,opportunities,recommendation

OBSAH

Úvod ... **2**

1 Vývoj ekonomické situace v Čínské lidové republice ... **4**

1.1 Historický vývoj před rokem 1990 ... 4

1.2 Historický vývoj po roce 1990 ... 6

1.3 Historický vývoj Hongkongu ... 6

1.4 Současná ČLR, její rizika a strategické plány do budoucna ... 7

1.4.1 Ekonomická rizika současné Číny ... 7

1.4.2 Současný strategický plán Číny ... 11

2 Ekonomická spolupráce České republiky a ČLR ... **13**

2.1 Smluvní vývoj česko-čínských vztahů ... 15

3 Podnikání na čínském trhu ... **18**

3.1 Charakteristické rysy čínského trhu a čínských spotřebitelů ... 18

3.2 Perspektivní obory na čínském trhu z pohledu české firmy ... 18

3.3 České firmy operující v Číně ... 23

3.3.1 Strojírenství ... 23

3.3.2 Nové technologie ... 24

3.3.3 Služby ... 24

3.3.4 Lehký průmysl ... 25

3.3.5 Potravinářský průmysl ... 26

3.4 Působení čínských firem v ČR ... 26

4 Vstup na čínský trh ... **28**

4.1 Výběr formy vstupu české firmy na čínsky trh ... 28

4.1.1 Reprezentační kancelář ... 29

4.1.2 Plně vlastněná zahraniční společnost (WFOE) ... 30

4.1.3 Založení společného podniku (Joint Venture) ... 30

4.2 Postup založení vlastní pobočky v ČLR ... 31

4.2.1 Proces založení reprezentační kanceláře (Representation Office) ... 31

4.2.2 Proces založení podniku plně vlastněný zahraničním majitelem ... 32

4.2.3 Založení společného podniku ... 32

5 Obchodní jednání a vyjednávání v Číně ... **33**

5.1 Obchodní a kulturní charakteristiky ... 34

5.2 Právní stránka podnikání českých firem v Číně ... 37

5.3 Platební podmínky ... 38

6 Institucionální podpora českých exportérů a investorů 40
6.1 Podpora exportu ze strany státu 40
6.1.1 Ministerstvo zahraničních věcí ČR a konzuláty v Číně a Hongkongu 40
6.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR 41
6.1.3 CzechTrade 42
6.1.4 CzechTourism 42
6.1.5 CzechInvest 44
6.2 Podpora ze strany soukromého sektoru 46
6.2.1 Bankovní sektor 46
6.2.2 Poradenské firmy 47
6.2.3 Průmyslové svazy a spolky 47
7 Případové studie českých firem v Číně 49
7.1 Nafigate Corporation a.s. 49
7.2 LINET 53
7.3 LASVIT 57
7.4 Home Credit B.V. 59
7.5 FATRA a.s. 61
8 Model doporučení pro proces vstupu na čínský trh 64
8.1 Zmapování čínského trhu 65
8.2 Vstup na čínský trh 65
8.3 Právní a platební podmínky 68
8.4 Propagace 70
8.5 Obchodní jednání v praxi 71
8.6 Další informace a poradenství 72
Závěr 73
Seznam literatury a zdrojů 75
Seznam příloh 81

Úvod

„Správné načasování, správné místo a správní lidé“ je staré čínské rčení, kterým se všichni čínští podnikatelé řídí.

Neexistují pochybnosti o tom, že čínský ekonomický růst v posledních desetiletích je považován za neopakovatelný ekonomický úspěch. V roce 2014 se Čínská lidová republika (dále ČLR) stala největší ekonomikou světa a sesadila tak z této pozice Spojené státy americké.

Příčiny tohoto unikátního čínského modelu zkoumají odborníci dodnes, nicméně nepřišli s obecným vzorcem, který by byl jednoduše kopírovatelný do ostatních zemí. Velmi důležitým rokem byl pro Čínu rok 2001, kdy vstoupila do Světové obchodní organizace a svůj růst ještě umocnila. V současné době stále vytváří ekonomické příležitosti jak pro čínské, tak i zahraniční firmy, které o své místo na čínském trhu silně usilují. České firmy nejsou výjimkou.

Toto téma jsem si zvolil během mého studijního pobytu v Hongkongu, kde jsem poznal jednotlivé kulturní i obchodní odlišnosti a zároveň způsob, jakým zde lidé podnikají. Při opakované návštěvě Číny jsem se následně zaměřil i na to, jak se daří českým firmám na místním trhu a jaké výzvy bude Čína v budoucnu přinášet.

Čína je kulturně i ekonomicky velmi odlišná země a vstoupit na tento trh je pro firmy nelehká záležitost. Ať už z důvodu místních snah kopírovat veškeré západní značky, tak i odlišného myšlení, které podnikání v Číně vyžaduje. Právě na tyto a další důvody se v následujících kapitolách zaměřím.

Hlavním cílem diplomové práce je vytvořit model praktických doporučení a informací pro firmy, které o exportu do ČLR uvažují a které se nacházejí v přípravné fázi tohoto procesu. Tento seznam doporučení se nachází v praktické části práce a navazuje na kapitoly části teoretické. Primárně vychází z dotazníkového průzkumu mezi 25 českými firmami, které na čínském trhu úspěšně působí. Tento dotazník byl zaměřen na zkušenosti jednotlivých firem v procesu vstupu na čínský trh, z propagace svých výrobků a služeb či vnímání odlišné

kultury. Druhým zdrojem těchto doporučení jsou případové studie vstupu pěti českých firem na čínský trh, které se nacházejí v úvodu praktické části.

Mezi vedlejší cíle patří zmapovat ekonomické a podnikatelské prostředí na čínském trhu, působení českých firem v Číně a blíže popsat institucionální podporu pro exportní podniky. Na tyto cíle se zaměří teoretická část práce, která je rozdělena do šesti kapitol.

Začátek teoretické práce je zaměřen jak na historický vývoj čínské ekonomiky, tak i na současný stav čínského trhu s jeho problémy, riziky i strategickými plány pro následující léta.

Druhá část teoretické části práce se zabývá ekonomickou spoluprací mezi Českou republikou a Čínskou lidovou republikou. Důraz je kladen na politickou spolupráci obou zemí, historický vývoj této spolupráce i na současný stav, ve kterém v posledních několika letech dochází k silnému oživení česko-čínských vztahů.

Obsah třetí části je následně zaměřen na konkrétní obory podnikání, které jsou z hlediska českých firem atraktivní. Tyto sektory byly vybrány podle jejich potenciálu a letité zkušenosti českých firem.

Dále obsahuje seznam úspěšných českých firem, které se zde dokázaly prosadit. Pro zjednodušení byly vybrány ty neznámější firmy, které v Číně působí už několik let. Ovšem celkový počet firem, které se snaží o export svých služeb či výrobků do Číny, každým rokem přibývá.

Pro podnikání v Číně je klíčovým prvkem vstup na trh a výběr vhodné právní formy. Touto problematikou se zabývá čtvrtá část. Každá právní forma má jiné náležitosti a také doba založení je různá. Na výběr je několik možností, od využití licenčního partnera až po založení své vlastní společnosti.

Pátá kapitola ukazuje specifickou čínskou kulturu, která se silně projevuju i v podnikatelském prostředí. V čínské společnosti existují určitá pravidla, bez kterých se neobejde žádný obchodník a jejichž porušení může znamenat konec spolupráce s místními podnikateli. Proto je doporučeno se s čínským trhem nejdříve úzce seznámit.

Na podporu ze strany státu a soukromé sféry je zaměřena poslední kapitola teoretické části. Pomoc a poradenství pro exportéry nabízí vláda ze strany různých subjektů Ministerstva zahraničních věcí či Ministerstva průmyslu a obchodu. Tato vládní podpora je pro první fázi

vstupu na čínský trh velmi důležitá a často ze strany firem i využívaná. V druhém případě lze podporu najít i v soukromém sektoru, kde se nejčastěji jedná o banky podporující export, konzultantské společnosti i průmyslové svazy a spolky.

Teoretická část

1 Vývoj ekonomické situace v Čínské lidové republice

Tato kapitola se zabývá historickým vývojem ČLR v různých etapách 20. a 21. století. Snaží se zmapovat nejdůležitější události a politická rozhodnutí, která vedla k současnému hospodářskému zázraku.

1.1 Historický vývoj před rokem 1990

Už od začátku 20. století Čína prochází nebývalými změnami, které mají silný vliv jak na ekonomiku, tak i samotné obyvatelstvo. Do té doby se Čína snažila zůstat uzavřená před okolním světem, ovšem kolonizační tendence a průmyslový rozvoj okolního světa vedl k volání po novém řízení a nové společnosti.

Tyto tendence a změny vedly k samotnému svržení tradičního císařství a nastolení republiky, která vznikla 1911. V čínské historii ovšem formování republiky probíhalo dalších 40 let.

Samotné volání po změně v čínské společnosti a vytvoření republiky bylo ovlivněno i změnami, které se odehrávaly ve zbytku světa. Krize ve vyspělém světě a nástup komunismu v Rusku mělo samozřejmě kvůli geografické poloze vliv i na samotnou Čínu.

Velký rozvoj komunistické strany se odehrál během druhé světové války, ve které byla Čína v neustálých bojích s Japonskem.

Po válce se odehrál boj mezi čínskou vládou a KSČ, který vedl ke konečnému vítězství komunistické strany.

Po válce nastalo období, kdy se ČLR vzpamatovávala z předešlých let a začalo budování rozsáhlé zemědělské investiční výstavby a technologické transformace ve velkém měřítku. Mezi lety 1966 – 1976 ovšem proběhla tzv. "Kulturní revoluce", pod vedením Mao Ce-tunga, jež vedla k destrukci průmyslu a smrti mnoho milionů čínských obyvatel.

Velmi důležitým rokem pro čínské hospodářství je rok 1978, kdy se vedení komunistické strany rozhodlo propojit prvky tržního hospodářství s centrálním řízením čínské ekonomiky. Tento krok se stal během 3. planetárního shromáždění ústředního výboru KS, kdy tehdejší lídr Teng Siao-pching vytvořil čtyři nové cíle, které zahrnovaly modernizaci zemědělství, průmyslu, vědy a armády.[1]

Tento krok se v následujících letech ukázal jako velmi správný a zároveň jako krok, který z Číny vytvoří světovou velmoc.

Důležité v celém procesu reforem byl pragmatismus a postupné změny vedoucí k cíli. Nikoli nepřipravené reformy, které jsme mohli vidět u ostatních socialistických zemí. Jeden z klíčových bodů reformy bylo delegování pravomocí na nižší provinční úrovně či povolené zakládání soukromých podniků v roce 1984.

Rozhodující pro příliv zahraničního kapitálu byl Zákon o společných podnicích, který Číně otevřel z hlediska zahraničních investic a hlavně z hlediska nových technologií. Po příkladu okolních zemí si totiž vedení komunistické strany uvědomilo, že bez moderních technologií se zbytku světa nemůže konkurovat ani rovnat.

Mezi roky 1978-2012 byl průměrný růst HDP 9,4 %. Takové to změny se neprojevili pouze v ekonomice, ale zasáhly všechny oblasti společnosti, která se postupem času začala ve velkém stěhovat do měst. [2]

Tento ekonomický zázrak doprovázelo mnoho chyb a proces otevírání se světu ze začátku probíhal velmi pozvolna. Primárně to bylo způsobeno nedostatečnou legislativou, komunikačními a jazykovými bariérami a hlavně strachu zahraničních investorů z podnikání uvnitř komunistické země. Počáteční nervozita a obavy ovšem během let vystřídaly výhody z hlediska nízkých výrobních nákladů a potenciálu čínského trhu. [3]

---

[1] History - Contemporary Period. *China.org.cn* [online]. [cit. 2016-12-03]. Dostupné z: http://www.china.org.cn/e-china/history/Contemporary.htm

[2] HIRST, Thomas. *A brief history of China's economic growth*. In: *World economic forum* [online]. [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: https://www.weforum.org/agenda/2015/07/brief-history-of-china-economic-growth/

[3] FÜRST, Rudolf. *Česko-čínské vztahy po roce 1989*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2010, 235 s. ISBN 978-802-4616-537.

1.2 Historický vývoj po roce 1990

Vstup zahraničních investorů a prodej podílů některých státních firem byl hlavním rysem tohoto období. Ovšem ze začátku tohoto desetiletí to tak nevypadalo. V roce 1989 proběhl v Pekingu protest na náměstí Nebeského klidu proti utlačování lidských práv. Vláda tento protest potlačila krvavým masakrem, při kterém zahynulo mnoho lidí. Po tomto incidentu se vztahy se zahraničními investory v určitých oblastech velmi pokřivily a některé země reagovaly omezením svých exportů do Číny.

Od poloviny 90. let ovšem Čína získává zájem investorů zpět a zavádí stále více reformních kroků k tomu, aby se stala hlavní ekonomikou světa.

Toto období je také symbolem rostoucího odlivu obyvatelstva do měst. Důvodem byly pracovní příležitosti, vyšší platy ve městech a hlavně možnost získávat vlastnictví bytů do osobního vlastnictví.[4]

1.3 Historický vývoj Hongkongu

Hong Kong je světové obchodní a finanční centrum, přes které čínské výrobků plynou do celého světa.

Během opiových válek mezi Čínou a Velkou Británií připadlo území Hong Kongu právě Británii, která z tohoto místa během let udělala jedno z nejvyspělejších míst na zemi.

Další území okolo ostrova si Británie od Číny pronajala na 99 let a právě v roce 1997 smlouva o pronájmu skončila a následně byla podepsána nová dohoda o odevzdání celého Hongkongu do rukou Číny.

Tato událost se obešla bez větších komplikací a protestů. Hongkong si prozatím ponechal svoji autonomii, což přispělo k samotnému sbližování Číny se západem.

---

[4] OBUCHOVÁ, Ľubica. Číňané 21. století: Dějiny, tradice, obchod. Vyd. 1. Praha: Academia, 1999, 287 p. ISBN 80-200- 0641-9.

1.4 Současná ČLR, její rizika a strategické plány do budoucna

Čína se stále více ekonomicky přibližuje západním státům a vykazuje v několika posledních letech stále výrazně nadprůměrné tempo růstu HDP. Ovšem i ekonomický zázrak, který stále v různých podobách přetrvává, si vybral svoji daň. Primárně se jedná o katastrofální stav životního prostředí, za který je Čína a její průmyslový skok zodpovědný.

Primárně se jedná o znečištění ovzduší, řek, jezer a půdy, což výrazně kvalitu života snižuje. Už před 10 lety si toho čínská vláda byla vědoma, a proto ochranu životního prostředí zvolila jako jednu ze svých priorit.

Obecně je dobré pro ekonomické hodnocení Číny sledovat ukazatel HDP na obyvatele, který měří životní úroveň obyvatel a podle kterého se Čína stále řadí mezi rozvojové země. Současná hodnota tohoto indikátoru je 8700 USD.[5]

1.4.1 Ekonomická rizika současné Číny

1) Chabý finanční a kapitálový sektor

Hlavní čínské banky jsou zatíženy špatnými úvěry z předchozích let, které během krize poskytovaly podnikům. Tím, že má stát plnou kontrolu nad řízením hlavních čínských bank, jsou úvěry často využity na pomoc státních podniků, jejichž konkurenceschopnost není do budoucna zajištěna. Celkový čistý dluh včetně domácích a zahraničních půjček byl na konci března 2016 více než 25 bilionů dolarů.[6]

V roce 2007 dluh dosahoval „pouhých“ 7 bilionů USD.

Jak v roce 2015, tak i v roce 2016 byla na čínském kapitálovém trhu znát poměrně silná nervozita. V předešlých letech začaly hlavní čínské indexy růst dvojciferným číslem, což vedlo

[5] *World Economic Outlook Database* [online]. In: . IMF [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/02/weodata/weoselser.aspx?a=&c=924&t=1

[6] WEINLAND, Don a Gabriel WILDAU. China debt load reaches record high as risk to economy mounts. *Financial times* [online]. [cit. 2016-12-03]. Dostupné z: https://www.ft.com/content/acd3f2fc-084a-11e6-876d-b823056b209b

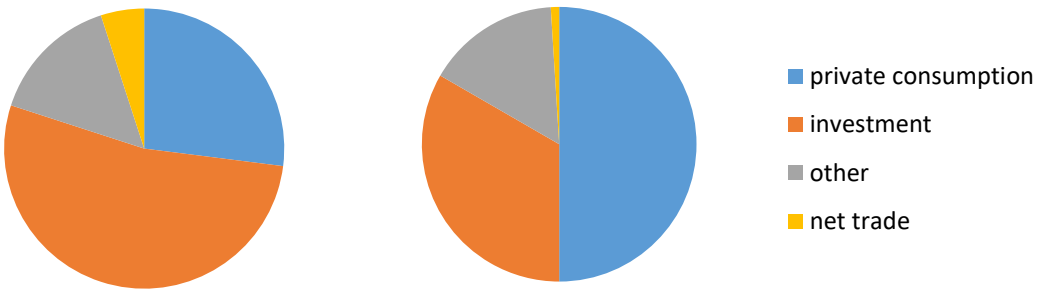
k jejich přehřátí. Když se tento stav skombinoval s postupným zvedáním sazeb v USA, tak na sebe propad čínského trhu nedal dlouho čekat.

Činnost centrální banky je silně spjata s politikou KS, což ji odebírá možnost použití všech nástrojů měnové politiky, hlavně z důvodu pevného měnového kurzu. Zároveň čínské zahraniční devizové rezervy Číny jsou největší na světě a stále kvůli přebytku zahraničního obchodu rostou.

Z makroekonomického hlediska se Čína proto začíná přeorientovávat ze silně exportní země na vnitřní spotřebu. V předchozích desetiletích totiž ekonomiku táhly hlavně vývozy a orientace na vnější svět, což vedlo k přebytku platební bilance a likvidity.

Pokud by se přeorientovávání na vnitřní trh ovšem příliš urychlilo, mohlo by to vést ke zvyšování úrokové míry a k negativnímu vlivu na spotřebu čínského obyvatelstva.

Graf 1: Srovnání struktury čínského HDP
2000-2010 vs. 2020-2030



Zdroj: Global insights and data estimation for 2020-30, McKinsey analysis

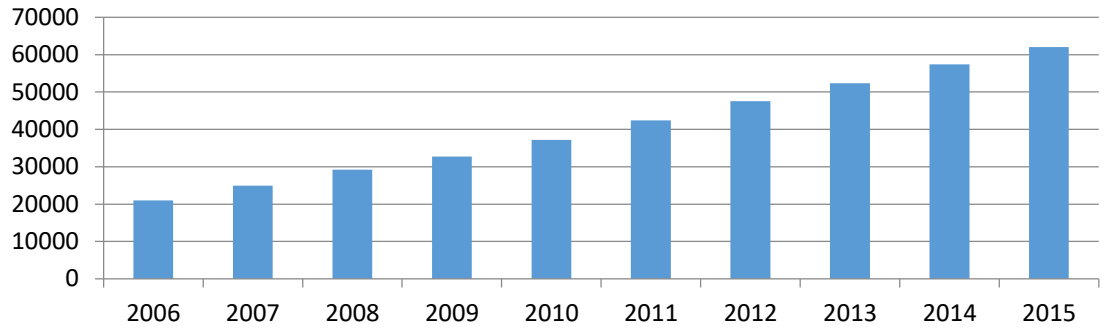
V poslední době totiž dramaticky roste kupní síla průměrné čínské domácnosti, čemuž napomohla probíhající reforma sociálního a zdravotního pojištění, která je součástí 12. pětiletého plánu. Ta měla snížit obavy o sociální jistoty, které vedou k neúměrně spořivosti obyvatelstva. Jejím cílem je proto dostat tyto peníze do peněžního oběhu a snížit tak ekonomickou závislost na zahraničních exportech.

2) **Problémy s kvalifikovanou pracovní silou a transformace průmyslové výroby**

Čína je známá tím, že nabízí levnou pracovní sílu, která láká zahraniční podniky a jejich investice do Číny. Tuto levnou pracovní sílu většinou tvoří rolníci a venkované, kteří se stěhují do měst a kteří pro nízko kvalifikovanou práci v továrnách a průmyslové výrobě vyhovují. Tímto vývojem se Čína stala továrnou světa.

Tato doba ovšem pomalu končí, protože mzdová hladina neúprosně roste a začíná se vyrovnávat některým evropským zemím.

Graf 2: Průměrná roční mzda (CNY)



Zdroj: Ministry of Human Resources and Social Security of the People´s republic China

Pomalu proto nastává doba, kdy továrny a montovny či státní průmyslové podniky nejsou tolik konkurenceschopné. Čínská vláda si je tohoto trendu velmi dobře vědoma a snaží se přeorientovat průmysl na specifičtější zaměření a služby, kde nalezne zaměstnání kvalifikovaná pracovní síla

Otázka ovšem nastává, kde tuto kvalifikovanou sílu vzít. Úroveň vzdělanosti výrazně roste, ovšem stále ne dostatečně. Hlad po kvalifikované pracovní síle je převážně v nejrozvinutějších provinciích, které se začaly přeorientovávat jako první.

Naproti tomu západní provincie Číny stále nabízejí velmi levnou pracovní sílu. Tyto západní oblasti jsou ovšem příliš vzdálené od přístavů v JV Číně, kde se kapitál soustřeďuje. Z tohoto důvodu Čína nabízí pobídky primárně ve vzdálenějších částech země.

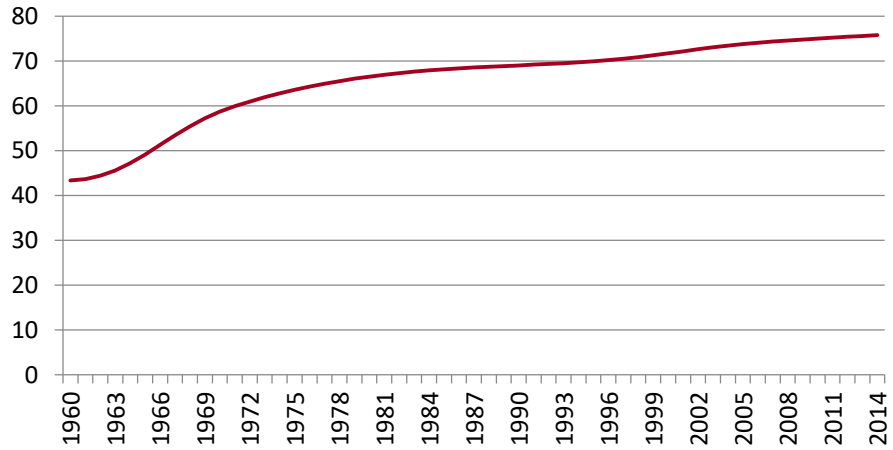
Co se týká rozvoje služeb, klíčovým prvkem je rozvoj výuky angličtiny u mladších generací. Stále totiž v Číně panuje situace, kdy najít člověka, který umí anglicky a má dobrou profesní kvalifikaci, není vůbec jednoduché.

Obecně je v čínské kultuře silně zahrnuta úcta ke vzdělání, což plyne z konfuciánských tradic. Právě tato chuť se učit může problém s kvalifikovanou silou postupně vyřešit. Ovšem čínský vzdělávací systém je v duchu konfuciánských hodnot silně teoretický a absolventům chybí praktické zkušenosti. Z tohoto důvodu často probíhá přetahování odborníků mezi konkurenčními podniky.

Ovšem nízká kvalifikace čínského obyvatelstva není jedinou starostí čínské vlády, prohlubujícím problémem je již zmíněné stárnutí obyvatelstva, které bylo způsobené politikou jednoho dítěte.

Stárnutí obyvatelstva způsobí do budoucna snížení efektivity práce na úkor kapitálu.

Graf 3: průměrná délka života v Číně



Zdroj: World bank statistic data

1.4.2 Současný strategický plán Číny

Čínské firmy si postupem času začaly uvědomovat rizika čínského trhu a začaly masivně investovat v zahraničí. Tyto investice jsou součástí strategie **„going global“**, která je spojena s třetí etapou čínských reforem. Jejím hlavním cílem je expanze čínských firem na globální trhy. Příklady konkrétních cílů jsou:

- získání globální tržní podíl v určitých sektorech, s důrazem na high-tech,
- vytvoření 50 čínských nadnárodních firem
- vytváření zahraničních vědecko-výzkumných center,
- uskutečňovat v zahraničí stavební projekty včetně exportu práce[7]

Čínský kapitál je vidět téměř ve všech zemích světa investicemi v Africe počínaje a obsazováním strategických podniků ve vyspělých zemí konče. Tyto nové cesty na západ čínským firmám nepřinášejí pouze možnost rozšířit pole působnosti, ale hlavně přístup k novým technologiím a hlavně i přírodním zdrojům. Například v těžebním odvětví bylo zainvestováno v roce 2015 kolem 1, 3 mld. AUD. Při pohledu do budoucna bude čínská poptávka po australské železné rudě a uhlí ještě silnější, než se původně předpokládalo.[8]

Čína chce tímto krokem pojistit postavení Číny jako globální mocnosti. Cíl podporovat čínskou expanzi vznikl už na přelomu století a od té doby se vláda snaží podniky podpořit v těchto oblastech:

- **zjednodušení administraci a žádosti o povolenky,**
- **finanční podpora z polostátních bank,**
- **podpora na mezinárodní politické úrovni**

[7] Pro a proti: čínská ekonomická a energetická strategie. In: Vysoká Škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha [online]. 2011 [cit. 2015-10-9]. Dostupné z: http://www.vipvs.sk/images/data/Pre_a_proti/11_6_Cinska_ekonomicka_a_energeticka_strategie.pdf 43

[8] *KPMG* - Chinese investment in Australia growing and diversifying, finds latest Demystifying Chinese Investment in Australia [online]. [cit. 2016-12-14]. Dostupné z: https://home.kpmg.com/cn/en/home/news-media/press-releases/2016/04/chinese-investment-in-australia-growing-and-diversifying.html

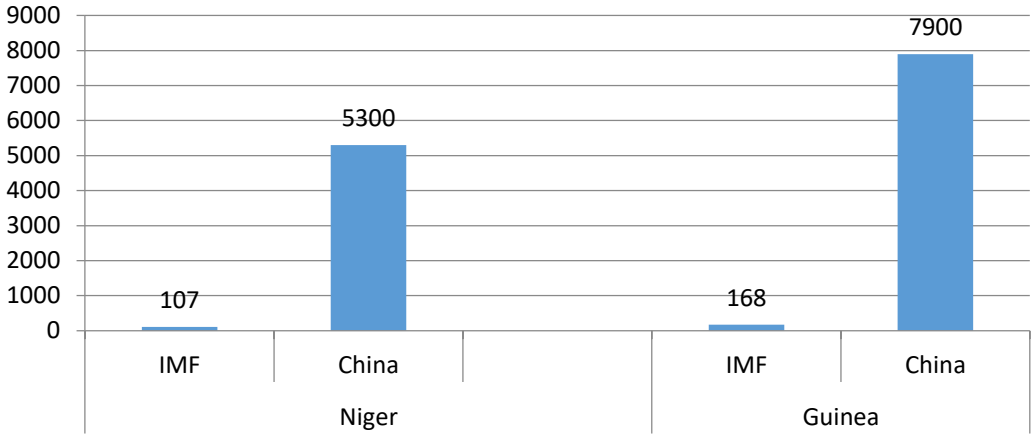
Tato podpora čínské expanze nemá pouze politické příčiny, ale hlavně ty ekonomické.

Některá odvětví výroby jsou v Číně už výrazně nad vlastní potřebou místního trhu, a proto expanze čínských firem je i jedna z cest, jak své výrobky prodat a najít pro ně odbyt.

Často se tak děje právě investicí do zahraniční firmy, která se zabývá komplementací finálního výrobku. Čínská firma tak může obejít ochranářské bariéry na evropských trzích.

Nejvýraznější příklad této expanze je rychlost, jakým Čína dobývá Afriku. Afrika je pro Čínu velmi důležitý partner, hlavně co se týká nerostných surovin. Čína má zásoby uhlí a tím to z velké části končí. Naopak Afrika disponuje zdroji jako je měď, kobalt, zlato a ropa, o něž má zájem právě Čína. Na oplátku čínské firmy v Africe staví a budují infrastrukturu a investují do modernizace tamních firem, bankovnictví i nemovitostí. [9]

Graf 4: Srovnání půjček IMF a čínských přímých investic v Africe (mil. USD)



Zdroj: IMF, Heritage Foundation

Tato spolupráce má také kulturní a historický podtext. Afrika dříve tvořila kolonie evropských zemí, které byly zvyklé s Afrikou jednat pevnou rukou a často kritikou místních zřízení. Čína ovšem nikterak místní pořádky nekritizuje a sama dokazuje, že komunistická země může ekonomicky růst bez větší pomoci zahraničních mocností.

[9] POZZEBON, Steffano. China has crossed a major investment threshold that is going to change the entire world. In: *Businessinsider.com* [online]. [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: http://uk.businessinsider.com/statistics-on-chinas-investment-abroad-2015-2

2 Ekonomická spolupráce České republiky a ČLR

Při porovnávání struktury ekonomiky obou zemí, obě země se řadí k exportně orientovaným ekonomikám. Na rozdíl od ČLR je ovšem Česká ekonomika závislá hlavně na spolupráci s okolními zeměmi, kde nejvýznamnější roli hraje Německo. Naopak Čína spolupracuje a vyváží své zboží do celého světa, čímž strategicky diverzifikuje riziko ekonomického oslabení jednotlivých exportních partnerů.

Z hlediska samotné spolupráce hraje ČLR roli nejvýznamnějšího mimoevropského obchodního partnera. Ovšem toto partnerství má poměrně jednoznačný směr a to stále se navyšující import čínského zboží do ČR.

Počátky této spolupráce jsou spjaty s vývozem českého zboží, které bylo organizováno komunistickými vládami těchto zemí. Z velké části se jednalo o vývoz strojního zařízení, které bylo vyrobeného na území tehdejšího Československa a které si v Číně v 60 a 70. letech budovalo poměrně dobré jméno.

Ovšem po ekonomických reformách na počátku 80. let se vzájemná spolupráce omezila na minimum a vzájemné obchody upadaly. K této situaci došlo hned z několika důvodů. Prvním z nich byla ekonomická orientace

Číny na západní státy Evropy a také na USA. Spolupráce s těmito zeměmi byla pro Čínu velmi důležitá jak z ekonomického, tak i politického hlediska.

Dalším důvodem bylo to, že se české výrobky kvalitou a reklamou jen těžko rovnaly těm západním a také to, že vztahy mezi Čínou a Ruskem postupně ochladly, čímž došlo ke zhoršení vztahů i s tehdejším Československem.

Pro názorné představení, jak se obchodní vztah s Čínou vyvíjí, je uvedeno v tab. 1 s vývojem česko-čínské obchodní bilance v letech 1990 – 2014

Tab.1: Bilance vzájemné obchodní výměny v letech 1990-2014 (v mld. USD)

Rok	Vývoz	Dovoz	Obrat	Saldo
1990	*229*	*459*	*688*	*-230*
1996	*72*	*299*	*371*	*-227*
2001	*81*	*1 067*	*1 148*	*-987*
2006	*401*	*5 703*	*6 104*	*-5 302*
2007	*697*	*9 236*	*9 933*	*-8 538*
2008	*777*	*12 437*	*13 207*	*-11 660*
2009	*727*	*9 882*	*10 609*	*-9 155*
2010	*1 215*	*15 554*	*16 769*	*-14 338*
2011	*1 667*	*18 900*	*20 568*	*-17 233*
2012	*1 674*	*15 616*	*17 291*	*-13 942*
2010	*1 213*	*15 478*	*16 690*	*-14 265*
2011	*1 669*	*18 913*	*20 581*	*-17 244*
2012	*1 670*	*15 652*	*17 323*	*-13 982*
2 013	*1 920*	*15 498*	*17 418*	*-13 578*
2014	*2 036*	*17 226*	*19 262*	*-15 190*

Zdroj: Český statistický úřad

Z tabulky můžeme vyčíst, že od počátku nového milénia se obchodní vztahy zase pozitivně oživují, ovšem zároveň vidíme i stále vetší nárůst čínského dovozu před českým vývozem.

Pokud se zaměříme na samotný vývoz českých produktů do Číny, v porovnání s celkovým vývozem ČR se tento ukazatel v několika předešlých letech pohybuje kolem hranice 1 - 2%. Už z tohoto ukazatele můžeme jasně vyvodit, že ČLR nehraje ve struktuře českého vývozu nijak zvlášť velkou roli. Na druhou stranu tato situace jasně dokazuje, že prostor pro vylepšení naší exportní pozice v Číně existuje.

Z hlediska dovozu čínských výrobků do ČR je situace už poměrně odlišná. V samotném porovnání s celkovým vývozem se tento ukazatel pohybuje na hranici 11%, čímž se řadí na druhé místo za Německem.

2.1 Smluvní vývoj česko-čínských vztahů

Po roce 1989, kdy naše země získala možnost si sama utvářet politická a obchodní partnerství s ostatními zeměmi, byla otázky Číny poměrně komplikovaná. Ať už se jednalo o samotný komunistický režim či potlačování lidských práv.

České vlády proto posledních 25 let nijak zvlášť jasný postoj k ČLR neměly. To bylo ovlivněno hlavně protikomunistickou náladou v devadesátých letech a také podporou Tibetu ze strany prezidenta Havla.

příklady vládních smluv o spolupráci mezi oběma zeměmi do roku 2004:

- Smlouvy o ochraně a podpoře investic mezi vládou České a Slovenské federativní republiky a vládou Čínské lidové republiky ze dne 4. 12. 1991. Oficiálně k tomuto aktu došlo při návštěvě premiéra Klause v ČLR v roce 1994 výměnou dopisů.

- Dohoda mezi vládou České a Slovenské federativní republiky a vládou Čínské lidové republiky o spolupráci a vzájemné pomoci v oblasti celnictví (Praha 21. července 1992);

- Po vstupu České republiky do EU se smluvní podmínky o vzájemné spolupráci musely upravit, a proto při návštěvě prezidenta Klause v Pekingu byla podepsána Dohoda o hospodářské spolupráci mezi vládou České republiky a vládou Čínské lidové republiky (22. 4. 2004);

V následujících letech si celá Evropská unie, tak i vlády ČR začaly sílu Číny uvědomovat a začaly se o tuto zemi mnohem více zajímat. V následujících letech byly podepsány další smlouvy, které danou spolupráci prohlubovaly.

Po roce 2004 se Jedná například o tyto dohody:

- Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Čínské lidové republiky o podpoře a vzájemné ochraně investic (vstup v platnost 1. 9. 2006)
- Smlouva mezi vládou České republiky a vládou Hongkongu - zvláštní administrativní oblasti Čínské lidové republiky o zamezení dvojímu zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu (Praha 6. 6. 2011)
- Smlouva mezi vládou České republiky a vládou Čínské lidové republiky o zamezení dvojímu zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu (Peking 28. 8. 2009, v platnosti od 1. 1. 2012)

Obecně se ovšem tato smluvní spolupráce nijak zvlášť neodlišovala od spolupráce Číny s ostatními evropskými zeměmi a můžeme ji považovat spíše formálního rázu. Po zvolení bývalého premiéra Miloše Zemana prezidentem se ovšem vztah k Číně poměrně změnil. Od jeho nástupu do prezidentské funkce již bylo podepsáno několik dohod v oblasti sportu, kultury, vědy i výzkumu. Jeho sympatie k Čínské lidové republice postupně přináší i hospodářské výsledky.

V průběhu návštěvy prezidenta Zemana v ČLR v říjnu 2014 byly podepsány následující dohody a memoranda:

- Dohoda o spolupráci mezi Českou exportní bankou a EXIM Bank (Peking, říjen 2014)
- Memorandum o spolupráci mezi MPO a National Energy Administration (Peking, říjen 2014) [10]
- Memorandum o porozumění mezi Elektrotechnickým zkušebním ústavem s.p. a China Quality Certification Centre (CQC)

[10] Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [on-line]. Zahraniční obchod země. [on-line]. [cit. 2016-05-14]
http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asie/cina/smlouvy/index.html

V březnu 2016 proběhla oficiální návštěva čínského prezidenta v České republice, která znamená podepsání dalších ekonomických a kulturních dohod, které sbližování a spolupráci obou zemí dále prohlubuje. Během návštěvy prezidenta ČLR v Praze, která se uskutečnila v březnu 2016, byla podepsána řada hospodářských dohod a čínských investic. Zde je uveden výčet několika z nich.

Některé z podepsaných dohod:

- Společnost S.W.H. Group SE chce společně s čínskou společností China Guodian v celém regionu střední a středovýchodní Evropy investovat do obnovitelných zdrojů energie a čistých technologií
- Rámcová dohoda o finanční spolupráci mezi Českou exportní bankou (ČEB) *a* Čínskou rozvojovou bankou
- Memorandum o porozumění mezi výrobcem letadel Aircraft Industries a China Aviation Supplies Holding Company o prodeji dvou desítek lehkých letounů z moravských Kunovic.
- Další memorandum o porozumění a všestranné spolupráci uzavřely China General Nuclear Power Corporation a skupina ČEZ.

Tyto smlouvy mohou do budoucna přivést další čínský kapitál.[11]

Přístup k Číně a exportní podpora ze strany vlády je součástí tzv. **Exportní strategie 2012-2020.**

Hlavním cílem této strategie je podpora exportérů tak, aby to mělo zpětně pozitivní dopad na zaměstnanost obyvatel ČR a příjmy do státního rozpočtu. Mezi vedlejší cíle patří diverzifikace exportu do zemí mimo EU s cílem zvýšit zde objem exportu o 50 % do roku 2020 ve srovnání s rokem 2010 a také podpořit podniky, jejichž zboží a služby mají vysokou přidanou hodnotu.[12]

---

[11] *Čínské investice v Česku se mají do čtyř let rozrůst na 232 miliard* [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1739449-cinske-investice-v-cesku-se-maji-do-ctyr-let-rozrust-na-232-miliard

[12] Exportní strategie České republiky pro období 2012 - 2020*. In: Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/files/archiv/dokumenty/mpo_exportni_strategie_2012_2020.pdf*

3 Podnikání na čínském trhu

Čínský trh nabízí nepřeberné množství příležitostí, kde se mohou české a evropské firmy uchytit. Obecně platí, že čínsky trh není už tím neobjeveným místem v Asii a konkurence na něm proto postupně narůstá, obchodní a logistické centrum stále tvoří primárně JV část země v blízkosti přístavů, ovšem zde již náklady často převyšují evropská a americká města. Vládní pobídky se proto zaměřují primárně na oblast západní a centrální Číny, která je ovšem velmi vzdálená od moře a přístavů.

3.1 Charakteristické rysy čínského trhu a čínských spotřebitelů

V předchozí kapitole jsem se zaměřil na problémy, se kterými se čínská vláda momentálně potýká. Na každý problém se lze ovšem dívat i jako na příležitost, a právě některé firmy na toto vsází.

Při posuzování konkurenceschopnosti českých firem na čínském trhu se jasně ukazuje několik oborů, ve kterých se českým firmám daří. Ať už je to dáno historickou spoluprací s československým průmyslem nebo obtížnou možností výrobek či službu kopírovat.

3.2 Perspektivní obory na čínském trhu z pohledu české firmy

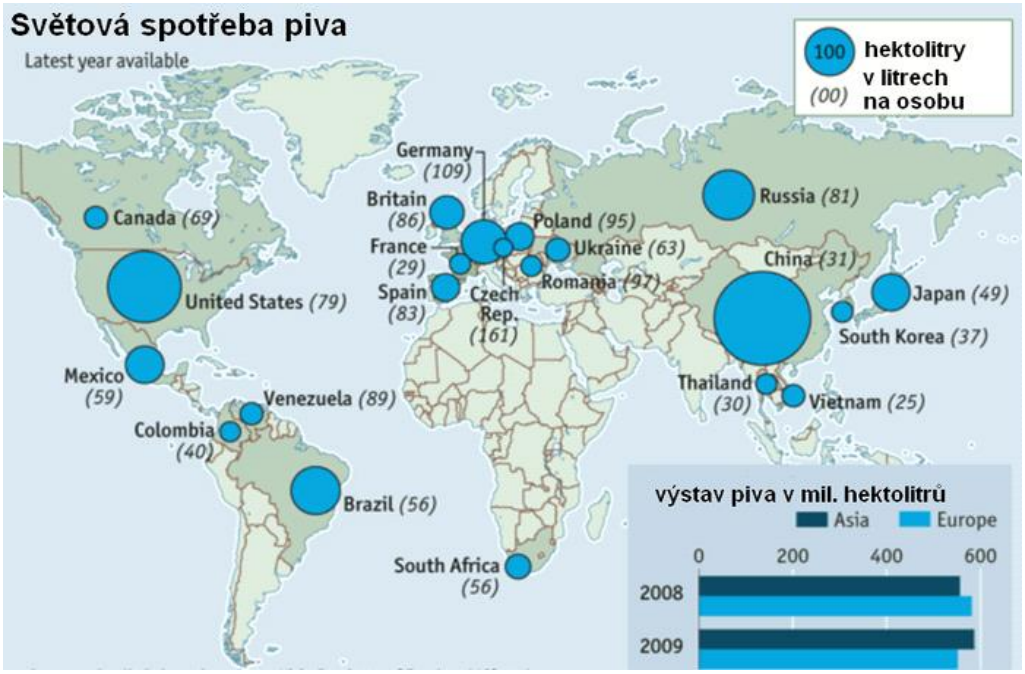
Potraviny

Co se týká potravin, evropské značky a evropské potraviny mají v Číně obecně velmi dobrou reputaci a zároveň i vyšší cenu, která je dána vyššími náklady na přepravu. Příkladem obliby evropských potravin je plán vystavět v Číně stovky supermarketů zaměřených na evropské potraviny. Tento vznikající retailový obchod má nabídnout právě potraviny z Česka a okolních zemí (Polska, Německa, Slovenska). [13]

[13] ŠENK, Michael. České potraviny mohou dobýt Čínu. Vzniká nový řetězec. In: *Aktuálně .cz* [online]. [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ceske-potraviny-mohou-dobyt-cinu-vznika-novy-retezec/r~d30b67c008f511e5b1d8002590604f2e/

Velmi dobrým příkladem by mohl být i **trh s vínem a pivem**, u kterého Čína ve spotřebě překonala USA a které se v Číně těší velké pozornosti a oblibě. Od roku 2008 se počet litrů spotřebovaného piva v Číně více než zdvojnásobil.

Obr. 1: Spotřeba piva na světě (v mil. hektolitrů)



Zdroj: investicniweb.cz [14]

Nejznámějšími českými pivovary v Číně jsou Pilsner Urquell, Budvar a Lobkowicz. Poslední zmíněná společnost začíná postupně těžit z toho, že byla prodána v roce 2015 investiční skupině CEFC, která tomuto pivovaru jistě pomůže v otázce vývozů a distribuční strategie pro čínský trh.

V současné Číně prosperují také zahraniční výrobci tzv. **potravinových doplňků**, vitaminových přípravků či energetických nápojů. Trh s těmito produkty se neustále rozšiřuje, což bude pokračovat i v následujících letech, neboť zdraví je pro Číňany velmi důležité a životní prostředí se potýká stále s většími problémy.

---

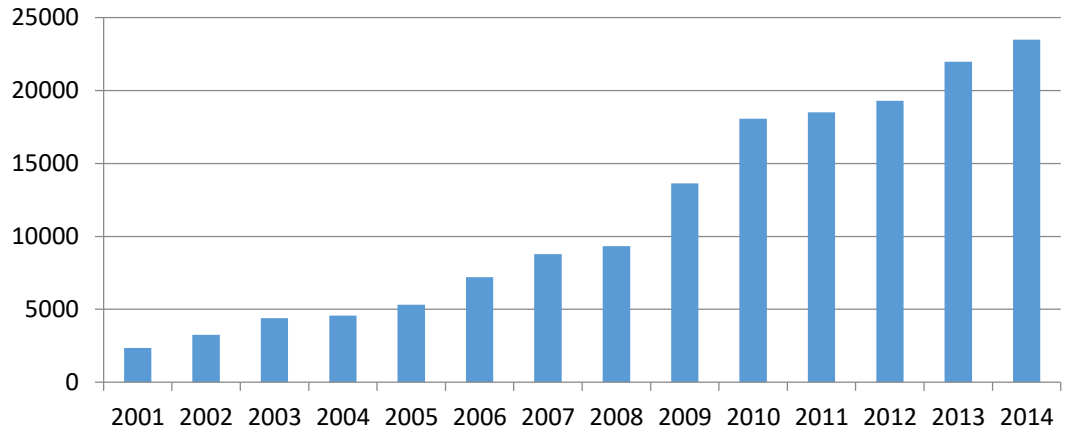
[14] *Spotřeba piva na světě. In: Investiční web [online]. [cit. 2016-05-15].*
Dostupné z: http://media.investicniweb.cz/photos/2013/02/16/67-3486-spotreba-vyroba-piva-ve-svete.png

Strojírenství

Vzhledem k silnému rozvoji čínské ekonomiky se na místním trhu prudce zvýšila poptávka po výrobcích strojírenského průmyslu a ČLR je v současnosti jejich největším světovým spotřebitelem. Český strojírenský průmysl má v ČLR dlouholetou tradici, přičemž významnou roli hrál při industrializaci země ve 20. století. Z této doby pochází pověst českých strojírenských firem jakožto spolehlivých dodavatelů kvalitního zboží.

Nejvýraznější rozvoj na poli strojního průmyslu je v Číně v **automobilovém průmyslu**, kde je patrný stále se zvyšující počet osobních aut. Tato situace vytváří prostor pro české firmy zaměřující se na oblast komplexních komponentů.

Graf 5: Počet prodaných vozidel v Číně mezi roky 2001 - 2014 (v tis. kusech)



Zdroj: CAAM

Dalším oborem je výstavba infrastruktury, která zažívá v posledních letech nekonečný rozvoj. Stavba dálnic, železnic a budování hromadné dopravy je v Číně vidět na každém kroku a tvoří jednu z vládních priorit.

Oborem pro uplatnění strojního zařízení je dále energetika, ve které je Čína stále silně závislá na těžbě uhlí. Z tohoto důvodu budou důlní zařízení stále podstatnou součástí českého exportu.

Potenciál mají i **specializovaná zařízení** sloužící k čištění vod a také zařízení, které se zaměřují na řešení specifických čínských problémů a minimalizaci případných škod, ať již jde o mobilní čističky pro filtraci vody či protipovodňové hráze.

Služby

Rozvoj služeb je v Číně z velké části spjat s úrovní angličtiny a z tohoto důvodu je velká část služeb stále spjata s působením nadnárodních společností, které do Číny přináší kvalitu a standardy svých služeb, tak i velmi potřebné know-how.

Velmi dobrou příležitost tvoří služby projekčních kanceláří, finančních a dalších služeb, které si žádají čas na svůj rozvoj a potřebné ukotvení v místní legislativě. Velmi perspektivní oblastí jsou také všechny audiovizuální služby (tvorba animovaných filmů), služby architektů (v posledních letech již silná konkurence) či umělecká tvorba, ve které Čína za rozvinutou Evropou ještě stále pokulhává.

Speciální oblast služeb je oblast zaopatřovacích služeb a dalších **služeb zdravotnického charakteru**. Do současné doby řešily starosti o nejstarší příslušníky rodin hlavně ty mladší generace. Tento zvyk se v Číně ale pozvolna mění a lze předpokládat, že i Čína se bude přeorientovávat na poskytování péče seniorům v domovech důchodců. Demografické údaje to jasně potvrzují, jen mezi lety 2011 a 2015 počet čínských důchodců vzrostl ze 178 na 221 miliónů. [15]

Výzkumy dokonce předpovídají, že do roku 2050 bude počet lidí ve věku 60 a výše tvořit téměř 39% obyvatel země, oproti zhruba 15% v současné době.[16]

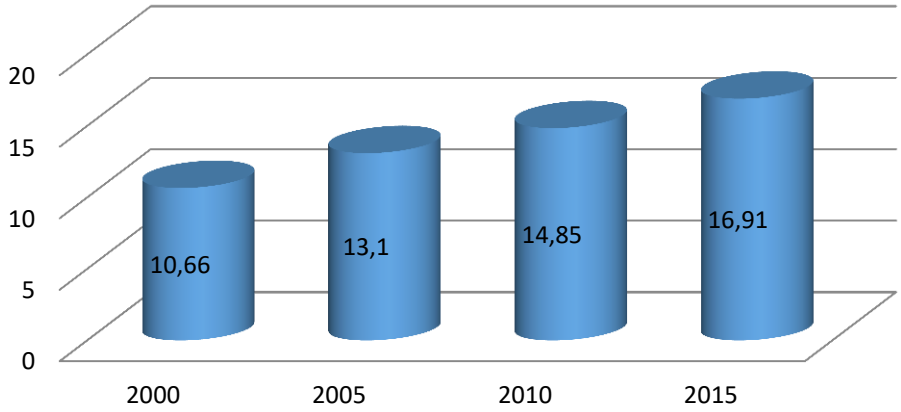
---

[15] *Portál BussinessInfo.cz: SOUHRNNÁ TERITORIÁLNÍ INFORMACE Čína [online]. 2015 [cit. 2016-05-13].*

Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/cina.html

[16] WONG, Chun Han. *China Sets Timeline for First Change to Retirement Age Since 1950s* [online]. In: . Wall street journal [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: http://blogs.wsj.com/chinarealtime/2015/03/10/china-sets-timeline-for-first-change-to-retirement-age-since-1950s/

Graf 6: zastoupení občanů starších 60 let (v % populace)



Zdroj: National Bureau of Statistics (NBS)

Nové technologie

O nové a vysoce rozvinuté technologie je v Číně poměrně velký zájem.

Dobrým příklad jsou obory, jako jsou nanotechnologie či biotechnologie s širokým záběrem možného využití. V jednotlivých provinciích a městech často rostou velké technologické zóny, které těží jak z podpory centrální vlády, tak i lokální administrativy.

Zároveň jsou silně podporovány **technologické start-upy**, které často vznikají při univerzitách a které se inspirují z amerického Silicon Valley. Touha Číny vyrovnat se v technologické úrovni vyspělým státům je vidět na počtu prostředků, které jsou do high-tech oborů s podporou čínské vlády investovány. Jen ve městě Suzhou, nedaleko Šanghaje, oznámila vláda, že do roku 2020 otevře 300 inkubátorů pro celkový počet 30 000 start-upů.[17]

[17] *SCHUMAN, Michael. Venture Communism: How China Is Building a Start-Up Boom. In: Nytimes.com[online]. [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2016/09/04/business/international/venture-communism-how-china-is-building-a-start-up-boom.html?_r=0*

3.3 České firmy operující v Číně

Po vymezení oborů, kde je největší prostor pro české firmy na čínském trhu, je důležité také popsat, jaké firmy už na trhu působí. Před rozhodnutím české firmy vstoupit na čínský trh je asi nejlepší doporučení kontaktovat firmy, které zde již působí a požádat o pomoc či nabídnout spolupráci.

3.3.1 Strojírenství

Škoda Auto

Výroba na čínském trhu byla zahájena na počátku června roku 2007. Hned první velký úspěch byl prodej 600 vozidel Škoda Octavia organizačnímu výboru pro OH a Paralympiádu v Pekingu v srpnu a září 2008. V současné době výroba a prodej škodovek v ČLR přesahuje ročně více než dvě stě tisíc kusů a ČLR se stala v roce 2011 největším trhem automobilky. Za celý rok 2014 dosáhl čínský trh 24% růstu, když počet dodávek zákazníkům dosáhl 281 400 vozů (z 227 000 v roce 2013). Společnost má ambice na trhu prodávat 500 tis. vozů ročně.

Škoda Transportation

V roce 2013 prodala společnost Škoda Transportation desetiletou licenci na výrobu 400 nízkopodlažních tramvají do města Qingdao. Kontrakt byl podepsán v červnu 2013 s čínskou společností CSR Sifang Qingdao Co. Ltd. o celkové hodnotě zakázky 5 mld. korun.

V dalším městě Suzhou vznikla společnost Škoda Kingway Electric jako firma na výrobu dílů pro vagóny metra.

Mezi další české strojařské firmy, které působí na čínském trhu, patří **INEKON Group** (výrobou a prodejem nízkopodlažních tramvají), **TOS Varnsdorf** (výroba moderních obráběcích strojů), **Broumovské strojírny** (výroba myček osobních automobilů), WIKOV (výroba větrných elektráren), **VAE CONTROLS Ostrava** (zařízení pro petrochemický průmysl)), společnost Ferrit (výroba důlního zařízení) a větší počet firem, zaměřených na výrobu komponentů pro letecký průmysl - Jihlavan Skyleader, TL-Ultralight, Transcon, Direct, Aircraft Industries PBS Bíteš, Evektor-Aerotechnik.

3.3.2 Nové technologie

V oblasti nanotechnologií na trhu působí firmy **Advanced Materials** a také společnost **Nafigate**, která zde založila v roce 2014 společný podnik s čínským partnerem v Suzhou (Suzhou Cleanet), který se bude zabývat realizací projektu technologie Hydal v ČLR.

Co se týká obnovitelných zdrojů energie, tak hlavními českými firmami v tomto obru v Číně jsou **Green Gas International BV** a **Tedom**. Tato firma realizuje v Číně projekty na výrobu bioplynu z biologických odpadů a výstavbu kogeneračních jednotek na výrobu energie z bioplynu.

3.3.3 Služby

Největší českou společností, která v Číně podniká ve službách, je společnost **PPF.**

Skupina PPF rozšířila své aktivity do ČLR již v roce 2004, kdy do Číny rozšířila své podnikání v oblasti poskytování spotřebitelských úvěrů na nákup zboží dlouhodobé spotřeby (pod značkou Home Credit).

Skupina má hlavní sídlo v Tianjinu a další kanceláře v Pekingu, Shenzhenu, Wuhanu či Chongqingu. Na konci roku 2014 měla společnost více než 18000 zaměstnanců a působila ve více než 150 čínských městech.

SOTIO Medical Research (Beijing) Ltd. Co. je druhou společností v portfoliu PPF, která se zabývá vývojem a aplikací léku proti rakovině.

V Nanjingu působí společnost **Moravia IT,** která se zabývá poskytováním překladatelských, testovacích služeb a lokalizací produktů svých klientů. V cestovním ruchu je na trhu aktivní firma **Dreamboat**, která sídlí v Hong Kongu a která nabízí zájezdy pro čínské turisty ve formě návštěv Prahy, jižních Čech a lodních plaveb ve střední Evropě.

V Šanghaji působí společnost **Austromar Limited,** která se zaměřuje se na logistické služby a přepravu zboží do Evropy. [18]

3.3.4 Lehký průmysl

Společnost Koh-i-noor v Nanjingu vyrábí kancelářské potřeby pro tuzemský trh i zahraničí a zabývá se propagací značky na čínském trhu. Na trhu působí od roku 2004.

Společnost **Tescan** působí na trhu od roku 2009, ve formě společného podniku na výrobu rastrovacích elektronových mikroskopů. V optickém průmyslu pracuje i přerovská firma **Meopta optika.**

Na čínském trhu figuruje poměrně velký počet sklářských firem, ze kterých je nejvýznamnější firma **Lasvit.** Tato společnost se zabývá prodejem skleněných výrobků dle vlastního designu, vybavení hotelů, kancelářských budov apod.)

Dalšími firmami, které se zabývají exportem skleněných výrobků, jsou **Moser, Halama, Ceasar, BOMMA, Aldit, Gold Crytal, Egermann, Crystalex, Sklárny Květná, Rückl Glass** (zastoupení prostřednictvím čínských partnerů) a **Preciosa** (lustry, figurky a křišťálové komponenty)

[18] *Portál BussinessInfo.cz: SOUHRNNÁ TERITORIÁLNÍ INFORMACE Čína [online]. 2015 [cit. 2016-05-13].*

Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/cina.html

3.3.5 Potravinářský průmysl

Jak už bylo výše zmíněno, čínský potravinářský průmysl je pro české firmy velmi atraktivní exportní destinací.

Z výrobců alkoholických nápojů zde figuruje vinařství **Ludwig Winery** či **Templáři** a pivní značky jako jsou **Budvar, Primátor, Brouczech** či značky pivovaru **Lobkowitz**.

Mezi další české firmy, které se v tomto segmentu dokázaly prosadit, jsou **Mattoni** minerální voda, **EMCO müsli** či známa značka dortů **Marlenka**.

Za posledních 15 let se o proniknutí na čínský trh ovšem pokusil mnohem větší počet českých firem, některé tuto misi nezvládly finančně, některé se nedokázali vyrovnat s odlišnými kulturními a obchodními podmínkami a další pohořely na výběru svého obchodního partnera.

Jen pro příklad uvedu společnost ECM či společnost Vítkovice a.s. [19]

3.4 Působení čínských firem v ČR

Otázkou je, co přesně můžeme považovat za čínské firmy na českém trhu. Z hlediska všech importů je velmi obtížné monitorovat, které firmy obchodují s českými obchody a kolik čínských firem do ČR své produkty vyváží.

Proto v další části budou popsány pouze firmy, které zde v ČR udělaly strategickou investici. V posledních dvou letech na český trh vstoupila **skupina CEFC**, která zde zahájila rozsáhlé investice do různých oborů od fotbalového klubu až po cestovní agenturu.

Do té doby v česku převážně investovaly pouze firmy soustředěné na elektrotechnický a strojírenský průmysl.

[19] *Portál BussinessInfo.cz: SOUHRNNÁ TERITORIÁLNÍ INFORMACE Čína [online]. 2015 [cit. 2016-05-13].* Dostupné z: *http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/cina.html*

Společnost **Changhong Europe Electric s.r.o.** investovala v ČR více než 660 mil. Kč. na výstavbu továrny na barevné televize s plochou obrazovkou v severní průmyslové zóně města Nymburk.

Společnost **Huawei** v ČR působí od roku 2003. Firma Huawei je dodavatel mobilních, inteligentních platforem, datových a komunikačních technologií a zařízení. Aktuálně zaměstnává více než 400 zaměstnanců (z toho 95 % místních). Své zastoupení v ČR má i společnost ZTE.

Firma **YAPP Czech Automotive Systems Co** vyrábí plastové nádrže do automobilů ve VGP Parku v Mladé Boleslavi. Společnost **Beijing Fight Company** za 12 miliónů korun pořídila provoz na výrobu křišťálového skla v Novém Boru.

Jak už bylo výše zmíněno, tak každá návštěva českého prezidenta v Číně znamená podepsáním různých ekonomických dohod či smluv. Například během prezidentské návštěvě v ČLR v říjnu 2014 koupila strojírenská firma **Xian Shaangu Power** 75% podíl v brněnské společnosti **Ekol**, která patří mezi přední české výrobce turbín.

Již zmíněná čínská soukromá společnost **CEFC China Energy Company Limited** (CEFC) zde za poslední 2 roky získala:

- 50 procentní podíl ve finanční skupině J&T Finance Group, čímž pokračovala ve své akviziční politice v bankovním sektoru.
- 60 procent ve fotbalové Slavii
- majoritu ve výrobci nápojů Lobkowicz Group
- podíl v letecké společnosti Travel Service
- podíl v mediálních skupinách Médea Group a Empresa Media
- 90procentní podíl v internetovém prodejci zájezdů Invia.cz

CEFC China Energy Company Limited působí především ve finančním sektoru, energetice a průmyslu. Založena byla počátkem 80. let a dnes je největší soukromou společností v Šanghaji a šestou největší privátní firmou v Číně. [20]

[20] *Čínská CEFC kupuje polovinu v bankách J&T. Skupina plánuje pobočku v Číně. [on-line]. [cit. 2013-05-14] dostupný z*:

4 Vstup na čínský trh

Atraktivní čínský trh je vysoce konkurenční a uspět předpokládá nejen vhodné zboží, vynikající marketing, ale také dobře zvolenou strategii vstupu.

4.1 Výběr formy vstupu české firmy na čínsky trh

Výběr formy vstupu české firmy na čínsky trh závisí na několika faktorech. Nejprve si česká firma musí zhodnotit, zda je pro ni výhodně alokovat výrobu do ČLR nebo zda si bude dovážet výrobu z ČR. Mezi další faktory lze zařadit úroveň rozvoje místního průmyslu, velikost trhu, očekávané objemy prodeje nebo existenci požadavku na technickou podporu k prodávanému zboží.

1) Vstup prostřednictvím agenta nebo distributora

Nejsnazší cesta, jak na čínský trh vstoupit je prostřednictvím tzv. agenta nebo pomocí distributora. Distributor od vývozce zboží nakupuje, za účelem dalšího prodeje. Na rozdíl od distributora agent inkasuje zisk za prodané zboží v podobě provize, nestává se však vlastníkem výrobků.

V dnešní době najít spolehlivého distributora je daleko náročnější než si vybrat z agentů, kteří se obchodníkům často sami nabízejí, protože požadují fixní platbu za obchodní zastupování.

2) Prodej licence

Další metodou vstupu na čínský trh je prodej licence. Prodej licence souvisí zejména s otázkou průmyslové ochrany. Čínské firmy totiž touží primárně po zisku výrobního know-how od evropských výrobců. Tato forma vstupu na čínský trh se stává častým příkladem pro dodávky investičních celků do ČLR.

---

http://byznys.ihned.cz/c1-65226920-cinska-skupina-cefc-ziska-50procentni-podil-v-j-t-finance-group

3) Založení vlastní pobočky

Pro trvalé budování a udržení silných obchodních vztahů je nejlepší budovat své vlastní zastoupení na lokálním trhu, což na jednu stranu trvá mnohonásobně více času, ovšem v dalších fázích podnikání se tento krok může silně vyplatit. Bez kvalitních místních obchodních partnerů a loajálních zaměstnanců to bude ale velmi obtížný úkol.[21]

Nejčastější formy zastoupení vlastní pobočky v ČLR jsou následující:

4.1.1 Reprezentační kancelář

Prvním možnost je založení reprezentační kancelář.
Nevýhodou založení reprezentační kanceláře je fakt, že nemá právní subjektivitu a nemůže tak vstupovat do právnických vztahů. Činnost kanceláře je tak omezena pouze na zákonem stanovené aktivity, které zahrnují např. marketing, průzkum trhu a shromažďování obchodních kontaktů.

Založení reprezentační kanceláře realizují firmy, které působí v ČLR již delší dobu. Cena založení kanceláře se pohybuje v řádech tisíců dolarů (v závislosti na tom, kolik si bude účtovat konzultantská společnost). Následné náklady spojené s chodem kanceláře se u českých firem mohou pohybovat až v řádech stovek tisíců dolarů za rok.

[21] *Portál BussinessInfo.cz: SOUHRNNÁ TERITORIÁLNÍ INFORMACE Čína [online]. 2015 [cit. 2016-05-13].*

Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/cina.html

4.1.2 Plně vlastněná zahraniční společnost (WFOE)

Další možností je založení **WFOE,** což je mnohem složitější než reprezentační kancelář. Pokud ovšem firma počítá s delší působností na čínském trhu, tomuto kroku se v dlouhodobém horizontu nevyhne.

V případě **WFOE**, která je podobná české verzi s.r.o., je potřeba před založením složit určitou část vlastního kapitálu. Zákonná výše stanoveného kapitálu může být rozdílná podle různých oborů. Pouze a jedině příslušný úřad může stanovit skutečnou výši kapitálu, která je k založení WFOE potřeba.

Určitým problémem při založení WFOE je také definice rozsahu činností, které by měly odpovídat tomu, co bude společnost skutečně vyrábět a co prodávat. Problém spočívá v tom, že v Číně platí zákaz vstupu zahraničních investorů do některých ekonomických oblastí nebo zde můžete podnikat jen společně s čínským partnerem (automobilový průmysl, vysoké školy, životní pojištění atd.).

4.1.3 Založení společného podniku (Joint Venture)

Joint Venture společnost je z jedné části vlastněná zahraničním a z druhé části čínským partnerem. Výhoda této formy vstupu tkví v tom, že čínský partner zná místní trh, má obchodní kontakty, distribuční kanály, levnější pracovní sílu a kapitál, zatímco zahraniční partner poskytuje potřebné technologie a know-how.

Za vznikem Joint venture stojí snaha naučit čínské firmy západnímu know-how. To ovšem může vést k problému při řízení společnosti. Firemní cíle se mnohdy vzájemně liší a management vzniklého podniku tak často bojuje někdy sám se sebou. Z tohoto důvodu se doporučuje založení podniku v partnerství se společností, která má naši důvěru a bez které je velmi těžké v daném odvětví na čínský trh proniknout. [22]

[22] *Portál BussinessInfo.cz: SOUHRNNÁ TERITORIÁLNÍ INFORMACE Čína [online]. 2015 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z:* http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/cina.html

4.2 Postup založení vlastní pobočky v ČLR

Zakládání reprezentačních kanceláří, joint-venture či podniků plně vlastněných zahraničním vlastníkem (WFOE) je v ČLR poměrně složitá procedura. Pro obstarání prvních povolení je většinou nutné využít služeb čínských zprostředkovatelských kanceláří a specializovaných zahraničních poradenských firem jako jsou **Dezan Shira** či **Corporation China.**
Pro bližší nastínění procesů založení firmy budou v další části popsány procesy založení všech tří podnikatelských jednotek. Poskytnuté informace ovšem ukazují pouze zjednodušený proces.

4.2.1 Proces založení reprezentační kanceláře (Representation Office)

Základní kroky, které je při zřizování kanceláře třeba učinit, jsou následující:

1) příprava různých dokumentů pro Ministerstvo obchodu (MOFCOM), jedná se například o samotnou přihlašovací zprávu, doložení kredibility, životopis vedoucího reprezentační kanceláře, nájemní smlouvu a další formuláře.

2) registrace na State Administration for Industry and Commerce of the PRC (SAIC), kde se vyplňují základní dokumenty, které se předkládají při styku s dalšími čínskými úřady.
3) získání fyzického razítka na Public Security Bureau, který zároveň vydává i povolení k trvalému pobytu zahraničnímu vedoucímu kanceláře a na něm závislým osobám a také k založení bankovního účtu.
4) získání povolení od State Administration of Foreign Exchange Bureau a následně si otevřít účet u Bank of China.
5) registrace na daňových a celních úřadech. Podle čínských předpisů je třeba se zaregistrovat u dvou daňových úřadů, a sice u State Taxation Bureau a Local Taxation Bureau.

Protože je řada dokladů pouze v čínštině, je v podstatě nemožné provést celou proceduru správně bez čínského spolupracovníka. Proto firmy často volí cestu zřízení společnosti čínským spolupracovníkem, který zná většinu různých institucí a najde je snadněji než cizinec.

4.2.2 Proces založení podniku plně vlastněný zahraničním majitelem

Zakládání WFOE je velmi podobné založení reprezentační kanceláře.
Pro založení podniku je nutné předložit studii s rozpracovaným záměrem Ministerstvu obchodu, dále se musí WFOE registrovat u State Administration for Industry and Commerce a následně též u finančního úřadu.

4.2.3 Založení společného podniku

Založení Joint Venture podniku je nejvíce administrativně a finančně náročné. Výhodné je kontaktovat některou z čínských poboček CzechTrade a nenechat veškerou administrativu na čínského partnera.
V prvním kroku je projednán a podepsán **Letter of Intent**, který vyjadřuje záměr obou stran založit společný podnik. Následně je zpracována předběžná a technickoekonomická studie, která se zabývá bližšími podrobnostmi. Po souhlasu příslušných institucí se založením společného podniku je třeba provést registraci a předložit několik dokumentů pro Státní správu pro průmysl a obchod.

Pro větší transparentnost často volí zahraniční firma cestu založení právní firmy v Hongkongu, který je po právní stránce s Čínskou legislativou hodně spjat, přesto je to stále prostředí s velmi efektivním a liberálním řízením.
V Hongkongu působí také společnosti, které pomáhají s administrací a zakládáním firem. Nejoblíbenější formou podnikání v Hongkongu je po vzoru britské verze založení **Hongkong limited company.**
V tomto prostředí se pohybuje i společnost startupregistry.hk, ve které působí čeští zástupci a která se zakládáním právních forem společností zabývá.[23]

[23] Startupr Hong Kong Limited [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: http://startupregistry.hk/

5 Obchodní jednání a vyjednávání v Číně

Obchod českých firem v Číně je silně ovlivněn kulturními zvyklostmi, se kterými se západní manažeři v Číně setkávají až na místě. Tyto kulturní zvyklosti často vycházejí z prvků konfuciánské kultury, která se ve společnosti projevuje nejčastěji v těchto rysech:

- vnitřní sebekontrola a emocionální sebeovládání
- důraz na řeč těla
- důvěra ve vztazích a silná spojitost k rodině
- trpělivost v rozhodování a osobní pokora

Konfuciánství a jeho principy ovlivňují čínskou společnost dodnes, kdy se v ní nejvíce projevuje filosofie zaměřená na vztahy mezi lidmi a jejich řazení. Podle této filosofie lze vymezit těchto **5 vztahů, které mezi sebou lidé mají:**

- vztah otce a syna,
- vztah staršího a mladšího bratra,
- vztah manžela a manželky,
- vztah panovníka a poddaného,
- vztah přítele s přítelem - jediný rovnoprávný vztah

Většina těchto vztahů vychází z rodiny, a proto důležitost rodinných vazeb a hodnot je základem dnešní čínské společnosti. Tyto hodnoty se promítají právě do podnikání mezi rodinnými příslušníky. Role konfuciánského kulturního dědictví a myšlenky Konfucia, tak že jsou přímo vidět už ve výchově dětí. Už od mládí jsou vedeny k myšlence kolektivismu tak, aby nevybočovaly z řady. Dalšími příklady jsou respekt k učiteli, mlčenlivost ve výuce nebo shoda názorů v rámci kolektivu. [24]

[24] *ODEHNALOVÁ, J.* Povaha čínského obchodního jednání - Na válečném poli či mezi gentlemany. *ISSN 0572-3043*

5.1 Obchodní a kulturní charakteristiky

Nejznámější rysy, které určují podobu čínské společnosti, jsou principy tzv**. guanxi a mianzi,** na nichž je postavena celá čínská společnost. Kdo se jimi neřídí, tak si sám sobě škodí.

Guanxi

Výraz guanxi zjednodušeně znamená „konexe“ a zahrnuje všechno, co je spojeno s lidmi, které znáte, a s tím, co jsou tito lidé ochotni (nebo povinni) pro vás udělat.

Guanxi je v praxi určitá forma výměnného obchodu, kde platí jasná nepsaná pravidla, která se musí dodržovat i za cenu porušování čínských zákonů. Příkladem tohoto principu je závazek oplatit laskavost v ten správný čas jinou laskavostí.

Porušení pravidel guanxi vede k případné ztrátě tváře. To je pro Číňany ve vztahu k čínské společnosti větší příkoří než porušení zákona. Toto vyšší postavení kulturních hodnot a etických pravidel nad legislativou je ovšem v současné době poměrně velký problém, který Čínu sužuje a přiřazuje k ní slovo „korupce“.

Podle Sellingmana (2007) Číňané z hlediska vazeb guanxi dělí společnost do tří skupin **– rodina, přátelé a ostatní.**

Stejně jako na západě je rodina u každého na prvním místě, neočekávají se zde žádné protislužby atd. U přátel je při vytvoření vazby guanxi očekávaná vzájemnost založená i na citových vazbách. V případě ostatních lidí a cizinců slouží guanxi pouze jako prostředek k naplnění svého osobního užitku.

Mianzi

Druhým kulturním konceptem je princip, který se zaměřuje na společenskou reputaci. Jedná se o koncept *mianzi* neboli „ princip tváře“. *Mianzi* je nesmírně důležité jak pro každodenní život, tak i při navazování nových obchodních jednání a v neposlední řadě je velmi propojený s principem *guanxi* .

Číňané jsou obecně velmi citliví na to, jak se na ně druzí dívají, či v jakém světle se druhým jeví. De facto jde o pohled na to, co si o vás druzí myslí.

V čínské kultuře je také často viděna rovnost mezi naší tváří a bohatstvím. Mnoho tváří znamená často mnoho peněz.

Tvář je v Číně velmi křehká věc a existuje mnoho cest, jak přivodit její ztrátu. Jednou z jistých cest, jak ztratit tvář, je nemorální a povýšené chování, projev slabosti, urážka před kolegy či přehlížení citů ostatních.

Číňané také považují za velký hřích, když protistrana neprojeví dostatek úcty. Zároveň pokud vaším přičiněním ztratí někdo tvář, nepřicházíte pouze o úctu toho, komu jste ublížili, ale zároveň i všech, kteří o vašem prohřešku vědí. [25]

Zkušení obchodníci

Čínští obchodníci jsou známí svým agresivním způsobem vyjednávání. Často se vracejí již k rozhodnutému a vyjednávání prodlužují. Tato agresivita je částečně spojena s historickým vývojem, kdy byla dravost a nevybíravé metody používány ostatními zeměmi pro prosazení svých vlastních zájmů na území Číny. Stávalo se pak často, že místní obyvatelstvo i vlády byly ponižovány zahraničními mocnostmi.

Tento archetyp je v Číňanech hluboce zakotven a uplatňován při vyjednávání se západními společnostmi.

[25] *SELLINGMAN, Scott D.* Čínská obchodní etiketa, průvodce protokolem společenským chováním a kulturou v Číně*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: BB/art, 2007, 269 s. ISBN 9788073811273.*

Otázka hierarchie, stáří a tradice

Hierarchie je jednou ze základních prvků čínské kultury, úzce spjatou s principy konfucianismu. Obecně můžeme říct, že s demokratickým stylem řízení se v čínských podnicích příliš nesetkáme. Veškeré rozhodování o tom, s kým bude čínská strana spolupracovat, či kdo se stane dodavatelem, je v rukou těch nejvýše postavených.

Důležité je tak při vyjednáváních vědět, jaké postavení ve firmě má člověk, se kterým jednáme. Obecně můžeme říci, že pokud jednáme pouze s juniorním zaměstnancem, tak čínská společnost zatím příliš svůj zájem v naší nabídce neobjevila. Pokud ovšem jednáme rovnou se šéfem nákupu nebo ředitelem továrny, obchod je na dobré cestě.

V Číně se totiž oceňuje stabilita a dlouhodobost. To se odráží například i v preferencích čínských studentů, kde chtějí po škole pracovat. Většina z nich touží být součástí nějaké velké státní organizace.

Je slyšet často názor, že v Číně prodávají šediny. To dokazuje, jak je úcta ke stáří klíčovým prvkem v obchodním jednání. Stáří totiž v čínské kultuře představuje moudrost a schopnost rozhodovat se uvážlivě. Mladší ročníky ve vedoucích pozicích by na to při jednání s čínským partnerem neměli zapomínat a případně i na jednání přizvat staršího kolegu. [26]

Emoční ovládání

Jedna z největších obtíží v podnikání v Číně je fakt, že se tam informace nesdělují přímo.

Když spolu jednají Číňané navzájem, takový problém nemají. Jsou už schopni zprávy na verbální či neverbální úrovni dekódovat. Jsou na to odmalička zvyklí.

Ani samotná komunikace proto není ničím jednoduchým. Čínští partneři často používají metafory a neurčité výrazy tak, že člověk netuší, jaký je přesný závěr jednání či dohoda. Naučit se "číst", co čínští partneři říkají nebo spíš neříkají, vyžaduje roky praxe a znalost čínské kultury. Když vás chce Číňan odmítnout, skoro nikdy neřekne, že něco nejde. Místo toho prohlásí, že by to bylo skvělé, ale existuje malý problém v tom či onom. Skutečně to ale znamená, že taková varianta je pro něj absolutně nepřijatelná.

[26] *NĚMEC, Petr.* Západní Čína a Vietnam: nové šance, nové výzvy. *Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2008, 198 s. ISBN 978-80-245-1365-2*

5.2 Právní stránka podnikání českých firem v Číně

Číňané jsou obecně velmi dobří obchodníci a často si právní stránku věci či podmínky obchodu vykládají po svém.

S ilegálním kopírováním se v řadě případů potkala většina našich exportérů. Některé z nich to zcela odradilo, některé firmy tento problém vyřešily zakládáním společných podniků, kontrolou úředních věstníků úřadů či zvýšeným důrazem na vyjednávání o patentovém zabezpečení svých výrobků (konkurenční doložky a doložky o utajení).

K tématu ochraně práv duševního vlastnictví se Čína zavázala při vstupu do WTO (World Trade Organisation). Čína tento závazek postupně vnáší do vlastní legislativy, ovšem tento problém bude aktuální i v následujících letech.

Pro české firmy připravilo ministerstvo průmyslu a obchodu manuál s různými doporučeními, jak zaregistrovat veškeré patenty, ochranné známky a průmyslové vzory přímo v Číně.

Pokud ovšem dojde k porušení patentu a další právní ochrany, následuje jedna z těchto možností.

1) Přímé jednání, ve kterém se informuje porušovatel o porušení a následné varování.
2) Další možností je řešit celou věc u příslušného místního správního úřadu a předložit mu veškeré důkazy.

Pokud se smlouva sjednává a řídí podle čínského práva a soudu, může dojít i k soudnímu řízení. Často se jedná o případy, ve kterých hraje roli velká suma peněz a je to jediný způsob, jak zastavit porušovatele. V případě soudního řízení ovšem společnost musí počítat s delším trváním sporu. Výhodou je, že rozsudek, který místně příslušný soud vydá, je přímo vykonatelný. [27]

[27] *NĚMEC, Petr.* Západní Čína a Vietnam: nové šance, nové výzvy. *Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2008, 198 s. ISBN 978-80-245-1365-2*

5.3 Platební podmínky

Správné nastavení platebních podmínek při obchodování s čínskými firmami je další klíčová věc, kterou by žádná česká společnost neměla opomenout.

Nejčastějším platebním nástrojem je **dokumentární akreditiv**. Dokumentární akreditiv má jednu hlavní výhodu a tou je míra zajištění.

Druhý platební nástroj, který je hojně využívaný, je **dokumentární inkaso**, které má na rozdíl od dokumentárního akreditivu menší zajištění, ovšem zároveň i nižší cenu.

Obvyklé platební podmínky v čínských obchodních smlouvách obsahují následující kombinace:

- 10 % záloha, 75 % při naložení, 10 % po příjezdu nebo převzetí zboží, 5 % po uplynutí záruční lhůty;

- 10 % záloha, 80 % při naložení, 10 % po konečném převzetí zboží;

Placení zpravidla proběhne do pěti dnů po převzetí dopravních dokumentů, které by měly obsahovat:

- konosament
- fakturu
- certifikát o původu a exportní licenci
- balicí list
- oznámení o dodávce
- inspekční certifikát (pokud je to uvedeno ve smlouvě). [28]

Zahraničním dodavatelům bývá obvykle doporučováno, aby akceptovali akreditivy vystavené většinou největších čínských bank, jako jsou Bank of China, Industrial and Commercial Bank

[28] *NĚMEC, Petr.* Západní Čína a Vietnam: nové šance, nové výzvy. *Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2008, 198 s. ISBN 978-80-245-1365-2*

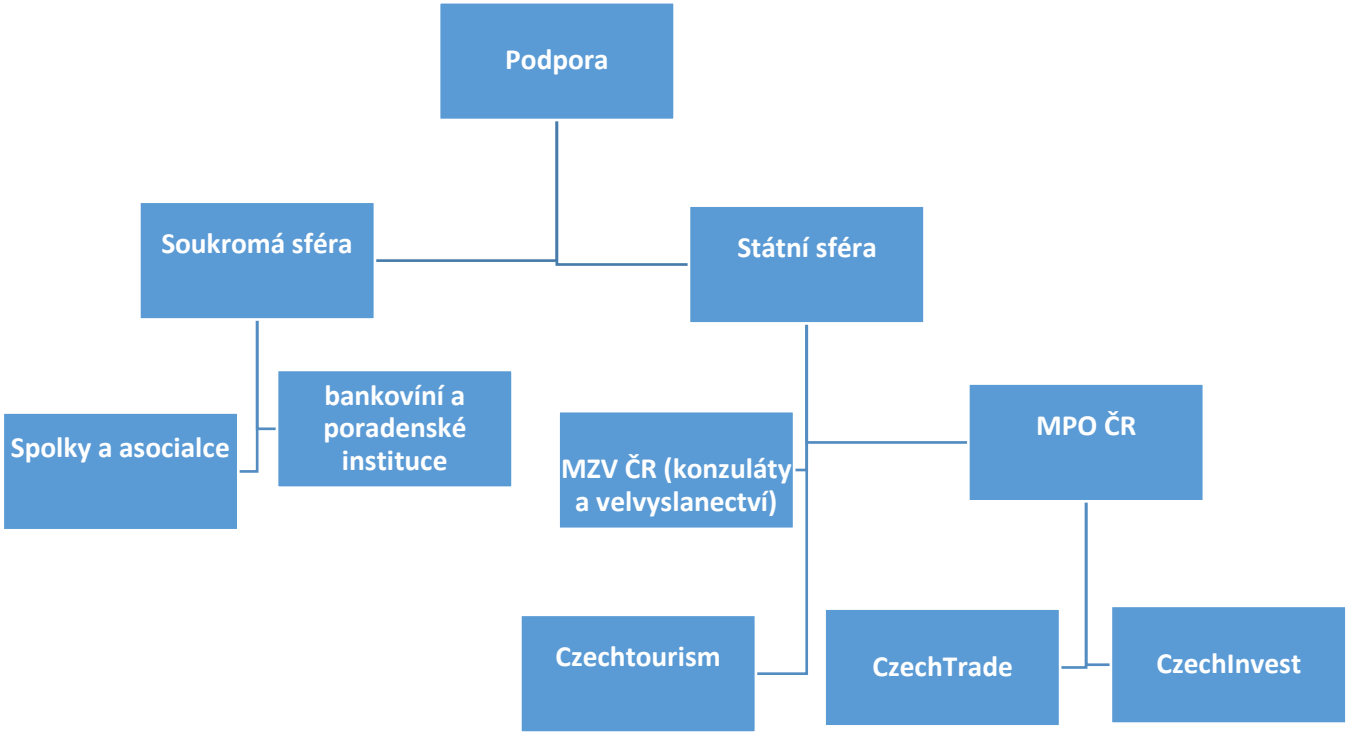
of China, China Construction Bank, China Development Bank a Bank of Communications. Zejména při nákupu investičního zboží ze zahraničí čínští zákazníci často vyžadují bankovní garance za poskytnuté zálohy či odloženou splatnost nebo poskytnutí odběratelského úvěru.

Zdržení dodávky či změna lodní trasy jsou jedny z příkladů, kdy čínský partner může nárokovat změnu smluvních podmínek akreditivu či odmítnutí dodávky, kdy ztrátu nese prodávající. Proto je společnostem doporučeno, aby veškeré tyto případy byly řádně smluvně upraveny.

Může se totiž stát, že zdržení dodávky je využito pro nátlak ze strany kupujícího, aby prodávající slevil ze své ceny pod hrozbou ztrát spojených s repatriací zboží z ČLR.

6 Institucionální podpora českých exportérů a investorů

Informační a asistenční podpora pro exportéry může mít různou podobu:



6.1 Podpora exportu ze strany státu

Jak výše uvedená striktura uvádí, podpora ze strany státu může nabývat mnoha podob.

6.1.1 Ministerstvo zahraničních věcí ČR a konzuláty v Číně a Hongkongu

České konzuláty a velvyslanectví hrají při podpoře a prezentaci českých firem nezastupitelnou roli. V Číně to platí dvojnásob, hlavně kvůli respektu a tváři, kterou pro čínské podniky čeští konzulární zástupci představují.

Hlavní ekonomická podpora ze strany konzulátů probíhá v rámci zviditelnění či lobbingu českých značek na politické i podnikatelské úrovni. Ovšem jsou i případy, kdy konzuláty například nabídnou firmám své prostory při vyjednávání a schůzkách.

Mezi další aktivity českých konzulárních úřadů je spoluúčast na veletrzích, konferencích či doprovod při vládních návštěvách.

V Číně působí hlavní české velvyslanectví v **Pekingu**. Generální konzuláty jsou v Šanghaji a nově byl zřízen konzulát ve městě Chengdu v provincii Sichuan. Tato provincie je pro české firmy velmi důležitá lokalita, která stále nabízí velmi zajímavé možnosti pro podnikatelské subjekty. Generální konzulát působí i v Hongkongu, který má ze strategického hlediska pro české firmy velmi důležitou roli. Je to město, ve kterém se čínská kultura střetává s nejmodernějšími technologiemi a zároveň místo, kde je obchod na nejvyšší možné úrovni. V Hongkongu se každoročně pořádá řada významných veletrhů, kam přijíždějí firmy z celého světa a zároveň i čínské firmy, které zde často nacházejí obchodní partnery pro svůj export.

6.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

MPO hraje velmi důležitou roli při jednáních a podepisování memorand o spolupráci mezi oběma zeměmi a hlavně mezi čínskými a českými podniky. Zároveň slouží jako zástupce České republiky v obchodních zájmech jako je zvyšování kooperace mezi oběma zeměmi. Příklad podobného prosazování zájmu je nabídka spolupráce a pozvání Číny k účasti na **Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně**, kde čínské firmy plánují otevřít svůj vlastní pavilon a otevřít se tak dalším českým a zahraničním firmám.

Dalším z klíčových aktivit Ministerstva průmyslu a obchodu je spoluorganizování cest podnikatelských delegací v rámci prezidentských návštěv.

6.1.3 CzechTrade

Agentura CzechTrade je národní proexportní organizace, která byla založena Ministerstvem průmyslu a obchodu s tím, aby rozvíjela mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty. Působí ve více než 40 zemích na pěti kontinentech.

Českým podnikatelským subjektům, které již působí na místním trhu, agentura nabízí široké spektrum doprovodných služeb přizpůsobených jejich individuálním potřebám.

Služby, poskytované agenturou CzechTrade zahrnují:

Bezplatně agentura provádí vstupní exportní konzultaci a identifikaci obchodních příležitostí. Ostatní služby zahrnují:

- Detailní cílený průzkum trhu a analýzu trendů
- Průzkum veletrhů a zajištění účasti
- Zjištění bonity zahraničních obchodních partnerů
- Organizace obchodních jednání a oslovení potenciálního obchodního partnera
- Dlouhodobá exportní asistence a prezentace českých firem v zahraničí
- Exportní vzdělávání

Zahraniční čínské kanceláře Czechtradu se nacházejí v Pekingu, Šanghaji, Chengdu a Guangzhou. [29]

6.1.4 CzechTourism

Jelikož je Česká republika významným historickým místem v srdci Evropy, je proto i častou destinací pro čínské turisty. Z tohoto důvodu v Číně působí agentura CzechTourism.

[29] Představení CzechTrade. *CzechTrade - Partner pro váš export* [online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/

Tato příspěvková organizace spadá pod Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a od 1. srpna 2003 její oficiální název zní Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism. Aktuálně má tato agentura 26 zahraničních zastoupení po celém světě a jejím úkolem je podpora příjezdové a domácí aktivity cestovního ruchu. [30]

Hlavní činnosti této agentury jsou:

- Organizování výletů pro incomingové cestovní kanceláře a press-tripů pro zahraniční novináře
- prezentace České republiky na zahraničních i domácích veletrzích
- prezentaci ČR ve formě reklamních kampaní v zahraničních TV a tisku
- podpora domácího cestovního ruchu ve formě pořádání seminářů.

V Číně je agentura zastoupena kanceláří v Pekingu, Šanghaji a Hongkongu, kde komunikuje s různými čínskými a českými cestovními agenturami, které v Česku a Evropě objevily podnikatelský potenciál.

[30] Základní informace. *CzechTourism* [online]. [cit. 2016-05-15].
Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/

6.1.5 CzechInvest

Čínský trh je plný podnikatelských příležitostí a svojí velikostí může vytvářet místo, které nabízí velký počet zákazníků. Ve srovnání s Čínou je Česká republika téměř neznámé místo, které ovšem dominuje v některých segmentech strojírenské a technologické výroby. Z tohoto důvodu a z důvodu poměrně nízkých mzdových nákladů tvoří ČR region, kam mohou v následujících letech některé další čínské expanze směřovat.

Právě z tohoto důvodu v Číně působí i agentura CzechInvest - Agentura pro podporu podnikání a investic**.** CzechInvest je státní příspěvková organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR, která posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury či získáváním zahraničních investic z oblasti výroby, strategických a technologických center.[31]

služby, které CzechInvest nabízí:

- informace o možnostech podpory pro malé a střední podnikatele a správa databáze podnikatelských nemovitostí
- implementace dotačních programů financovaných EU a formální poradenství k projektům
- podpora subdodavatelů – správa databáze českých dodavatelských firem
- pomoc při realizaci investičních projektů a zprostředkování státní investiční podpory
- Služby pro zahraniční investory, kteří již působí v České republice, podpora při reinvesticích

Co se týká ČLR, české zastoupení působí výhradně v Šanghaji, kde je její český zástupce.

České podnikatelské subjekty mohou k financování svých podnikatelských aktivit v Číně také využit zvýhodněných úvěrů a pojištění se statni podporou, které zajišťuje Česká exportní banka.

[31] *O CzechInvestu*. CzechInvest – Agentura pro podporu podnikání a investic[online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu

Česká exportní banka, a.s. (ČEB) je specializovaná bankovní instituce pro státní podporu vývozu. Vznikla v roce 1995 a tvoří nedílnou součást systému státní proexportní politiky. Protože je Čína stále poměrně riziková země, je doporučeno využít státní podporu ve formě exportních úvěrů této banky.

Služby ČEB jsou komplexnějšího rázu, a proto jsou pro zjednodušení uvedeny **hlavní typy úvěrů, které banka nabízí:**

- úvěr na investici a její realizaci v zahraničí
- před-exportní úvěr nabízející financování výroby pro export
- dodavatelský úvěr financující pohledávky vůči zahraničnímu kupujícímu
- projektové financování, u kterého je záruka za investované prostředky ve formě aktiv, pořízených v rámci projektu a očekávané výnosy z vlastní investice

Pojištění k těmto úvěrům zajišťuje **Exportní garanční a pojišťovací agentura EGAP.**

EGAP pojišťuje zejména bankovní úvěry se splatností delší než 2 roky na financování vývozu velkých energetických, strojních a technologických zařízení, investičních celků, dopravních staveb a investic především do zemí, kde politické, ekonomické a právní prostředí přináší větší míru nejistoty a vyšší riziko nezaplacení na straně kupujících. [32]

[32] *Portál EGAP. EGAP - pojišťujeme český export [online]. [cit. 2016-05-14]. Dostupné z:* http://www.egap.cz/index.php

6.2 Podpora ze strany soukromého sektoru

Státní instituce ovšem nejsou vždy jedinou možností, kam se obrátit o podporu a poradenství. Službami zaměřenými na exportní české firmy se zabývají další české instituce, ke kterým patří banky či konzultantské společnosti.

6.2.1 Bankovní sektor

Jak už je výše uvedeno, financování je jeden z hlavních prvků, které firmy při exportu do Číny řeší. V této DP není prostor srovnávat komerční nabídky jednotlivých bank, ale přesto jejich služby přiblížím.

Banky se primárně snaží nabízet pro exportní firmy tyto služby:

- exportní odběratelské úvěry a jejich profinancování
- eliminace kurzových rizik při pohybu devizových kurzů
- vydávání dokumentárních akreditivů a další omezení platebních rizik exportních a importních kontraktů
- efektivní řízení finančních toků

Přestože se jedná o soukromé instituce, tak i tyto úvěry jsou pojištěny Exportní garanční a pojišťovací agenturou. Proto pokud se firmy rozhodnou o podnikání a export do Číny, jistě by součástí přípravy vstupu na čínský trh měla být i konzultace ohledně řízení finančních rizik.

Další rozvoj úvěrové politiky do ČLR znamená i otevření pobočky **Bank of China** v Praze.

Některé banky jako Komerční banka, ČSOB, HSBC, Raiffeisenbank či UniCredit Bank už začínají používat pro financování zahraničního obchodu s ČLR čínskou měnu, čímž usnadní finanční vypořádání s čínskými partnery a sníží kurzová rizika.

6.2.2 Poradenské firmy

Pokud má firma prostředky na to, aby svůj vstup a záměr připravila ve spolupráci s konzultantskou firmou, může daná firma využít jak jejich místní kontakty a pobočky, které se nacházejí v Číně a Hongkongu, tak i jejich zkušenosti s finančním řízením exportu.

Mezi další služby poradenských firem patří:

- Příprava úvěrové žádosti a komunikace s EGAP či ČEB
- Pomoc s nalezením strategického partnera
- Sektorové poradenství

Poslední kategorií, která může poskytnout poradenství a podporu pro firmy vstupující na čínský trh, jsou nestátní neziskové instituce.

6.2.3 Průmyslové svazy a spolky

Smíšená česko-čínská komora vzájemné spolupráce

Jedná se o nejvýznamnější neziskovou organizaci, která se česko-čínskou hospodářskou spoluprací zabývá. Komora je dobrovolným sdružením osob, které mají zájem podnikat na území České republiky a na území Čínské lidové republiky a jejichž cílem je všestranný rozvoj vzájemného obchodu. Prezidentem komory je Jaroslav Tvrdík.

Komora slouží primárně k těmto činnostem:

- zastupuje, podporuje a hájí hospodářské a profesní zájmy svých členů
- zajišťuje informace o podnikatelských subjektech v ČR a v ČLR
- organizuje a pořádá výstavy, veletrhy a odborné semináře
- poskytuje poradenský a informační servis pro podnikatele včetně informací o právních podmínkách podnikání v ČR a v ČLR[33]

[33] Poslání Komory. *Smíšená česko-čínská komora vzájemné spolupráce* [online]. [cit. 2016-05-14]. Dostupné z: http://www.czechchina.com/?page_id=2311

Czech China Entrepreneurs forum

Czech China Enterpreneurs Forum je druhou neziskovou organizací, která poskytuje platformu pro podporu a posílení vztahů mezi Českou republikou a ČLR. Stejně jako v případě Smíšené česko-čínské komory vzájemné spolupráce, tak i CCEF se zabývá hlavně hospodářskou spoluprací, ovšem podporuje také vzdělávání a kulturní výměnu mezi oběma zeměmi.

Aktivity Czech China Enterpreneurs Forum zahrnují:

- kultivaci a posilování obchodních a podnikatelských vazeb
- pořádání návštěv klíčových představitelů z čínského byznysu, veřejné politiky, vědy, umění a akademické sféry
- organizování obchodních setkání, seminářů, či společenských schůzek
- organizování výměnných pobytů umělců, studentů a sportovců mezi Českou republikou a Čínou [34]

[34] CCEF. *Czech China Entepreneurs Forum* [online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.ccef.cz/about

Praktická část

7 Případové studie českých firem v Číně

V této části bude podrobně popsán vývoj pěti českých subjektů, které úspěšně působí na čínském trhu. Tento vývoj je znázorněn ve formě případových studií, které popisují jak historii společností, tak i jejich prvotní zkušenosti z podnikání v Číně a nakonec i doporučení, které poslouží jako příklady pravidel a poznatků pro finální část práce.

7.1 Nafigate Corporation a.s.

Nafigate Corporation, a.s. je společnost, která je zaměřena na vývoj nových nanotechnologických a biotechnologických řešení, které mají hlavní uplatnění v environmentálních oblastech jako je čištění vody, vzduchu či textilním a potravinářském průmyslu.

V oblasti nanotechnologického vývoje aplikací staví Nafigate na **technologii Nanospider**. Tuto technologii uvedl na světový trh tým Ladislava Mareše – díky tomuto světovému prvenství má team Nafigate několikaletý náskok ve vývoji a výrobě před okolním světem. Za touto technologií stojí Ladislav Mareš a prof. Jirsák, který v roce 2004 vyrobil první stroje na výrobu nanovláken. Za dva roky se již začaly prodávat zákazníkům do celého světa a v současné době byla prodána více než stovka komplexních zařízení na výrobu nanovláken.

Druhou klíčovou oblastí společnosti Nafigate je **biotechnologie Hydal.**

Tato technologie využívá v průmyslovém měřítku pouze odpad - použitý fritovací olej a vyrábí z něj biopolymer PHA. Její velkou předností je energetická nezávislost, protože použitý fritovací olej je i primární energetický zdroj. Bioplasty se následně vyrábějí z biopolymeru PHA.

Jedním z prioritních trhů společnost Nafigate je Čína. Tento trh byl zvolen hned z několika logických důvodů. Čína má obrovské problémy se znečištěním ve všech oblastech, a proto příležitost pro využití těchto technologií je zde obrovská. Čína bojuje i s černým trhem s použitým fritovací olejem. Zároveň KS Číny si jasně určila priority v oblasti životního prostředí a investuje do obnovy nemalé prostředky.

Celkové množství fritovacího oleje je ve světovém měřítku v silném přebytku. V samotné Číně roste jeho spotřeba o 10-20 procent ročně a navíc pro jeho nejnižší kvalitu, kterou používá Hydal, neexistuje žádné efektivnější uplatnění.

Použitý fritovací olej je zde dostupný za velmi nízkou cenu, což z vyrobeného bioplastu dělá vhodnou alternativu k ostatním typům plastů a dodá 3x více energie než např. cukr, ze kterého se bioplasty mohou také vyrábět. Finální výrobek jsou bioplasty v podobně např. plastové folie, obalů, vláken.

Za zmínku jistě stojí, že za touto technologií stojí výzkumný tým z VUT v Brně, který biotechnologii vyvinul v laboratorním měřítku. Po celou dobu vývoje a optimalizace se společností Nafigate spolupracuje – tým z MBÚ v Praze a VUCHT Šala. Za technologii Hydal v roce 2015 Nafigate Corporation a.s. obdržela The Frost and Sullivan Innovation Award jak za technologii, tak i byznys strategii.

Obr. 2: Poloprovozní výroba fólií na VUT Brno



zdroj: www.nafigate.info

Zkušenost s čínským partnerem

2013

V roce 2013 společnost Nafigate získala místního partnera pro technologii Hydal, který primárně zajišťuje suroviny pro samotnou výrobu. Technologie Hydal nemá přímou konkurenci, protože jiné firmy již zmíněný fritovací olej používají především pro výrobu biodieselu.

Společnost Nafigate je tak v Číně žádoucím obchodním partnerem.

2014

V tomto roce vznikl společný česko-čínský podnik JV Suzhou Hydal Biotech Co., Ltd., který je reprezentován pilotní továrnou v čínském městě Suzhou.

Čínský partner, společnost Jiangsu Clean Environmental Technology Co., Ltd., s1e primárně zabývá sběrem odpadů z jídel. Momentálně disponuje přibližně 30 místy, kde předpokládá výstavbu dalších továren.

Transfer technologie Hydal do Číny je pro tohoto partnera rozšířením jejich primárního byznysu a přináší synergii, která by pro podobný podnik znamenala několik let vývoje bez nejistého výsledku. Společnost Nafigate si hodnotu svého know-how uvědomuje, a proto je pro ni důležité si hlídat riziko možného okopírování a zneužití technického postupu.

2015

V následujícím roce ovšem komunikace mezi oběma stranami snížila svoji intenzitu a pilotní továrna zůstala nedokončena. Hlavní důvod pro ochladnutí vztahů byla zpoždění vznikající na straně čínského partnera – neplacení svých závazků a neobjednání technologických částí.

Jak uvádí marketingová ředitelka společnosti Nafigate Lenka Mynářová: *"Průměrná doba uzavření kontraktu v Číně je dva až tři roky. Ale i pět let. Komunikovat musíte osobně, žádná mailová komunikace dlouhodobě nefunguje. Pokud se neangažujete osobně, ničeho nedosáhnete. Jen zlomek Číňanů je schopných komunikovat v angličtině, a to jen ve*

vybraných lokalitách. To znamená, že je tu spousta problémů, na které nejsou evropské firmy připraveny, a dopouštějí se jedné chyby za druhou, protože zaměňují vize za realitu." [35]

2016

Změna přišla v době, kdy vláda přestala podporovat využití fritovacího oleje na výrobu biodieslu. Příčinou byla levná cena ropy. V té době proběhla návštěva čínského prezidenta v ČR a ta vztahům mezi oběma partnery velmi pomohla.[36]

Společnost Nafigate se v současné době nespoléhá jen na zmíněného čínského partnera, ale dále pokračuje s navazováním spolupráce v ostatních regionech Asie.

Dalšími trhy, na kterých tuto technologii začíná rozvíjet, je Indie, USA či Saúdská Arábie. Za zmínku stojí i spolupráce s institucemi v Singapuru, který je po vědecké stránce a počtu inovací na jedné z nejvyšších příček na světě.[37]

Z podnikatelského hlediska má společnost Nafigate našlápnuto, aby se v daném oboru stala lídrem na globálním trhu.

Tento úspěch je dán faktory, na kterých společnost Nafigate staví svoji obchodní politiku. Mezi ně patří:

- okamžitý přenos vývoje do průmyslové výroby
- zaměření se na globální trh
- spolupráce s předními světovými vědci v nanotechnologickém oboru
- průmyslová výroba biopolymerů, které i do budoucna představují velké příležitosti[38]

[35] KREJHOVA, Hana. *Čína se učí inovacím od USA i Singapuru* [online]. [cit. 2016-09-01]. Dostupné z: http://modernirizeni.ihned.cz/c1-63737760-cina-se-uci-inovacim-od-usa-i-singapuru

[36] Přednáška paní PhDr. Lenky Mynářové**,** výkonné ředitelky marketingu a členky představenstva společnosti Nafigate, a.s., na téma „Nanotechnologie v Číně: zkušenosti společnosti Nafigate**“**, která se konala 18. 4. 2016 na Vysoké škole ekonomické.

[37] Vnitřní informační materiál společnosti Nafigate.

[38] NAFIGATE Corporation. *O společnosti* [online]. [cit. 2016-09-01]. Dostupné z: http://www.nafigate.info/cs/content/o-spole%C4%8Dnosti

Rychlost přeměny nové technologie do průmyslového produktu je jeden z nejdůležitějších faktorů, který o úspěchu nových inovací rozhoduje. Právě zaměření na praktické uplatnění si velká část vědců neuvědomuje, a proto různé výzkumy začínají a končí pouze na akademické půdě.

V případě technologie Hydal trval vývoj v laboratoři přibližně 7 let. Uvedení na trh, komercionalizace a její převedení do průmyslového měřítka trvaly dalších 5 let. Díky této investici do výzkumu a vývoje získala Česká republika uznání v oblasti inovace technologické produkce šetrné k životnímu prostředí.

Závěrečné doporučení

Společnost Hydal jasně dokazuje, jak je důležité projevit respekt k čínskému partnerovi, ale na druhou stranu i to, aby čínská společnost dodržovala termíny a dohody, které byly společně odsouhlaseny.

Může se totiž stát, že čínský protějšek testuje trpělivost protistrany a může mít jiný zájem než je ten společný.

7.2 LINET

LINET spol. s r.o. je předním světovým výrobcem nemocničních a pečovatelských lůžek. Hlavními produkty společnosti jsou lůžka pro běžnou péči i speciální lůžka pro domovy seniorů či léčebny dlouhodobě nemocných.

Společnost LINET byla založena v roce 1990 v Želevčicích u Slaného, kde se nachází hlavní závod společnosti. Ten ročně vyrobí okolo 70 tisíc lůžek. Naprostá většina produkce je určena pro export, který jde do celého světa. Proto má společnost několik obchodních a distribučních zastoupení od USA až po Čínu.

Ve společnosti pracuje okolo 900 zaměstnanců.

Se svým dlouholetým německým obchodním partnerem Wissner-Bosserhoff GmbH (WiBo) založila firma LINET v roce 2011 holding LINET Group SE se sídlem v Nizozemsku. Uvědomila si totiž, že z obchodního hlediska je to výhodnější než mít centrálu v Čechách. Do nového holdingu spadají jak německý partner, tak i česká továrna a všechny obchodní jednotky rozeseté po celém světě.

V oblasti výroby zdravotnických lůžek si LINET dlouhodobě drží pozici technologického lídra. Zakladatel firmy LINET Ing. Zbyněk Frolík spatřuje základ firemního úspěchu především v úzkém sepětí podnikového výzkumu s praxí v nemocnicích, inovacemi i samotným způsobem prodeje.[39]

Obr. 2: Nemocniční lůžko Linet Eleganza



Zdroj: Hospodářské noviny (autor Linet)

Firma uvádí na trh výrobky a služby s novými vlastnostmi, které významně snižují fyzickou námahu personálu nemocnic a tímto zefektivňují poskytovanou péči a zvyšují komfort pacienta.

[39] O nás. *LINET* [online]. [cit. 2016-09-07]. Dostupné z: http://www.linet.com/cs/o-nas

Zkušenost s čínským trhem

2004

Pro firmu LINET byl čínský trh zajímavý hlavně z důvodu rostoucích požadavků na kvalitu zdravotní péče a také zvyšování počtu obyvatel, které si mohou tuto péči zaplatit. Z tohoto důvodu má Čína pro společnost ohromný obchodní potenciál.

Zároveň se v Číně silně projevuje stárnutí čínské populace a nedostatky s lůžkovou kapacitou ve velkých městech, kam se obyvatelé vesnic ve větší míře přesouvají.

Proto se firma rozhodla, že tento potenciál využije a na trh vstoupí. Prvním krokem bylo nalezení a oslovení obchodního partnera. Ať už z důvodu neznalosti čínského obchodního prostředí a také komunikační bariéry. Čínský partner měl podle představ firmy LINET oslovovat s nabídkou čínské nemocnice a jednat s čínskými úřady.

Komunikace s čínskými úřady je pro trh s nemocničními lůžky poměrně klíčová kvůli problému se zneužíváním českého know-how, jako i legislativě ohledně certifikace lůžek. Schválení zdravotnického lůžka trvá od 8 – 18 měsíců, protože Čínské úřady vyžadují certifikaci, kompletní technickou dokumentaci včetně všech detailů.

Poskytování veškeré dokumentace je v Číně velmi ošidná věc a od začátku působení společnosti LINET se v Číně objevilo mnoho výrobců, kteří se snaží okopírovat jak funkční vlastnosti výrobků, tak i design firmy LINET.

Vedení firmy se rozhodlo pro navázání spolupráce s podnikatelem, který se zdál být vhodným prostředníkem pro vstup na čínský trh. Poznaly se v Pekingu na výstavě nemocniční techniky China med.

Po nalezení partnera bylo provedeno několik projektů, na kterých byl nový obchodní partner plně zainteresován a tak byla založena společná reprezentační kancelář.

Spolupráce po prvotním úspěchu ovšem pozvolna klesala a objemy tržeb byly pro společnost LINET v následujících letech zklamáním.

Spolupráce byla nakonec ukončena v době, kdy obchodní partner porušil obchodní dohody v neprospěch společnosti LINET a kdy se pokusil o netransparentní a podvodnou transakci. K dodávce nedošlo a spolupráce byla okamžitě ukončena.

2009

Protože společnost investovala již do tohoto trhu nemalé prostředky a už si zde vybudovala určitý brand kvalitního produktu, rozhodla se najít nového partnera. Čína totiž není pro LINET důležitá pouze z důvodu velkého potenciálu, ale také i jako základna pro další expanzi v Asii. Pro hledání nových příležitostí využila zkušenosti a hlavně poučení z předchozí spolupráce. Věděla totiž, že prostor pro distribuci těchto prémiových lůžek je v Číně obrovský. Produkty z Evropy totiž mají v Číně punc vysoké kvality a nemocnice si to uvědomují.

Nový obchodní partner měl větší zkušenosti jak s trhem healthcare, tak i se spoluprací se zahraničními subjekty. Zároveň ho společnost informovala o předchozí zkušenosti a nadiktovala si striktní dodržování pravidel.

LINET svou zkušenost z Čínského teritoria zatím hodnotí kladně. Přes prvotní peripetie je Čína důležité místo pro odbyt této firmy a v budoucnu stále bude.

Závěrečné doporučení

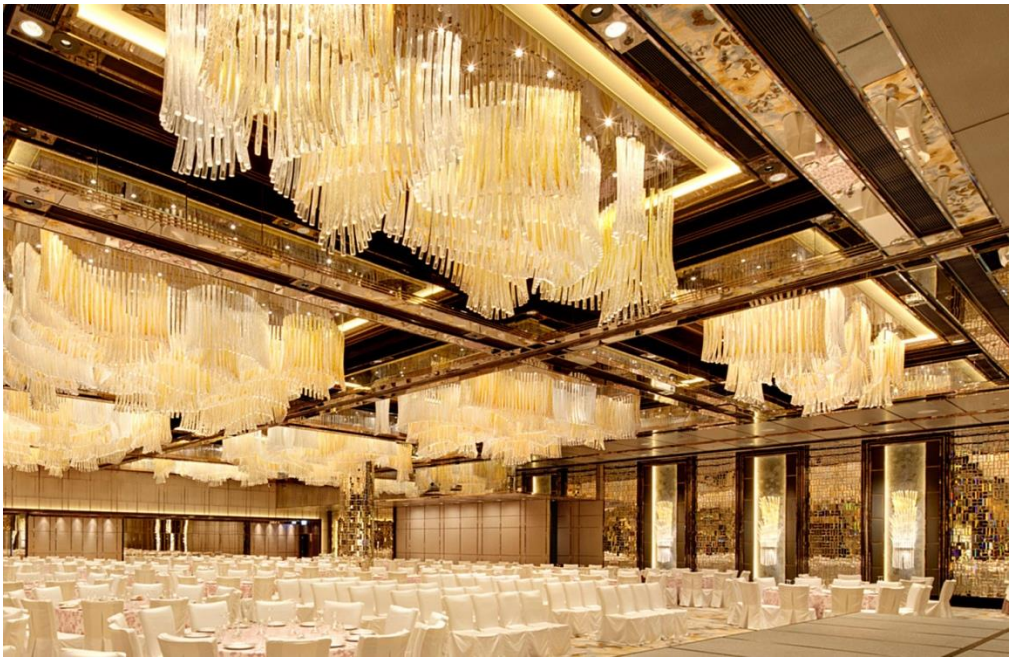
Obchod s Čínou nelze dělat pouze z Čech. Toto si Linet moc dobře uvědomuje, a proto se snaží do Číny pravidelně jezdit a obchod kontrolovat. Zároveň je podstatné, aby zahraniční partner měl zkušenost se spoluprací se zahraničními firmami. Předejde se tak mnohým nedorozuměním a čínský partner pochopí, co od evropské firmy může očekávat a na co si má dát pozor.

7.3 LASVIT

LASVIT je ryze česká sklářská firma, která se zaměřuje na výrobu skleněných světelných instalací, které vynikají svým unikátním designem a kvalitou materiálu. Název firmy je odvozen od spojení dvou českých slov, láska a svit, která vystihují podstatu filozofie LASVIT. Produkcí se společnost řadí mezi luxusní značky ve světě designu a architektury.

Založena byla v roce 2007 Leonem Jakimičem, bývalým obchodním ředitelem jiné české sklářské firmy Preciosa. Od té doby firma neustále roste. V současné době má více než 350 zaměstnanců s 12 obchodními pobočkami po světě s obratem více než miliarda korun.
Výrobky Lasvitu putují z 98% na zahraniční trhy, čímž tuto firmu řadí mezi jednu z nejvíce proexportních.

Obr. 4: Skleněné instalace v hotelu Ritz-Carlton v Hongkongu



Zdroj: Lasvit.com

Produkce společnosti se dělí do tří divizí. Světelné instalace, retailové luxusní produkty a technologické skleněné stěny využívané v architektuře.

Působení v Číně a Hong Kongu

Asie je pro LASVIT hlavní trh, na který také směřuje velká část produkce. Je to zároveň trh, na kterém firma realizovala první zakázky a trh, se kterým je osud firmy silně provázán. Sám zakladatel společnosti už několik let žije v Hong Kongu, kde se nachází i hlavní obchodní centrála.

Sám obchodní ředitel společnosti Ing. Vadim Horna přiznává, že trh je v Hong Kongu velmi rychlý a není dobré příliš projevovat emoce. Důležité je porozumět odlišnostem a snažit se o spolupráci v dlouhém období.[40] Zároveň zdůrazňuje, že business se zde dělá přes vztahy. Proto je velmi důležité nezapomínat při obchodních jednáních na princip tváře a protistraně projevit respekt.

Hlavní strategií společnosti je spolupráce se světovými architekty a designery, kteří je následně mohou doporučit svým klientům. Tato vzájemná spolupráce je pro firmu velmi užitečná a vedení společnosti si na výborných vztazích zakládá. V tomto oboru nejde pouze o podnikatelský um, ale hlavně o pochopení umění a designu.

Závěrečné doporučení

Říká se, že business se v Asii dělá přes vztahy a Lasvit je v tomto velmi silným schopným hráčem. Manažeři této společnosti patří v oboru mezi nejlepší a jejich kontakty jim závidí kdejaký konkurent.

Dalším klíčem k úspěchu na čínském trhu jsou inovace. S těmi musí být každá firmy vždy o krok před ostatními, aby měla na tak konkurenčním trhu, jakým čínský trh je, vždy co nabídnout.

Právě tyto inovativní technologie, zkušený obchodní tým a spolupráce s renomovanými designéry jsou klíčem k úspěchu této firmy ve světovém měřítku.

---

[40] Přednáška Ing. Vadima Horny**,** obchodního ředitele společnosti Lasvit, na téma „Lasvit na čínském trhu**“,** která se konala 8. 12. 2014 na Vysoké škole ekonomické v Praze

7.4 Home Credit B.V.

Skupina Home Credit B.V. je jedním z předních poskytovatelů spotřebitelského financování ve střední a východní Evropě a Asii. Společnost nabízí širokou škálu úvěrových produktů, jako jsou půjčky v místě prodeje, úvěry na automobily, hotovostní půjčky či kreditní karty.

Společnost byla založena v roce 1997 a dceřiné společnosti HCBV působí v České republice, na Slovensku, Ruské federaci, Bělorusku, Kazachstánu, Číně, Vietnamu, Indii, Indonésii a Filipínách.

Hlavním majitelem společnosti Home Credit je společnost PPF, vlastněná podnikatelem Petrem Kellnerem. Minoritním akcionářem je s 11,4 procenty investiční holdingová společnost EMMA OMEGA vlastněná Jiřím Šmejcem.[41]

Home Credit Group China

Společnost Home Credit působí na čínském trhu ve formě podniků plně vlastněných zahraničním majitelem. Skupina má hlavní sídlo v Tianjinu a další kanceláře v Pekingu, Shenzhenu, Wuhanu či Chongqingu.

2007

Spuštěn pilotní projekt poskytování spotřebitelských úvěrů v Číně. V březnu 2010 společnost získala jako první zahraniční firma jednu ze čtyř pilotních licencí pro tzv. Consumer Finance Company v Tianjinu, která umožnovala provozovat úvěrové služby právě v této lokalitě.

2014

Po pilotní licenci dostala společnost Home Credit příležitost své aktivity rozšířit do ostatních regionů. V rozvoji a postupu společnosti výrazně pomohla návštěva českého prezidenta v Číně v roce 2014, kdy samotný Petr Kellner byl součástí delegace.

[41] *Home Credit: O nás* [online]. [cit. 2016-09-07]. Dostupné z: http://www.homecredit.net/about-us

Na konci roku 2014 už měla společnost více než 18000 zaměstnanců a působila ve více než 150 čínských městech.[42]

V současné době Home Credit zaujímá první pozici na trhu v oblasti spotřebních půjček se 47 tisíci zaměstnanci. Jak už jsem výše uvedl, Čína do nedávné doby působila jako silně exportně založená země, ze které plynula výroba do celého světa.
V dnešní Číně se ovšem situace pozvolna mění a firmy se začínají více orientovat na rozvoj služeb. Kupní síla obyvatelstva v posledních několika letech výrazně roste a vytváří tak v případě Home Creditu velkou příležitost jak v oblasti poskytování půjček, tak i kreditních karet.
Počet aktivních čínských klientů se loni zdvojnásobil na pět milionů a letos by mohl dosáhnout až 8,6 milionů.

Odvětví spotřebních půjček je odvětví, které se v Číně pozvolna vyvíjí. Starší generace Číňanů totiž dříve viděla dluhy jako něco špatného.

Společnost Home Credit proto ze své pozice lídra pomáhá rozvíjet celý trh, přenášet zkušenosti do Číny. Zároveň provádí osvětu o tomto druhu financování a spolupracuje s místními úřady.
Tím, že budou zákazníci dobře obeznámeni s principy spotřebního financování a jeho procesy, sníží se i samotné riziko pro Home Credit.

Sám výkonný ředitel společnosti Jiří Šmejc o Číně říká: „Čína je obrovská, ke konci roku tam budeme mít 55 tisíc zaměstnanců a podle plánu na příští rok bychom tam měli dát nové úvěry za více než 10 miliard eur. Podařilo se nám rozjet online půjčování a denně máme 35 tisíc žádostí o hotovostní úvěr, byť zatím záměrně držíme objemy v onlinu při zemi. Je to divoká jízda, trh je extrémně rychlý a konkurenční. Musíme být velmi rychlí, abychom se udrželi na čele, a obezřetní, abychom nespadli ze sedla.“ [43]

[42] Prezentace Radka Pluhaře, chief risk officera společnosti Home Credit

[43] MAŠEK, Jaroslav. *Jiří Šmejc: Asie je radost i divoká jízda, přemýšlíme o partnerovi pro Čínu* [online]. In: . [cit. 2016-09-09]. Dostupné z: http://www.forbes.cz/jiri-smejc-asie-je-radost-i-divoka-jizda-premyslime-o-partnerovi-pro-cinu/

Společnost využívá pro poskytování úvěrů takové metody a technologie, aby předešla podvodům a dalším rizikům čínského trhu. Jednou z metod je spolupráce s firmami, které se zabývají zprostředkováním sociodemografických dat. To nám pomáhá posuzovat kredibilitu jednotlivých klientů a dále tak segmentovat trh. Obecně totiž výměna dat mezi institucemi nefunguje na takové úrovni, jako je tomu ve střední Evropě. I z tohoto důvodu čínské banky nedokáží obsluhovat klienty bez kreditní historie.

Veškeré tyto atributy ukazují, že si společnost Home Credit na trhu buduje velmi pevnou pozici, která bude do budoucna posilovat.

Závěrečné doporučení

Společnost Home Credit dokázala v Číně vytvořit svůj vlastní segment, který dále rozvíjí. Úspěch na místním trhu není způsobem pouze správným pochopením principu guanxi, ale hlavně snahou o další rozvoj čínského nebankovního trhu s půjčkami a spoluprací s místním regulátorem.
Velmi dobře si uvědomuje rizika nekalých transakcí a pokusů o podvody, kterých je v Číně více než dost. Riziko čínského trhu si firma hlídá především pomocí propracovaného risk managementu.

7.5 FATRA a.s.

Společnost Fatra je klíčovým hráčem na českém plastikářském trhu a svou silnou pozici vykazuje i ve středoevropském regionu. Primárně se zaměřuje na zpracování PVC, TPO, PP a PET. Jako člen skupiny Agrofert těží z vnitroskupinové spolupráce a vyjednávací síly skupiny.

V roce 2015 za výrobky a služby Fatra utržila téměř 3,6 mld. Kč a více jak 75% produkce směřovalo na zahraniční trhy. Fatra provozuje moderní technologie na zpracování plastů ve výrobních centrech v Napajedlích a Chropyni, kde zaměstnává více než 1.100 zaměstnanců. – odkaz fatra o firmě.

Z hlediska produktového složení nabízí Fatra výrobky pro stavebnictví, zdravotnictví, potravinářství i elektroprůmysl. Jedná se hlavně o vinylové a PVC podlahoviny, hydroizolační folie, granulát PVC, BOPET fólie, lamináty a mnoho dalších. Za zmínku jistě také stojí výroba plastových hraček, která má ve společnosti dlouhou historii.
Pro své zákazníky, mezi něž patří hlavně distributoři výrobků, nabízí společnost technické poradentství a další přídavné služby.

Obr. 5: Hydroizolační folie Fatrafol



Zdroj: e.fatrafol.cz

Působení Fatry v Číně

První kroky Fatry jsou spojeny s kroky Agrofertu, který v Číně koupil závod na výrobu titanové běloby, jednoho z nejdůležitějších anorganických pigmentů, jenž se používá v mnoha oborech.

Přestože tato investice pro společnost Agrofert nebyla nejšťastnější, pro společnost Fatra to znamenalo přístup na čínský trh.

Společnost začala následně spolupracovat se společností Shandong Star Construction Systems Ltd., která v současné době působí v roli výhradního dodavatele pro místní trh. Hlavní výrobek, který zde Fatra dováží, jsou výše zmíněné hydroizolační folie.

Tento trh se v Číně postupně vyvíjí, ale i zde je bohužel silný vliv státu. Hydroizolační folie se používají primárně ve stavebnictví a právě rozvoj výstavby je prioritou čínské vlády. Ta zvýhodňuje místní dodavatele a pro zahraniční firmy zde většinou není místo, přestože místní dodavatelé folií mají výrazně nižší kvalitu i užší skladbu nabízeného portfolia.

Společnost Fatra se proto zaměřuje na segment mezinárodních firem, které v Číně mají své továrny a další objekty.

Právě tyto firmy si uvědomují, že kvalita folií je důležitá a právě tyto folie, které splňují evropské standardy, jsou pro ně ideální.

Příkladem zakázek společnosti fatra jsou rekonstrukce střech výrobního závodu automobilky Honda či General Motors.

Jak uvádí exportní manažer společnosti Fatra Pavel Vojtek, právě tyto evropské standardy jsou pro odběratele velmi důležité. I díky spolupráci s místní China National Building Waterproof Association se společnosti Fatra daří budovat image prvotřídního dodavatele.

Během setkání s čínskými zástupci se společnost Fatra také domluvila také na zpracování analýzy konkurenčního prostředí na čínském trhu.

Závěrečné doporučení

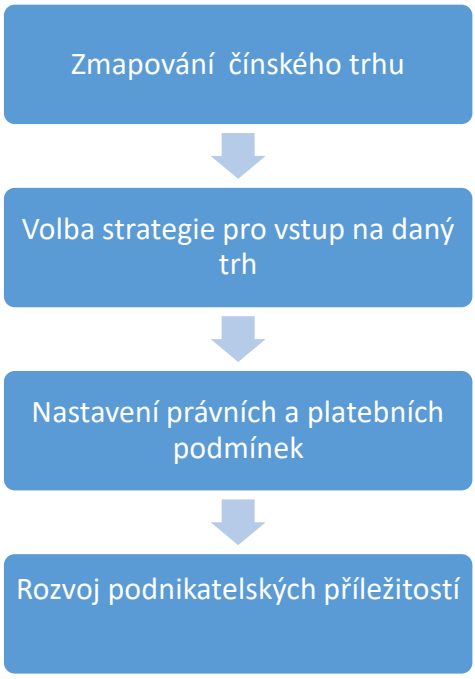
Přestože je na čínském trhu obrovská konkurence, je to trh, na kterém je velký počet zákazníků s různými zájmy a preferencemi. Proto je dobré znát přidanou hodnotu, kterou výrobek nabízí a nalézt si svůj specifický segment, i kdyby měl být menší. Společnost Fatra navázala úzkou spolupráci s ověřeným distributorem, kterému nabídla výhradní zastupování.

8 Model doporučení pro proces vstupu na čínský trh

V rámci této práce bylo provedeno dotazníkové šetření mezi 25 českými podniky, které byly v rozmezí několika měsíců osloveny a byl jim rozeslán dotazník o jejich zkušenostech v Číně, rizicích daného trhu a také jejich doporučeních pro ostatní firmy. Tento vzorek respondentů sloužil primárně k názorné představě o zkušenostech českých firem na čínském trhu.
Některé firmy neodpověděli na veškeré otázky z důvodu obchodního tajemství či porušení politiky firmy.
Naopak některé firmy byly otevřené i osobnímu setkání.

Z odpovědí jednotlivých firem, kterých nakonec bylo 20, a také z osobních rozhovorů s exportními manažery, bylo vytvořeno doporučení pro firmy, které o Číně uvažují. Toto doporučení navazuje na rozdělení jednotlivých kapitol teoretické části.

Pořadí jednotlivých kapitol je dáno aktuálností a body v procesu vstupu na čínský trh.
Podnikání a činnosti spojené s rozvojem firmy a vstupu na nový trh nelze zcela předvídat, přesto bude v následující části představen model doporučeného postupu vstupu na čínský trh, který bude doplněn a doporučení plynoucí z dotazníkového šetření.



8.1 Zmapování čínského trhu

První krok, který by měl každý podnik se zájmem o čínský trh udělat, je zhodnotit konkurenceschopnost svých výrobků na čínském trhu.

Ideálním nástrojem je vytvořit marketingový mix 4P pro určitý výrobek, aby firma pochopila poptávku po svém produktu a upravila jeho nabídku podle cílového trhu.44

Produkt

Na čínském trhu by se měly firmy zaměřit hlavně na ochranu duševního vlastnicí, vkus čínské společnosti, budoucí trendy a hlavně na unikátnost svého produktu.

Cena

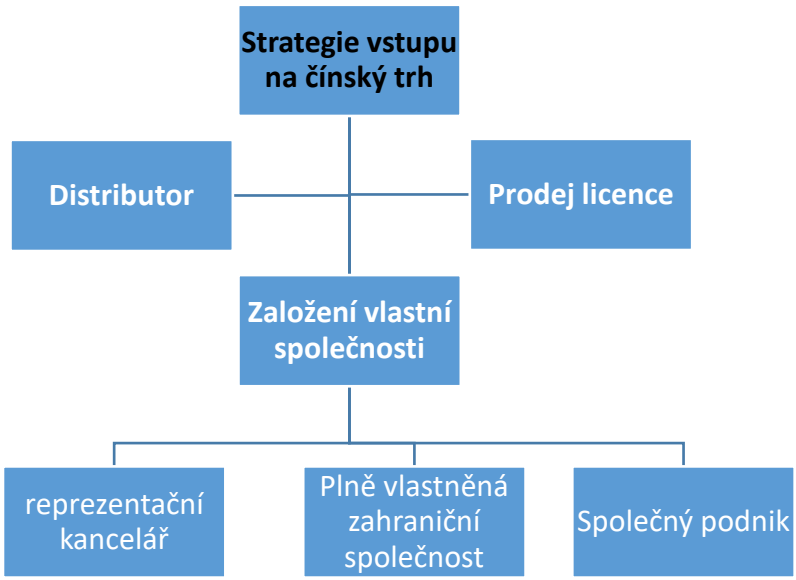
Výrobky dovážené do Číny mají charakter kvalitního zboží a od toho by se měla odvodit i cenová politika. Nesmí se také zapomenout na DPH a clo, které cenu výrazně zvýší.

Místo a distribuce

Tyto položky velmi záleží na typu spolupráce s místním partnerem a na typu distribuce svého zboží a obecně na celkovou obchodní politiku, která bude pro čínský trh zvolena.

8.2 Vstup na čínský trh

Jak bylo výše uvedeno, pro vstup na čínský trh může být využita řada možností:

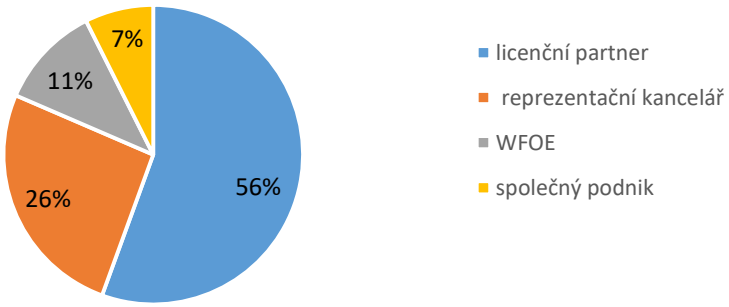


[44] KOTLER, Philip. *Moderní marketing*. 4. evropské vydání. Grada publishing, 2007. ISBN 8024715452.

Forma a cíl vstupu

Jak uvádí ředitel marketingu společnosti Wikov Ing. Martin Sychrovský: „Nejprve si musíte ujasnit, co opravdu chcete. Je rozdíl, zda tam máte jen kancelář nebo chcete postavit výrobnu. My jsme šli na čínský trh s nejméně rizikovým řešením – tedy obchodní kanceláří a myslíme si, že to bylo správné rozhodnutí. Mnoho našich konkurentů stavělo velké výrobny přímo v Číně a dnes zejí prázdnotou nebo byly prodány.“

Graf 7: Strategie vstupu na čínský trh



Zdroj: vlastní zjištění z dotazníkového šetření

Jak uvádí tento graf, nejčastěji volí podniky vstup na čínský trh prostřednictvím **distributora** či založením své **reprezentační kanceláře**.

Kde hledat partnera

Pro nalezení toho správného distributora je důležité, aby se obchodník účastnil obchodních veletrhů, popřípadě využil některé ze služeb agentur jako je **Czechtrade,** či ekonomických úseků zastupitelských úřadů v **Pekingu, Šanghaji či Hongkongu.**

Jako první krok může společnost využít databázi čínských podnikatelů, kteří se sdružují na internetových platformách jako je Kompass, Alibaba atp.

Další možností je vyhledat pomoc od českých společností, které se na Čínu specializují, jako je **Levatio HK,** která se zabývá zprostředkovávání obchodu mezi Čínou a ČR.

Časový a obchodní plán

Je dobře, když námluvy s čínským partnerem probíhají v přátelském duchu. Vždy je ale důležité mít na paměti, že v Číně rozhodují činy, nikoliv sliby.

Pokud se stanovují cíle spolupráce, mělo by se stanovit i jejich časové hledisko. Často se stává, že si firmy vzájemně projevují respekt a důvěru, ovšem bez dohledného obchodního výsledku. Agenti a distributoři mohou mít také tendenci naslibovat nereálné objemy obchodu výměnou za vysokou částku účtovanou za své služby.

Nejjednodušší je, pokud se s agentem podaří domluvit na provizi za prodané zboží.

Úřady

Při zakládání firem jsou zahraniční podnikatelé v hledáčku příslušných úřadů daleko častěji než čínské protějšky. Proto platí, že pro působení v Číně je potřeba spolupracovat se schopným **tlumočníkem a lokálním spolupracovníkem**, který se v místní legislativě orientuje.

Čínští zaměstnanci

V Číně je obecná pravda, že každý čínský pracovník, který mluví anglicky, má dobrou univerzitu a dobré technické či sociální dovednosti, je velmi ceněný mezi zaměstnavateli.

Zároveň ovšem platí, že čínští pracovníci loajalitu ke svým zaměstnavatelům (hlavně zahraničním společnostem) příliš nepěstují a kvůli zvýšení platu rádi odejdou jinam. Zahraniční společnosti proto často preferují využívat své vlastní expaty pro řízení projektů v Číně.

8.3 Právní a platební podmínky

Častým komentářem podnikatelů a firem, které se do Číny vydali, je ne zcela poctivé jednání lokálních podnikatelů. Proto jsou podmínky spolupráce velmi důležitým tématem.

Další právní rizika plynou i ze strany vlády, která často mění podmínky v neprospěch zahraničních subjektů, což je spjaté se **zneužíváním know-how**, tlakem na lokalizaci výroby a špatnou právní vymahatelností.

Jak uvádí prezident Czech China Entrepreneurs Forum Tomáš Hülle:

„Jde zejména o jeho nepředvídatelnost a časté změny. Čína jej tvoří v podstatě za chodu bez předchozí tradice a to prostřednictvím inspirace hlavními proudy ve světě. Tento systém tak není zcela ucelený a současně se v něm nacházejí lokální specifika způsobené politickými vlivy a unikátností státu. Jeho vysvětlení není současně možné hledat v textech, ale zejména v interpretaci a výkladových doplňcích, které jsou pro cizince prakticky k nenalezení."[45]

Příslušnost soudu v případě potřeby

Je doporučeno sjednat ve smlouvě příslušnost soudu na území ČLR. Čína rozsudky zahraničních soudů ve většině případů nevykonává.

Někteří zahraniční podnikatelé si ale sjednávají smlouvy podle **hongkongského práva**. Nepochybnou výhodou tohoto postupu je fakt, že hongkongské právo má kořeny v právu anglickém, a je proto bližší evropskému chápání. Zároveň je rozsudek hongkongského soudu od roku 1997 vykonatelným i na pevninské Číně.

V případě potřeby je také možné se obrátit na **The European union chamber of commerce in China**, která podnikům přináší řadu důležitých informací a rad.[46]

[45] Rozhovor s panem Tomášem Hullem o současné situaci v ČLR z pohledu českého subjektu.
[46] Více na http://www.europeanchamber.com.cn/en

Zálohy a pojištění

Čínský trh je nevyzpytatelný, a proto je vždy lepší svoji zakázku pojistit a vyžadovat zálohu od prověřeného zákazníka. Na toto se specializuje Exportní garanční a pojišťovací agentura EGAP.

Měnové zajištění

Co se týká možnosti vypořádávání transakcí v čínské měně, tak v ČR je možné si založit účet vedený v CNY(RenMinBi) u několika bankovních institucí, jako jsou například Komerční banka nebo Bank of China. Společnost tak těží z různých výhod, jako jsou:

- Rychlé platební vypořádání
- Jednodušší pro čínského partnera
- Pohyb směnného kursu pod kontrolou[47]

Celní podmínky

Veškerý dovoz do ČLR je spojen s velkým počtem netarifních obchodních opatření, jako jsou kvóty, dovozní a jiné licence, inspekční osvědčení atd.

Proto je doporučeno přenechat proces celního odbavení na čínského partnera, která bude o požadavcích dostatečně informován.

Od cla jsou například osvobozeny reklamní materiály nepřekračující hodnotu 400 CNY a zboží určené pro prezentaci na výstavách a veletrzích.[48]

Právní poradenství

V oblasti spolupráce s konkrétní právní kanceláří je vždy dobré oslovit české konzuláty, které se na tuto problematiku poradenství specializují, popřípadě využít služeb Czech China Entrepreneurs Forum nebo kanceláře Kocián Šolc Balaštík, která se specializuje i na čínský trh.

[47] Více podrobností na http://www.mojebanka.cz/file/cs/platby_cny.pdf
[48] HEBNAR, Jan, Barbora KOCOURKOVÁ a Lucie MARKOVÁ. *Export do Číny* [online]. [cit. 2016-12-12]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_ciny.pdf

Přepravní možnosti

Když už česká firma úspěšně zvládne vyhledání obchodního partnera v Číně a objedná zboží, přijde na řadu často podceňovaná část celé transakce, a sice doprava do Číny, ať už lodní nebo letecká.

Existují základní 3 možnosti, jak přepravu zajistit.

- pro přepravu lze využít mezinárodní přepravní společnosti, které působí v ČR, ovšem jejich cena je vyšší. Příklady těchto firem jsou **DHL, DB Schenker, TNT, EMS**, nebo skupina **GEIS**.
- Využít nabídky svého čínského obchodního partnera, který může mít smlouvu s nějakým dopravcem.
- Využít české přepravní firmy, které mají partnerské smlouvy s velkými hráči, a tím i nižší ceny. Příkladem takovéto společnosti je firma STAJA s.r.o.

8.4 Propagace

V rámci propagace českých výrobků, řeší většinou společnost marketing ve **spolupráci s čínským partnerem**.

S propagací může ovšem velmi pomoci i služba **ekonomického úseku** českého zastoupení v Číně nebo **CzechTrade**, který si za léta svého působení na čínském trhu už stihl vybudovat určité know-how. Právě toto know-how lze uplatnit v tom, jak se dívat na čínský trh a jak propagovat své výrobky a oslovit zákazníky.

Jak například můžeme uvést tyto charakteristiky, který čínský trh má:

- čínští spotřebitelé vnímají západní výrobky jako zboží vyšší kvality
- vysoká kvalita je symbolem dlouholeté historie
- vysoká cena je často symbolem vysoké kvality
- čínští spotřebitelé preferují produkty velkých společností, ne malých
- čínský spotřebitel se řídí doporučením (word of mouth)[49]

[49] HEBNAR, Jan, Barbora KOCOURKOVÁ a Lucie MARKOVÁ. *Export do Číny* [online]. [cit. 2016-12-12]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_ciny.pdf

8.5 Obchodní jednání v praxi

Kulturní odlišnosti jsou opravdovým klíčem k úspěchu na čínském trhu. Proto většina podniků využívá a zdůrazňuje **roli překladatele či čínského partnera**. Důležité je, aby tento člověk měl zkušenosti s evropskou či americkou mentalitou a dokázal pochopit obě strany.

Jak uvádí například David Kašper - CEO Purple Technology s.r.o.: „ Ideálně je najít lokálního partnera, kterým je Číňan a má zkušenost ze zahraničí. Poté je důležité přeložit vše do čínského jazyka, zaletět do Číny a snažit nasát mentalitu lidí. Být s nimi v každodenním životě a chápat kulturní rozdíl.“

S tímto částečně souvisí i **potřeba být respektován a uznáván**.
Každý člověk se snaží před okolím nějak vypadat a ukazovat svůj sociální status.
Příkladem této potřeby je jezdit v autech jako jsou Audi, BMW či Mercedes, která právě tento status představují. Status a důležitost může být vyjádřen také významnou pozicí ve firmě a tituly na vizitkách.[50]

N**avazování vztahů přes prostředníka**
Čínští podnikatelé totiž nepociťují povinnost odpovídat a bavit se s dalšími osobami, které neznají. Proto je doporučeno najít člověka, který je schopen schůzku domluvit a zaručit se za ověřený kontakt. Z tohoto důvodu se právě dobrá volba prostředníka může stát rozhodujícím faktorem úspěchu v podnikání. Ten může být např. advokátem, firemním poradcem či tlumočníkem, který zná dobře principy a cíle firmy.

Obchodní jednání

Při obchodním jednání je dobré dodržovat základní principy jako je podávání vizitek oběma rukama s patřičnou mírou pozornosti. Nepodívat se na vizitku obchodního partnera je totiž považováno za projev neúcty. Co se týče obchodních večeří a popíjení alkoholu, je dobré pít více než málo a neodmítat pozvání.

[50] Přednáška Jana Hebnara, která se konala 7. 10. 2016 na Vysoké škole ekonomické v Praze v předmětu Obchod a podnikání v Číně

8.6 Další informace a poradenství

V otázce exportního poradenství ze strany institucí, pouze 40% oslovených firem uvedlo, že podobnou formu pomoci využilo.

Na druhou stranu exportní manažeři často vyzdvihovali roli **CzechTrade** a jejich seminářů, který pro firmy organizují. Ukázkou takové akce je seminář „Obchodujte s Čínou bez rizika a se ziskem“

Tento seminář je zaměřen na praktické rady, jako jsou rizika smluvních vztahů, jak se bránit čínskému kopírování, čí informace o nejčastějších podvodech ze strany čínských podnikatelů. Zvláštní pozornost je věnována i správnému vystupování na čínských veletrzích.

Ilustrační program semináře:

- Čínská ekonomika – silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby
- Export do Číny – pro které firmy a produkty je čínský trh nejzajímavější
- Marketing českého zboží v Číně s minimálními náklady
- Čína a kopírování (patenty, ochranné známky, autorská práva)
- Veletrhy v Číně, jak je zvládnout a na co se připravit[51]

Další zdroj, který přináší praktické informace je webový portál **www.sinovia.cz**, který nabízí články a návody pro podnikatele a exportéry do ČLR. Portál byl založen Janem Hebnarem, který v Číně studoval a poté působil tři roky na české ambasádě v Pekingu jako zástupce vedoucího obchodního oddělení.

[51] *Obchod s ČÍNOU bez rizika a se ziskem* [online]. [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: https://www.czechtrade.cz/kalendar-akci/archiv-akci/obchod-s-cinou-bez-rizika-a-se-ziskem-_-e-commerce

Závěr

Čína je a v budoucnu i zůstane klíčovým hráčem na poli světového hospodářství. Růst, který v předešlých letech zažila, je neopakovatelný. Stále ale představuje velké příležitosti v podobě rychle rostoucí střední třídy a jejich rostoucích příjmů.

Předešlá finanční krize a schopnost, jak se s ní dokázala čínská vláda vypořádat, dokazuje, že tato země má poměrně stabilní vnitřní poptávku i exportní možnosti. Vždyť už v roce 2010 se stala největším exportérem na světě.

Co se týká podnikatelských podmínek, procesy a právní systém se v Číně postupně zlepšuje. I v počtu patentů se Čína přiblížila západnímu světu. Jen za rok 2015 se podle organizace WIPO (World Intellectual Property Organization) v Číně podalo více než jeden milion patentů, což je třetina ze všech podaných patentů na světě. [52]

Přesto musí každý exportér počítat s tím, že narazí na nestandartní chování firem, korupci, velmi dlouhý a komplikovaný proces zakládání firem, jazykovou a kulturní bariéru a další problémy a obtížnosti.

Hlavním cílem práce bylo vytvoření doporučení pro firmy, které o čínském trhu přesto uvažují. Toto doporučení vychází z dotazníkového průzkumu a z rozhovorů s exportními manažery českých firem. Doporučení obsahuje praktické zkušenosti a komentáře ke všem zmíněným oblastem jako jsou vstup na místní trh, kulturní rozdíly, chápání čínského práva a hlavně zdroje pro další informace, které bude podnik jistě potřebovat.

Jak uvádí Tomáš Hülle, v Číně jsou nejdůležitější kontakty, trpělivost a kreativita. To by si měl uvědomit každý podnik, který o Číně uvažuje. Zároveň stojí tato snaha poměrně vysoké náklady, s čímž firmy musí ze začátku počítat.

[52] *Global Patent Applications Rose to 2.9 Million in 2015 on Strong Growth From China; Demand Also Increased for Other Intellectual Property Rights* [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2016/article_0017.html

Jak ukazují příklady pěti společností v praktické části, podnikat v Číně je běh na dlouhou trať.

Zároveň tyto příklady potvrzují informace představené v teoretické části práce. Na příkladu společností Home Credit a Lasvit lze spatřit, jak je důležité pochopit místní trh a navázat zde dobré obchodní vztahy. Je totiž obecná pravda, že obchod se v Asii dělá přes vztahy a právě do těchto vztahů by měly české podniky vhodně investovat jak svůj čas, tak i prostředky.

Na druhou stranu příklad firmy Nafigate a společnosti LINET dokazuje, že pochopení kulturní odlišnosti je jedna věc, ovšem dodržování obchodních dohod věc druhá. Určitě je důležité respektovat své obchodní partnery a důvěřovat jim. Vždy je ale potřeba si v Číně vše ověřit, protože právě podobné kulturní odlišnosti mohou způsobit nemalé problémy. Problémům se zde totiž žádná firma jen tak nevyhne, a proto vstup na čínský trh je často považován za jednu z nejtěžších podnikatelských misí.

Všechny zmíněné společnosti také dokazují to, že podnik musí být specialista ve svém oboru s chutí neustálé inovace, aby odolal čínské konkurenci a prosadil se. Právě kvalita a již zmíněná inovace je to, co si čínští zákazníci na českých společnostech nejvíce cení.

Vedlejším cílem práce bylo zmapovat ekonomické a podnikatelské prostředí na čínském trhu, působení českých firem v Číně a blíže popsat institucionální podporu pro exportní podniky.

ČLR je pro české podniky i pro vládu ČR stále zajímavějším trhem, což potvrzuje její zařazení do seznamu prioritních zemí pro český export v rámci Exportní strategie 2012-2020.

Z obecného hlediska se v Číně nejvíce daří českému strojírenství. Tato skupina je tvořena jak výrobci průmyslových strojů, tak i automobilových komponentů. Většina těchto výrobků je specifická svojí vyšší přidanou hodnotou a zároveň i vyšší kvalitou.

V budoucnu se také předpokládá další rozvoj vývozu nových technologií podobných technologii Hydal od Nafigate Corporation, tak i technologií dalších českých firem. Přestože je vstup na čínský trh jednou z nejtěžších podnikatelských záměrů, je podpora exportérů ze stran českých institucí silná. Exportéři mají velký počet zdrojů, kam se obrátit o pomoc. Ať už se jedná o vládní nebo soukromé zdroje.

Seznam literatury a zdrojů

1. FISHMAN, Ted C. China, Inc.: jak Čína drtí Ameriku a svět. 1. vyd. Překlad Martin Kříž, Jan Hanzl. Praha: Alfa Publishing, 2006, 278 s. ISBN 80-868- 5144-3

2. FÜRST, Rudolf. Česko-čínské vztahy po roce 1989. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2010, 235 s. ISBN 978-802-4616-537.

3. KOTLER, Philip. Moderní marketing. 4. evropské vydání. Grada publishing, 2007. ISBN 8024715452.

4. NĚMEC, Petr. Západní Čína a Vietnam: nové šance, nové výzvy. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2008, 198 s. ISBN 978-80-245-1365-2

5. OBUCHOVÁ, Ľubica. Číňané 21. století: Dějiny, tradice, obchod. Vyd. 1. Praha: Academia, 1999, 287 p. ISBN 80-200- 0641-9.

6. ODEHNALOVÁ, J. Povaha čínského obchodního jednání - Na válečném poli či mezi gentlemany. ISSN 0572-3043

7. RAMPINI, Federico, ČÍNSKÉ STOLETÍ: autentický průvodce zemí rudého draka, 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2008. 303 s. ISBN 978-80-7363-128-4

8. SELLINGMAN, Scott D. Čínská obchodní etiketa, průvodce protokolem společenským chováním a kulturou v Číně. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: BB/art, 2007, 269 s. ISBN 9788073811273.

Elektronické zdroje

CCEF. *Czech China Entepreneurs Forum* [online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.ccef.cz/about

Čínská CEFC kupuje polovinu v bankách J&T. Skupina plánuje pobočku v Číně. *[on-line]. [cit. 2013-05-14] dostupný z*: http://byznys.ihned.cz/c1-65226920-cinska-skupina-cefc-ziska-50procentni-podil-v-j-t-finance-group
http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asie/cina/smlouvy/index.html

Čínské investice v Česku se mají do čtyř let rozrůst na 232 miliard [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1739449-cinske-investice-v-cesku-se-maji-do-ctyr-let-rozrust-na-232-miliard

European chamber of commerce in China [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: www.europeanchamber.com.cn/en

Exportní strategie České republiky pro období 2012 - 2020. *In: Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/files/archiv/dokumenty/mpo_exportni_strategie_2012_2020.pdf*

Global Patent Applications Rose to 2.9 Million in 2015 on Strong Growth From China; Demand Also Increased for Other Intellectual Property Rights [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2016/article_0017.html

HAMMER, Alexander. CHINA'S TRADE AND INVESTMENT RELATIONSHIP WITH AFRICA [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: https://www.usitc.gov/publications/332/2013-04_China-Africa(GamacheHammerJones).pdf

HEBNAR, Jan, Barbora KOCOURKOVÁ a Lucie MARKOVÁ. Export do Číny [online]. [cit. 2016-12-12]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/file/832898/export_do_ciny.pdf

HIRST, Thomas. A brief history of China's economic growth. In: *World economic forum* [online]. [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: https://www.weforum.org/agenda/2015/07/brief-history-of-china-economic-growth/

History - Contemporary Period. *China.org.cn* [online]. [cit. 2016-12-03]. Dostupné z: http://www.china.org.cn/e-china/history/Contemporary.htm

Home Credit: O nás [online]. [cit. 2016-09-07]. Dostupné z: http://www.homecredit.net/about-us

KREJHOVA, Hana. *Čína se učí inovacím od USA i Singapuru* [online]. [cit. 2016-09-01]. Dostupné z: http://modernirizeni.ihned.cz/c1-63737760-cina-se-uci-inovacim-od-usa-i-singapuru

MAŠEK, Jaroslav. *Jiří Šmejc: Asie je radost i divoká jízda, přemýšlíme o partnerovi pro Čínu* [online]. In: . [cit. 2016-09-09]. Dostupné z: http://www.forbes.cz/jiri-smejc-asie-je-radost-i-divoka-jizda-premyslime-o-partnerovi-pro-cinu/

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. Zahraniční obchod: Podpora exportu [online]. [cit. 2016-04-11]. Dostupné z: http://www.mpo.cz/cz/zahranicniobchod/podpora-exportu/

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [on-line]. Zahraniční obchod země. [on-line]. [cit. 2016-05-14]

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Krok za krokem k uplatnění nových technologií v Číně - Nafigate*[online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/beijing/cz/obchod_a_ekonomika/prehled_akci_uskutecnenych/krok_za_krokem_k_uplatneni_novych.html

NAFIGATE Corporation. *O společnosti* [online]. [cit. 2016-09-01]. Dostupné z: http://www.nafigate.info/cs/content/o-spole%C4%8Dnosti

O CzechInvestu. CzechInvest – Agentura pro podporu podnikání a investic[online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu

O nás. *LINET* [online]. [cit. 2016-09-07]. Dostupné z: http://www.linet.com/cs/o-nas

Obchod s ČÍNOU bez rizika a se ziskem [online]. [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: https://www.czechtrade.cz/kalendar-akci/archiv-akci/obchod-s-cinou-bez-rizika-a-se-ziskem-_-e-commerce

Portál BussinessInfo.cz*: SOUHRNNÁ TERITORIÁLNÍ INFORMACE Čína [online]. 2015 [cit. 2016-05-13].* Dostupné z: http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/cina.html

Portál EGAP*. EGAP - pojišťujeme český export [online]. [cit. 2016-05-14]. Dostupné z:* http://www.egap.cz/index.php

Poslání Komory. *Smíšená česko-čínská komora vzájemné spolupráce* [online]. [cit. 2016-05-14]. Dostupné z: http://www.czechchina.com/?page_id=2311

POZZEBON, Steffano. China has crossed a major investment threshold that is going to change the entire world. In: *Businessinsider.com* [online]. [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: http://uk.businessinsider.com/statistics-on-chinas-investment-abroad-2015-2

Pro a proti: čínská ekonomická a energetická strategie. *In: Vysoká Škola mezinárodních a veřejných vztahů Praha [online]. 2011 [cit. 2015-10-9]. Dostupné z: http://www.vipvs.sk/images/data/Pre_a_proti/11_6_Cinska_ekonomicka_a_energeticka_strategie.pdf*

Představení CzechTrade. *CzechTrade - Partner pro váš export* [online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/

SCHUMAN, Michael. Venture Communism: How China Is Building a Start-Up Boom. In: Nytimes.com[online]. [cit. 2016-12-06]. Dostupnéz:http://www.nytimes.com/2016/09/04/business/international/venture-communism-how-china-is-building-a-start-up-boom.html?_r=0

Spotřeba piva na světě*. In: Investiční web [online]. [cit. 2016-05-15].* Dostupné z: http://media.investicniweb.cz/photos/2013/02/16/67-3486-spotreba-vyroba-piva-ve-svete.png

Startupr Hong Kong Limited [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: http://startupregistry.hk/

STINGL, Tomáš. *Malé nesnáze ve velké Číně* [online]. [cit. 2016-09-07]. Dostupné z: http://www.euro.cz/byznys/male-nesnaze-ve-velke-cine-859997

ŠENK, Michael. České potraviny mohou dobýt Čínu. Vzniká nový řetězec. In: *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/ceske-potraviny-mohou-dobyt-cinu-vznika-novy-retezec/r~d30b67c008f511e5b1d8002590604f2e/

The Global Competitiveness Report 2013–2014. In: World Economic Forum [online]. 2013 [cit. 2015-11-11]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf

UNICREDIT BANK. *Účet RenMinBi od UniCredit Bank výrazně zjednoduší obchodování s Čínou* [online]. [cit. 2016-12-13]. Dostupné z: http://www.unicreditbank.cz/web/novinky/ucet-renminbi-od-unicredit-bank-vyraznezjednodusi-obchodovani-s-cinou

WEINLAND, Don a Gabriel WILDAU. China debt load reaches record high as risk to economy mounts. *Financial times* [online]. [cit. 2016-12-03]. Dostupné z: https://www.ft.com/content/acd3f2fc-084a-11e6-876d-b823056b209b

WONG, Chun Han. *China Sets Timeline for First Change to Retirement Age Since 1950s* [online]. In: . Wall street journal [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: http://blogs.wsj.com/chinarealtime/2015/03/10/china-sets-timeline-for-first-change-to-retirement-age-since-1950s/

World Economic Outlook Database [online]. In:. IMF [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/02/weodata/weoselser.aspx?a=&c=924&t=1

Základní informace. *CzechTourism* [online]. [cit. 2016-05-15]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/

Seznam grafů

Graf 1: Srovnání struktury čínského HDP2000-2010 vs. 2020-2030

Graf 2: Průměrná roční mzda (CNY)

Graf 3: průměrná délka života v Číně

Graf 4: Srovnání půjček IMF a čínských přímých investic v Africe (mil. USD)

Graf 5: Počet prodaných vozidel v Číně mezi roky 2001 - 2014 (v tis. kusech)

Graf 6: zastoupení občanů starších 60 let (v % populace)

Graf 7: Strategie vstupu na čínský trh

Graf 8: Počet let působení v Číně

Seznam tabulek

Tab. 1: Bilance vzájemné obchodní výměny v letech 2010-2014 (v mld. USD)

Seznam obrázků

Obr. 1: Spotřeba piva na světě (v mil. hektolitrů)

Obr. 2: Poloprovozní výroba fólií na VUT Brno

Obr. 3: Nemocniční lůžko Linet Eleganza

Obr. 4: Skleněné instalace v hotelu Ritz-Carlton v Hongkongu

Obr. 5: Hydroizolační folie Fatrafol

Seznam příloh

Dotazník

Otázka č. 1

Jak dlouho působí Vaše společnost na čínském trhu a jak dlouho trvala příprava vstupu na tento trh?

Otázka č. 2

Co považujete za první kroky, které musí český podnik pro vstup na daný trh udělat, a jaké problémy jsou s těmito prvními kroky spojené?

Otázka č. 3

V čem vidíte největší rizika podnikání v Číně?

Otázka č. 4

Které vlastnosti čínských podnikatelů Vás nejvíce překvapily a které obchodní a kulturní charakteristiky jsou podle Vás klíčové pro obchodní vyjednávání v Číně?

Otázka č. 5

Jakou volíte strategii pro prodej Vašich produktů na čínský trh? (místní distributor, prodej licence, reprezentační kancelář, WFOE, společný podnik).

Otázka č. 6

Mohla by pro-čínská politika České republiky přinést Vašemu působení v Číně nějaké výhody?

Otázka č. 7

Jaké máte zkušenosti se státní či soukromou podporou podnikání českých firem v Číně? (ČEB, CzechTrade apod.)

Otázka č. 8

Jaké strategické doporučení máte pro český podnik, který bych chtěl na čínském trhu uspět?

Osobní rozhovor s Tomášem Hullem (Czech China Entrepreneurs Forum), který proběhl 7. 1. 2016

1) **V současné době v Číně výrazně roste jak dluh, tak i mzdové náklady a naopak ekonomika své tempo zpomaluje a kapitálový trh je silně nestabilní. Jakou budoucnost Číně přisuzujete?**

Číně velkou, jejímu akciovému trhu nedokáži zhodnotit. Akciové trhy mi připadají někdy jako zápas bez pravidel, kdy reakce na konkrétní situace jsou zcela nevypočitatelné a podléhající dominovému efektu a emocím. V případě států v rozvoji a obrovském růstu je faktorů pro fluktuace navíc velice mnoho. Na druhou stranu se stačí podívat na základní ekonomické parametry Číny – počet obyvatel a velikost trhu. Jen tyto dva sami o sobě dokáží ekonomiku uhájit. Zajímavou otázkou ale může být například absorpční kapacita ekonomiky řekněme ve výhledu 15 let.

2) **Čína se pozvolna odklání od výroby a orientuje se na služby. V jakých službách se podle Vás mohou nejvíce specializovat?**

Prakticky ve všech. Čína je díky svému hospodářskému modelu i poměrně soběstačnou ekonomikou v tom, že se vláda snaží stimulovat domácí firmy, aby se dokázaly účastnit na všech segmentech podnikání. V posledních letech je ale cítit tlak zejména na sektor služeb věnujícím se technologiím, výzkumu a výrobě zboží s vysokou přidanou hodnotou. Vedle toho se ale významně rozvíjí například i cestovní ruch nebo zdravotnictví.

3) **V říjnu české noviny plnily články o čínských investicích v ČR. Na trh už vstoupila první čínská banka. Jak hodnotíte vstup čínského kapitálu do ČR.**

V tento moment se jedná ve velké míře spíše o standardní investiční kapitál, který nakupuje již existující projekty od dalších firem či institucí (CEFC). Ke vstupu Bank of China se nedá zatím detailně vyjádřit, jelikož v době tohoto rozhovoru nezačala aktivně na českém území operovat a jednalo se doposud o prohlášení o tomto plánu, který se však bude realizovat během nadcházejících měsíců. Velice pozitivně tak vítám například vstup do společnosti EKOL, kde investor otevírá i nové příležitosti a firma by tak měla růst. Obdobně například dřívější čínské investice věnující se výrobě na území České republiky a zahajující zcela nové projekty na zelené louce.

4) **Hlavní tuzemské exportní komodity do Číny jsou stroje a dopravní prostředky, tvoří 60 % z celkového exportu do Číny.**
Jaké jsou podle Vás nejperspektivnější obory pro české podnikatele z hlediska budoucího vývoje. Stále strojírenství?

Nemyslím si, právě naopak. Strojírenství jedině to, kde je současně vysoká přidaná hodnota ve vývoji nebo vůbec vytvoření produktu. Výroba jako taková je díky masovější produkci

dlouhodobě levnější v Číně a navzdory růstu mezd také podle mne dlouhodobě zůstane. Za perspektivní považuji prakticky jakékoli obory a produkty, které nejsou přítomny na trhu díky kreativitě či výzkumu – nanovlákna, luxusní zboží, informační technologie, stroje dělané na míru a další.

5) **Když pomineme faktory jako je odlišná kultura a jazyk. Co považujete za další 3 klíčové faktory a procesy, bez kterých v Číně uspět nelze?**

Kontakty, trpělivost a kreativita.

6) **Vztahy jsou v Číně klíčem k úspěchu. Podnikatelé přijíždí kvůli obchodu, ale hlavním cílem je poznat a získat partnera. Nějaké doporučení jak skloubit tyto dvě věci?**

Nechápu, kde se obě věci vylučují. Přicestovat kvůli obchodu a získání partnera jde ruku v ruce. Není možné podnikat bez důvěry, protože taková loď by ztroskotala hned na prvním útesu. Má zkušenost tak hovoří v první řadě vždy řešit vztah a pochopení druhého a během prvních setkání byznys přijde se setkáními přirozeně na řeč i podnikání, protože i čínský partner je na konci dne podnikatel a jeho hlavním cílem je vydělávat peníze.

7) **Právní systém v Číně je velmi odlišný od toho našeho. Na jaké nástrahy může zahraniční podnikatel nejčastěji narazit?**

Jde zejména o jeho nepředvídatelnost a časté změny. Čína jej tvoří v podstatě za chodu bez předchozí tradice a to prostřednictvím inspirace hlavními proudy ve světě. Tento systém tak není zcela ucelený a současně se v něm nacházejí lokální specifika způsobené politickými vlivy a unikátností státu. Jeho vysvětlení není současně možné hledat v textech, ale zejména v interpretaci a výkladových doplňcích, které jsou pro cizince prakticky k nenalezení.

8) **Jaké máte zkušenosti s podporou státních institucí jako je CzechTrade, mají zájem firmy spolupracovat? Jak velký nabízejí přínos v porovnání s náklady.**

Obrovsky respektuji kolegy, kteří se práci pro tyto instituce věnují, protože je nesmírně obtížná a současně do velké míry poměrně zbytečná. To říkám s výhradou, že to není chyba zaměstnanců těchto institucí a současně to neznamená ani zbytečnost těchto institucí, ale pro podnikatele se zájmem na dosažení výsledku je nutné řešit své záležitosti samostatně a jejich role tak často končí v momentě, kde začíná problém. Jejich zásadní přínos tak spočívá zejména v informování veřejnosti a podnikatelů a současně v asistencí v jejich naprostých začátcích. Obtížnou práci v podobě řešení projektu na konci dne ale vždy musí provést samotní podnikatelé. Problém je navíc naprostá zavalenost díky velkému množství firem na nesmírně malé množství lidí pracujících pro tyto instituce. Má osobní zkušenost je navíc kromě přátelských hovorů nulové, jelikož jsem všechny své projekty realizoval bez podpory z této strany.

9) **Přes všechny velikostní, demografické a politické rozdíly jsem se snažil najít i podobnost mezi ČR A ČLR, co se týká ekonomické sféry. Našel jsem ji v oblasti center sdílených služeb. ČR má v této oblasti silnou pozici. Viděl byste zde do budoucna příležitost pro prohloubení česko-čínské spolupráce?**

Nejsem si jistý, jelikož Čína ve srovnání například s Indií v tomto segmentu nevynikala nikdy ve srovnání se světovou konkurencí. To může být způsobeno například jazykovou bariérou či dalšími vlivy včetně dražší ceny práce kvalifikovaných pracovníků zejména. Osobně tedy v tomto segmentu příliš příležitostí pro čínské firmy nevidím, ale třeba mne situace překvapí.

10) **Jako poslední otázku bych se Vás rád jako prezidenta Czech China Entrepreneurs Forum zeptal, jak Vaše organizace k prohlubování česko-čínské spolupráce přispívá.**

Zaměřujeme se zejména na konkrétní projekty a konkrétní spolupráce. Cílem CCEF není a nikdy nebylo vozit stovky či tisíce anonymních čínských hostů, kteří se podívají na Pražský hrad a poletí opět zpátky do Číny. Snažíme se nedávat rady a konzultace, ale snažíme se představovat osoby, které si mohou ve svých segmentech pomoci a mají schopnosti na to společně i něco vybudovat. Mezi hlavní oblasti aktuální pozornosti potom patří zejména podnikání a segment umění. Vedle toho se ale věnujeme i podpoře dobročinných činností. Mezi našimi hosty byly jedni z nejvýznamnějších podnikatelů, kteří kdy navštívili Českou republiku.