

TEXTILNÍ A ODĚVNÍ PRŮMYSL

Strategie 2025–2035

Projekt: Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Číslo projektu: CZ.03.01.03/00/22_001/0000890



Spolufinancováno
Evropskou unií



TEXTILNÍ A ODĚVNÍ PRŮMYSL

Strategie 2025–2035

Projekt: Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Číslo projektu: CZ.03.01.03/00/22_001/0000890



Spolufinancováno
Evropskou unií

KZPS





DOPADY IMPLEMENTACE EVROPSKÉ ZELENÉ DOHODY DO TEXTILNÍHO A ODĚVNÍHO PRŮMYSLU A OBCHODU

VYTVOŘENO PRO:

Projekt reg. č.: CZ.03.01.03/00/22_001/0000890

Název projektu: Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

Sídlo: Václavské náměstí 21, Praha 1

VYTVOŘIL:

Bipartitní platforma textilního a oděvního průmyslu, kterou tvoří Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu (ATOK) a Odborový svaz pracovníků textilního, oděvního a kožedělného průmyslu Čech a Moravy (OS TOK)

Autoři textu: Kolektiv expertů projektu odvětví pod vedením Ing. Otakara Petráčka



Spolufinancováno
Evropskou unií





PROJEKT POSÍLENÍ ÚROVNĚ SOCIÁLNÍHO DIALOGU V ODVĚTVÍCH A PODPORA ADAPTACE ODVĚTVÍ NA ZMĚNY

je spolufinancován **Evropskou unií**.

HLAVNÍM CÍLEM PROJEKTU JE POSÍLIT ÚROVEŇ SOCIÁLNÍHO DIALOGU V 7 ODVĚTVÍCH
A PODPOŘIT ADAPTACI ODVĚTVÍ NA ZMĚNY.



Spolufinancováno
Evropskou unií



Více projektů podpořených Evropskou unií na www.mapaprojektu.cz



OBSAH

I. Úvod	13
II. Metodická poznámka	14
III. Důvod potřeby vytváření odvětvové strategie	15
IV. Reflexe předchozí strategie TOP ČR do roku 2025	16
Základní charakteristika	16
Struktura strategie	17
Obsah a vyhodnocení strategie TOP ČR do roku 2025	18
Scénáře strategie TOP do roku 2025	20
Jednotlivá doporučení	23
V. Základní trendy vývoje TOP v posledním desetiletí	29
Stručný popis vývoje textilního průmyslu za poslední dekádu	29
Počet subjektů v textilním a oděvním průmyslu	30
Vývoj tržeb v textilním a oděvním průmyslu	34
Vývoj přidané hodnoty v TOP	44

Vývoj zaměstnanosti a mezd v textilním a oděvním průmyslu	48
Mzdové náklady a průměrná mzda	52
VI. Vývoj zahraničního obchodu	58
Zahraniční obchod textilním a oděvním zbožím v letech 2009–2024	58
VII. Geopolitické předpoklady pro strategii TOP	76
Stručný geopolitický vývoj a trendy	76
Reflexe geopolitického vývoje v EU	80
VIII. Strategie TOP 2025–2035	84
Deset doporučených opatření na úrovni EU a ČR	84
Deset doporučených opatření v rámci českého TOP	86
Deset doporučených opatření v rámci ATOK	87
IX. Závěr	91
X. Poznámky	92



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

I. ÚVOD

Předkládaná strategie TOP 2025–2035 je druhou v řadě, která se pokouší nastavit základní směr, jímž by se český textilní a oděvní průmysl a obchod měly ve střednědobém horizontu ubírat, aby dokázaly obstát ve stále tvrdší mezinárodní konkurenci, a zajistit tak předpoklady pro rozvoj v Čechách a na Moravě tradičního výrobního oboru a pracovních podmínek jeho zaměstnanců. Samotné zpracování strategie bylo součástí projektu POSÍLENÍ ÚROVNĚ SOCIÁLNÍHO DIALOGU V ODVĚTVÍCH A PODPORA ADAPTACE ODVĚTVÍ NA ZMĚNY pod označením CZ.03.01.03/00/22_001/0000890, který je spolufinancován Evropskou unií a jehož hlavním cílem je posílení úrovně sociálního dialogu a podpoření adaptace odvětví na změny.

Autoři si jsou vědomi množství nejistot, které budou v nadcházejících letech provázet rozhodování podnikatelů a rozhodujících aktérů v mezinárodním obchodu, a rizik plynoucích ze snižování globální politické a bezpečnostní stability. Přitom současně, jak dokládá statistický rozbor v úvodním textu předkládané strategie, dlouhodobé trendy vývoje českého textilního a oděvního průmyslu nejsou nijak pozitivní, přičemž odrážejí nerovné nastavení podmínek pro podnikání a výrobu ve světě. Ve své podstatě v poměrování ekonomických sil v globálním prostředí do sebe naráží liberální ekonomiky s těmi centrálně řízenými a často rozvíjejícími se ekonomikami, přičemž u kategorií výrobků, kde je rozhodujícím faktorem cena, liberální ekonomiky jednoznačně ztrácejí. Z této nerovnosti, která je velmi často v unijním politickém prostředí přecházena poukazem na „vyšší cíle“, sice může společnost jako celek i jednotlivci zvláště těžit, dlouhodobě ale tato cesta zcela nepochybně povede ke stavu hospodářské a potažmo i politické závislosti.

Nastavit strategii pro odvětví, které je z výše uvedeného hlediska jakýmsi předvojem, jenž v posledních několika desítkách let okusil tvrdost střetu se snad všemi možnými disproporcemi, ať už se jedná o sociální a mzdovou oblast na jedné straně, nebo o státní podporu a ochranu trhu ze strany zemí, z nichž pochází největší konkurence, na straně druhé, není vůbec jednoduché.

Doporučení vznikala nejen ze statistických rozborů, ale i z odborných diskuzí a odhadů globálního vývoje a jeho dopadu na průmysl jako takový a na textilní a oděvní odvětví zvláště. V zásadě se tak jedná o reflexi aktérů působící v textilním a oděvním oboru bez ambic na vědeckou úroveň publikace. To určitě nebylo cílem zpracovatelů.

Současně si autoři byli vědomi potřeby kooperace mezi odvětvovými reprezentacemi v rámci Evropské unie, a to zvláště se zřetelem na probíhající „zeleňou“ tranzici, která vzbuzuje mnoho obav a nejistot. Je zřejmé, že základem nosných řešení bude hledání širší shody. Z tohoto hlediska velmi oceňují aktivity Evropské oděvní a textilní konfederace (EURATEX), jejíž je Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu (ATOK) aktivním členem. EURATEX je také jedním z informačních zdrojů pro vypracování předkládané publikace.

Autoři se s nadcházejícími výzvami vyrovnali se znalostí vývojových trendů a změn, kterými současný svět prochází. Nicméně až čas ukáže, jestli doporučení předkládaná v textu Strategie TOP 2025–2035 jsou dostatečně inspirativní a účinná a jestli v následujících letech pomohou textilnímu a oděvnímu průmyslu nalézt cestu k aspoň dílčímu úspěchu.

II. METODICKÁ POZNÁMKA

Předkládaná strategie textilního a oděvního průmyslu je reflexí vývoje za období posledních deseti let, ve kterých se naplňovala předchozí strategie TOP do roku 2025. Cílem bylo vyhodnotit, co se z předešlé strategie podařilo naplnit, co překonal čas a co je vhodné si podržet i do dalšího období. V návaznosti na toto vyhodnocení bylo důležité analyzovat, jakým směrem se náš textilní a oděvní průmysl pohyboval a kde se nalézaly hlavní determinanty, které vývoj v textilním a oděvním průmyslu nejvíce ovlivnily. Ze zkušenosti posledních let bylo zřejmé, že základní hybné síly, které zajišťují úspěch nebo neúspěch podnikání, se stále více nalézají nejen mimo rámec odvětví, ale i mimo Českou republiku a v některých případech i mimo Evropskou unii. Z tohoto důvodu byla do strategie zahrnuta stručná kapitola věnovaná geopolitickému vývoji a trendům.

Při zpracování strategie autoři vycházeli především z dat Českého statistického úřadu, průmyslových ukazatelů ATOK a ze statistických informací, které zveřejňuje Evropská oděvní a textilní konfederace (EURATEX). Přes využívání statistických dat se nejedná o žádnou exaktní vědeckou publikaci. To nebylo cílem autorů. Naopak, velkou váhu při zpracování hrála osobní zkušenost v oblastech, kde byla Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu aktivní, mezi nimiž lze na prvním místě uvést zelenou tranzici a působení Platformy ATOK pro cirkulární ekonomiku. Vycházeno bylo také z diskuzí na evropské úrovni, které se odehrávaly pod záštitou konfederace EURATEX.

Velmi obtížné bylo zaujetí nějakého postoje k predikci dalšího vývoje. Na základě zkušenosti posledních let je totiž stále zřetelnější, že nepředvídatelnost a překvapení se staly integrální součástí politického a hospodářského života. Nicméně při shromáždění a propojení klíčových událostí dotýkajících se ekonomického a politického vývoje bylo možné vyzorovat některé souvislosti, mezi nimiž lze na prvním místě zmínit přechod světové finanční krize do krize geopolitické. Na základě tohoto zjištění bylo pak důležité poměřovat relevanci a zacílení kroků klíčových globálních hráčů, k nimž se Evropská unie také hlásí. Z tohoto ohledu bylo důležité vyhodnocovat, zda daný subjekt byl skutečně subjektem, či spíše objektem prosazovaných cílů v mezinárodní politice a v přenastavování globálních ekonomických a zvláště obchodních vztahů.

Zvláštní zřetel byl v této souvislosti kladen na identifikování ekonomického prostoru, u něhož je naděje, že bude ve střednědobém horizontu dostatečně stabilní, a kde je šance na dodržování dohodnutých pravidel i v budoucnosti a kde může mít Evropská unie dostatečný vliv na směřování tohoto prostoru.

Z tohoto důvodu bylo potřebné vymezit takový region hypoteticky stabilních pravidel, který autoři vidí v schengenském prostoru a širěji v celoevropsko-středomořském (Pan-Euro-Med) regionu. V těchto hranicích bylo dosaženo konsenzu, že Evropská unie může vykonávat reálný vliv, který může usnadnit obchodní výměnu.

Poslední kapitola je věnována samotné strategii ATOK do roku 2035. Strategie je rozdělena do tří relativně samostatných oblastí. Nejvyšší je ta, která zohledňuje evropskou a národní politickou a ekonomickou reprezentaci. Ta je následována doporučeními pro samotný textilní a oděvní průmysl a samostatně pak zvláště pro Asociaci textilního-oděvního-kožedělného průmyslu (ATOK).

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

III. DŮVOD POTŘEBY VYTVÁŘENÍ ODVĚTVOVÉ STRATEGIE

Textilní a oděvní průmysl se dlouhodobě potýká s tvrdou mezinárodní konkurencí, kdy se klíčové faktory pro úspěch v domácím textilním a oděvním podnikání stále více přesouvají mimo hranice České republiky. Mezi těmito faktory můžeme jmenovat:

- stále zřetelnější ústup od liberálních zásad v mezinárodním obchodu a svazování byznysu s politikou;
- politiku Evropské komise (implementaci Evropské zelené dohody, kroky Evropské komise s dopady na podnikatelské prostředí, reakce na podněty zvenčí apod.);
- zhoršování mezinárodní politické a bezpečnostní stability;
- nestabilitu mezinárodního podnikatelského prostředí spolu s cenovými výkyvy, poruchami dodavatelských řetězců apod.;
- aktuální málo předvídatelnou hospodářskou politiku USA.

Za období posledních pěti let se domácí průmysl musel mimo jiné vyrovnat s dopady brexitu, pandemie covidu-19, s důsledky války na Ukrajině, s abnormálním růstem cen energií a nově s nepředvídatelnou hospodářskou politikou USA. Za tu dobu, konkrétně mezi lety 2019 a 2024, vzrostly tržby v TOP pouze o 4,7 % (v běžných cenách) a ve stejném období poklesl počet zaměstnanců v odvětví o 16 %.

Tyto skutečnosti vedou řešitele k tomu, aby se v nové strategii primárně zaměřili na hlavní trendy a rizikové oblasti v širších mezinárodních souvislostech a zakotvení domácího průmyslu v mezinárodním prostředí.



IV. REFLEXE PŘEDCHOZÍ STRATEGIE TOP ČR DO ROKU 2025

a) Základní charakteristika

Strategie TOP ČR do roku 2025 vznikala z potřeby zmapovat hlavní vývojové tendence ovlivňující textilní a oděvní byznys a formulovat doporučení pro textilní a oděvní výrobce v ČR, jak se udržet či posílit na trhu v období náznaků odeznívání světové finanční krize, jejíž začátek se obecně klade do roku 2008. Textilní průmysl patřil v České republice k těm odvětvím, která začala krizový stav opouštět nejdříve, a to už v roce 2013. Časovým horizontem, na který se uvedená strategie soustředila, bylo období let 2015–2025.

Uvedená strategie je uvozena následující misí a vizí:

Mise TOP ČR

„Posláním textilního a oděvního průmyslu ČR je aktivně, tvořivě a dlouhodobě rozvíjet tradici textilního podnikání v České republice i v mezinárodním kontextu. Prostřednictvím strategického záměru TOP a jeho prozákaznické orientace bude TOP ČR dosahovat stability a prosperity jako výkonná a respektovaná součást národní ekonomiky ČR ve prospěch svých zaměstnanců, vlastníků a státu.“¹

Vize TOP ČR

„Textilní a oděvní průmysl ČR se stane lídrem mezi evropskými producenty špičkového textilu jak tradičního, tak technického zaměření. Jeho rozvoj a prosperita se budou opírat o kvalifikované, kompetentní a motivované pracovníky, o vývoj vyspělých technologií a jedinečných produktů a o aktivní soustavné zpracování evropských i neevropských trhů. Rozvoj TOP ČR a strategické koncepty jednotlivých firem budou akcentovat společenskou zodpovědnost a dlouhodobou udržitelnost jak ve vztahu k regionům, ve kterých působí, tak vůči dodavatelským destinacím.“²

Uvedenou misi a vizi lze považovat za ideální směr, kterým se měl český TOP v uvedeném období ubírat a kam měl směřovat. K roku 2025, to znamená v závěru období, na které byla strategie TOP soustředěna, je nutné konstatovat, že se misi a vizi podařilo, a to hlavně z objektivních důvodů, naplnit jen částečně.

¹ Strategie TOP ČR do roku 2025 (Sociální dialog v textilním a oděvním průmyslu). ATOK, b. d., s. 8.

² Ibid, s. 9.



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

b) Struktura strategie

Strategie TOP ČR do roku 2025 byla vytvořena v jedné sadě s dalšími čtyřmi tematicky zaměřenými manuály, a to:

- Nerovnoměrně rozvržená pracovní doba, ano a jak;
- Odvětvová minimální mzda. Ano, či ne?;
- 55+;
- Flexikurita – žádoucí změny v systému vzdělávání v odvětví textil, oděv a kůže.

Uvedená témata byla řešena v rámci sociálního dialogu a v zásadě odrážela priority první a druhé dekády nového milénia. Některá z nich jsou ale v zásadě aktuální dodnes, jiná byla ale časem překonána. Na tomto místě se pokusíme jen o stručné zhodnocení.

Nerovnoměrně rozvržená pracovní doba, ano a jak³ – samotné téma se ukázalo velmi aktuálním a určitým multiplikátorem aktuálnosti a potřeby tohoto tématu bylo působení přírodních živlů, jako například lze uvést regionální povodně a pak zvláště pandemii covidu-19. Navržená doporučení lze de facto hodnotit jako platná dodnes.

Odvětvová minimální mzda. Ano, či ne?⁴ – na zavedení odvětvové minimální mzdy nebyla již tehdy nalezena mezi sociálními partnery shoda a ani z hlediska státu nebyla myšlenka odvětvových minimálních mezd průchodná. Nakonec se na úrovni státu zvolila cesta valorizačního mechanismu minimální mzdy, který byl zaveden novelou zákoníku práce (zákon č. 230/2024 Sb.).

55+⁵ – téma je v zásadě aktuální dodnes, i když s posouváním hranice odchodu do důchodu se náhled na pracovníky mezi padesáti a šedesáti lety mírně mění, přičemž jsou „padesátníci“ zpravidla považováni za stabilní zkušené a kvalifikované zaměstnance s dobrými pracovními návyky. Předčasné vystoupení z pracovní aktivity také v roce 2023 stát poměrně razantně zpřísnil novelou zákona č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění, takže možnost předčasných důchodů je kvůli státní restrikci využívána mnohem méně. Navrhovaná opatření na podnikové úrovni se ale v zásadě aplikují a podpora zdravého životního stylu zaměstnanců stále více proniká do firemní kultury textilních a oděvních zaměstnavatelů. Přesto z nejrůznějších důvodů počet zaměstnanců v odvětví, a to zvláště v posledních letech, kontinuálně klesá.

Flexikurita⁶ – žádoucí změny v systému vzdělávání v odvětví textil, oděv a kůže – problematika odborného celoživotního vzdělávání zaměstnanců v TOP zůstává dlouhodobým problémem, který dosud není zcela uspokojivě vyřešen, a doporučení studie jsou stále aktuální a problematika zavedení duálního systému odborného vzdělávání žáků je dlouhodobě předmětem tlaku na vládu ČR. Dále rovněž nebyla akceptována myšlenka určité nadřazenosti dojednané KSVS nad konkrétním zněním zákona. Na druhou stranu je podpora vzdělávání zaměstnanců vcelku uspokojivě řešena prostřednictvím operačního programu Zaměstnanost.

³ NEROVNOMĚRNĚ ROZVRŽENÁ PRACOVNÍ DOBA, ANO A JAK (Sociální dialog v textilním a oděvním průmyslu). b. d., výstup z projektu Posilování bipartitního dialogu v odvětvích.

⁴ Odvětvová minimální mzda. Ano, či ne? (Sociální dialog v textilním a oděvním průmyslu). b. d., výstup z projektu Posilování bipartitního dialogu v odvětvích.

⁵ 55+ (Sociální dialog v textilním a oděvním průmyslu). b. d., výstup z projektu Posilování bipartitního dialogu v odvětvích.

⁶ Flexikurita – žádoucí změny v systému vzdělávání v odvětví textil, oděv a kůže (Sociální dialog v textilním a oděvním průmyslu). b. d., výstup z projektu Posilování bipartitního dialogu v odvětvích

c) Obsah a vyhodnocení strategie TOP ČR do roku 2025

Hlavní východiska strategie TOP do roku 2025

Uvedená strategie vychází z tehdy aktuální situace v textilním a oděvním byznysu v mezinárodních souvislostech. Popsání jednotlivých aspektů stavu TOP v první polovině druhé dekády tohoto století slouží jako kvalitativní báze, od které se odvíjí jednotlivá strategická doporučení. Stojí proto za to se jich stručně dotknout a posoudit, jak se současný stav odchýlil od stavu předešlého. Níže jsou uvedeny jednotlivé teze:

Schopnost českého TOP i EU vyrovnat se s dopady liberalizace je významně limitována uzavřeností většiny mimoevropských trhů.

Teze zůstává v platnosti.

Liberalizace mezinárodního obchodu v tomto odvětví nebyla dokončena, protože nebyla provázána s odpovídajícím otevíráním trhů „nízkonákladových asijských zemí“. Není tedy dokončena ve smyslu budoucích dopadů.

Nově lze předpokládat posilování netarifních překážek v zahraničním obchodu, tedy opačný trend, než byl požadován v roce 2015.

Český TOP sdílí obavy EP, který se vyjádřil ohledně trvale vysokých celních a jiných překážek v řadě třetích zemí a vyzývá proto vládu ČR a Komisi EU, aby zaručily lepší podmínky pro přístup produktů evropského TOP na trh těchto zemí.

Teze zůstává v platnosti, je ale otázkou, zda EU a ČR mají reálnou moc dosáhnout ve třetích zemích uvolnění celních a jiných překážek.

Silné stránky českého TOP jsou konkurenceschopné mzdy, zkušená pracovní síla, blízkost širokého spotřebitelského trhu, částečně příliv nového kapitálu a funkční sociální dialog (smír).

Toto je k diskuzi, určitě se již dnes ale stírá význam konkurenceschopných mezd, přičemž výrobci budou stále výrazněji nuceni hledat pro minimálně část svých operací levnější výrobní destinace.

Naopak zaostává většinově slabou pozicí na trzích, převážně hromadnou výrobou, nefunkčním vzdělávacím systémem, v inovačním tempu (ve spolupráci s VVZ) a v ochotě spolupracovat mezi sebou.

Toto je k diskuzi.

Mezi specifické problémy TOP snižující mezinárodní konkurenceschopnost patří neefektivní pracovní trh, vysoká cena práce, neúměrný růst vstupních nákladů, závislost na dovozu převážné části základních surovin a nízká investiční aktivita odvětví.

Toto zůstává v platnosti.

Změna hodnotové vertikály je kombinací vlivu vzdálenosti od trhů základních surovin, rostoucích cen, zejména energie, a nákladové konkurenceschopnosti.

Toto je k diskuzi.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Český TOP má ztížené možnosti, jak ovlivnit právní rámec pro své podnikání jednotnou legislativou EU. Nejednotná politika zemí EU, která vede k rozpolcení na „severní“ a „jižní“ křídlo s diametrálně odlišnými přístupy pro sektor TOP.

Toto zůstává v platnosti.

Textilní průmysl bude mít pravděpodobně větší perspektivu rozvoje než průmysl oděvní, který rovněž vykazuje větší míru nestability v zahraničním obchodu.

Toto je k diskuzi.

Produktivita práce se bude v českém TOP nadále rychle zvyšovat, a to s orientací na technologicky náročné, kvalifikované a o R&D opřené výroby – velmi často technického textilu, ještě rychleji než doposud.

Toto je k diskuzi.

Nejnadějněji se z regionálního hlediska jeví trhy asijských a afrických zemí (s podmínkou, že EU musí ve WTO dosáhnout odstranění asymetrické rovnováhy v přístupu na tyto trhy).

Toto je k diskuzi.

Evropa však i nadále zůstane hlavním odbytištěm evropského zboží a je žádoucí uvolňovat obchodní vztahy EU s USA a s Kanadou.

Toto zůstává v platnosti.

Pro další zvýšení (udržení) konkurenceschopnosti by měly být přednostně uplatňovány strategie produktového vůdcovství a blízkosti k zákazníkům, které samy o sobě nabízejí velký prostor pro vzájemné kombinace.

Toto je k diskuzi.

Budoucnost českého TOP by měla být ve zvyšování podílu sektoru technických textilií na úkor tradičního sektoru. To neznamená, že firmy v tradičním sektoru nemají otevřenou cestu k prosperitě, pokud zvládnou specifické podnikatelské funkce:

- orientaci na obchodně-výrobní model „severní Evropy“, k čemuž je předurčuje dlouhodobý vývoj v zapojení do mezinárodní kooperace, velikosti a struktury výrobních kapacit a výrobkové struktury;
- aktivní přístup k monitorování a vytváření podmínek pro relokační výrobu;
- přeskupení priorit v činnostech a procesech ve prospěch předvýrobních a povýrobních etap a větší angažovanost převážné části výrobních firem na ochranu jejich zájmů.

Toto je k diskuzi.



d) Scénáře strategie TOP do roku 2025

Strategie byla vystavěna na čtyřech teoretických scénářích:

Limitovaná globalizace

Asijská dominance – evropská excelence

Rozvinuté nové členské státy

Evropská excelence v limitované globalizaci a rostoucí role nových členských států EU

Výše uvedené první tři modelové scénáře vytyčily hranice pro uvažování o možnostech dalšího vývoje. Z tohoto pohledu byly ve své době určitě relevantní a lze se jimi inspirovat i v současnosti. Na druhou stranu byla v samotné strategii považována pravděpodobnost jejich plného uskutečnění za velmi malou. Za nejpravděpodobnější byl tak označen scénář č. 4, který je jistou kombinací všech tří předchozích scénářů. Celé jeho znění je následující:

„Čtvrtý scénář by bylo možné nazvat ‚Evropská excelence v limitované globalizaci a rostoucí role nových členských států EU‘. Takový scénář lze charakterizovat těmito tezemi:

Minulé trendy outsourcingu TOP z Evropy do Asie vyčerpaly své možnosti a výhody a narážejí na své limity. Přemísťování zejména technologicky náročnějších textilních výrob (asi na rozdíl od výrob oděvních – konfekčních) nebude pokračovat s intenzitou srovnatelnou s minulostí. **Stále více se projevují a budou projevovat tendence relokační textilních výrob zpět do Evropy, a to především těch, kde Evropa bude s to potvrzovat svoji technologickou a expertní dominanci.**

Z trendů relokační nebude těžit Evropa či EU jako celek, ale především ty její části – země, které si udržely dostatečnou nákladovou konkurenceschopnost a infrastrukturu nutnou pro industriální procesy obecně, a pro textilní průmysl zvláště. **Příležitost relokační TO(P) tedy bude zřetelnější a významnější pro některé ‚nové země‘ EU, a to i v případě, že impuls pro relokační přijde ze ‚starých zemí‘ EU.** Relokační do jižního křídla EU nebo do textilně postindustriálních zemí je méně pravděpodobná z titulu nízké konkurenceschopnosti.

Rozvojové, zejména asijské země si však na velmi dlouho podrží konkurenceschopný sektor TOP, a to zejména v programech masové výroby zaměřených na spodní a střední patro trhů. Jejich rostoucí vnitřní trhy a domácí spotřeba budou jednak vázat vyšší podíl jejich produkčních kapacit TOP, jednak budou stále zřetelnější příležitostí pro prvotřídní a značkové zboží z Evropy.”⁷

Výše uvedený scénář se následně stal podkladem pro formulaci doporučení. Je proto dobré se u tohoto scénáře zastavit a posoudit, do jaké míry se jednotlivé jeho teze skutečně naplnily.

⁷ Strategie TOP ČR do roku 2025 (Sociální dialog v textilním a oděvním průmyslu). ATOK, b. d., s. 17–18.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

- **„Minulé trendy outsourcingu TOP z Evropy do Asie vyčerpaly své možnosti a výhody a narážejí na své limity“** – tato teze se potvrdila pouze částečně. Asijské zboží si naopak začalo nalézat vlastní cesty, jak se dostávat do Evropy bez vazeb na evropský byznys.
- **Stále více se projevují a budou projevovat tendence relokační textilních výrob zpět do Evropy, a to především těch, kde Evropa bude s to potvrzovat svoji technologickou a expertní dominanci** – téma relokační textilních výrob je sice kontinuálně diskutováno jako logická potřeba, a to zvláště v souvislosti s ohrožením funkčnosti dodavatelských řetězců daným zhoršenou bezpečnostní situací ve světě a rovněž v souvislosti se zelenou tranzicí v EU, nicméně k faktické relokační textilních výrob do Evropy dochází jen velmi málo. Neznamená to ale, že by se země pro relokační výrob vůbec nehledaly. Jedná se ale spíše o země v bezprostředním či vzdálenějším sousedství Evropské unie a Evropy jako celku.
- **Příležitost relokační TO(P) tedy bude zřetelnější a významnější pro některé „nové země“ EU, a to i v případě, že impuls pro relokační přijde ze „starých zemí“ EU** – tato teze se zdá být stále platná.
- **Rozvojové, zejména asijské země si však na velmi dlouho podrží konkurenceschopný sektor TOP, a to zejména v programech masové výroby zaměřených na spodní a střední patro trhů** – tato teze je i v současnosti platná.

Na tomto místě je ale nutné upozornit, že strategie TOP ČR do roku 2025 nepočítala a ani nemohla počítat s proměnou bezpečnostního a politického rámce ve světě, která velmi výrazně ovlivnila ekonomické dění a podmínky pro podnikání. Na tomto místě lze mezi aspekty uvedené proměny jmenovat pandemii covidu-19 s jejími důsledky, válku na Ukrajině, výrazný růst cen energií, ohrožení komunikačních tras globálního obchodu v důsledku regionálních konfliktů a samozřejmě také implementaci Evropské zelené dohody v EU a nově i aktuální postoje a jednání USA.

Globální vývoj zvláště po roce 2019 nabral poněkud jiný směr, než byl předpoklad při tvorbě strategie, a zvýraznil faktory, se kterými většinou nebylo možné v první polovině minulého desetiletí počítat. Zřejmě nejvýznamnějším faktorem současnosti je otázka „stability“. Myšlena je zde stabilita bezpečnostní, stabilita dodavatelských řetězců, stabilita cen, stabilita mezinárodních vztahů apod. Také stále zřetelnější hrozby mezinárodního ozbrojeného konfliktu, v němž by byla přímo zaangażována Evropská unie, poněkud mění paradigma či úhel pohledu na hodnoty v EU. Tato změna může zasáhnout i textilní a oděvní výrobu, obdobně jako k tomu dochází v případě implementace Evropské zelené dohody. Právě změna uvedeného mezinárodního rámce limituje dopad předchozí strategie a na druhou stranu je velkou výzvou pro strategii novou.

Na podkladě této změněné geopolitické situace je nutno také posuzovat doporučení předchozí strategie, která jsou zde stručně zmíněna.

Zastavme se tedy u některých závěrů a doporučení:

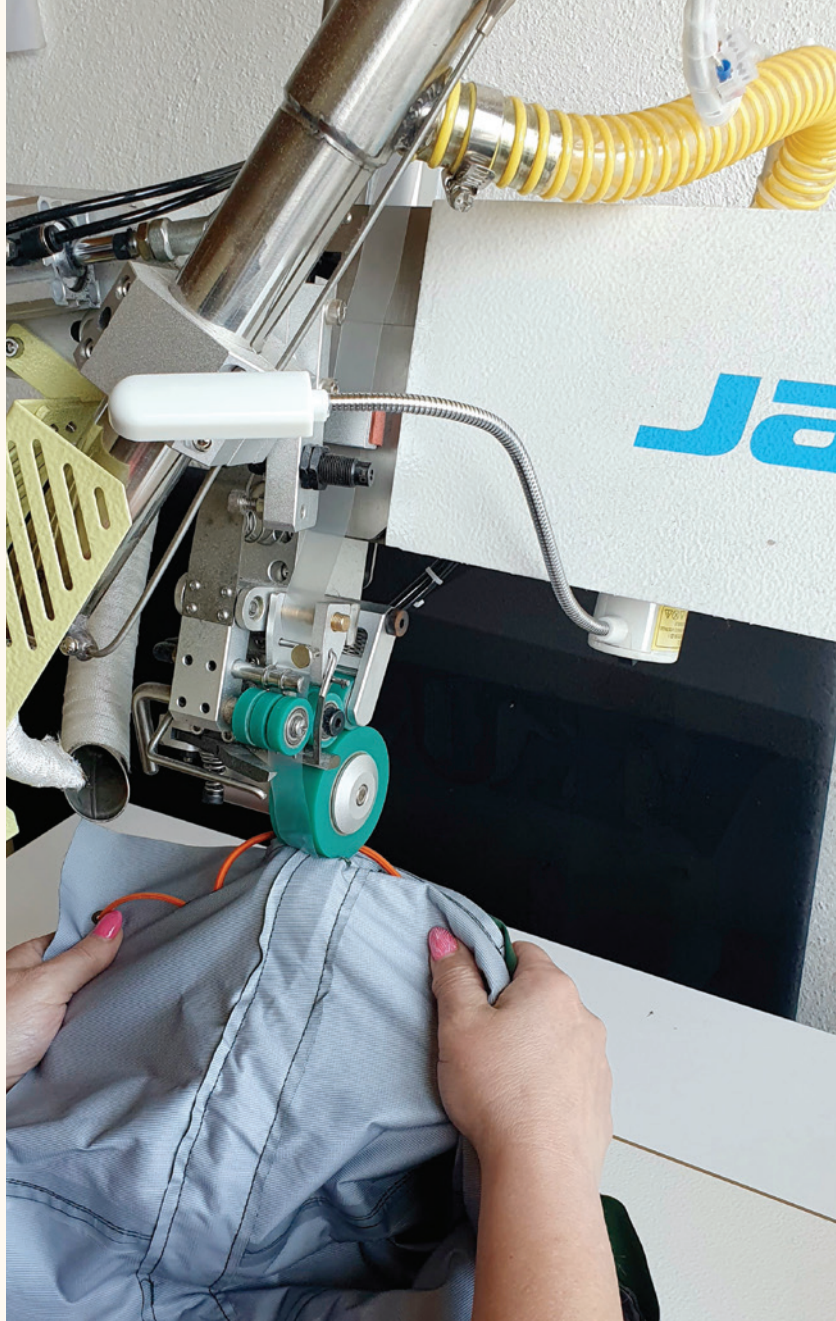
- **Produktivita práce se bude v českém TOP nadále rychle zvyšovat, a to s orientací na technologicky náročné, kvalifikované a o R&D opřené výroby – velmi často technického textilu, ještě rychleji než doposud** – tento závěr se naplnil pouze částečně, přičemž český TOP se zvláště v posledních letech musel vyrovnávat s velkým množstvím vnějších faktorů, které podvazovaly jeho rozvoj.
- **Růst produktivity práce bude rychlý i proto, že ve vnitřní struktuře TOP bude přibývat podílu textilního sektoru na úkor oděvního a že v zájmu získávání kvalifikovaných a motivovatelných pracovníků se mzdy v TOP budou přibližovat průměrným mzdám v ČR, resp. v průmyslu ČR** – v roce 2024 se podíl textilních a oděvních firem s 20 a více zaměstnanci změnil oproti roku 2015 jen nepatrně. Zatímco v roce 2015 byl podíl uvedených



textilních firem 51 %, v roce 2024 představoval 53 %. V této souvislosti je ale důležité konstatovat, že ve sledovaném období počet textilních a oděvních firem s 20 a více zaměstnanci klesal a v roce 2024 byl na úrovni 82 % u textilu a 75 % u oděvů stavu z roku 2015. Je tedy užitečné se podívat na vývoj průměrných tržeb na firmu. Zde jsou jednoznačně úspěšnější oděvní firmy, kde tržby mezi lety 2015 a 2024 vzrostly o 84 %, zatímco u výrobců textilu jen o 25 %. Tržby na zaměstnance v průměrné firmě pak v textilu vzrostly mezi uvedenými lety o 30 %, u oděvů pak o 78 %.⁸ Předpoklad rychlého růstu produktivity práce se tedy potvrdil jen částečně, a to oproti očekávání u oděvních výrobců, v jejichž případě také rostl počet zaměstnanců v ideální průměrné firmě z 59 na 61, přestože je v oděvní výrobě výrazně podprůměrná mzda (26 688 Kč v roce 2024, což je zhruba o 10 tisíc Kč méně než v případě textilní výroby).

- **Nelze předpokládat, že se v TOP zastaví úbytek pracovníků. Ten bude pokračovat v důsledku rostoucí produktivity práce i při růstu výkonů a tržeb TOP a zisky pracovních míst v důsledku reloka-
ce výrob TOP z Asie či odjinud (rovněž jižního křídla EU a zbytků TOP ze západní Evropy) mohou trend celkového úbytku pracovní-
ků pouze zpomalit** – předpokládaný úbytek zaměstnanců se potvrdil, jeho příčiny se ale různí. Jednou z významných příčin je úbytek firem v odvětví. Problematika relokací byla ve sledovaném období spíše okrajová.

⁸ Zdroj: ATOK – Průmyslové ukazatele za roky 2015 a 2024.



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

e) Jednotlivá doporučení

NEEFEKTIVNÍ PRACOVNÍ TRH

- **Doporučení pro vládu a kraje – snížit vedlejší náklady práce a zjednodušit legislativu**
- **Doporučení pro ATOK a OS TOK – posílit úlohu KSVS**
- **Doporučení pro podniky – soustavně se starat o přípravu vlastních odborníků**

S doporučením pro vládu a kraje lze souhlasit i v současnosti. Zkušenosti z posledních let a současný vývoj jdou ale spíše opačným směrem a vedou ke skutečným i očekávaným zátěžím podnikatelského prostředí. Část těchto zátěží jde k tíži implementace Evropské zelené dohody.

V případě doporučení pro ATOK a OS TOK se kolektivní vyjednávání dostalo na určitou křižovatku, kdy bude záležet na sociálních partnerech, jaké cesty k prohlubování spolupráce v těch oblastech, na kterých byla v rámci KSVS shoda, naleznou. Jako cestu dobrým směrem lze hodnotit spolupráci v prosazování shodných stanovisek na úrovni EU v případě implementace jednotlivých problémových okruhů Evropské zelené dohody.

Pokud jde o doporučení pro podniky a jejich starost o přípravu vlastních odborníků, přístup se firma od firmy různí.

VYSOKÝ A EKONOMICKY NEODŮVODNĚNÝ RŮST NĚKTERÝCH NÁKLADŮ

- **Doporučení pro vládu a kraje – žádat korekci vývoje**
- **Doporučení pro ATOK a OS TOK – hledat společné cesty úspor**
- **Doporučení pro podniky – zohlednit v podnikových strategiích**

Trend růstu nákladů se bohužel nezastavil a i do budoucna lze očekávat spíše tlak na větší nákladové zatěžování jak firem, tak i zaměstnanců. Část těchto zátěží plyne a bude plynout z implementace Evropské zelené dohody, část ale připadne na intenzivnější úsilí státu a EU jako celku posílit svoji obranyschopnost.

SOUČASNÁ STRUKTURA A ÚROVEŇ ODVĚTOVÉHO VZDĚLÁVACÍHO SYSTÉMU

- **Doporučení pro vládu a kraje – prosadit zavedení duálního systému odborného vzdělávání žáků v oborech zakončených výučním listem (systému vzdělávání se zvýšeným podílem praxe); prosadit podíl státu na financování procesu zvyšování kvalifikace zaměstnanců; prosadit zvýšený objem polytechnického vzdělávání na základních školách a gymnáziích; prosadit do národního vzdělávacího systému principy posílení klíčových schopností pro celoživotní učení na všech úrovních; prosadit hodnocení středních odborných škol podle úspěšnosti uplatnění jejich absolventů na pracovním trhu.**

▪ **Doporučení pro ATOK a OS TOK – moderovat dialog státních institucí, vzdělávacích institucí a podniků o zkvalitňování odborného vzdělávání; žádat větší prostor pro sociální partnery v celé tvorbě a provozu vzdělávacího systému (po vzoru Rakouska).**

▪ **Doporučení pro podniky – vytvořit firemní systémy odborného vzdělávání.**

Komunikace k odvětvovému vzdělávacímu systému kontinuálně probíhá i s důrazem na zavedení duálního systému odborného vzdělávání. Tento proces ale stále není ukončen. Z tohoto hlediska jsou uvedená doporučení stále aktuální.

IMAGE (POVĚST) ODVĚTVÍ

▪ **Doporučení pro ATOK, OS TOK A PODNIKY – trvale usilovat o pozitivní náhled na odvětví.**

Ve vztahu k tomuto doporučení lze konstatovat, že v rámci širší komunikace a propagace TOP existují stále rezervy, a to i na straně ATOK, které budou muset být postupně odstraňovány. Z tohoto hlediska je doporučení strategie stále aktuální. Na druhou stranu se mezi novináři podařilo vytvořit atmosféru důvěry a sympatií zvláště k oděvní malovýrobě s ekologickými či designovými prvky a novináři zpravidla nemají tendenci naše odvětví ve svých mediálních výstupech napadat.

ZMĚNA HODNOTOVÉ VERTIKÁLY

▪ **Doporučení podnikům – soustředit se na výrobní i nevýrobní stupně, které zajistí vyšší úroveň přidané hodnoty procesů a produktů.**

Toto doporučení zůstává stále aktuální. Na druhou stranu je pro některé firmy velmi obtížné nalézt konkrétní strategii a finanční zdroje k naplnění tohoto doporučení. Část firem kvůli ztrátě konkurenceschopnosti zmizela i z trhu.

VAZBY TOP NA VÝROBNÍ SPOTŘEBU JINÝCH PRŮMYSLOVÝCH ODVĚTVÍ

▪ **Zaměření na výrobu technických, resp. i smart textilií nebo specialit přizpůsobených požadavkům zákazníka je jedna z reálných cest udržení a existence textilního a návazně i oděvního průmyslu v České republice v dalších letech; přechod části nebo celé výroby na výrobu technických textilií může pro řadu firem znamenat investice do nových výrobních zařízení a také vývoje a výzkumu. Tyto investice mohou být následně nahrazeny růstem tržeb.**

Toto doporučení zůstává stále v platnosti. Firmy, které zvolily cestu inovací a orientace na zákazníka, jsou zpravidla úspěšné a výroba technických textilií má určitě, i díky své variabilitě, velký potenciál. Na druhou stranu, za posledních deset let to byla oděvní výroba, která realizovala vyšší růst tržeb spolu s vyšší produktivitou.

POTENCIÁL TRHŮ

▪ **Doporučení vládě – žádat po EU, aby ve WTO dosáhla odstranění asymetrické rovnováhy v přístupu na nízkonákladové trhy; prosazovat uvolňování obchodních vztahů EU s USA a s Kanadou.**

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

▪ **Doporučení podnikům – systematicky se připravovat na obchodování s asijskými a africkými zeměmi; ve firemních strategiích zohlednit fakt, že Evropa (+ USA) zůstane hlavním odbytištěm evropského (českého) textilu.**

Doporučení vládě lze považovat i dnes za klíčové. Nicméně uvedený požadavek výrazně převyšuje reálné možnosti českého státu i českého TOP ovlivnit globální ekonomické nastavení. V rámci EU je spíše naznačována cesta uvolňování vnitřních bariér, aby se dokázaly plně využít vnitřní možnosti jednotného trhu zboží a služeb. Z tohoto hlediska se nesporně jedná o defenzivní přístup.

Pokud jde o doporučení firmám, nebyl za posledních deset let zaznamenán žádný jednoznačný mimoevropský trend a vnitřní trh EU zůstává hlavním odbytištěm zboží vyrobeného v České republice.

KLÍČOVÉ AKTIVITY PRO UDRŽENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI

▪ **Doporučení podnikům – ve firemních strategiích zohlednit fakt, že v zorném úhlu českých firem TOP by měly být přednostně strategie produktového vůdcovství a blízkosti k zákazníkům, které samy o sobě nabízejí velký prostor pro vzájemné kombinace. To není zaměřením na úkor efektivnosti, rentability a provozní dokonalosti, neboť cenové limity jsou a zůstanou důležité pro upřednostnění ČR v procesu relokací výrob TOP. Tyto cenové limity jsou však evropské, konkurenční vůči jiným Evropanům, nikoliv vůči nejlevnějším dovozům.**

Toto doporučení zůstává plně v platnosti. Jednotlivé firmy se k tomuto doporučení stavěly individuálně a bohužel nelze zaznamenat nějaký jednoznačný trend.

REAKCE NA ZMĚNY

▪ **Doporučení podnikům – podněcovat celospolečenský a národohospodářský zájem o relokace výrob včetně tvorby dotačních programů (na obnovu pracovních míst, na rekonstrukce vhodných průmyslových areálů, na spojené technologické a kapacitní investice apod.) na vládní i unijní úrovni.**

▪ **Doporučení ATOK a podnikům – monitorovat změny v konkurenceschopnosti TOP v globálním měřítku, zřetelně artikulovat ambice stát se adresátem procesu relokací a doložit ji nezbytnými kompetencemi; s předstihem komunikovat se silnými národními, resp. nadnárodními společnostmi (značkami), které budou zvažovat dílčí či úplnou relokaci výrobních aktivit z Asie do Evropy.**

▪ **Vytvářet subdodavatelské sítě na relokované výroby tak, aby se jejich nejnáročnější část přenesla do ČR, méně sofistikované a cenově citlivější programy pak do nových zemí EU (Bulharsko, Rumunsko) či do evropských zemí mimo EU (Srbsko, Ukrajina, eventuálně Bělorusko). Zodpovědnost za řízení subdodavatelského řetězce udržet uvnitř TOP ČR; připravovat mapu zájemců o relokace s charakteristikami jejich zaměření a priorit mezi subjekty TOP ČR.**

Naplnění uvedených doporučení je v současnosti limitováno nenaplněním předpokladu relokací výrob do Evropy. Naopak začíná růst význam dovozu z asijských zemí nezávislých na evropském byznysu. Evropská unie v tomto případě nezaujímá příliš razantní postoj a tím se také spíše ocitá v defenzivě.





Tato situace se rovněž nepříznivě odráží v ekonomických výsledcích evropského a potažmo i českého TOP. Za platné a velmi důležité lze považovat doporučení, aby se zodpovědnost za řízení subdodavatelského řetězce udržela uvnitř TOP ČR. Ani v této otázce ale nejsou jednoznačné výsledky.

ORIENTACE NA STRATEGIE PRODUKTOVÉHO VŮDCOVSTVÍ A BLÍZKOSTI ZÁKAZNÍKŮM

- **Závěry a doporučení obecně – český TOP bude pravděpodobně zvyšovat podíl sektoru technických textilií na úkor tradičního sektoru; přitom to neznamená, že firmy v tradičním sektoru nemají otevřenu cestu k prosperitě, pokud zvládnou specifické podnikatelské funkce.**
- **Doporučení podnikům – aktivně přistoupit k monitorování a vytváření podmínek pro relokaaci výroby; většinou se zaměřit na přeskupení priorit v činnostech a procesech předvýrobních a povýrobních etap.**

Uvedené doporučení v zásadě zůstává v platnosti. Otázkou je stále problematika relokace výroby z asijských zemí, kde žádný velký posun nenastal.

VÝZKUMNÉ, VÝVOJOVÉ A INOVAČNÍ AKTIVITY

- **Doporučení pro ATOK a OS TOK – prosazovat daňové úlevy a jiné finanční nástroje podporujících VVI aktivity; ve spolupráci s dalšími institucemi iniciovat mezioborovou kooperaci v oblasti VVI.**
- **Doporučení podnikům – sledovat výstupy vědeckovýzkumných činností jiných oborů a uplatňovat je v podnikových inovačních aktivitách; aktivně se zapojovat do národních i mezinárodních VVI projektů; využívat existující infrastrukturu vytvořenou na podporu VVI aktivity (klastry, národní i mezinárodní technologické platformy).**

Toto doporučení zůstává stále v platnosti a je jistě výzvou do budoucnosti, aby se ve firemním prostředí využívání VVI zvýšilo.

SHRNUTÍ

Strategie TOP ČR do roku 2025 byla dobrým podkladem pro nastavení základních přístupů odvětví ve střednědobém časovém horizontu a mnohá její doporučení jsou platná dodnes. Nicméně překotný geopolitický vývoj, provázený snížením mezinárodní bezpečnosti a ekonomické stability, limitoval, a to zvláště po roce 2019, implementaci celé strategie do TOP. V tomto období vyvstaly nové skutečnosti, které budou muset být vyhodnoceny a nově zohledněny ve strategii TOP do roku 2035. Přesto ale zůstává strategie TOP do roku 2025 inspirační součástí i uve-
dené navazující strategie.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny





Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

V. ZÁKLADNÍ TRENDY VÝVOJE TOP V POSLEDNÍM DESETILETÍ

a) Stručný popis vývoje textilního průmyslu za poslední dekádu

V následující kapitole se autoři pokusí podívat na vývoj textilního a oděvního průmyslu a obchodu z více úhlů a posoudit základní vývojové trendy, pokud tam budou nalezeny.

Hlavní zjištění

- Velkým problémem odvětví je kontinuální úbytek výrobních firem s dvaceti a více zaměstnanci. Mezi lety 2015 a 2024 poklesl počet textilních firem o 18 % a oděvních firem o 25 %. V zásadě mohou být tři důvody, proč textilní nebo oděvní firma přestala být evidována v šetřeních ČSÚ:
 - Změnila svůj hlavní předmět činnosti a přešla z výrobní firmy na obchodně-výrobní nebo obchodní firmu – tato změna by byla v duchu strategie TOP ČR do roku 2025.
 - Klesl počet zaměstnanců firmy pod 20 a tím taková firma nebyla započítána do statistik – jedním z důvodů by mohla být i úspora zaměstnanců díky lepší organizaci práce, inovacím apod. Na druhou stranu důvodem může být i nedostatek zakázek a odchod zaměstnanců k jinému zaměstnavateli.
 - Firma ukončila činnost – zpravidla z důvodu, že neobstála v daných konkurenčních podmínkách.
- Od roku 2016 se počet zaměstnanců v textilním průmyslu nezanedbatelně snižuje.
- Nůžky mezi úrovní tržeb a objemem vyplacených mzdových prostředků, jakož i průměrnou mzdou se významně rozevírají v neprospěch tržeb.
- Období růstu tržeb se víceméně kryje s obdobím kurzového závazku ČNB.
- Po zrušení kurzového závazku došlo k významné korekci tržeb, které se v textilním průmyslu de facto vrátily do stavu před tímto kurzovým závazkem.
- U oděvního průmyslu růst přetrval i po ukončení kurzového závazku, jeho růst tržeb srazila až pandemie covidu-19.
- U oděvního průmyslu je zřejmě větší potenciál růstu než u průmyslu textilního.

Co lze z uvedeného dále usuzovat?

- Textilní firmy nevyužily 4–5 let změkčených podmínek pro investice ke zvýšení své konkurenceschopnosti.
- V oděvním průmyslu zřejmě k nějakým pozitivním změnám došlo a je zde také větší potenciál růstu než u průmyslu textilního.
- Podstata českého TOP je patrně dostatečně robustní, přičemž se dokázala vyrovnat s negativními vlivy let 2020–2024 a zvláště ve svých cenách zohlednit vysokou inflaci, nicméně na zajištění dalšího růstu tržeb to nestačilo.



Spolufinancováno
Evropskou unií



b) Počet subjektů v textilním a oděvním průmyslu

Nahlížíme-li na subjekty, které mají něco do činění s textilním a oděvním oborem, jako bychom se dívali přes rozmlžené sklo. Ostrost pohledu nám limituje hned několik faktorů spojených především se statistickým vykazováním. Na tomto místě je potřeba zmínit především skutečnost, že průběžné průmyslové statistiky ČSÚ zohledňují ve svých zjišťováních a odhadech pouze subjekty s 20 a více zaměstnanci podle hlavního předmětu činnosti, v našem případě tedy ty subjekty, které na prvním místě uvádějí textilní a oděvní výrobu. Tímto přístupem nám ze zorného úhlu úplně zmizí obchodně-výrobní firmy, které by ve své podstatě a i v doporučeních strategie TOP ČR do roku 2025 měly být tím hlavním proudem vedoucím k přežití a rozvoji odvětví do budoucna. Tím se nám také množina subjektů pro analýzu, zvláště v případě oděvního oboru, významně redukuje.

V zásadě lze z hlediska dostupnosti dat brát v úvahu tři kategorie subjektů, a to:

- výrobní firmy s dvaceti a více zaměstnanci (průmyslové ukazatele ATOK);
- ekonomické subjekty v odvětví (všechny subjekty bez OSVČ – s touto kategorií se lze setkat v rámci statistik ČSÚ, není v nich ale přímá vazba na průmyslové ukazatele);
- sebezaměstnaní (ti, kteří nad sebou nemají žádného zaměstnavatele, zpravidla OSVČ).

Při zohlednění dvou posledně uvedených kategorií můžeme odhadnout celkový počet subjektů, které se v České republice věnují výrobě textilií a oděvů. K roku 2023 to bylo celkem 13 176 subjektů včetně OSVČ, přičemž v textilní výrobě působilo 1 598 a v oděvní výrobě 12 176 jednotek.

Shrňme-li jejich vývoj v čase, lze dojít k následujícím závěrům:

- počty větších firem s dvaceti a více zaměstnanci kontinuálně klesají;
- vývoj celkového počtu subjektů podnikajících v textilním oboru má negativní trend;
- vývoj celkového počtu subjektů podnikajících v oděvním oboru má pozitivní trend.

Výrobní firmy s dvaceti a více zaměstnanci představují nejmenší množinu subjektů, generují se v nich ale největší tržby a data za tyto firmy jsou v čase nejdostupnější a relativně nejspolehlivější. V současnosti se jejich počet pohybuje okolo tří set za celé odvětví. Z dlouhodobého hlediska počet těchto firem ale klesá (viz graf č. 1).

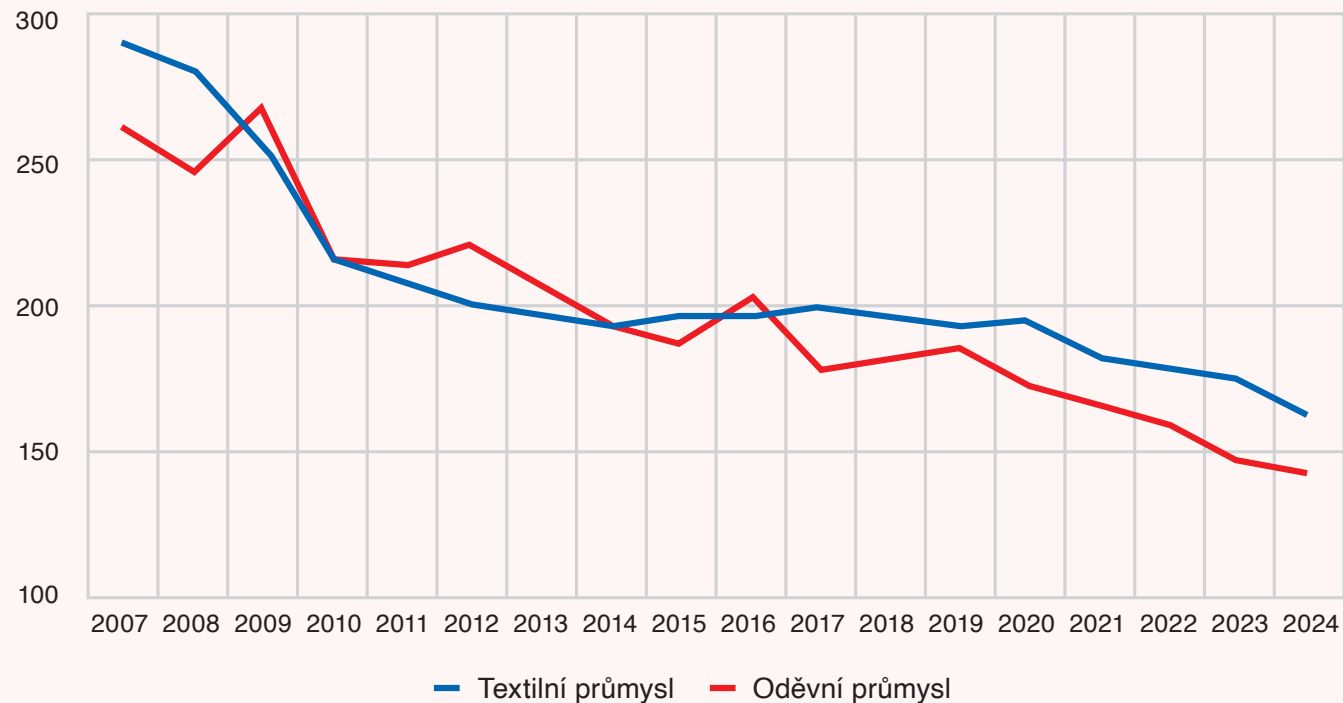
Velkým problémem odvětví je, že zanikající větší firmy (s dvaceti a více zaměstnanci), kterých je relativně hodně, nejsou nahrazovány firmami novými. Uprázdňený konkurenční prostor je pak zpravidla zaplněn někým jiným, a to zejména zbožím dodávaným přímo nebo přes prostředníky z asijských zemí. Takovýto model je z dlouhodobého hlediska těžko udržitelný. Aby nedošlo k postupnému téměř zániku odvětví, je potřeba jasná průmyslová politika EU, která dokáže účinně nastavit pravidla a jejich dodržování jak pro vnitřní trh EU, tak i z hlediska globální konkurence.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

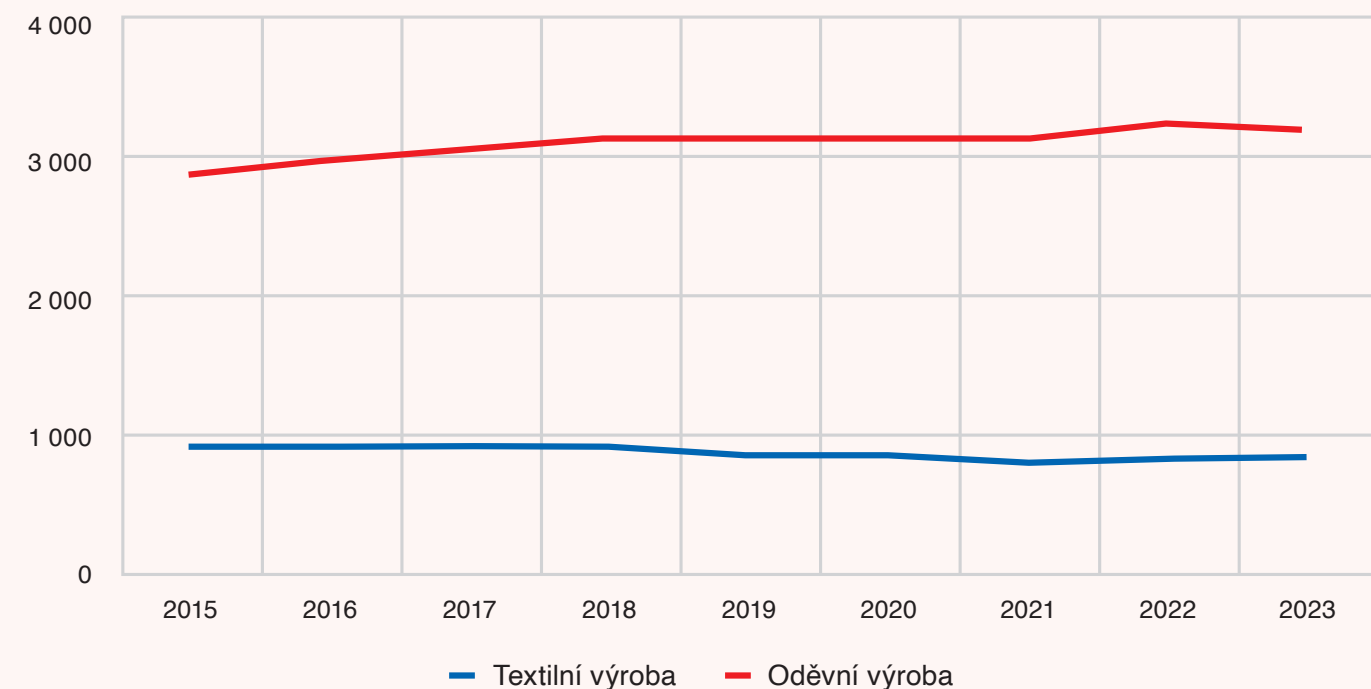
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Všechny ekonomické subjekty v textilním a oděvním průmyslu bez OSVČ představují množinu subjektů, jejíž podmnožinou jsou výše uvedené výrobní firmy s dvaceti a více zaměstnanci. Jejich počet je výrazně vyšší, dostupnost dat o nich je ale výrazně nižší a jsou také k dispozici s větším časovým odstupem. V současnosti se celkový počet všech ekonomických subjektů bez OSVČ pohybuje okolo čtyř tisíc jednotek. V trendu se ale počty subjektů v textilním a zvláště v oděvním průmyslu rozcházejí. Zatímco počet jednotek v textilní výrobě spíše klesá, v oděvní naopak roste. Vývoj jejich počtu za textilní a oděvní výrobní obor dokumentuje následující graf č. 2.

Graf č. 1
Vývoj počtu firem s 20 a více zaměstnanci v TOP v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, počty jednotek)



Graf č. 2
Vývoj počtu všech ekonomických subjektů v TOP v letech 2015–2023
 (Zdroj: ATOK, všechny subjekty v TOP bez OSVČ, počty jednotek)



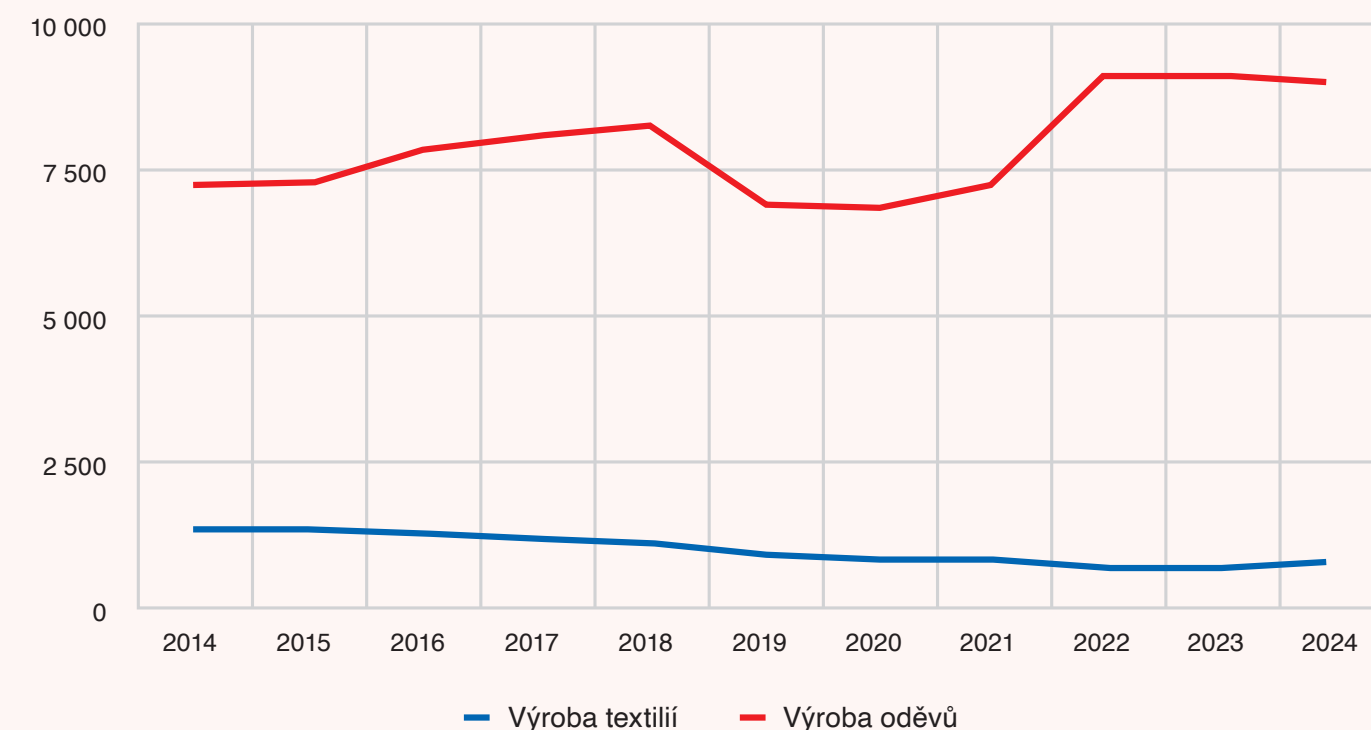
Podíl textilních firem s dvaceti a více zaměstnanci na všech ekonomických subjektech primárně se věnujících textilní výrobě (bez OSVČ) se dlouhodobě pohybuje mezi 21 a 23 %. U oděvních firem s dvaceti a více zaměstnanci je tento podíl podstatně nižší, a to okolo 5 % s tím, že se jeho zastoupení dlouhodobě snižuje, mezi lety 2015 a 2023 o dva procentní body.

Výše uvedené trendy kopíruje i vývoj počtu sebezaměstnaných, který je v textilní výrobě spíše klesající, a naopak v oděvní výrobě rostoucí. Vezme-li v úvahu sledované období 2015–2024, v textilní výrobě ubylo 618 sebezaměstnaných, a v oděvní výrobě naopak přibýlo 1 694 takovýchto jedinců

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Graf č. 3
Počty sebezaměstnaných věnujících se výrobě textilií a oděvů v letech 2014–2024 (Zdroj: ČSÚ, počty osob)



(viz graf č. 3). Celkově se tak zdá, že potenciál růstu je v současnosti spíše na straně oděvní výroby než na straně výroby textilií, ač se to na počátku sledovaného období úplně nepředpokládalo.

Pro další rozbor budeme brát v úvahu pouze dvě svrchu uvedené kategorie, a to ekonomické subjekty v odvětví (bez OSVČ) a výrobní firmy s dvaceti a více zaměstnanci, které jsou hlavními reprezentanty textilního a oděvního průmyslu.

c) Vývoj tržeb v textilním a oděvním průmyslu

Hlavní zjištění:

Vývoj tržeb v textilním průmyslu za poslední desetiletí lze rozdělit přibližně do tří etap:

1. V první, která trvala do roku 2016, tržby v textilním průmyslu mírně rostly.
2. Ve druhé etapě (2016/2017–2020) docházelo k trendu poklesu tržeb, který kulminoval obdobím pandemie covidu-19.
3. Ve třetí etapě (2021–2024) byly tržby v textilním průmyslu vystaveny nestabilnímu prostředí kvůli výrazným vnějším vlivům, přičemž další vývoj v textilním průmyslu je velmi obtížně předvídatelný. Toto období de facto přetrvává do současnosti.

Determinanty sledovaného období:

- kurzový závazek ČNB (2013–2017);
- období bez výrazných vnějších zásahů (2018–2019);
- brexit (2020);
- epidemie covidu-19 (2020–2021);
- růst cen energií (2021–2022);
- válka na Ukrajině (2022–);
- válka mezi Izraelem a Hamásem (2023–);
- útoky Hútů na obchodní lodě v Rudém moři (2023–);
- Donald Trump novým americkým prezidentem (2025–).

Vliv uvedených determinantů na výši tržeb

- Období růstu tržeb se víceméně kryje s obdobím kurzového závazku ČNB.
- Po zrušení kurzového závazku došlo k významné korekci tržeb, které se v textilním průmyslu de facto vrátily do stavu před tímto kurzovým závazkem.
- U oděvního průmyslu růst přetrvál i po ukončení kurzového závazku, jeho růst tržeb srazila až pandemie covidu-19.
- U oděvního průmyslu je zřejmě větší potenciál růstu než u průmyslu textilního.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

- Textilní firmy nevyužily 4–5 let změkčených podmínek pro investice ke zvýšení své konkurenceschopnosti.
- V oděvním průmyslu zřejmě k nějakým pozitivním změnám došlo a je zde také větší potenciál růstu než u průmyslu textilního.
- Podstata českého TOP je patrně dostatečně robustní, přičemž se dokázala vyrovnat s negativními vlivy let 2020–2022 a zvláště ve svých cenách zohlednit vyšší inflaci, nicméně na zajištění dalšího růstu tržeb to nestačilo.

Vývoj tržeb v textilním průmyslu

Podíváme-li se na dlouhodobý vývoj textilního průmyslu z hlediska tržeb, zcela zásadní byl pro jeho další existenci jejich propad v počátcích světové měnové krize (2009). Následující roky představují pro celý textilní průmysl určitý trend návratu k předkrizovému stavu (2007), kterého bylo dosaženo právě v počátku působení strategie TOP ČR do roku 2025, to znamená přibližně v letech 2016 a 2017. Trend růstu tržeb v textilním průmyslu se částečně kryje s kurzovým závazkem ČNB, který byl platný v letech 2013–2017 a udržoval kurz české koruny k euru na úrovni 27 Kč. Změkčené kurzové podmínky nesporně usnadňovaly export textilního zboží vyrobeného v České republice a tím i stabilizaci a růst tržeb textilního průmyslu. Bohužel uvedené období nebylo z velké části, jak doporučovala strategie, doprovázeno vnitřní restrukturalizací a investicemi do inovací a hledání nových trhů. Nenaplnila se ani představa relokaace výroby z Asie, naopak odeznívání světové měnové krize bylo v rámci Evropské unie provázeno odstředivými tendencemi Velké Británie a od roku 2020 kvůli brexitu i omezením přístupu na jeden z významných trhů pro české textilní zboží. Období let 2018–2019 lze tak z hlediska celého textilního průmyslu považovat za dobu poklesu a stagnace tržeb. Bylo to ale na druhou stranu období, ve kterém v převaze platily předpoklady a doporučení strategie TOP ČR do roku 2025.

K velkému rozkolísání textilní výroby a tržeb došlo v souvislosti s pandemií covidu-19 v roce 2020 a inflací v důsledku vysokých cen energií v letech následujících. Jako by se tímto rokem ukončila éra jasných a stabilních pravidel a vztahů a začalo období obtížné předvídatelnosti v mezinárodních obchodních vztazích se všemi jejími negativními důsledky. Na druhou stranu nastalá situace nutila textilní firmy kreativně jednat a hledat cesty k udržení a posílení pozice na trhu.

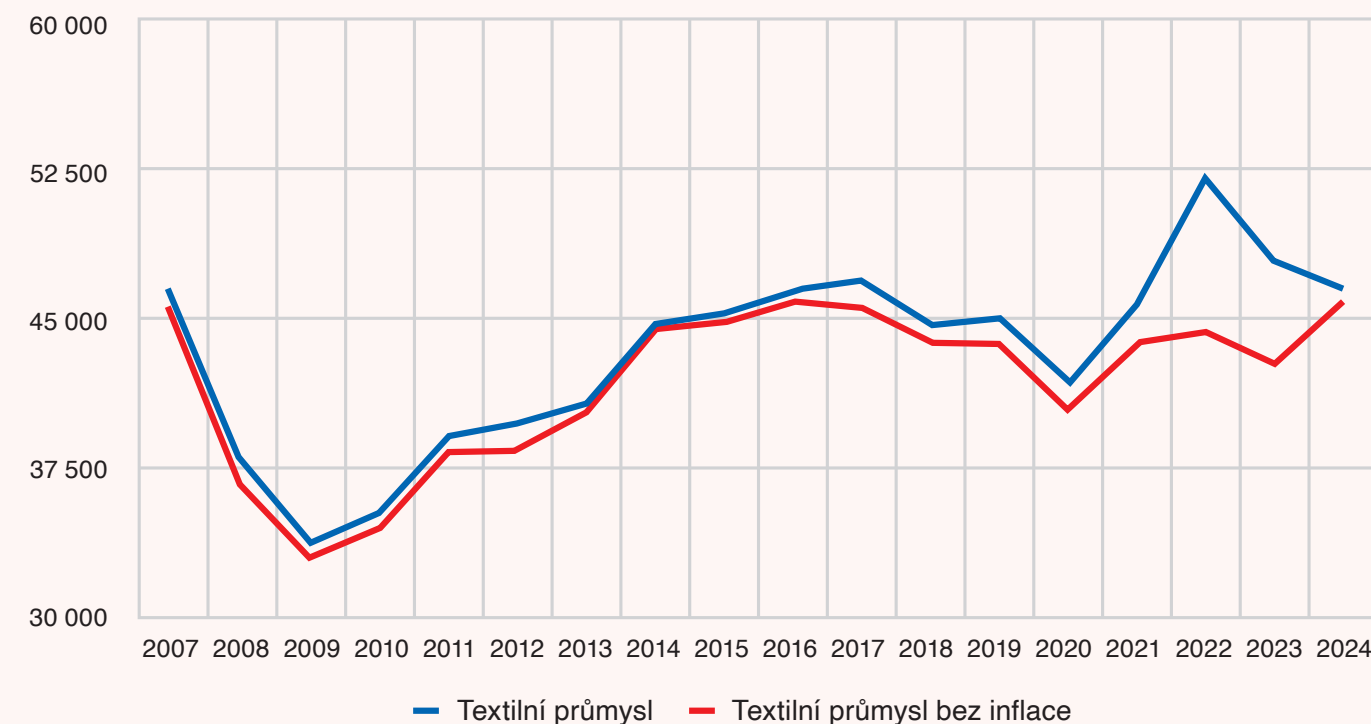
V roce 2020 došlo v důsledku pandemie a protipandemických opatření v České republice, Evropské unii i ve světě jako celku k významnému propadu tržeb v textilním průmyslu, který ale ani zdaleka nedosahoval situace z počátků světové měnové krize a byl v zásadě přechodným. Nicméně následovaly další negativní vlivy, jako důsledky války na Ukrajině spolu s růstem cen energií a zhoršením situace v mezinárodních dodavatelských řetězcích. Tato situace se v textilním průmyslu projevila ve výkyvech tržeb oběma směry (viz graf č. 4).

Podíváme-li se na dlouhodobý vývoj tržeb z hlediska průměrné textilní firmy, to znamená, že nezahrneme vliv firem, které kvůli úpadku nebo z jiných příčin z trhu odešly, situace se nám značně promění. V této souvislosti je nutné vzít v úvahu, že počet textilních firem s dvaceti a více zaměstnanci mezi lety 2007 a 2024 klesl o cca 45 % z 291 na 161. Z tohoto pohledu lze považovat za úspěch, že se nižší počet firem v textilní výrobě nakonec dokázal v tržbách vrátit na úroveň celého textilního průmyslu z roku 2007.

Je nepochybné, že růst tržeb byl významně ovlivněn možnostmi nastavení konkurenceschopné ceny. Závislost na ceně také dokládá graf č. 5, ve kterém je uvedeno srovnání indexu průměrné ceny za kilogram vyvezeného textilního zboží s indexem tržeb. Je zřejmé, že dřívější odeznění měnové krize v textilním průmyslu bylo dáno právě akceptací vyšších cen textilního zboží. Naopak propad těchto cen v roce 2015 byl způsoben tlakem na snížení ceny z důvodu výrazného poklesu cen surovin, jako byla bavlna a ropa, a také kvůli tlaku obchodních řetězců na snížení ceny zboží od jejich subdodavatelů. Následné období mezi lety 2015 a 2021 bylo časem relativní cenové stability, které ale také bylo provázeno po většinu tohoto období poklesem tržeb za celý textilní výrobní



Graf č. 4
Tržby v textilním průmyslu v letech 2007–2024
 (Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, běžné ceny, data v mil. Kč)



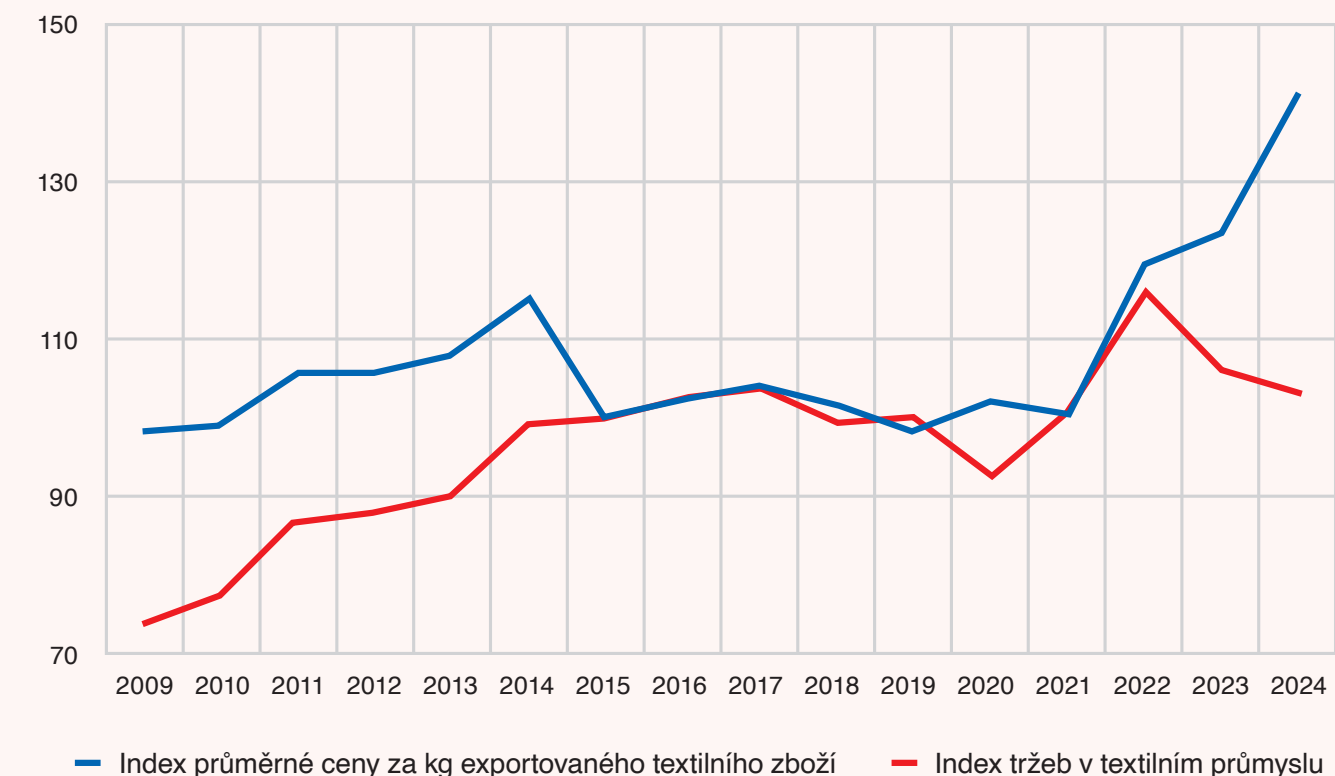
obor. Po očištění dat o firmy, které z trhu odešly, lze konstatovat, že uvedené období bylo rovněž relativně stabilní pro firmy, které na trhu zůstaly a které jsou v tomto rozboru reprezentovány průměrnou textilní firmou (viz graf č. 5).

Z hlediska dalšího vývoje v textilním průmyslu jsou zajímavé roky 2003 a 2004, ve kterých prudce rostla cena za kilogram vyvezeného zboží a současně se snižoval objem tržeb. V tomto období se tedy vyváželo méně, ale za vyšší cenu, což v časovém výhledu zohledněném novou strategií může být významný signál. Je to patrné i z dalšího grafu (č. 6), ve kterém se na problematiku tržeb díváme z pohledu průměrné textilní firmy.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Graf č. 5
Srovnání indexu tržeb v textilním průmyslu s indexem průměrné ceny vyvezeného textilního zboží za kilogram v letech 2009–2024
 (Zdroj: ČSÚ, ATOK, 100 = 2015)



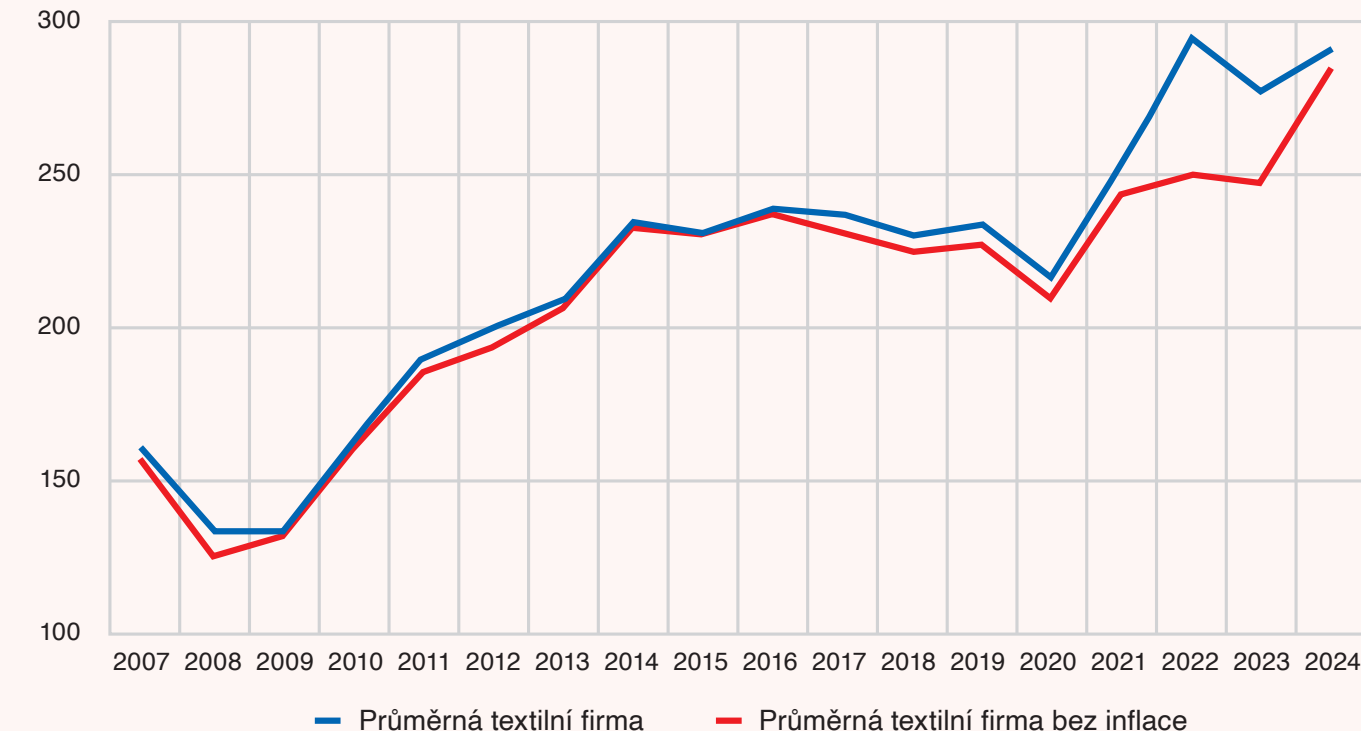
Námi definovaná průměrná firma nám poskytuje pozitivnější pohled na dlouhodobý vývoj textilního průmyslu. Jednak propad tržeb v období krizového dna (2009) byl mnohem mírnější (– 17,5 % oproti celému textilnímu průmyslu, kde byl propad – 27,7 % ve srovnání s rokem 2007). Důležité je, že rokem 2009 začínal poměrně výrazný a nepřerušovaný růst tržeb průměrné firmy až do roku 2014, takže v tomto roce dosahovaly tržby průměrné textilní firmy 146 % stavu

roku 2007. Nicméně poté následovala až do roku 2019 dlouhodobá stagnace výše tržeb, následovaná jejím propadem v roce 2020. Zajímavý je vývoj po roce 2020, kdy sice přerývavě, ale přece dochází k významnému růstu tržeb, a to i přes všechny negativní skutečnosti, které byly zmíněny výše (viz graf č. 6).

Vývoj tržeb v oděvním průmyslu

Dlouhodobý vývoj oděvního průmyslu vykazuje poněkud jiné charakteristiky než průmysl textilní. Především dopad světové finanční krize byl v oděvním průmyslu dlouhodobější a trval až cca do roku 2012, odkdy tržby v oděvním průmyslu začaly kontinuálně růst až do roku 2019. V roce 2020 došlo

Graf č. 6
Tržby průměrné firmy v textilním průmyslu v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, data v mil. Kč)



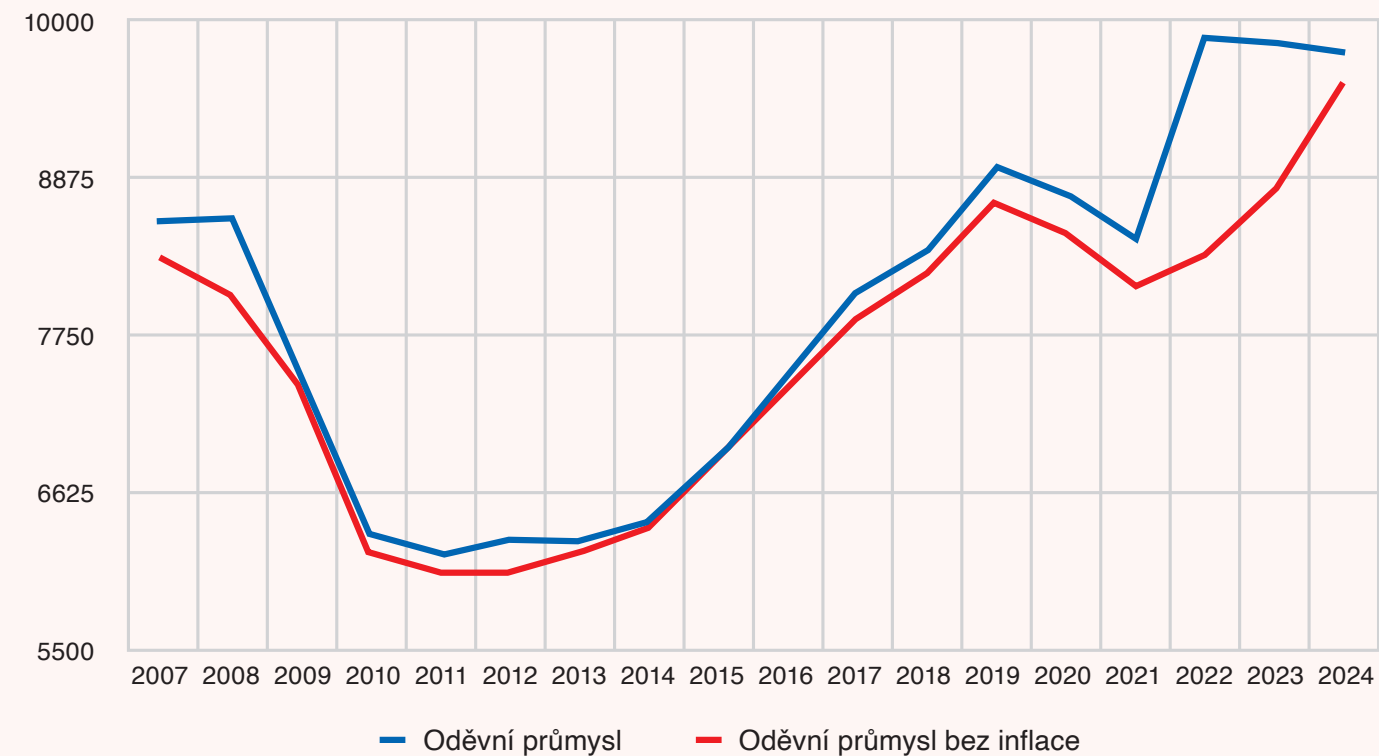
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny



v důsledku pandemie covidu-19 k dvouletému poklesu tržeb, následovanému opět jejich výrazným meziročním nárůstem jako reakcí na růst cen energií a vysokou inflaci. Roky 2023 a 2024 pak představovaly, pokud jde o výši tržeb v oděvním průmyslu, určitou korekci inflačního nárůstu směrem k poklesu tržeb v běžných cenách, přičemž se opětovně přiblížila výše tržeb v běžných cenách výši tržeb očištěných o inflaci (viz graf č. 7). Oděvní průmysl tak nepoznal oproti průmyslu textilnímu stagnaci a pokles tržeb z konce předchozí dekády a období pandemie bylo, zdá se, jen dočasným přerušením trendu růstu.

Graf č. 7
Tržby v oděvním průmyslu v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, běžné ceny, data v mil. Kč)

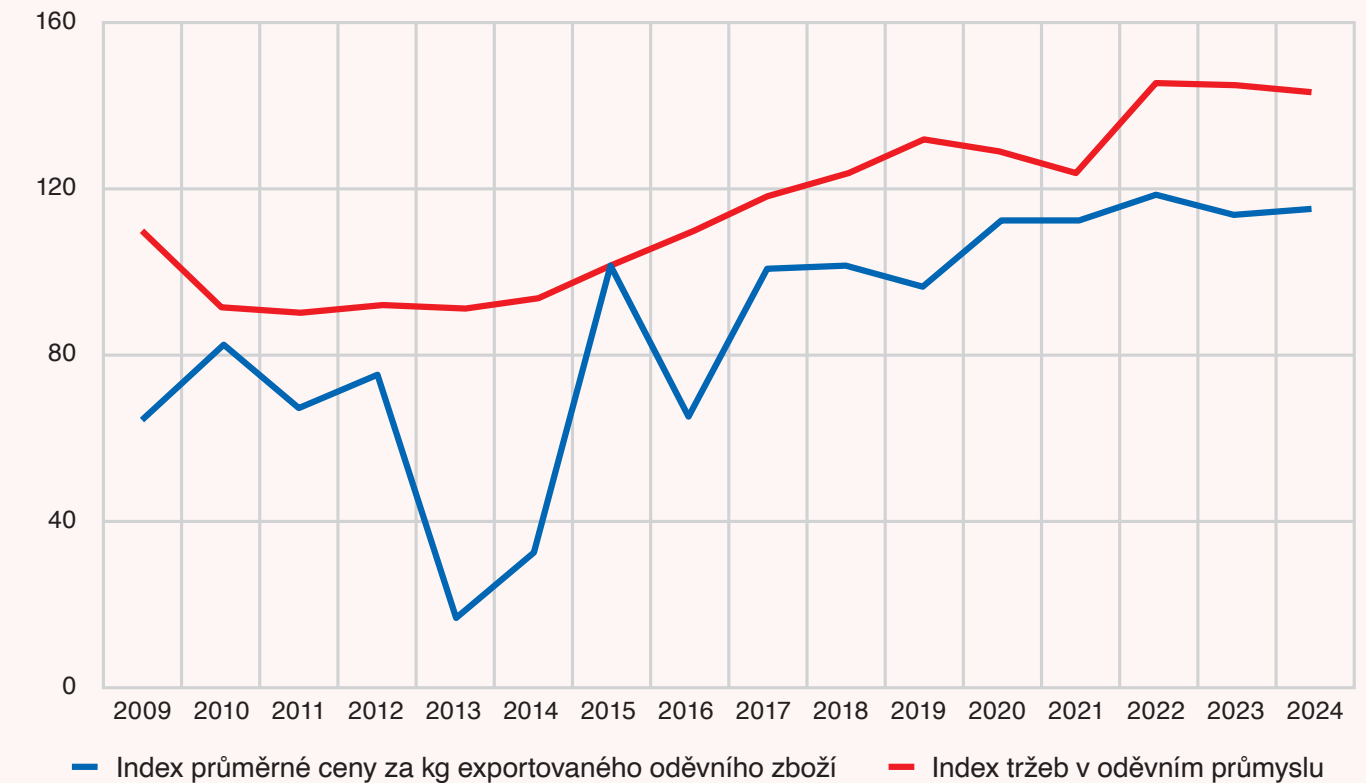


Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

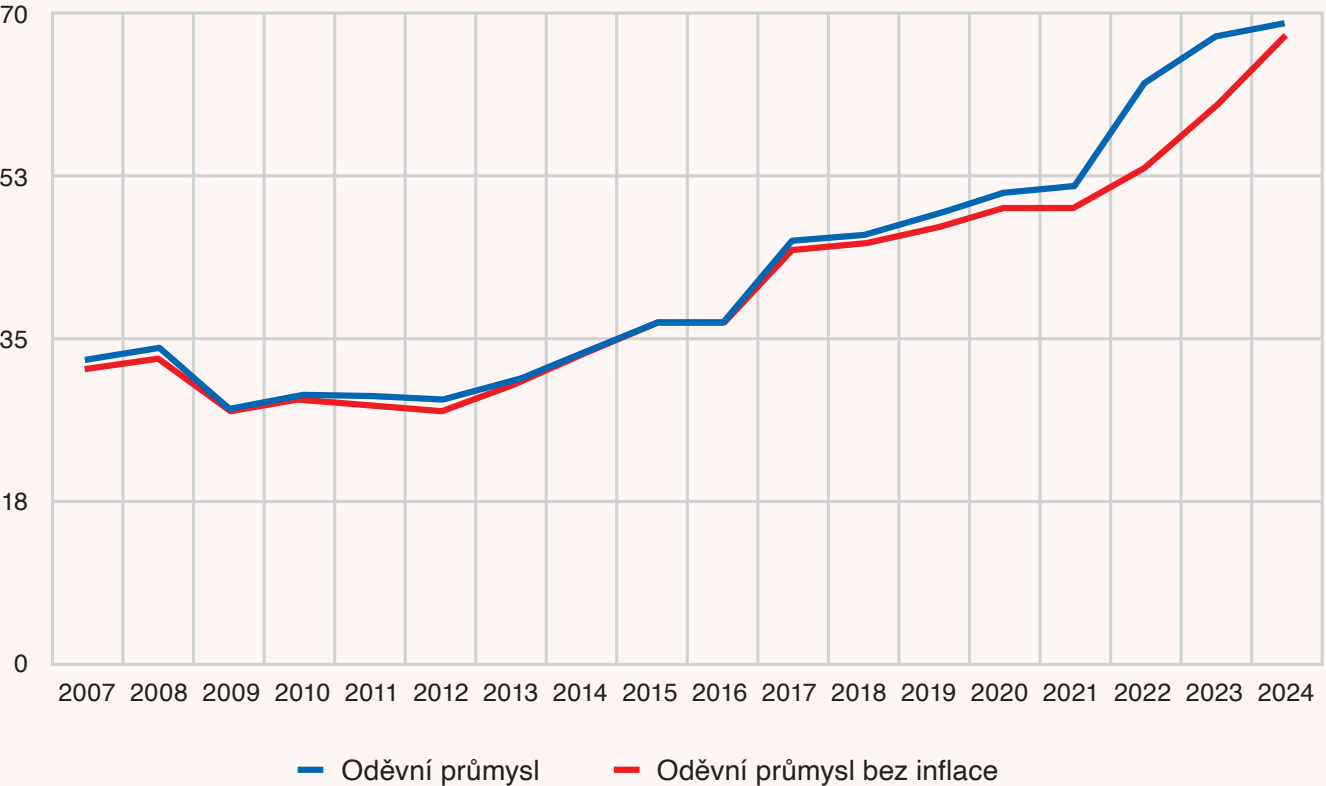
Při srovnání indexu průměrné ceny exportovaného oděvního zboží s indexem tržeb je evidentní, že období světové měnové krize bylo také obdobím cenové nestability exportovaného oděvního zboží, i když vzhledem k poměrně nízké úrovni oděvního exportu se do propadu průměrné ceny promítly i jiné faktory, spojené například s restrukturalizací portfolia finančních či investičních skupin. Toto období bylo ukončeno až v závěru minulé dekády někdy v letech 2017 a 2018. Následná léta i přes výkyvy způsobené pandemií covidu-19 a růstem cen energií provázeným zvýšenou inflací takovou nestabilitu už nevykazovala (viz graf č. 8).

Graf č. 8
Srovnání indexu tržeb v oděvním průmyslu s indexem průměrné ceny vyvezeného oděvního zboží za kilogram v letech 2009–2024
(Zdroj: ČSÚ, ATOK, 100 = 2015)



Pokud se podíváme na dlouhodobý vývoj tržeb průměrné oděvní firmy, to znamená, že v tomto pohledu není zohledněn vliv firem, které ukončily výrobní činnost, je zřejmé, že cca od roku 2013 u takovéto průměrné oděvní firmy docházelo ke kontinuálnímu růstu tržeb, který zásadně neovlivnila ani pandemie covidu-19. Je velmi pravděpodobné, že takovýto růst umožnila vnitřní restrukturalizace v tomto výrobním oboru a zvláště pak přechod firem k prodeji prostřednictvím vlastních internetových obchodů (viz graf č. 9).

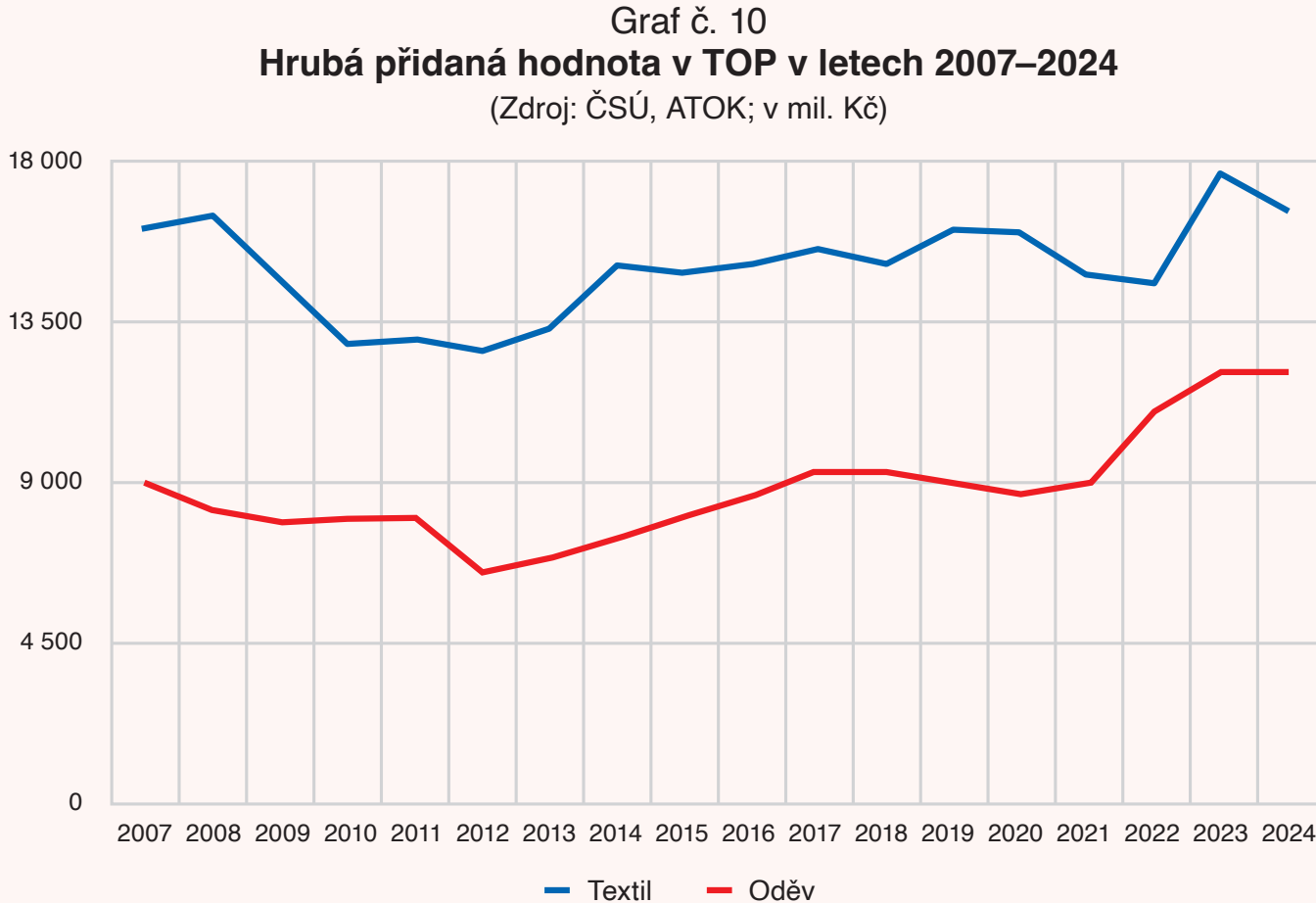
Graf č. 9
Tržby průměrné firmy v oděvním průmyslu v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, běžné ceny, data v mil. Kč)



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

d) Vývoj přidané hodnoty v TOP

Celková hrubá přidaná hodnota se ve sledovaném období (mezi lety 2015 a 2024) v textilním průmyslu zvýšila o 11 %, a to z hodnoty 14,9 mld. Kč na hodnotu 16,6 mld. Kč. Ke zvýšení hrubé přidané hodnoty ale došlo v posledních dvou letech (2023 a 2024) z největší míry v důsledku inflačních výkyvů. Při pohledu na delší časovou řadu dosáhl textilní průmysl obdobného výsledku na počátku světové měnové krize v roce 2008 (viz graf č. 10). Nutno zde ale podotknout, že tehdy na trhu působilo významně více ekonomických subjektů.



V oděvním průmyslu ve sledovaném období docházelo ve srovnání s průmyslem textilním ke zřetelnějšímu růstu hrubé přidané hodnoty a tím i k trendu pomalého přibližování k hrubé přidané hodnotě textilního průmyslu. Zatímco se v roce 2015 hrubá přidaná hodnota oděvního průmyslu pohybovala na úrovni 53 % textilního průmyslu, v roce 2024 to bylo už 73 %. Na začátku sledovaného období v roce 2015 byla hrubá přidaná hodnota v oděvním průmyslu 8,0 mld. Kč a na jeho konci (2024) už 12,1 mld. Kč, což představuje 51% růst a významně vyšší úroveň než na počátku světové měnové krize v roce 2008 (viz graf č. 10).

Je zřejmé, že ve sledovaném období procházel oděvní průmysl dynamičtějšími obdobími a postupně si vytvářel předpoklady pro svůj další rozvoj. Nepochybně k tomu přispěl i přechod na elektronické obchodování,

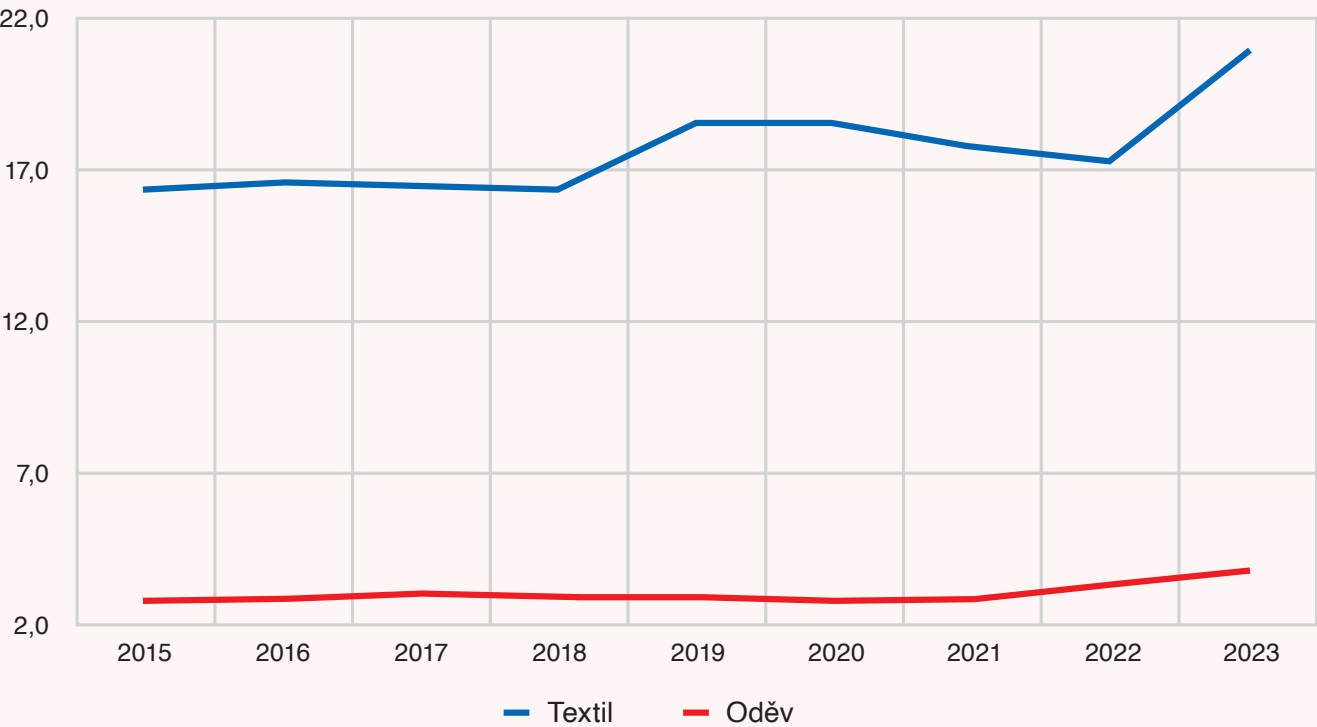
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

stimulovaný uzavřením kamených obchodů během pandemie covidu-19. Oděvní průmysl se také mnohem lépe vyrovnal s inflačními tlaky posledních let a dokázal posunout cenovou hladinu svých výrobků, aniž by ztratil zákazníky.

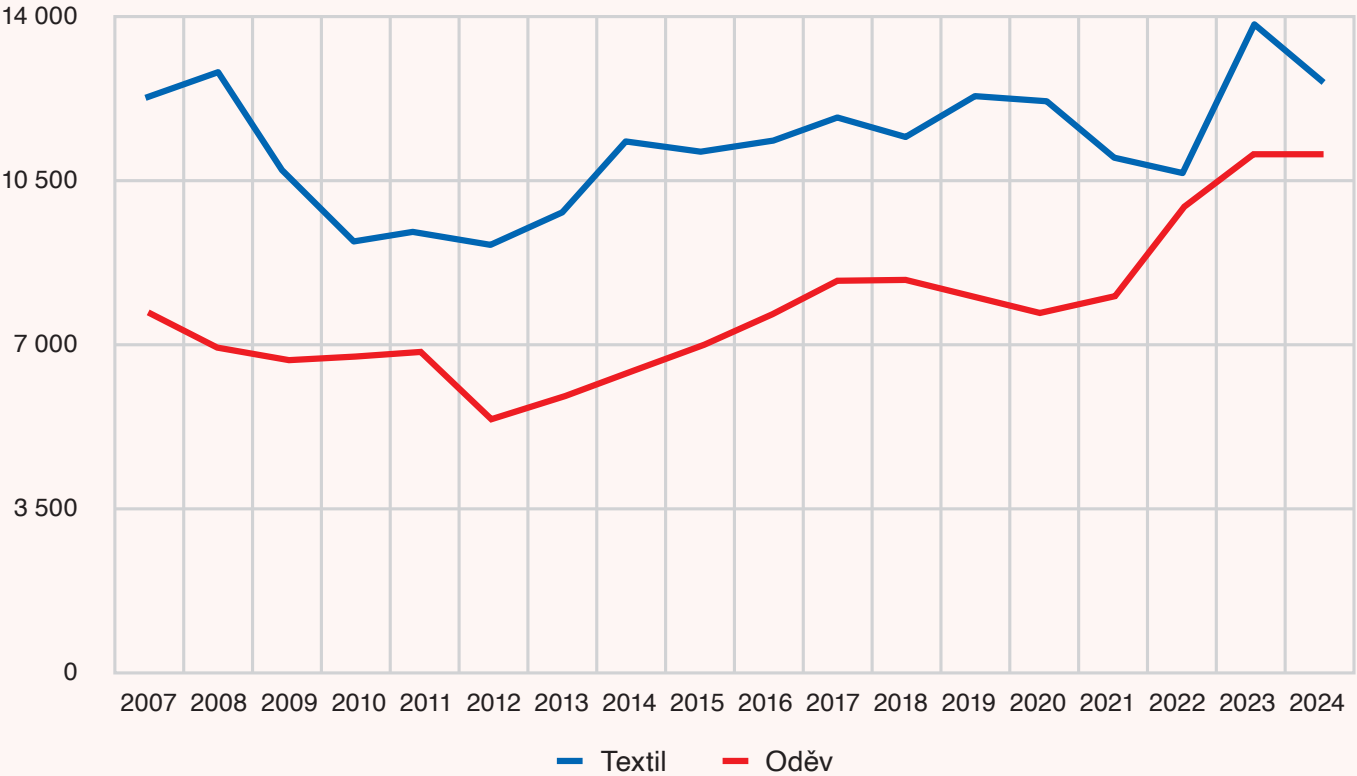
Toto nám ještě lépe demonstruje pohled na hrubou přidanou hodnotu průměrné textilní a oděvní firmy, kde vývoj v časové řadě není ovlivněn subjekty, které svou činnost ukončily anebo změnily svoje primární zaměření. Z pohledu na graf č. 11 je patrné, že dynamika růstu hrubé přidané hodnoty byla u oděvních firem o poznání vyšší než u firem textilních, které navíc měly v počátku sledovaného období od roku 2015 několik let stagnace (2015–2018). V obou případech ale k nejvyšší dynamice růstu hrubé přidané hodnoty docházelo až v posledních letech. Celkově se hrubá přidaná hodnota u průměrné textilní firmy ve sledovaném období mezi lety 2015 a 2024 zvýšila o 27,4 %, u průměrné oděvní firmy to byl nárůst o 35,7 % (viz graf č. 11). Oděvní firmy se tak se svojí cenovou strategií a obchodními přístupy vyrovnaly s vnějšími náklady a podmínkami trhu lépe než firmy textilní. Nicméně celkový růst hrubé přidané hodnoty v oděvním průmyslu byl zcela jistě také ovlivněn celkovým růstem počtu subjektů podnikajících v tomto výrobním oboru.

Graf č. 11
Hrubá přidaná hodnota v průměrné textilní a oděvní firmě v letech 2015–2023
(Zdroj: ČSÚ, ATOK; v mil. Kč)



Za pozornost také stojí, jak se textilní a oděvní průmysl vyrovnal s vnitřními náklady výroby. K rozboru nám poslouží vývoj čisté přidané hodnoty v obou částech našeho odvětví. Z pohledu na graf č. 12 je zřejmá větší dynamika růstu čisté přidané hodnoty u oděvního průmyslu, a to zvláště v posledních letech. Zatímco se v textilním průmyslu v roce 2024 zvedla úroveň čisté přidané hodnoty oproti předkrizovému roku 2007 pouze o 2,6 %, v případě oděvního průmyslu to bylo 43,9 %. I v tomto případě dochází k přibližování výše čisté přidané hodnoty u obou částí odvětví. Zatímco čistá přidaná hodnota oděvního průmyslu byla v roce 2007 62,2 % úrovně textilního průmyslu, na začátku sledovaného období v roce 2015 to bylo 62,9 % a v roce 2024 pak 87,2 % úrovně v textilním průmyslu. Ná-

Graf č. 12
Čistá přidaná hodnota v TOP v letech 2007–2024
(Zdroj: ČSÚ, ATOK; v mil. Kč)



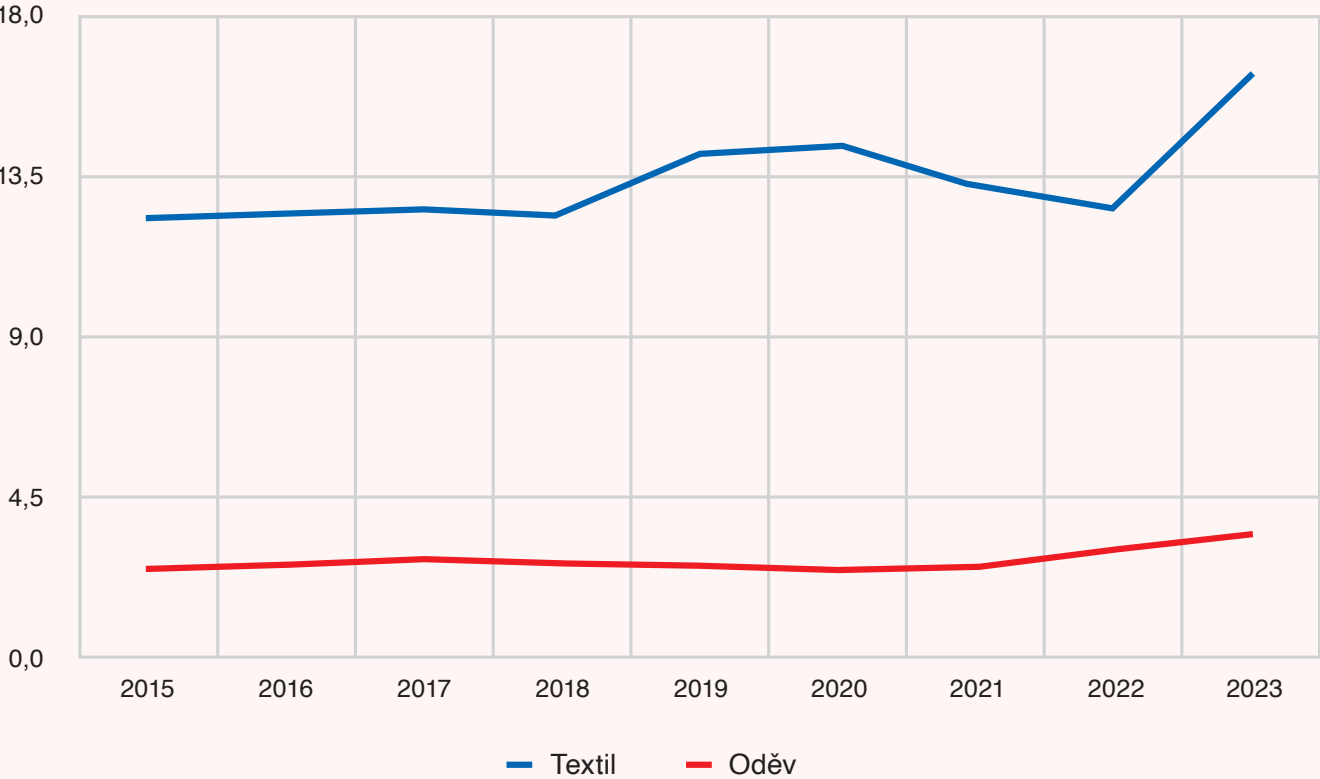
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

růst celkové výše čisté přidané hodnoty v oděvním průmyslu je ovlivněn více faktory, jednak již výše zmíněným rostoucím celkovým počtem subjektů podnikajících v oděvním průmyslu, jednak nižšími výrobními náklady, a to hlavně nižší úrovní mezd a také vyšším růstem cen svých výrobků, které byl trh ochoten akceptovat (viz graf č. 12).

Podíváme-li se na čistou přidanou hodnotu z pozice průměrné textilní a oděvní firmy, tak čistá přidaná hodnota v průměrné textilní firmě dosahovala v roce 2023 16,3 mil. Kč, což byl oproti roku 2015 nárůst o 32,5 %. Průměrná oděvní firma dosáhla v roce 2023 čisté přidané hodnoty 3,5 mil. Kč, což představovalo oproti roku 2015 nárůst o 45,8 %. Odmyslíme-li vliv nárůstu počtu firem podnikajících v oděvní výrobě, tak trend sbližování čistých přidaných hodnot průměrné textilní a oděvní firmy byl méně výrazný. Zatímco v roce 2015 dosahovala čistá přidaná hodnota průměrné oděvní firmy 19,5 % hodnoty průměrné firmy textilní, v roce 2023 to bylo 21,5 % (viz graf č. 13).

Graf č. 13
Čistá přidaná hodnota v průměrné textilní a oděvní firmě v letech 2015–2023
(Zdroj: ČSÚ, ATOK; v mil. Kč)

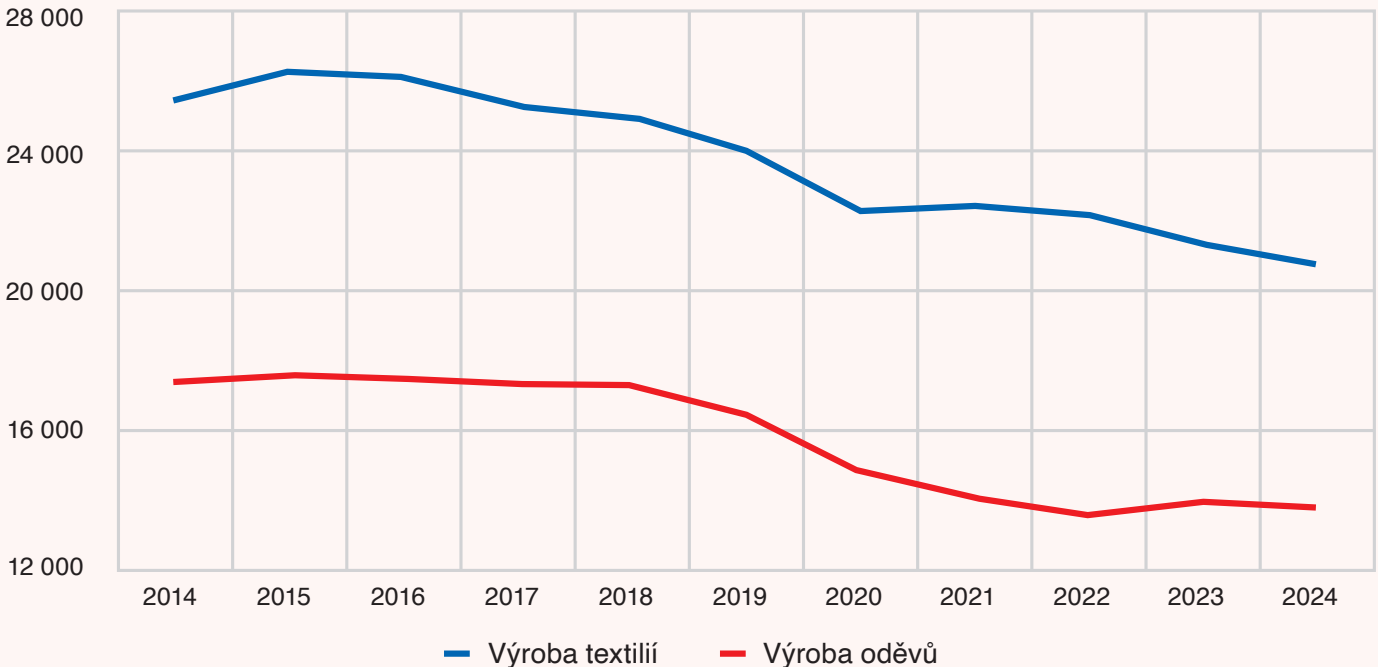


e) Vývoj zaměstnanosti a mezd v textilním a oděvním průmyslu

Vývoj zaměstnanosti

Celkový počet zaměstnanců v textilním a oděvním průmyslu dlouhodobě klesá. Mezi lety 2015 a 2024 tento pokles za celé odvětví představoval 18,2 %, a to ze 45,0 tis. na 36,8 tis. zaměstnanců. V samotném textilním průmyslu poklesl počet zaměstnanců z 26,4 tis. v roce 2015 na 20,9 tis. zaměstnanců v roce 2024, což je snížení o 21 %. V oděvním průmyslu bylo v roce 2015 zaměstnáno 17,5 tis. osob a v roce 2024 již jen 13,9 tis. osob, což je pokles o 20,0 %. V tomto druhém případě lze ale předpokládat, že část jedinců, kteří opustili zaměstnanecký poměr, přešla do kategorie OSVČ (viz graf č. 14).

Graf č. 14
Vývoj počtu zaměstnanců všech ekonomických subjektů v odvětví v letech 2014–2024
(Zdroj: ČSU, počet zaměstnanců)



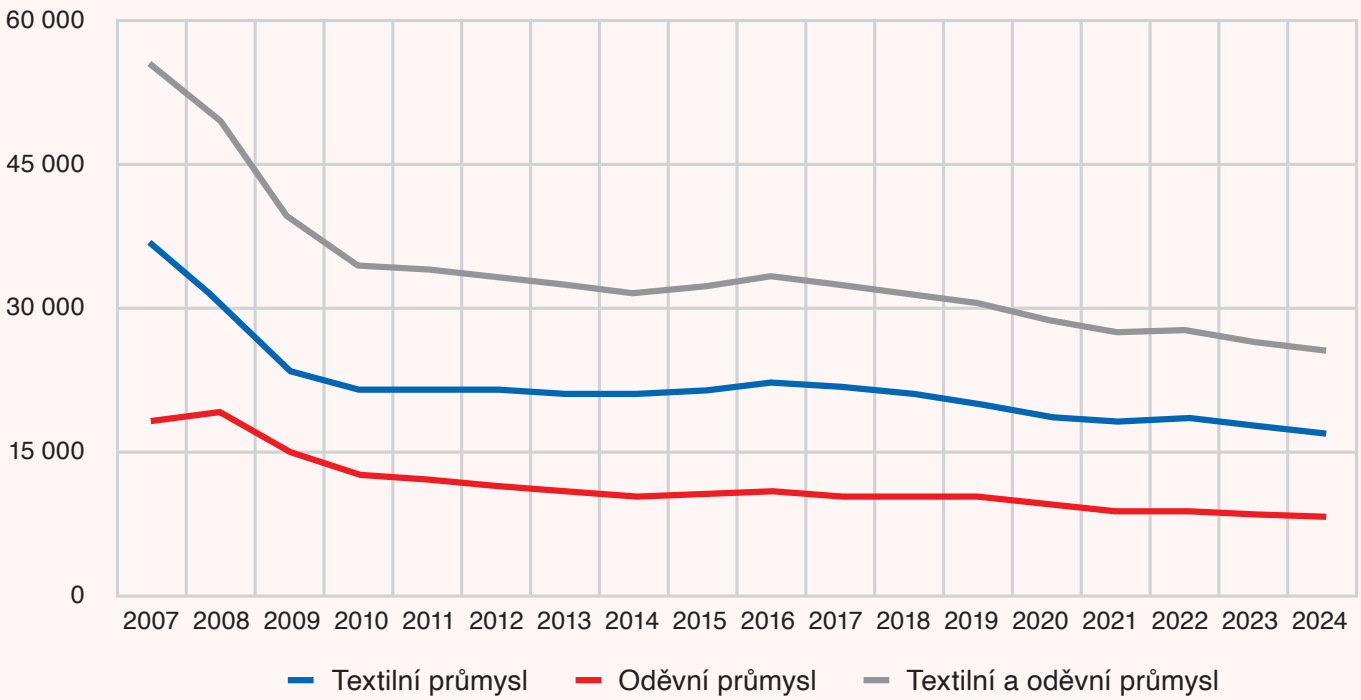
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Výrazná většina zaměstnanců pracuje ve firmách s dvaceti a více zaměstnanci. V případě celého odvětví je to v letech 2014–2024 mezi 70 a 74 %, v textilní výrobě pak 82–83 % a ve výrobě oděvní 60–68 %. Z důvodu poměrně vysoké výpovědní hodnoty a také proto, že nemáme k dispozici průmyslová data za všechny zaměstnance, budeme dále věnovat pozornost množině zaměstnanců pracujících ve firmách s dvaceti a více zaměstnanci.

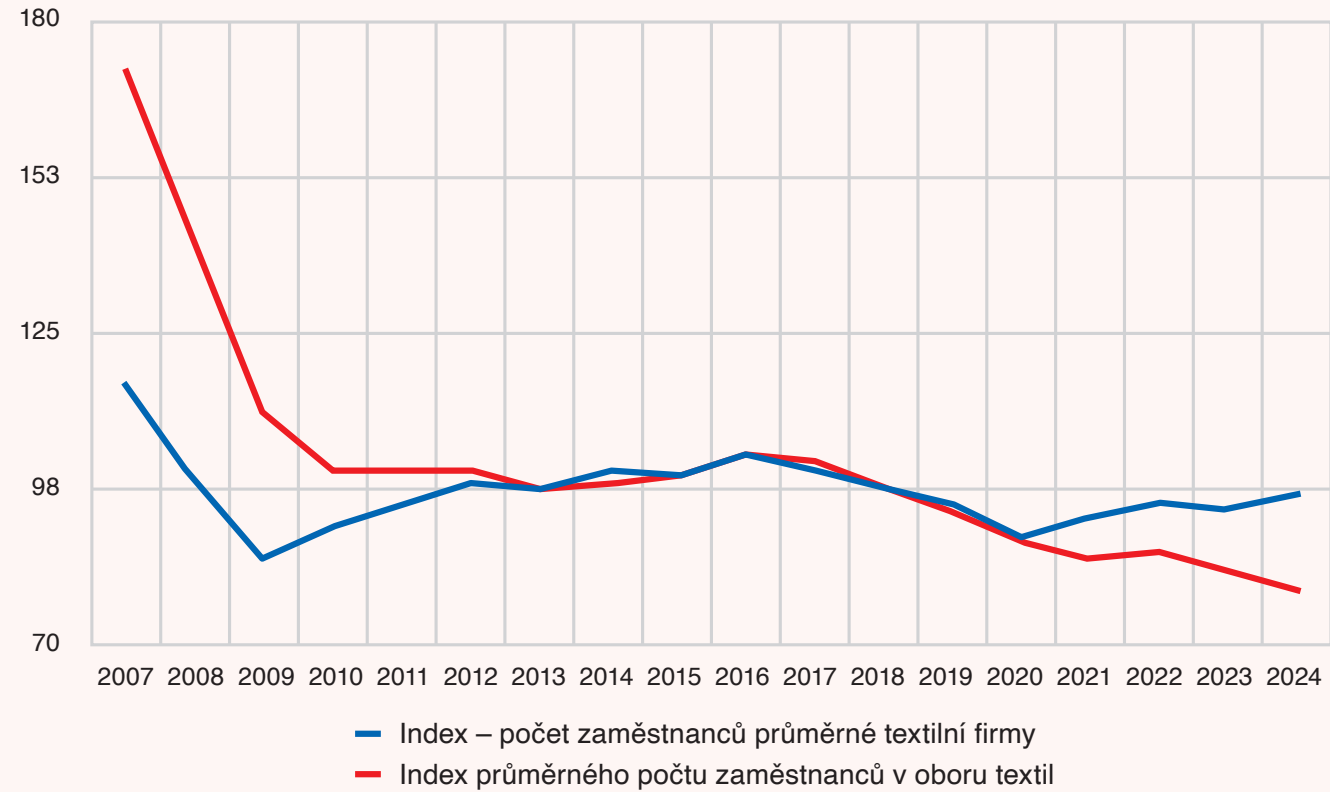
Vývoj počtu zaměstnanců v těchto firmách za celé odvětví měl za poslední necelé dvě dekády (2007–2024) v zásadě negativní trend. Tento trend byl v případě textilního průmyslu přerušen mírným nárůstem zaměstnanců v letech 2015 a 2016 a dále v roce 2022. Nicméně oproti roku 2007 ubylo v textilním průmyslu 54 % zaměstnanců, přičemž z tohoto hlediska devastující vliv měla světová měnová krize. Kdybychom vzali za referenční rok 2015, kdy začala platit strategie TOP, pokles k roku 2024 činil 21 %, což lze rovněž považovat za velmi výrazný úbytek zaměstnanců. V oděvním průmyslu lze zaznamenat obdobný trend jako v případě textilu, a to úbytek zaměstnanců mezi lety 2007 a 2024 o 54 % a mezi lety 2015 a 2024 o 21 % (viz graf č. 15).

Graf č. 15. Vývoj počtu zaměstnanců v textilním a oděvním průmyslu v letech 2015–2024 (Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci)



Pokles počtu zaměstnanců byl v textilní výrobě v krizových letech 2007 až 2010 a dále v letech 2021 až 2024 z velké části způsoben snížením počtu textilních firem s 20 a více zaměstnanci působících v daném výrobním oboru. V případě počtu zaměstnanců v oděvní výrobě se v krizových letech 2008–2012 jednalo nejspíše o souběh snižování počtu výrobních firem a snižování počtu zaměstnanců v oděvních firmách, které si svoji výrobu

Graf č. 16
Srovnání indexu celkového počtu zaměstnanců v textilním výrobním oboru s indexem počtu zaměstnanců průměrné textilní firmy v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, 100 = 2015, firmy s 20 a více zaměstnanci)

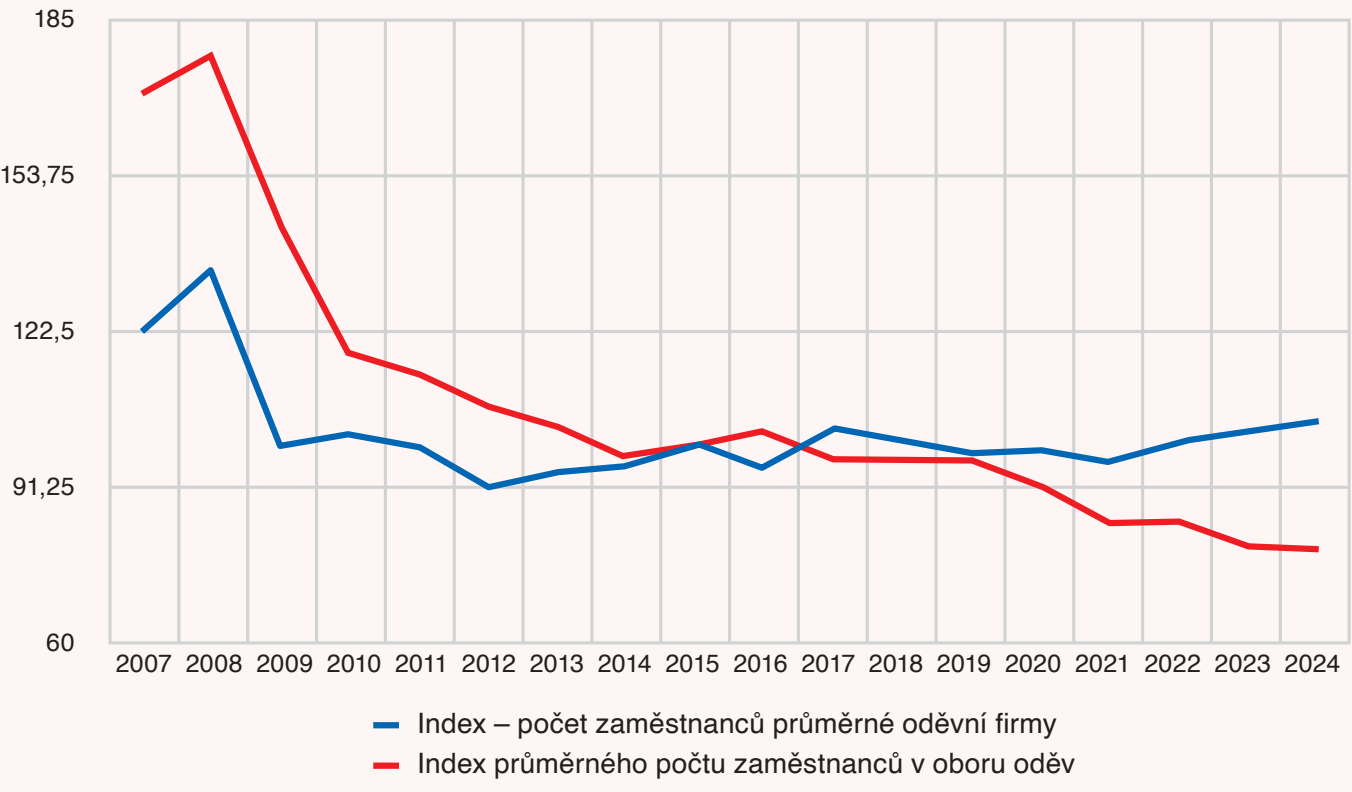


Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

v krizových letech udržely. Mezi lety 2013 a 2014 již pak s největší pravděpodobností úbytek zaměstnanců padal na vrub oděvních firem, které svoji činnost jako výrobní oděvní firmy ukončily. Totéž platí i pro roky 2020–2024 (viz grafy č. 16 a 17).

Graf č. 17
Srovnání indexu celkového počtu zaměstnanců v oděvním výrobním oboru s indexem počtu zaměstnanců průměrné oděvní firmy v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, 100 = 2015, firmy s 20 a více zaměstnanci)



Odpověď na otázku, jak uvedené trendy v zaměstnanosti v TOP odpovídají tomu, co předpokládala a doporučovala strategie TOP ČR do roku 2025, není úplně jednoduchá. V každém případě se nám uvedená problematika rozpadá do více možných vysvětlení. Jednak zde máme firmy, které fakticky, ať už z jakékoliv příčiny, ukončily svoji ekonomickou činnost. Tyto subjekty de facto strategie nezasáhla, a mohou tak zůstat mimo naše úvahy. Přesto mezi těmito firmami může být, předpokládáme, menší část těch, které si změnilly hlavní předmět podnikání na obchodní činnost a tím vypadly ze statistik ČSÚ, avšak textilní, respektive oděvní výrobě se dále věnují. Takovéto firmy by jednaly plně podle předpokladu strategie, my ale o nich přehled nemáme. U oděvních firem lze takovýto postup předpokládat v reakci na uzavření kamenných prodejen v souvislosti s pandemií covidu-19.

Pak zde máme aktivně působící firmy. V jejich případě nám poskytují jisté vodítko výpočty situace v průměrné textilní a oděvní firmě. Pokud se jedná o aktivní textilní firmy, v letech působnosti strategie zaznamenáváme v podstatě dva trendy, a to pokles průměrného počtu pracovníků v průměrné firmě v letech 2017–2020. Nejpravděpodobnější vysvětlení je zhoršená konkurenceschopnost domácích textilních firem poté, co ČNB opustila měnovou intervenci a česká koruna začala vůči zahraničním měnám posilovat. Dalším faktorem mohlo být znejistění obchodu s Velkou Británií v souvislosti s připravovaným brexitem. Samozřejmě posilování kurzu české koruny mohlo být stimulem k úsporným a racionalizačním opatřením, která mohla vést ke snížení počtu zaměstnanců, nicméně hlavní stimul byl vnější v novém nastavení podmínek v zahraničním obchodu. Druhý trend byl zaznamenán v letech 2021–2024, kdy naopak průměrný počet zaměstnanců průměrné textilní firmy víceméně rostl. Vysvětlení opět není úplně snadné. Zřejmě zde hrálo významnou roli také více faktorů, a to:

- akceptace vyšších cen textilních výrobků vlivem vysoké inflace a růstu cen energií;
- z trhu odešly firmy, jejichž zakázky se přerozdělily mezi ty, které na trhu zůstaly;
- podařilo se najít nové klienty díky celkové mezinárodní bezpečnostní nestabilitě;
- na trhu se začaly prosazovat firmy s inovační nabídkou svých výrobků, které se začaly uplatňovat pod svojí obchodní značkou i v zahraničí;
- jiné důvody.

Celkově nelze shodu s předpoklady a doporučeními strategie TOP ČR do roku 2025 vyloučit, nicméně celkové globální podmínky doznaly takových, a to neočekávaných, změn, že uvedená strategie s nimi zcela objektivně nemohla počítat. Ze jmenovaných faktorů, lze pod myšlenkový deštník strategie zahrnout pouze čtvrtý faktor vlivu firem s inovační nabídkou, protože je dlouhodobější. V případě aktivních firem působících v oděvním průmyslu lze zaznamenat ve sledovaném období pouze jeden trend, a to růst počtu zaměstnanců průměrné firmy v letech 2022–2024, přičemž v zásadě platí tytéž faktory jako v případě průmyslu textilního. Mimo ně lze zmínit ještě zvýšení internetového prodeje vlastního zboží.

f) Mzdové náklady a průměrná mzda

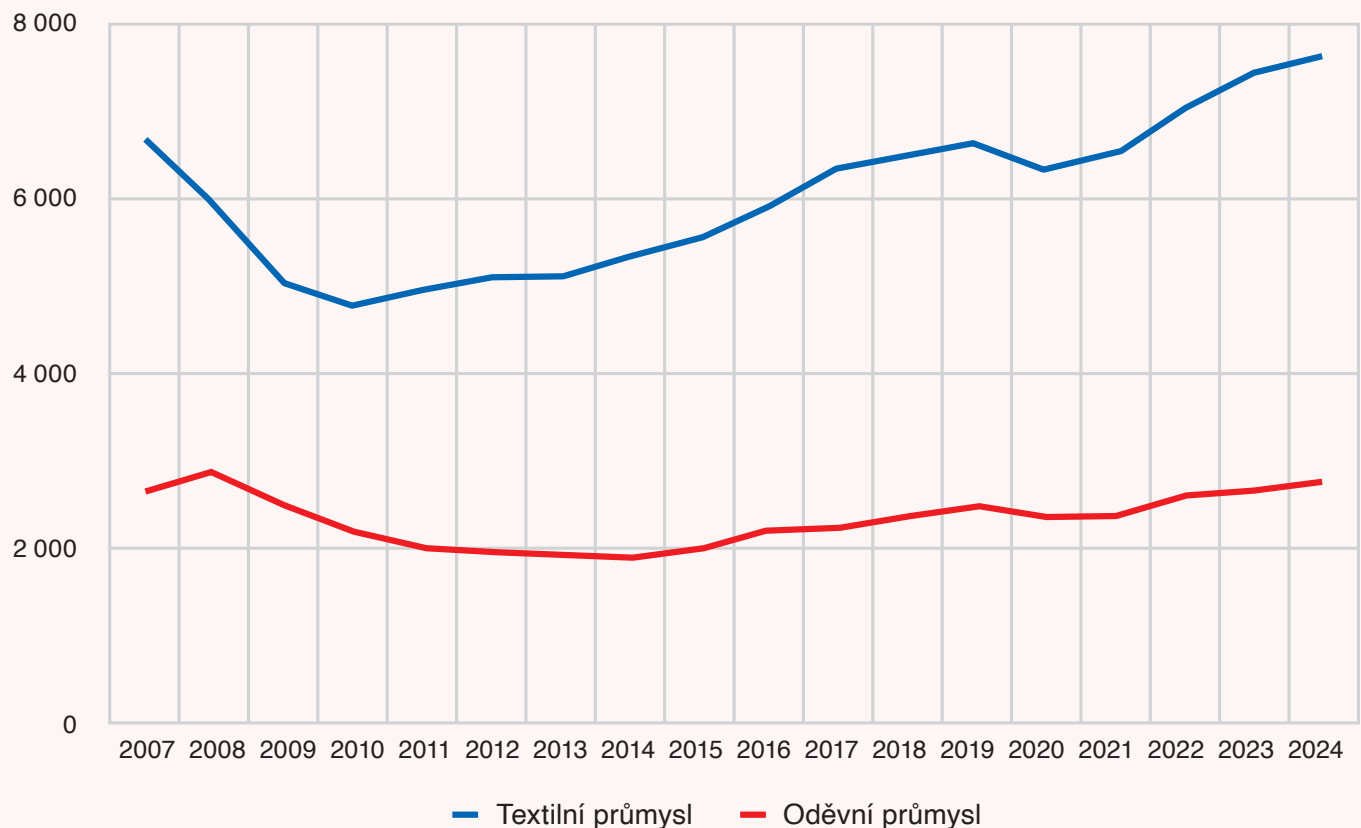
Mzdové náklady v textilním a oděvním průmyslu od období odeznívání světové finanční krize poměrně významně rostou. V textilním průmyslu je tento trend zaznamenáván od roku 2011. V roce 2015, to znamená na začátku naší sledovaného období, mzdové náklady představovaly 5,5 mld. Kč a do roku 2024 vzrostly na 7,6 mld. Kč, to je o 43,5 %, při současném poklesu počtu zaměstnanců o 20,5 %. Významné je, že nůžky mzdových nákladů u textilního a oděvního průmyslu se rozevírají, přičemž výrazný růst mzdových nákladů v textilním průmyslu může být jedním z faktorů, které oslabují jeho konkurenceschopnost.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

V oděvním průmyslu je růst mzdových nákladů mnohem pozvolnější a také začal později než u textilního průmyslu, a to v roce 2015. Mezi lety 2015 a 2024 pak vzrostly mzdové náklady v oděvním průmyslu o 39,3 % při současném poklesu počtu zaměstnanců o 20,8 % (viz graf č. 18).

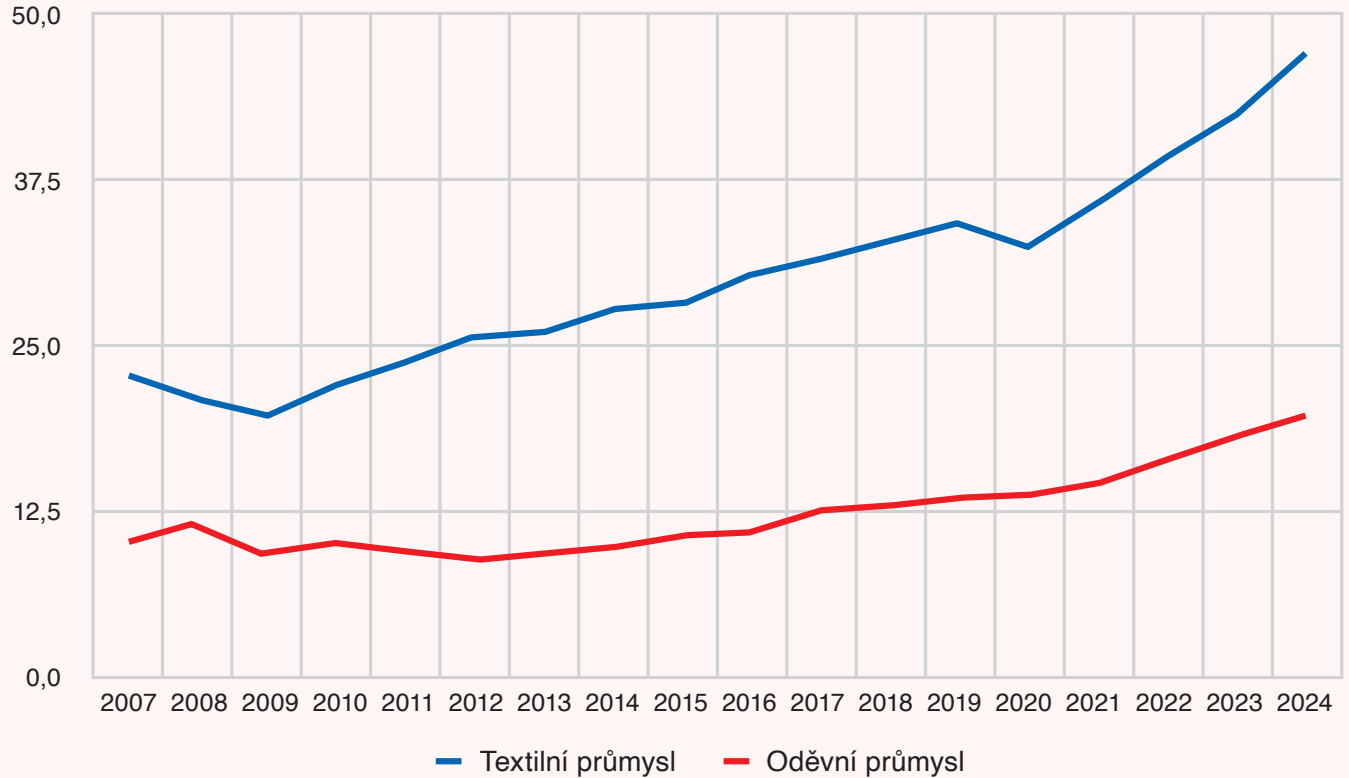
Graf č. 18
Vývoj mzdových nákladů bez OON v textilním a oděvním průmyslu v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, údaje v mil. Kč)



Pokud bychom měli sledovat mzdové náklady z hlediska průměrné firmy v TOP, dynamika jejich růstu se ještě zvýší. Průměrná textilní firma začala vynakládat vyšší finanční prostředky na mzdy už v roce 2010, a to 22 mil. Kč, přičemž do začátku námi sledovaného období v roce 2015 mzdové náklady v průměrné textilní firmě vzrostly o více než 28 % na 28,2 mil. Kč, což v tomto období představuje průměrný roční nárůst o 5,6 %. Mezi lety 2015 a 2024 pak vzrostly mzdové náklady průměrné firmy na 47,4 mil. Kč, což je nárůst o 68,1 % s tím, že průměrný roční nárůst v tomto období představoval 7,6 %.

Graf č. 19
Vývoj mzdových nákladů bez OON v průměrné firmě TOP v letech 2007–2024

(Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, údaje v mil. Kč)



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

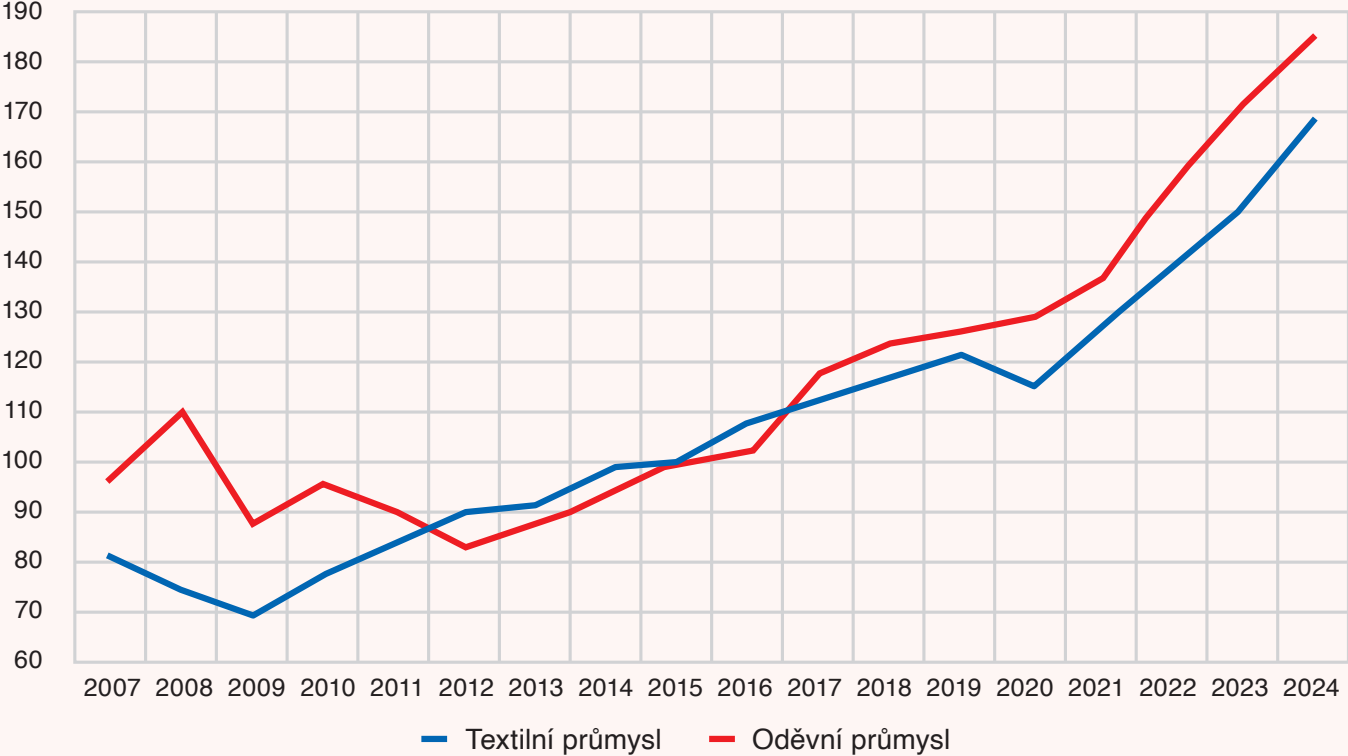
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

V případě průměrné oděvní firmy můžeme hovořit o kontinuálním růstu mzdových nákladů od roku 2013, kdy představovaly částku 9,3 mil. Kč. Do roku 2015 se pak mzdové náklady zvedly na 10,5 mil. Kč, to je o 12,9 % (v průměru o 6,45 % ročně). Mezi lety 2015 a 2024 pak mzdové náklady vzrostly o 85,7 % na 19,5 mil. Kč, což představuje průměrný roční nárůst ve sledovaném období 9,5 % (viz graf č. 19).

Zvyšující se dynamiku růstu mzdových nákladů dokumentuje rovněž graf č. 20. Toto zvýšení je patrné zejména od roku 2021 a je spojeno s celkovou inflací a z toho plynoucím obecným tlakem na její zohlednění ve mzdách (viz graf č. 20).

Graf č. 20
Vývoj indexu mzdových nákladů bez OON v průměrné firmě TOP v letech 2007–2024

(Zdroj: ATOK, firmy s 20 a více zaměstnanci, 100 = 2015)





Vývoj průměrné mzdy v TOP

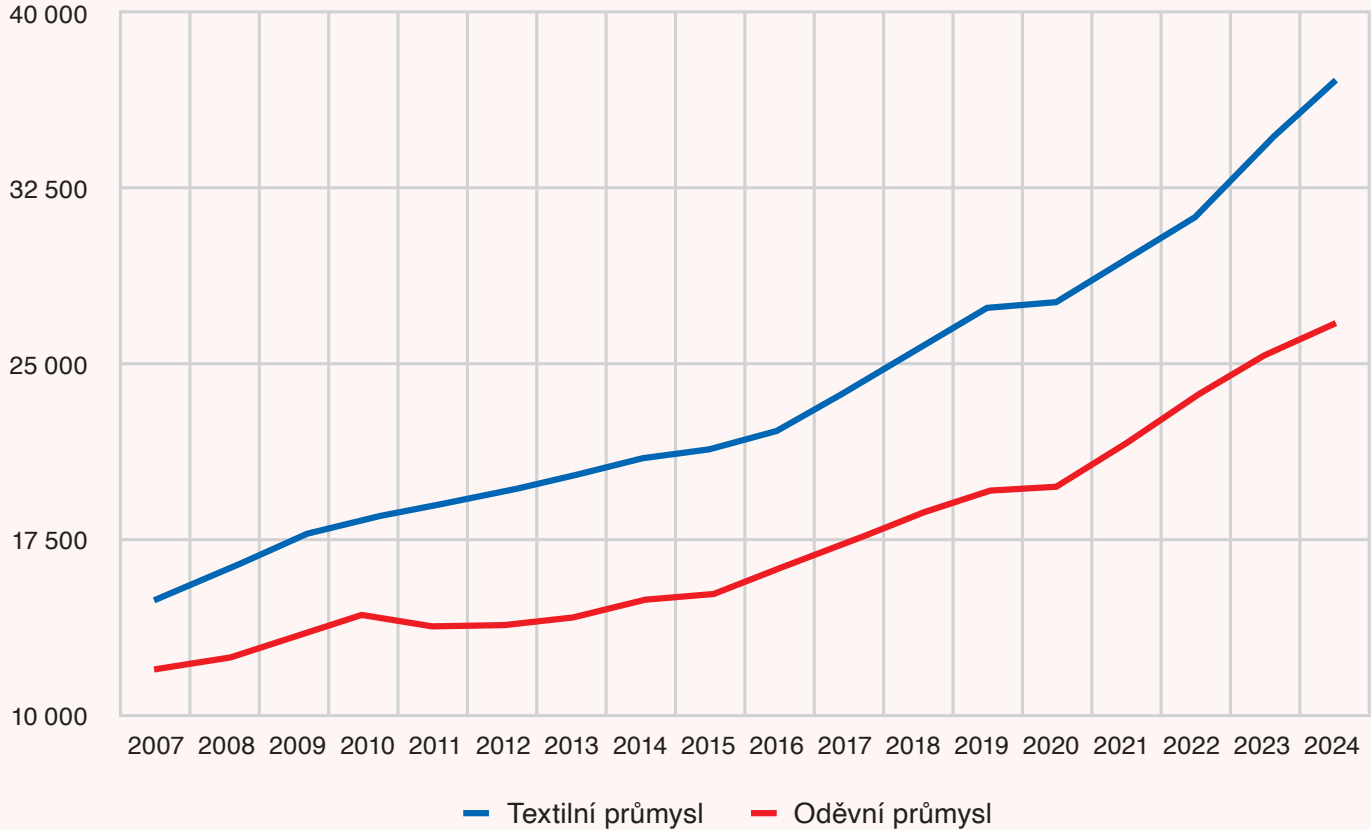
To, co bylo uvedeno o vývoji mzdových nákladů v případě průměrných firem v TOP, víceméně kopíruje i vývoj průměrné mzdy v tomto odvětví. Především se rozevírají mzdové nůžky mezi textilním a oděvním průmyslem. Zatímco průměrná mzda v oděvním průmyslu v roce 2007 představovala 80,0 % průměrné mzdy v textilním průmyslu, v roce 2024 to bylo již jen 72,1 %. V námi sledovaném období let 2015–2024 představoval nárůst průměrné mzdy v textilním průmyslu 73,9 %, a to z 21,3 tis. Kč na 37,0 tis. Kč. V oděvním průmyslu tento nárůst činil 75,9 %, a to z 15,2 tis. Kč na 26,7 tis. Kč. Vyšší procentuální nárůst průměrné mzdy v oděvním průmyslu nestačil vyrovnat rozdíl nižšího základu tohoto výrobního oboru z roku 2015 použitého pro výpočet (viz graf č. 21).

Na základě výše uvedeného rozboru je zřejmé, že ve sledovaném období nebyly odstraněny příčiny, které podvazovaly rozvoj textilního a oděvního výrobního oboru. Hledání cest k jejich odstranění zůstává výzvou i do dalšího, novou strategií pokrytého období 2025–2035.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Graf č. 21
Vývoj průměrné měsíční mzdy v TOP v letech 2007–2024
(Zdroj: ATOK, údaje v Kč)



V. VÝVOJ ZAHRANIČNÍHO OBCHODU

Hlavní zjištění

- Cena vyvezeného textilního zboží na kilogram od roku 2022 významně roste.
- Růst cen textilního vývozu má za následek snižování objemu vyvezeného textilního zboží.
- Pokud všechna očekávání VIZE strategie TOP ČR do roku 2025 měla vést k výrobě a prodeji výrobků s vyšší přidanou hodnotou a tím i vyšší cenou, tak tuto vizi dosavadní vývoj nepotvrdil.
- Mimoevropský zahraniční obchod i nadále zůstává velmi slabý.
- Ve sledovaném období měly na textilní výrobu a obchod zásadní význam vnější vlivy, kterým se muselo odvětví přizpůsobit.
- Je otázkou, jestli dosavadní výrobně-obchodní modely mohou změnit negativní trendy v TOP, a to zvláště úbytek středních a větších firem na trhu.

a) Zahraniční obchod textilním a oděvním zbožím v letech 2009–2024

Objem vývozu textilního zboží kontinuálně rostl v zásadě v celé dekádě 2010–2019. K zastavení růstu objemu vyvezeného textilního zboží došlo až v souvislosti s pandemií covidu-19 a poté s růstem cen energií a jeho promítnutím do cen výrobků. Zatímco se v roce 2010 vyvezlo 408 tis. tun textilního zboží, na vrcholu vývozu v roce 2019 to bylo dokonce 629 tis. tun, což představuje více než padesátiprocentní nárůst, avšak v roce 2024 to bylo již jen 441 tis. tun. V této souvislosti je nutné ještě vzít v úvahu, že část tohoto vyvezeného zboží mohly tvořit reexporty. Kontinuální výrazný pokles textilního vývozu je zaznamenáván od roku 2022, přičemž se objem vyvezeného textilního zboží dostal na úroveň roku 2013. Ve strategií sledovaném období let 2015–2024 tak objem vývozu textilního zboží zaznamenává v první fázi, která se také do jisté míry kryje s politikou řízeného kurzu Kč, kterou uplatňovala ČNB, růst. V druhé fázi „nepředvídatelného“ vývoje let 2020–2024 je postupně tento trend zvrácen a objem vývozu textilního zboží se výrazně snižuje pod úroveň roku 2015 (viz graf č. 22).

Situace ve vývozu oděvního zboží je poněkud jiná. Objem vývozu de facto během celého období světové měnové krize až do roku 2015 stagnoval a pohyboval se okolo 50 tis. tun. Na tom nic nemění ani přechodný růst objemu vývozu v letech 2013 a 2014, který byl zapříčiněn restrukturalizací v rámci jedné finanční skupiny a přesunem zřejmě neprodaného oděvního zboží k jinému subjektu do Německa. Nicméně od roku 2016 se objem vývozu oděvního zboží dostává na novou úroveň (mezi 71 a 110 tis. tunami vyvezeného zboží ročně), kterou, na rozdíl od vývozu textilního zboží, v zásadě v dalších letech neopouští. A navíc, od roku 2021 až do roku 2024 objem vývozu oděvního zboží zaznamenával kontinuální růst, takže v posledně jmenovaném roce představoval více než dvojnásobek toho, co se vyvezlo v roce 2015.

Dlouhodobě je váhové množství vyvezeného textilu několikanásobně vyšší než oděvního zboží, nicméně rozdíl se postupně snižuje. V roce 2015 se jednalo o více než jedenáctinásobek. V roce 2024 to byl ale již jen čtyřnásobek, přičemž v průběhu posledních let se zde sloučily dva základní trendy, a to na jedné straně výrazný pokles objemu vývozu textilního zboží a na straně druhé pozvolný růst objemu vyvezeného oděvního zboží.

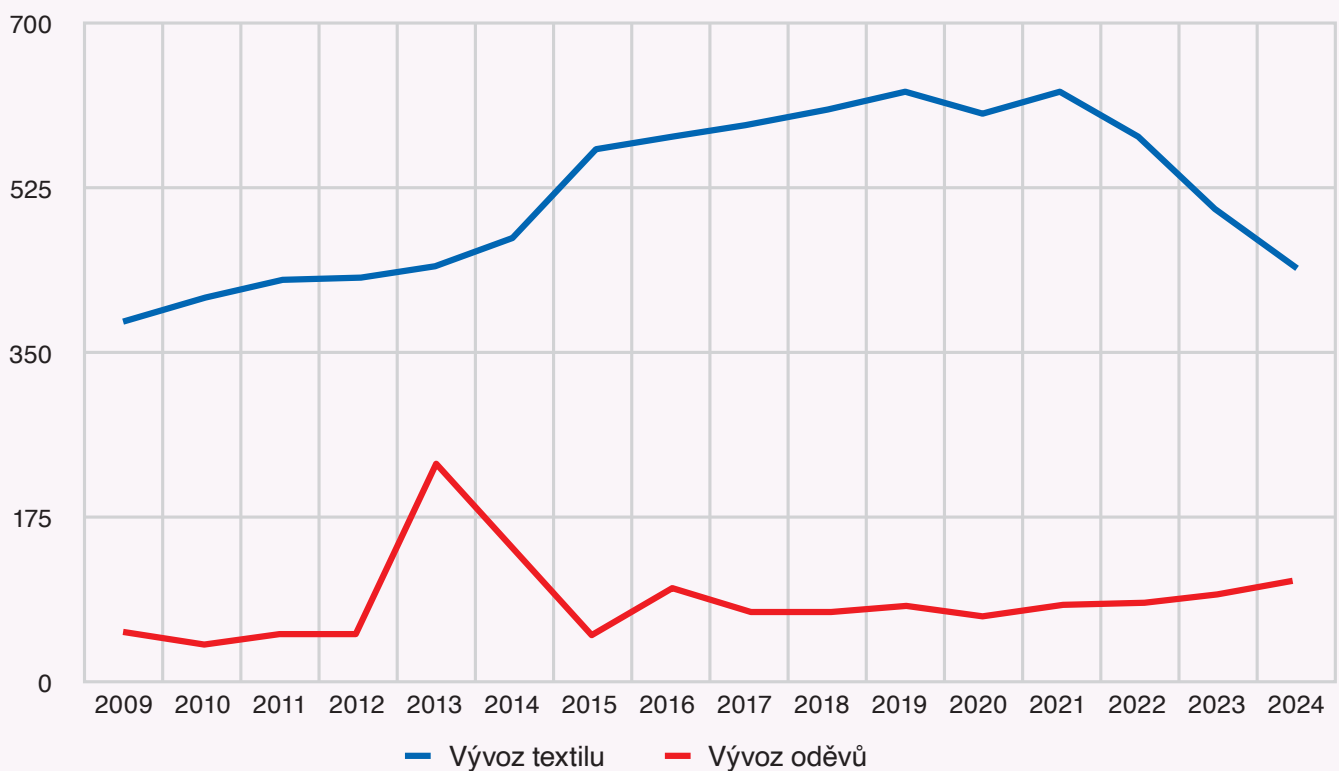
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

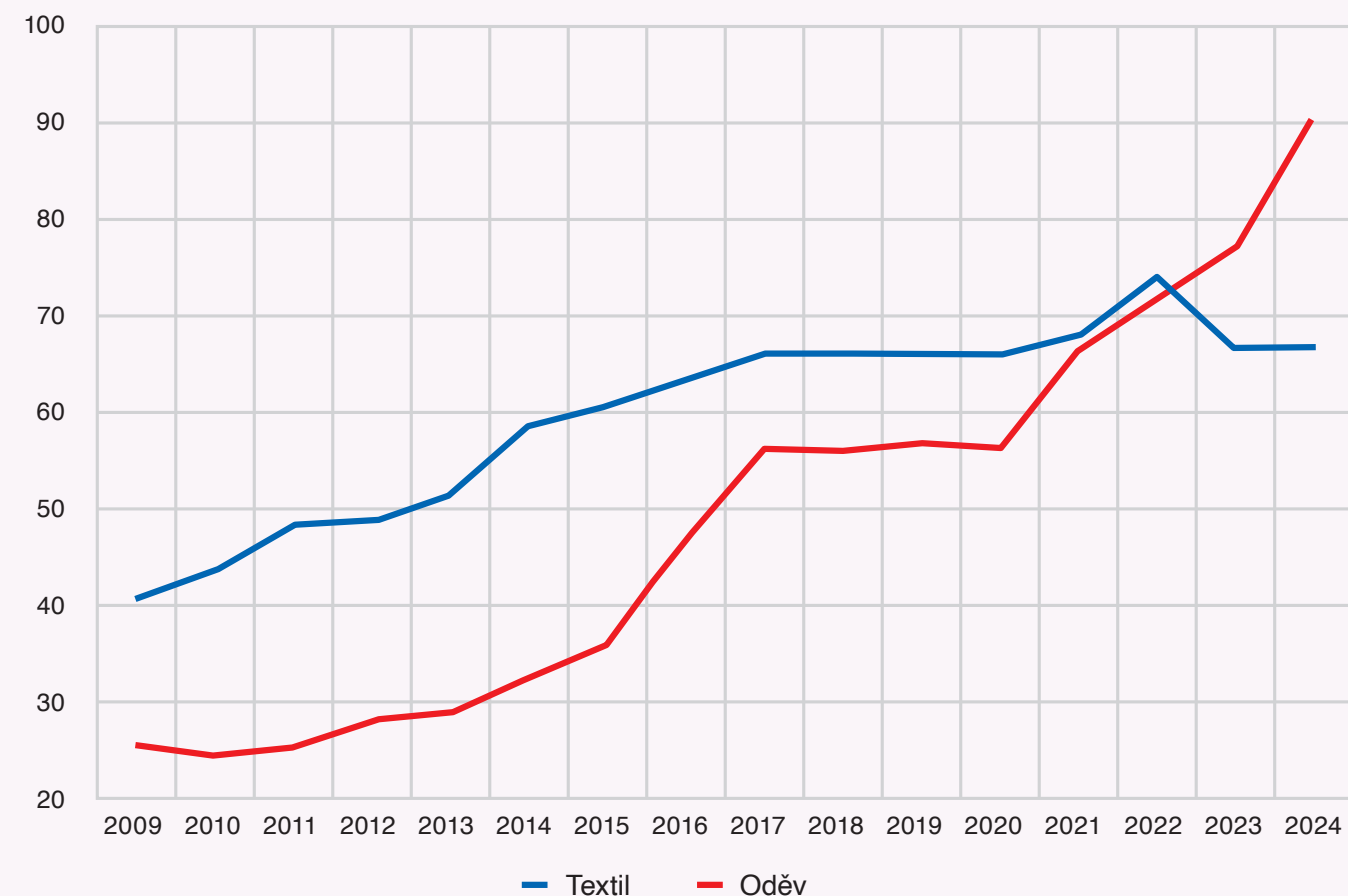
Oba trendy jsou svázány s reakcí trhu na růst cen. Zatímco u textilního zboží byl trh velmi citlivý, což vedlo k poklesům vývozu, v případě oděvního zboží trh růst cen víceméně akceptoval, a ve stejném období dokonce docházelo k růstu objemu vyvezeného oděvního zboží. V pří-

padě oděvního zboží zde určitě hrál roli ještě jeden faktor, a to skutečnost, že oděvní výrobci díky pandemii covidu-19 a uzavření kamených obchodů v mnohem větší míře svoje zboží prodávali přes vlastní internetové obchody (viz graf č. 22).

Graf č. 22
Objem vývozu textilního a oděvního zboží v letech 2009–2024
(Zdroj: ČSÚ, údaje v tisících tun)



Graf č. 23
Celková cena vyvezeného textilního a oděvního zboží v letech 2009–2024
 (Zdroj: ČSÚ, údaje v mld. Kč a v běžných cenách)



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Byl zaznamenán velmi zajímavý vývoj celkové hodnoty vyvezeného textilního a oděvního zboží. V případě textilu můžeme sledovat dvě období s různými trendy. V prvním období (2009–2017), které v zásadě pokrývaly světová měnová krize a později i kurzová intervence ČNB, docházelo v podstatě ke kontinuálnímu růstu hodnoty vyvezeného zboží, a to ze 41 mld. Kč (2009) až na hodnotu 66 mld. Kč, což představuje růst hodnoty textilního vývozu o 61 %. Poté, v letech 2017–2024, následovala de facto stagnace, na čemž nic nemění ani přechodný růst hodnoty textilního vývozu v letech 2021 a 2022 díky vysoké inflaci. Z hlediska vývozu textilního zboží tak po většinu období působnosti strategie TOP ČR do roku 2025 export nepřinášel vyšší finanční prostředky. Pokud srovnáme hodnotu textilního vývozu v roce 2015 s rokem 2024, došlo k jejímu zvýšení pouze o 9 %, které je ale plně absorbováno inflací. Toto není pozitivní zjištění.

U oděvního zboží dochází k růstu celkové hodnoty vývozu v souvislosti se světovou měnovou krizí později, a to nezpochybnitelně od roku 2012, a tento růst trvá, obdobně jako u textilního zboží, až do roku 2017. Pak následuje stejně jako u textilního zboží stagnace, která trvá až do roku 2020. Na rozdíl od vývozu textilního zboží ale celková cena exportu oděvů v následujících letech až do roku 2024 výrazně rostla, přičemž nárůst ceny exportu mezi lety 2020 a 2024 představoval při hodnotě 90 mld. Kč zvýšení o více než 60 %, a oproti roku 2015 dokonce 250 %.

Srovnáme-li vývoj hodnoty vyvezeného textilního zboží s hodnotou vyvezeného oděvního zboží v čase, je zcela zřetelná tendence vyššího růstu hodnoty oděvního exportu, a to do té míry, že v posledních sledovaných dvou letech převýšila hodnotu vyvezeného textilního zboží, přičemž hodnota oděvního vývozu byla v roce 2024 o třetinu vyšší než v případě textilu (viz graf č. 23).

Srovnáme-li vývoj průměrné ceny vyvezeného textilního a oděvního zboží, stojí za povšimnutí její změny po roce 2019. U oděvního zboží došlo k nejvýznamnějšímu cenovému skoku v souvislosti s pandemií covidu-19 v roce 2020, kdy meziroční růst průměrné ceny představoval 112 Kč na kilogram, což je nárůst ceny o 16 %, a nastavil de facto novou cenovou úroveň i pro nadcházející roky. V ní se růst cen energií a inflace promítl méně výrazně (+ 5 %) a jen přechodně (v roce 2022). Oděvní exportéři novou cenovou hladinu udrželi a objem jejich vývozu i za vyšších cen rostl. Je zřejmé, že i díky objektivním okolnostem došlo u oděvního vývozu k navýšení cen ve správný čas, přičemž si oděvní výrobci vytvořili spolu s přechodem na vlastní internetové obchodování základní předpoklad pro svůj další rozvoj.

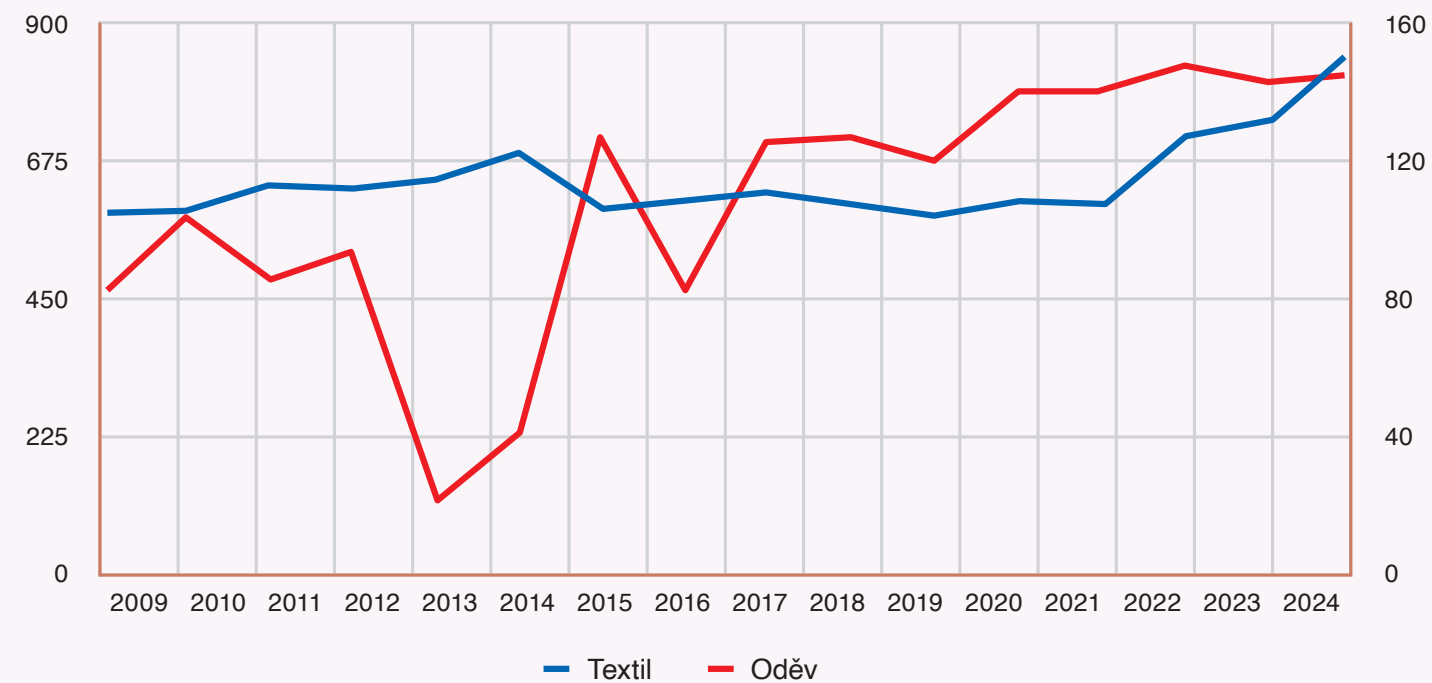




Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Graf č. 24
Průměrná cena vyvezeného textilního a oděvního zboží za kilogram v letech 2009–2024
(Zdroj: ČSÚ, údaje v Kč v běžných cenách)

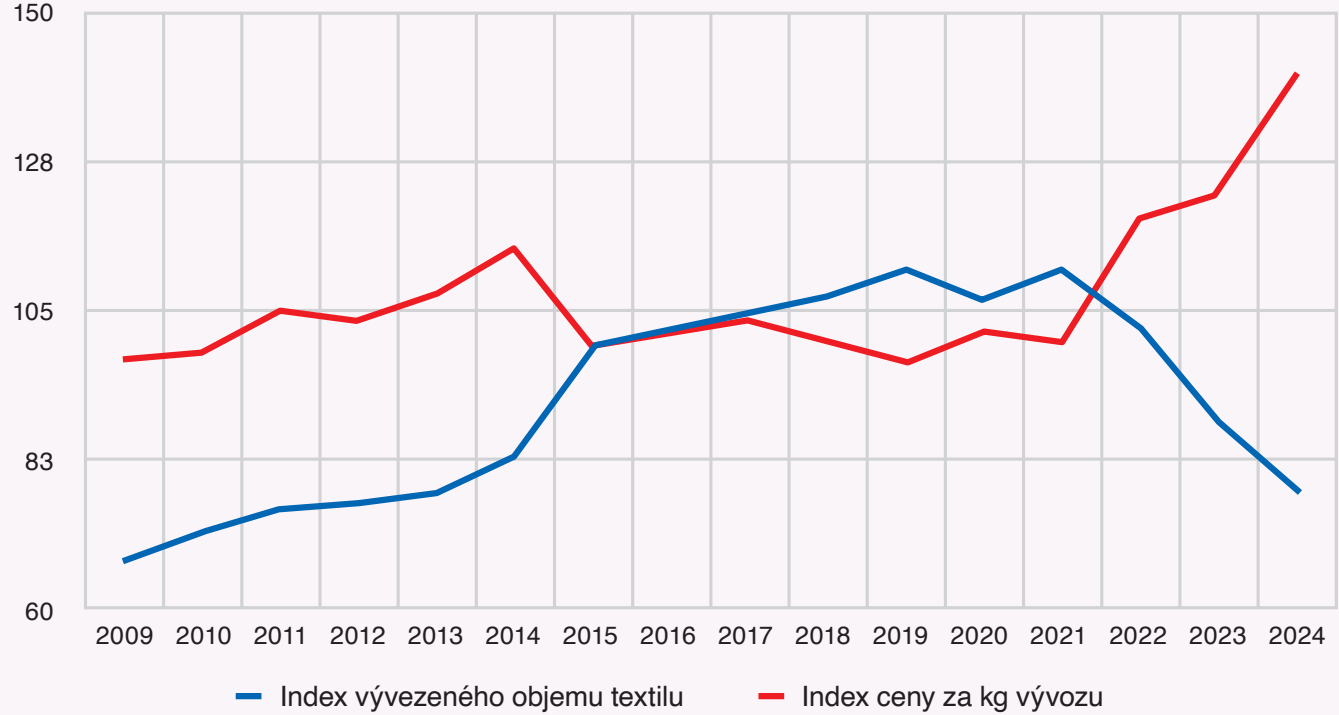


V případě vývozu textilního zboží byl vývoj odlišný. Především v období 2015–2021 byla průměrná cena vyvezeného textilního zboží nižší než v předešlých letech, což bylo částečně způsobeno dílčí ztrátou afrického trhu s luxusním, a tedy i dražším zbožím. K výraznému navyšování průměrné ceny textilního vývozu pak došlo až v souvislosti s rostoucími cenami energií a inflací. Toto navyšování, které mezi lety 2021 a 2024 představovalo 43 Kč/kg (+ 40 %), přišlo v příliš vhodnou dobu po covidových restrikcích, kdy byly narušeny dodavatelské vztahy, a navíc byly mnohé sklady ještě plné z dob globálního pandemického výrobního útlumu (viz graf č. 24).

Podíváme-li se podrobněji na vztah objemu vyvezeného zboží a jeho průměrné ceny, je jak v případě textilního, tak i u oděvního zboží patrná závislost objemu vývozu na ceně.

V případě textilního zboží je ale citlivost na cenu vyšší. Za pozornost stojí vývoj v letech 2022–2024, kdy byl výrazný nárůst průměrné ceny vývozu provázen výrazným poklesem objemu vývozu. Zde lze usuzovat, že kvůli vysokým cenám textilní vývozci část svého trhu minimálně přechodně ztratili (viz graf č. 25).

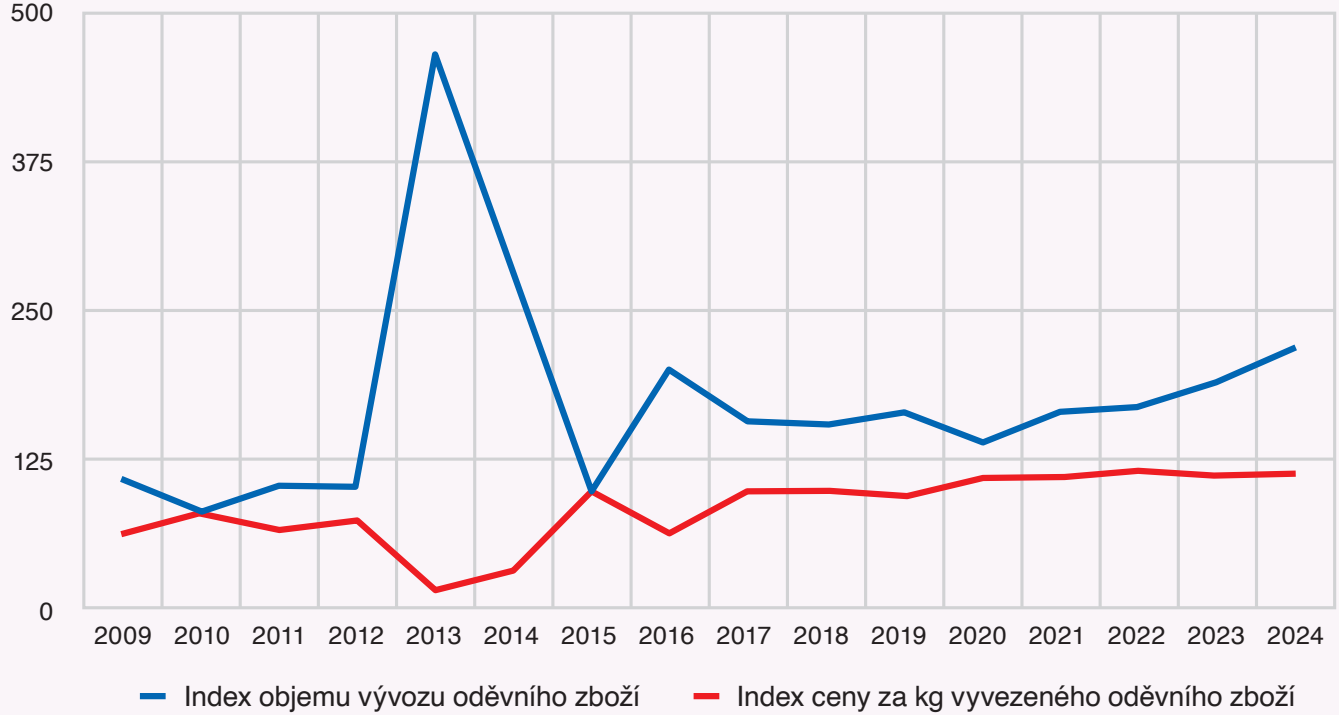
Graf č. 25
Srovnání indexu objemu vyvezeného textilního zboží s indexem ceny za kilogram vyvezeného textilního zboží v letech 2009–2024
(Zdroj: ČSÚ, 2015 = 100)



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Graf č. 26
Srovnání indexu objemu vyvezeného oděvního zboží s indexem ceny za kilogram vyvezeného oděvního zboží v letech 2009–2015
(Zdroj: ČSÚ, 2015 = 100)



V případě oděvního zboží lze po roce 2020 pozorovat oslabení citlivosti objemu vývozu na cenu a zřejmě akceptaci vyšší ceny oděvního zboží trhem. Nutno ale v této souvislosti zmínit, že procentuální nárůst průměrné ceny vyvezeného oděvního zboží v letech 2020–2024 byl přibližně třetinový oproti procentuálnímu nárůstu průměrné ceny textilního vývozu, a tak byl pro zákazníky při vědomí všech příčin stravitelnější (viz graf č. 26).



Z hlediska jednotlivých trhů je zcela evidentní obrovská závislost na Evropě a potažmo na vnitřním evropském trhu. Pokud vezmeme v úvahu jednotný evropský trh, čeští textilní a oděvní vývozci se pohybují dominantně právě v tomto prostoru. V případě textilního exportu sice postupně docházelo k pozvolnému posilování na mimoevropských trzích, a to až do roku 2021, pak ale vlivem celkového snižování objemu textilního vývozu, a to zvláště od roku 2023, se tyto

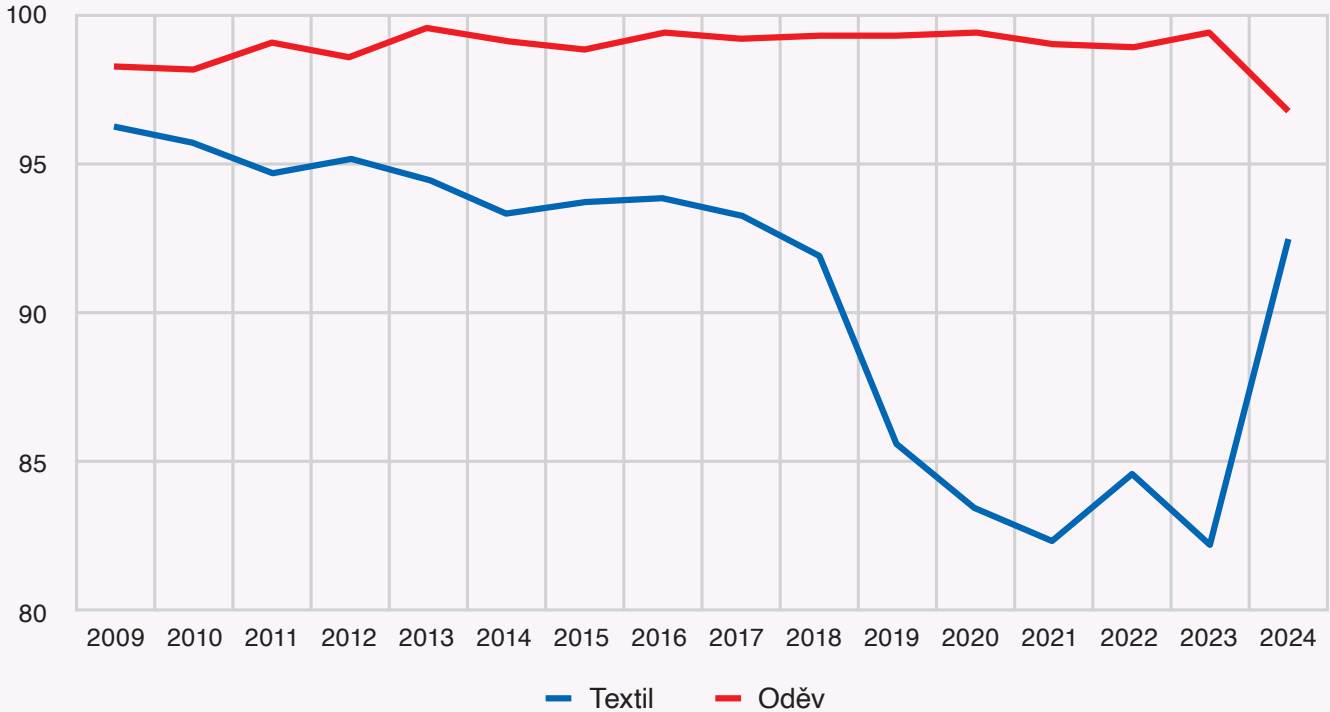
Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

mimoevropské trhy začaly opouštět. V roce 2024 byl podíl textilního exportu do evropských zemí 92 %. Pokles podílu objemu vývozu do Evropy je způsoben přechodným nárůstem, jak je níže ještě rozebráno, objemu vývozu do Ameriky, zřejmě díky reexportu zboží jiné provenience přes Českou republiku.

V případě oděvního zboží je závislost na evropském trhu ještě výraznější, přičemž do evropských zemí se dlouhodobě exportovalo mezi 97 % a téměř 100 % oděvů určených k vývozu. Až v roce 2024 došlo k náznaku posilování vývozu i do mimoevropských zemí (viz graf č. 27).

Graf č. 27
**Vývoj podílu vývozu do Evropy na celkovém vývozu
textilního a oděvního zboží v letech 2009–2024**
(Zdroj: ČSÚ, údaje v %)



Podíváme-li se na prvních deset zemí, kam se nejvíce vyváží textilní zboží, upoutají nás následující zjištění:

- Jedná se výhradně o evropské země.
- Nejvíce se vyváží do sousedních zemí, a to do Německa a do Polska. Pozice Slovenska se oslabuje a Rakousko je na chvostu první desítky.
- Posiluje se význam Itálie a Francie.
- Do prvních deseti zemí se vyváží tři čtvrtiny veškerého objemu vývozu a tento poměr se v zásadě nemění.
- Z uvedené elitní desítky kvůli brexitu vypadla Velká Británie, která byla nahrazena Španělskem.
- Průměrná cena za kilogram vývozu textilního zboží se v zásadě neliší od průměrné ceny vývozu do jiných regionů.

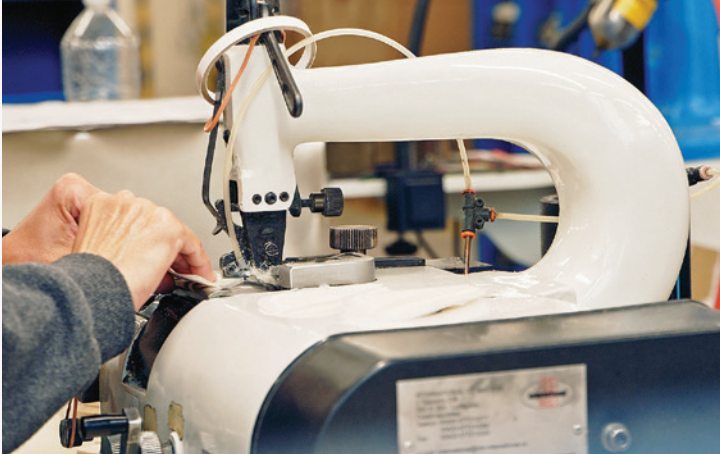
Viz tabulky č. 1 a 2.

Tabulka č. 1

Vývoz textilního zboží v roce 2015					
Název země	Objem vývozu (t)	Cena vývozu Kč (mld.)	% objemu na celkovém vývozu	% ceny na celkovém vývozu	Průměrná cena za kg v Kč
Německo	137 022	15,9	24,3	26,3	116
Slovensko	83 033	4,0	14,7	6,6	48
Polsko	52 198	4,4	9,3	7,3	84
Itálie	40 681	6,9	7,2	11,4	170
Francie	26 065	2,6	4,6	4,3	101
Belgie	24 269	1,8	4,3	3,0	76
Nizozemsko	23 027	2,5	4,1	4,1	108
Spojené království	17 897	2,1	3,2	3,4	115
Rakousko	14 850	2,7	2,6	4,4	180
Maďarsko	13 724	1,2	2,4	2,0	87
Prvních 10 zemí podle objemu vývozu	432 767	44,1	76,7	72,9	109
Vývoz celkem	563 899	60,5	100	100	107

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny



Pomineme-li Evropu, k největšímu přechodnému nárůstu objemu vývozu mezi lety 2015 a 2024 došlo u exportu do Ameriky, a to o z 18 tisíc tun na 85 tisíc tun, což představuje téměř pětinasobný nárůst k roku 2021, po kterém ale následoval hluboký pokles až na úroveň mírně nižší než v roce 2015 (viz graf č. 28). Z důvodu uvedené výrazné změny v objemu vývozu stojí za to se u tohoto případu zastavit a hlouběji jej analyzovat.

Na první pohled by se dalo usuzovat, že šlo o vývoz nějakého inovativního výrobku. Po hlubším rozboru je ale nutné tuto tezi vyloučit. Největší nárůst vývozu byl zaznamenán u položek „bavlněné šicí nitě“ a „šicí nitě z umělých vláken“, případně určené pro maloobchod s průměrnou cenou přibližně mezi jednou a dvěma Kč za kilogram.

Tabulka č. 2

Vývoz textilního zboží v roce 2024					
Název země	Objem vývozu (t)	Cena vývozu Kč (mld.)	% objemu na celkovém vývozu	% ceny na celkovém vývozu	Průměrná cena za kg v Kč
Německo	119 215	18,1	29,3	29,8	152
Polsko	53 680	5,5	13,2	9,0	102
Itálie	32 247	6,3	7,9	10,4	195
Francie	27 133	3,6	6,7	6,0	134
Slovensko	26 413	3,8	6,5	6,3	145
Nizozemsko	18 237	3,6	4,5	5,9	196
Španělsko	14 701	1,4	3,6	2,2	92
Rumunsko	12 059	1,9	3,0	3,1	157
Rakousko	11 698	1,9	2,9	3,2	164
Belgie	11 179	2,0	2,7	3,3	177
Prvních 10 zemí podle objemu vývozu	326 563	48,0	74,1	72,0	151
Vývoz celkem	440 726	66,7	100	100	151



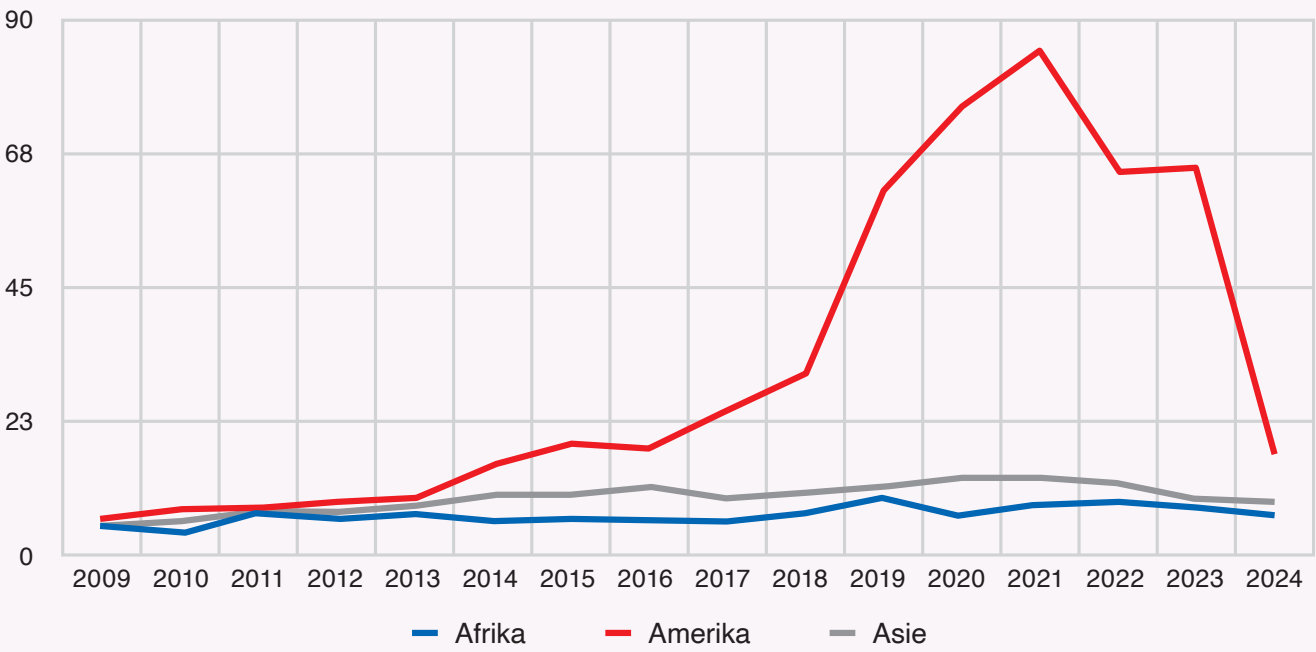
Rozhodně se tedy nejedná o výrobek s vysokou přidanou hodnotou a nejspíše jde o nějaký výprodej nebo reexport směřující do Spojených států, kdy se vysoká přidaná hodnota realizovala díky velmi nízké dovozní ceně až v tomto státu.

Vývoz textilu do Asie a Afriky takové výkyvy ve sledovaném období nevylkazoval a pohyboval se okolo deseti tisíc tun (viz graf č. 28).

Pokud jde o vývoj průměrné hodnoty vyvezeného textilního zboží, po celé sledované období se nejvýše pohyboval vývoz do Afriky, která ale také

vykazovala nejnižší stabilitu. Naopak Evropa je typická dlouhodobým mírným růstem průměrné hodnoty vyvezeného zboží. Průměrné hodnoty textilního zboží vyvezeného do Asie a Ameriky oscilují okolo hodnoty evropské, přičemž v posledních letech, konkrétně v době covidové a post-covidové, se jejich hodnota výrazně snížila. Až v roce 2024 došlo k obratu a dá se říci, že v tomto roce se průměrné hodnoty vývozu do Evropy, Asie a Ameriky nijak zvlášť nelišily. V případě Ameriky došlo ke zvýšení průměrné hodnoty vývozu zcela jednoznačně ukončením cenově podhodnoceného vývozu šicích nití (viz graf č. 29).

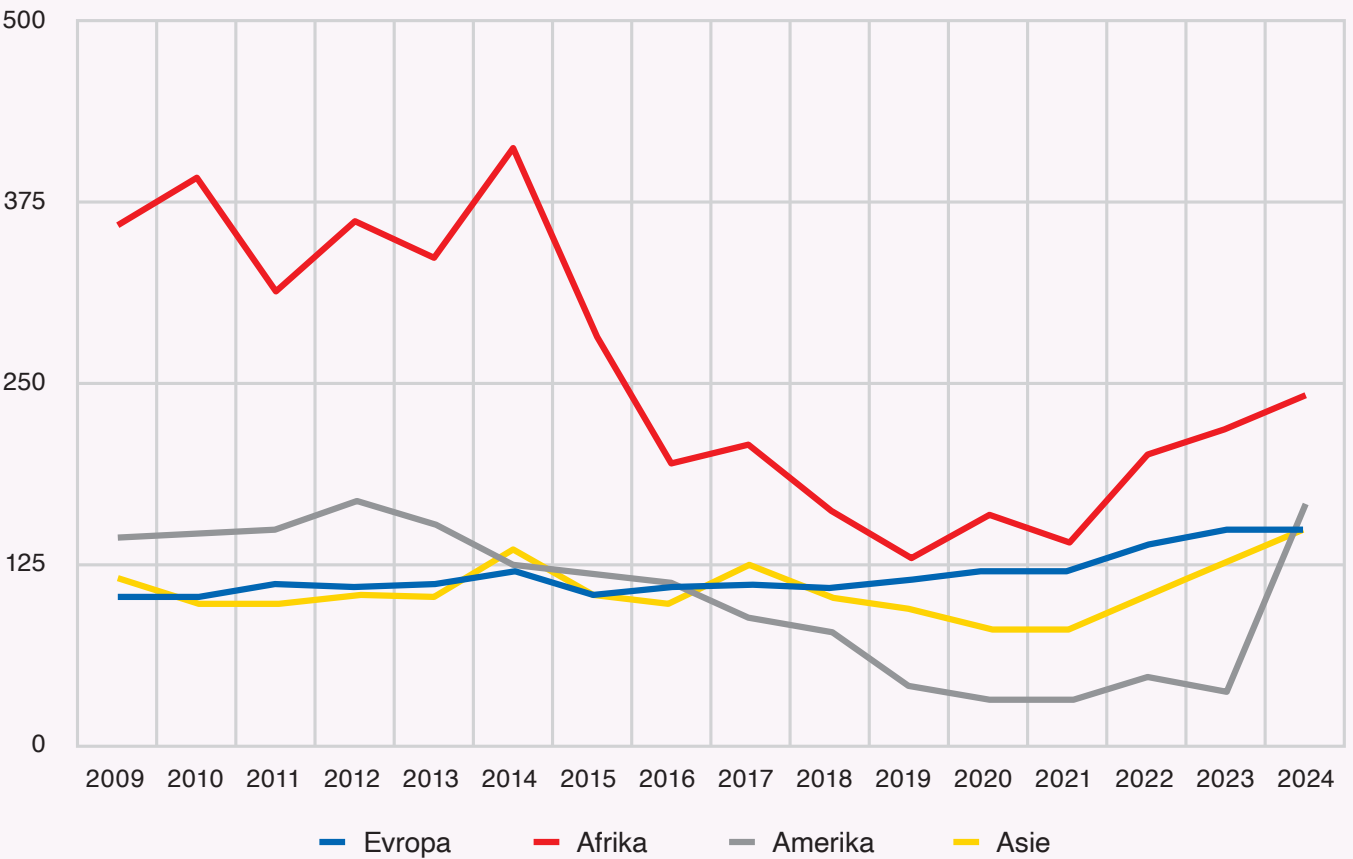
Graf č. 28. Vývoj objemu vývozu textilního zboží do jednotlivých kontinentů bez Evropy v letech 2009–2024 (Zdroj: ČSÚ, údaje v tis. tun)



Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Graf č. 29
Vývoj průměrné ceny na kilogram vyvezeného textilního zboží do zemí jednotlivých kontinentů v letech 2009–2024 (Zdroj: ČSÚ, údaje v Kč/kg)





Když bychom se na základě uskutečněných analýz zamysleli nad obecnými charakteristikami jednotlivých trhů, mohli bychom dojít k následujícím závěrům:

Charakteristika trhů podle vývoje průměrné ceny za kilogram vyvezeného zboží

Evropa – stabilní trh, kde je růst ceny velmi hlídán, to znamená, že uvedená stabilita vývozu, a tedy i potažmo tržeb je z velké míry zajištěna za cenu rezignace na vyšší přidanou hodnotu prodáváných výrobků a služeb.

Afrika – kontinent s dlouhodobě nejvyšší průměrnou cenou vyvezeného zboží. Tato cena ale vykazuje nejnižší stabilitu. Jinými slovy, Afrika je perspektivním trhem, ale jen za cenu akceptace rizika neočekávaných změn a výkyvů s dopadem na byznys.

Asie – kontinent v zásadě se srovnatelnou průměrnou cenou za kilogram vyvezeného zboží jako v případě Evropy. Průměrná cena exportu ale ve srovnání s Evropou podléhá poněkud větším výkyvům a dlouhodobě je vývoz z České republiky minimální. Nicméně díky velikosti a kulturní rozmanitosti tohoto trhu by určitě bylo přínosné se mu systematictěji věnovat.

Amerika – americký kontinent je z hlediska průměrné ceny za kilogram vývozu nejproblematictější a nejvíce pro něj platí doporučení předchozí strategie, a to zvláště po zavedení cel novou administrativou Spojených států. Obdobně jako v případě Asie i Amerika jako celek není kulturně jednotná a zcela určitě je na tomto trhu prostor jak pro inovativní zboží s vyšší přidanou hodnotou, tak i například pro zboží tradicionalistické, u něhož celkově počet výrobců ve světě klesá, avšak určitá poptávka po něm zůstává.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Určité odlišnosti byly zaznamenány u vývozu oděvního zboží. Podíváme-li se na prvních deset zemí, kam se nejvíce vyváží, upoutají nás následující zjištění:

- Obdobně jako v případě textilního zboží se jedná výhradně o evropské země.
- Nejvíce se vyváží do sousedních zemí, přičemž význam Rakouska se ve srovnání s rokem 2015 posiluje.
- Posiluje se význam Itálie a Španělska, a naopak oslabuje Maďarsko a Rumunsko.
- Do prvních deseti zemí se vyváží přibližně devět desetin veškerého objemu oděvního vývozu a tento poměr se dále mírně posiluje.
- Z uvedené elitní desítky kvůli brexitu vypadla Velká Británie, která byla nahrazena Španělskem.
- Průměrná cena za kilogram vývozu oděvního zboží do uvedených deseti zemí je nižší než průměrná cena za kilogram vývozu do ostatních zemí.

Viz tabulky č. 3 a 4.

Tabulka č. 3

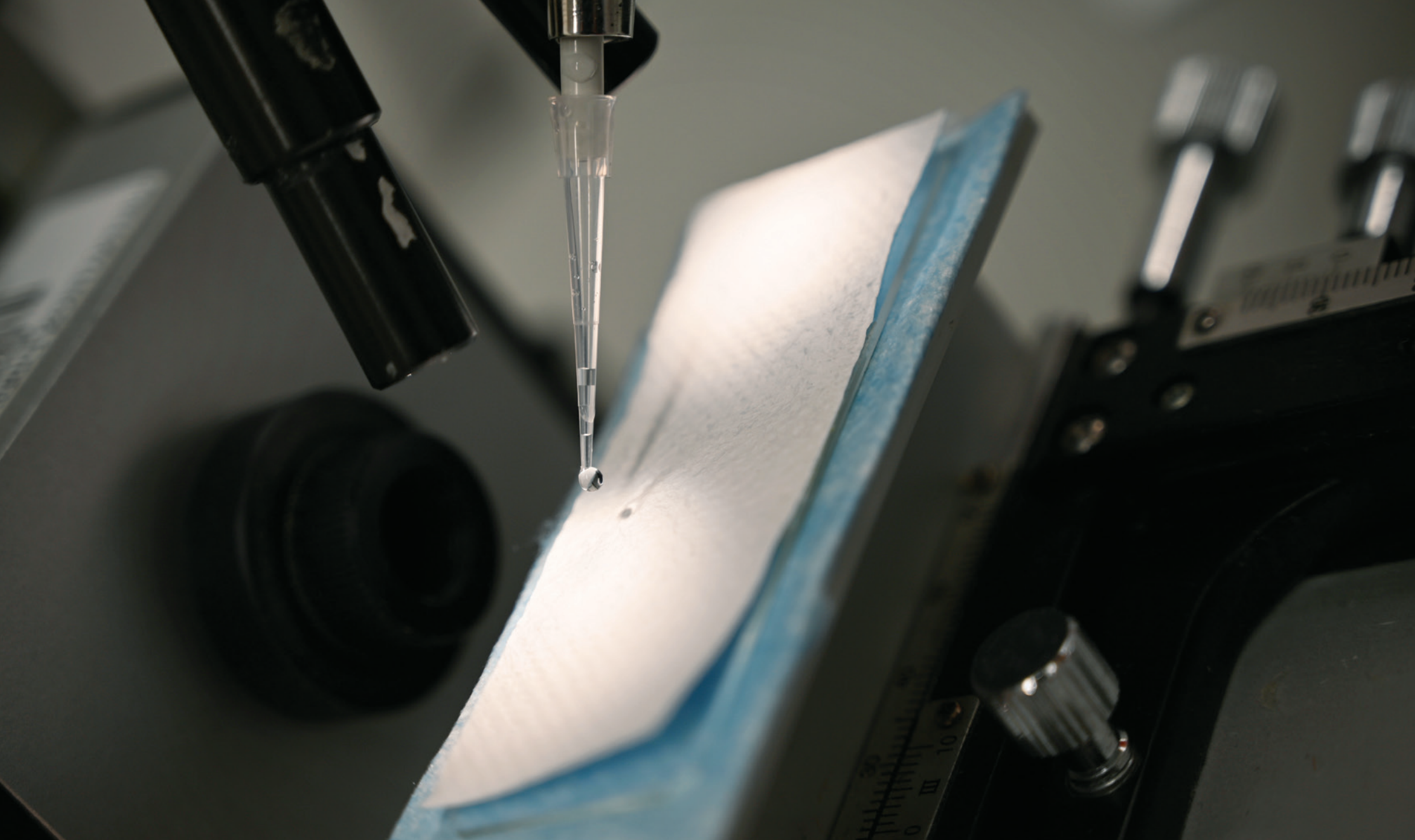
Vývoz oděvního zboží v roce 2015					
Název země	Objem vývozu (t)	Cena vývozu Kč (mld.)	% objemu na celkovém vývozu	% ceny na celkovém vývozu	Průměrná cena za kg v Kč
Německo	12 171	10,9	24,6	30,9	894
Slovensko	10 160	4,4	20,5	12,6	435
Polsko	5 519	3,8	11,1	10,8	689
Maďarsko	3 597	0,9	7,3	2,6	251
Rumunsko	3 203	0,8	6,5	2,3	254
Rakousko	2 280	1,7	4,6	5,0	766
Itálie	2 093	2,9	4,2	8,2	1381
Spojené království	1 733	1,6	3,5	4,5	912
Francie	1 386	1,7	2,8	5,0	1261
Nizozemsko	741	0,7	1,5	2,0	956
Prvních 10 zemí podle objemu vývozu	42 883	29,5	86,6	83,8	688
Vývoz celkem	49 527	35,2	100	100	710

Tabulka č. 4

Vývoz oděvního zboží v roce 2024					
Název země	Objem vývozu (t)	Cena vývozu Kč (mld.)	% objemu na celkovém vývozu	% ceny na celkovém vývozu	Průměrná cena za kg v Kč
Německo	50 484	47,6	47,4	56,2	943
Polsko	11 183	6,7	10,5	7,9	597
Slovensko	10 286	6,1	9,7	7,2	591
Rakousko	8 503	4,3	8,0	5,1	511
Itálie	4 421	3,5	4,2	4,1	789
Rumunsko	3 999	1,8	3,8	2,1	441
Maďarsko	2 522	1,3	2,4	1,5	499
Francie	2 356	2,1	2,2	2,5	893
Španělsko	1 845	1,7	1,7	2,0	911
Nizozemsko	1 594	1,3	1,5	1,5	799
Prvních 10 zemí podle objemu vývozu	97 193	76,2	91,2	90,1	785
Vývoz celkem	106 538	84,6	100	100	795

Z výše uvedeného lze shrnout, že zahraniční obchod textilním a oděvním zbožím zůstává stále dominantně zakotven v schengenském prostoru. Z tohoto hlediska jej lze považovat za vnitřní, v jehož rámci se využívá výhod shodných pravidel a absence cel. Vývoz do třetích zemí stále zůstává okrajový. Tato situace samozřejmě limituje rozvoj odvětví a v jednostranné regionální orientaci je skryté i riziko nadměrných dopadů v případě hospodářských otřesů v EU.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny



VII. GEOPOLITICKÉ PŘEDPOKLADY PRO STRATEGII TOP

Tato kapitola tvoří základní shrnující rámec pro úvahy nad strategií českého textilního a oděvního průmyslu. Nejedná se tedy o analytickou studii, ale pouze o shrnutí a definování základních trendů v globálním politickém a ekonomickém prostředí a zakotvení Evropské unie v něm a v relevantních globálních vztazích s vyhodnocením příležitostí a rizik, která by následně mohla strategie TOP zohlednit.

Hlavní zjištění

- Přibližně během světové finanční krize se západní svět dostal na pomyslný vrchol svého vlivu a pak přešel do defenzivy. To znamená, že přestal být rozhodujícím aktérem v mezinárodním dění a neměl moc některým klíčovým událostem zabránit. Takovým ukázkovým příkladem je anexe části ukrajinského území včetně Krymu.
- Roky 2007–2025 lze v západních zemích vnímat jako vleklou ekonomickou krizi způsobenou především rostoucí dominancí zboží výroby v Číně a v dalších, převážně asijských zemích a globální distribuce čínského a dalšího zboží, která limitovala rozvoj domácích průmyslů v Evropě, ale i v jiných částech světa. Pokud nepřijmeme tezi, že se jedná o přirozený vývoj, měli bychom hledat koncepty, jak tento stav změnit. Spojené státy, zdá se, tuto koncepci našly v MAGA, v dramatickém navýšení cel a v horečném úsilí o posílení politického vlivu ve světě.
- Evropská zelená dohoda se stala kontroverzním unijně sjednocujícím politickým aktem pod taktovkou Evropské komise. Nelze tedy předpokládat, že by Evropská komise byla příliš ochotna ze svých přístupů slevovat, naopak bude mít spíše zájem o posilování centrálního vlivu. Domýšlíme-li do určitého extrému vztah členských zemí a Evropské komise, může dojít ke sjednocení unijních členů proti Evropské komisi. V každém případě oba proudy Evropskou unii příliš neposílí v období, kdy by měla být jednoznačná a silná.
- Vzniká potřeba odbourávání bariér na vnitřním trhu EU. V tomto duchu bude i debata o 28. režimu, v jehož rámci by měla být diskutována pravidla jednotného ekonomického právního rámce nad právními pravidly jednotlivých členských zemí.
- Léta 2023–2025 se stala výrazným obdobím sebereflexe Evropské unie s identifikací slabin. Otázkou zůstává, do jaké míry vnitřní setrvačnost umožní jejich odstraňování.

a) Stručný geopolitický vývoj a trendy

V posledních letech stále naléhavěji v mezinárodněpolitických vztazích vyvstávají otázky nad trvalostí a skutečnými i očekávanými změnami geopolitického systému. Je užitečné se před úvahami nad střednědobou strategií zběžně ohlédnout za několika uplynulými dekádami a pokusit se najít body zlomu globálního nastavení a směřování politických a ekonomických sil. Bylo to právě uvedené obecné geopolitické a také ekonomické nastavení, které podstatnou měrou determinovalo podmínky pro výrobu, podnikání a i pro potenciální byznysový úspěch či neúspěch.

V příložené tabulce č. 5 jsou na časové ose vyneseny podstatné světové, evropské a české události, které měly vliv na utváření podnikatelského prostředí, ať už na naší, lokální úrovni, nebo na úrovni evropské či světové.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Z pohledu na tabulku lze vyvodit, že devadesátá léta minulého století a téměř celá první dekáda současného století byly obdobím růstu západního a potažmo i evropského společenství a jeho vlivu. Toto období je charakterizováno dominancí Spojených států v mezinárodněpolitických vztazích. V rámci Evropy se posilují západní instituce provázené rozšiřováním členství v nich. Nejdůležitější je rozšiřování NATO a vznik a rozšiřování Evropské unie.

Toto období v zásadě končí americkou hypoteční (2007) a následnou celosvětovou finanční krizí (2008–2015). Dá se říci, že se z ní západní ekonomiky dosud plně nevzpamatovaly. Pod tímto „globálním plátnem“ ale docházelo a dochází v zásadě ke kontinuálnímu růstu politického a ekonomického vlivu Číny, která zcela jednoznačně těží ze svého přistoupení k WTO v roce 2001. Nechme zde promluvit pročínský zdroj a docenta Centrální univerzity financí a ekonomiky v Pekingu Liu Chunshenga:

„Na začátku svého členství ve WTO byl roční objem obchodu Číny pouze kolem 500 miliard amerických dolarů. Podle údajů Světové banky obrat čínského obchodu se zbožím do roku 2021 překročil 5,6 bilionu dolarů, což výrazně zvýšilo její podíl na objemu globálního obchodu. Kromě toho se Čína stala největším obchodním státem se zbožím a primárním obchodním partnerem po celém světě.

Čínský HDP byl v roce 2001 méně než 1,4 bilionu dolarů a v roce 2023 vzrostl na více než 15 bilionů dolarů. Institucionální reformní opatření přinesená přistoupením do WTO usnadnila otevření čínské ekonomiky a standardizaci jejího trhu, což vedlo k přechodu Číny z ekonomiky založené na výrobě k diverzifikovanější ekonomice.“¹¹

Když se podíváme na závěrečnou fázi finanční krize, vidíme, že na jedné straně do Evropské unie vstupuje poslední nový člen – Chorvatsko (2013), na straně druhé můžeme sledovat destabilizaci arabského světa provázenou občanskou válkou v Sýrii a vyhlášením Islámského státu. Dochází ale také k Euromajdanu na Ukrajině a k následné ruské podpoře separatismu na Ukrajině a k anexi Krymu. Současně probíhá zvýšený příliv nelegálních migrantů do Evropské unie, který vrcholí migrační krizí let 2015–2016. Právě v této době se začíná rozbíhat ve Velké Británii diskuze o setrvání v Evropské unii, která vyvrcholila referendem v roce 2016 o vystoupení z EU. To se naplnilo v roce 2020, kdy Evropu a potažmo celý svět současně postihla pandemie covidu-19.

S určitou nadsázkou by se dalo říci, že ekonomická krize, zde reprezentovaná krizí finanční, přerostla v geopolitickou krizi, v níž se „západní svět“ dostal do silné defenzivy a zvláště v případě Evropské unie struktury budované pro jiné prostředí přestaly vyhovovat novým výzvám. V této souvislosti začíná stále více nabývat na váze význam schengenského prostoru s jednotnými obchodními pravidly. Vždyť se také jedná o prostor o rozloze více než 4 miliony kilometrů čtverečních, v němž žije přes 450 milionů obyvatel a jehož součástí je 29 zemí.

Z globálního hlediska mizí ochota k mezinárodnímu konsenzu, která je střídána větším důrazem na individuální zájmy jednotlivých mezinárodních aktérů. Z tohoto pohledu jsou lídry geopolitičtí hráči USA, Čína a Rusko. Evropská unie stojí se všemi důsledky mimo tento klub a spíše více vystupuje na povrch jednotlivé její závislosti a neschopnost energického jednání. Tato situace dříve nebo později povede k modifikaci vnitřních pravidel, a to zřejmě v první řadě s ohledem na obranyschopnost tohoto mezinárodního celku.

¹¹ <https://czech.cri.cn/2023/12/11/ARTITimqXYMjPkpuZr0nP7Ti231211.shtml>



Tabulka č. 5

Klíčové politické a ekonomické události po rozpadu bipolárního systému v letech 1989–2025 s predikcí do roku 2035

ROK	SVĚT	EVROPA	ČESKÁ REPUBLIKA
1989			
1990	1. válka v Perském zálivu	Prováděcí úmluva o schengenském prostoru	
1991	Rozpad bipolárního systému – rozpad Sovětského svazu, rozpuštění Varšavské smlouvy a RVHP, válka v Jugoslávii		Malá privatizace
1992		Smlouva o Evropské unii (Maastrichtská smlouva)	Kupónová privatizace
1993			
1994			
1995		Rakousko, Finsko, Švédsko v EU	
1996			
1997			
1998			
1999	Vstup ČR, Polska a Maďarska do NATO		
2000			
2001	Teroristický útok na „dvojčata“ v New Yorku, válka v Afghánistánu, vstup Číny do WTO – růst její politické a ekonomické síly		
2002			
2003	Válka v Iráku		
2004		Kypr, Česko, Estonsko, Maďarsko, Lotyšsko, Litva, Malta, Polsko, Slovensko, Slovinsko v EU	
2005			
2006			
2007	Americká hypoteční krize	Bulharsko, Rumunsko v EU, ČR v schengenském prostoru	
2008	Světová finanční krize		
2009			
2010			

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

ROK	SVĚT		EVROPA		ČESKÁ REPUBLIKA
2011	Arabské jaro, občanská válka v Sýrii				
2012					
2013			Chorvatsko v EU		Měnová intervence ČNB
2014	Vyhlášení Islámského státu, epidemie eboly v západní Africe, Euromajdan na Ukrajině, Rusko anektovalo Krym				
2015			Migrační krize v EU		
2016			Referendum v UK o odchodu z EU		
2017					
2018					
2019			Evropská zelená dohoda		
2020	Pandemie covidu-19		Vystoupení UK z EU		
2021			Energetická krize		
2022			Válka na Ukrajině		Energetická krize
2023	Válka v Pásmu Gazy				
2024			Antverpská deklarace		
2025	Donald Trump americkým prezidentem – 2. vol. období. I v následujících letech bude americký prezident významným aktérem				
2026	Lze předpokládat, že v oblasti Předního východu dojde k přerozdělení vlivu ve prospěch Izraele a celá oblast se bude postupně stabilizovat, některé konflikty (Írán) mohou přetrvávat	Lze předpokládat, že politický a ekonomický význam Číny nebude klesat, spíše dále růst	Lze předpokládat, že konflikt mezi Ruskem a Ukrajinou bude v nějaké podobě přetrvávat, a i když by bylo uzavřeno příměří, s největší pravděpodobností prostor Ukrajiny nebude bezpečnostně stabilní	Lze předpokládat, že ze strany EK bude přetrvávat tlak na naplňování jednotlivých opatření EGD	
2028					
2029					
2030					
2031					
2032					
2033					
2034					
2035					



b) Reflexe geopolitického vývoje v EU

Hrozby multilaterálnímu globálnímu systému byly popsány i ve strategických dokumentech EU:

„Současné geopolitické rivality mají negativní dopad na úsilí o podporu míru a předcházení konfliktům: brzdí humanitární reakce, podkopávají důvěru a komplikují poskytování globálních veřejných statků. Základní principy mezinárodního práva, lidských práv, demokracie a právního státu jsou zpochybňovány. Stávající instituce, které tyto hodnoty dodržují, jsou až příliš často obcházeny nebo zneužívány k úzkým národním či ideologickým zájmům. Silní nestátní aktéři, včetně digitálních platforem a nadnárodních společností, se stali tvůrci mezinárodních norem mimo zavedené kanály. Občané se cítí stále více odpojeni od všech úrovní správy věcí veřejných. Výsledkem je nepředvídatelnější a nerovnější svět.“¹²

Lze tedy vyslovit dvě protikladné hypotézy:

- Éra, která začala s koncem bipolárního systému a postupně nastavovala globální multilaterální vztahy založené na tu více, tu méně dodržovaných pravidlech, po téměř čtyřiceti letech pomalu končí.
- Aktuální situace odráží přechodné stadium v éře započaté v devadesátých letech minulého století, které je typické znejistěním mezinárodních vazeb poškozených globálními hráči a rovněž „černými“ pasažéry v mezinárodních obchodních vztazích, nejčastěji spojených s termínem „dumping“ nebo „ochrana“ či „protektce“.

První hypotéza předpokládá přenastavení mezinárodních pořádků a zřejmě odklon od dosavadního multilateralismu a budování nových či staronových mocenských celků. Hypotéza druhá předpokládá v převažující míře návrat k dosavadním mezinárodním pořádkům. V každém případě oba tyto pohledy mají vliv na uvažování o střednědobé strategii TOP.

Postoj Evropské komise je nicméně zatím spíše bližší náhledu charakterizovanému druhou hypotézou a multilateralismus je osou její zahraniční politiky a zatím k ní nemá alternativy. Také Evropská zelená dohoda je inspirována a výrazně provázána s mezinárodními dohodami zaštitěnými OSN.

Ve své strategii z roku 2021 je vztah EU k multilaterálnímu globálnímu prostředí popsán slovy: „EU chce prosazovat globální mír a bezpečnost a bránit základní práva, univerzální hodnoty a mezinárodní právo, které tvoří základ kooperativních vztahů mezi zeměmi a národy. Zůstane v popředí reakce na existenční klimatické a biodiverzitní krize, které ohrožují lidstvo, a to bude také vodítkem pro náš přístup k multilaterálnímu systému. EU má v úmyslu prosazovat kooperativní řešení s cílem „lepší obnovy“ – posílení globálního oživení, řešení nerovností, podpory udržitelného rozvoje a veřejného zdraví, digitální a zelené transformace včetně přechodu na čistou energii, ochrany lidských práv a právního státu. Toto úsilí jde ruku v ruce s přístupem založeným více na zájmech.“¹³

¹² JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL on strengthening the EU's contribution to rules-based multilateralism. EUROPEAN COMMISSION, HIGH REPRESENTATIVE OF THE UNION FOR FOREIGN AFFAIRS AND SECURITY POLICY, Brussels, 17.2.2021 JOIN (2021) 3 final.

¹³ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL on strengthening the EU's contribution to rules-based multilateralism. EUROPEAN COMMISSION, HIGH REPRESENTATIVE OF THE UNION FOR FOREIGN AFFAIRS AND SECURITY POLICY, Brussels, 17.2.2021 JOIN (2021) 3 final.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Pokud se nezmění základní nastavení Evropské unie, které by zřetelně reagovalo na aktuální geopolitické výzvy, ať už spojené s hypotézou č. 1, nebo 2, hrozí riziko, že se dostane do vleku událostí a bude tím kontinentem, na jehož úkor se zmíněné změny budou dít.

Signály, že něco není v pořádku, se v průběhu této dekády objevují z více stran. Svého času nejzřetelnější byla Draghiho zpráva o konkurenceschopnosti Evropy ze září 2024. Antverpská deklarace pro Evropskou průmyslovou dohodu sjednotila podnikatele a jejich reprezentace v tlaku na Evropskou komisi k přehodnocení postupu v naplňování Evropské zelené dohody. Do této linie se začlenila i Evropská oděvní a textilní konfederace (EURATEX) i Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu (ATOK).

Pokud jde o evropský textilní a oděvní průmysl, dlouhodobé trendy se příliš neliší od těch, které jsou zaznamenávány v České republice. V celém sledovaném období 2015–2024 byla zaznamenána záporná obchodní bilance, přičemž se do EU dovezl téměř dvojnásobek textilního a oděvního zboží (například v roce 2024 více o 86,6 % ¹⁴). Zatímco do roku 2019 byly trendy dovozu a vývozu rostoucí, pandemií covidu-19 se situace změnila, přičemž importy zaznamenaly výkyvy oběma směry, ale k roku 2024 si zachovaly rostoucí trend. Naproti tomu exporty kulminovaly v roce 2022 a poté nastal kontinuální pokles. V této souvislosti je užitečné zmínit i hlavní zákazníky unijních vývozců, kterými jsou Velká Británie, USA, Švýcarsko, Čína, Maroko a Turecko, přičemž v případě Číny, Maroka a Turecka je velmi pravděpodobné, že se vedle finálních výrobků jedná o subdodávky v rámci dodavatelských řetězců, které se následně vrací zpátky do zemí EU.¹⁵

Vzhledem k tomu, že situace v textilním a oděvním průmyslu je napříč členskými zeměmi EU obdobná, jakož i rizika a výzvy, kterým toto odvětví musí čelit a jež vycházejí jak z politiky Evropské komise, tak i ze silových řešení v rámci mezinárodního obchodu, je nasnadě, že část agendy strategie ATOK do roku 2035 musí směřovat do úrovně jednotlivých politik Evropské unie.

EURATEX jako reprezentant evropského oděvního a textilního průmyslu a obchodu je přirozenou platformou, na které se mohou odehrávat odvětvová diskuze napříč členskými zeměmi EU a mohou se formulovat společná stanoviska a vyvíjet tlak na evropské instituce k zohlednění potřeb textilních a oděvních výrobců.

Je jen logické, že i EURATEX cítí potřebu nově definovat svoje vize k zajištění konkurenceschopnosti evropského textilního a oděvního průmyslu v konkurenčním globálním prostředí, přičemž období 2025–2035 považuje za rozhodující pro další existenci tohoto odvětví.

Ve shodě s výše uvedenými rozborů také EURATEX zaznamenává geopolitické napětí a přetrvávající nestabilitu dodavatelských řetězců a dochází k závěru budování regionálních dodavatelských vztahů. Zvyšování cenové konkurenceschopnosti více vidí v inovacích a v nových přístupech, které zvýší technologickou převahu. Zamýšlí se i nad vztahem priorit zákazníků a obchodních značek. Dlouhodobou odbornou pracovní platformou je pak pro EURATEX uvádění v život jednotlivých opatření „zelené“ tranzice a s ní související klimatická a zdrojová omezení.

Za silnou stránku našeho odvětví EURATEX považuje know-how v oblasti technických textilií, prémiové a luxusní výrobky, husté pokrytí MSP v klastrech, vysoké standardy kvality, bezpečnosti a sociální odpovědnosti, špičkovou výzkumnou infrastrukturu a blízkost hlavních trhů. Naopak slabiny vidí ve vys-

¹⁴ Spring Report (Analysis of the EU Textile and Clothing External Trade in 2024). EURATEX, 2025, s. 8.

¹⁵ Ibid, s. 10–17.



kých výrobních nákladech, závislosti na dovozech, roztržitém trhu, vysokých investičních nákladech na modernizaci, nedostatku dovedností, v omezené kapacitě pro recyklaci vláken, nerovných konkurenčních podmínkách a vysoké regulační zátěži.

V této souvislosti EURATEX hledá cesty, jak proměnit nová evropská pravidla v konkurenční výhodu vůči globálním konkurentům namísto pouhých nákladů na dodržování předpisů. Jako příklady přístupu konfederace EURATEX k diskuzi o nové legislativě lze uvést:

- V případě ekodesignu produktu mohou přední hráči zpeněžit opravitelnost a ověřitelná environmentální tvrzení.
- V případě rozšířené odpovědnosti výrobců spatřuje možnost změn v designu výrobců, přičemž diferencované poplatky mohou odměňovat udržitelný design a učinit evropské textilie konkurenceschopnějšími.
- Legislativa o náležité péči, v jejímž rámci budou muset velké podniky identifikovat, zmírnit a hlásit negativní dopady na lidská práva a životní prostředí v celém dodavatelském řetězci, mohou představovat příležitost pro budování důvěry a konkurenceschopnosti.

Diskuze v rámci konfederace EURATEX dosud probíhá a není uzavřena, nicméně i EURATEX hledá svoje zakotvení v probíhajících změnách a vidí jej ve vymezení jasné cesty, díky níž se „evropský textil“ stane první volbou pro:

- značky, které hledají rychlé, spolehlivé, cirkulární a etické dodavatelské řetězce;
- spotřebitele, kteří požadují důvěru, trvanlivost a udržitelnost za konkurenceschopnou cenu;
- průmyslové odběratele, kteří vyžadují špičkové materiály, kvalitu a strategickou autonomii.

Za klíčové pak pro svoje další působení EURATEX považuje následující problémové okruhy:

- učinit pravidla EU funkčními a konkurenceschopnými;
- formovat obchod a přístup na trhy;
- budovat sdílenou infrastrukturu;
- mobilizovat dovednosti a inovace;
- ovlivňovat veřejné mínění a strategický narativ.

Pro ATOK je diskuze na půdě konfederace EURATEX inspirující, přesto na základě zkušenosti několika transformací v průběhu posledních přibližně třiceti let a s ohledem ke skutečnosti, že textilní a oděvní průmysl působící v České republice zaujímá většinou pozici subdodavatele, volí v některých případech poněkud odlišné přístupy, jak je uvedeno v následující kapitole.

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny



VIII. STRATEGIE TOP 2025–2035

Strategie TOP 2025–2035 je pojata jako pracovní materiál a podklad k zamyšlení, který by měl posloužit subjektům působícím v textilním a oděvním oboru k učinění vlastních strategických rozhodnutí při rozvoji jejich byznysu. Z tohoto důvodu byly do ní pojaty i předcházející kapitoly i s vyhodnocením strategie předcházející, jejíž doporučení, která nebyla překonána sledem událostí, jsou v kapitole první převzata i pro období následující. Obdobně to platí i o strategických postojích konfederace EURATEX v předchozí kapitole.

V následujících blocích jsou formou tří „desater“ shrnuta nejpodstatnější doporučení, jak pro působení na úrovni Evropské unie a České republiky, tak i na úrovni odvětví a samotné Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu.

a) Deset doporučených opatření na úrovni EU a ČR

1. Zajistit rovné podmínky na mezinárodním, evropském i domácím trhu

(Apelovat na vytváření pravidel, a to jak na úrovni ČR, tak i EU, která by umožnila pružně reagovat na rychle se měnící globální bezpečnostní, surovinové a obchodní podmínky, jakož i změny v dodržování mezinárodních dohod s cílem minimalizace negativních dopadů na odvětví. Opatření by se měla týkat cel, auditu původu zboží a sociálního auditu a také antidumpingových opatření a zrušení de minimis. Cílem je nastavování obdobné ochrany, jakou zavádějí srovnatelné ekonomické celky ve světě.)

2. Odstranění všech bariér obchodu a služeb v rámci vnitřního trhu EU

(Skutečná otevřenost trhů a transparentnost veřejných zakázek jsou klíčem k budování rozsáhlého vnitřního ekonomického prostoru a k plnému využití jeho potenciálu. Zvláštní pozornost musí být věnována roztržetosti požadavků na regionální a municipální úrovni. Z tohoto důvodu lze doporučit připojit se k těm silám v EU, které odstraňování vnitřních bariér obchodu a služeb prosazují.)

3. Prohlubování podmínek pro větší obchodní a výrobní spolupráci v rámci celoevropsko-středomořském (Pan-Euro-Med) prostoru

(Oblast Pan-Euro-Med prostoru je pro Evropskou unii nejbližším zahraničním trhem, v němž má ekonomická spolupráce ještě mnohé rezervy. Pro textilní a zvláště oděvní výrobu je konkrétně oblast severní Afriky perspektivním partnerem pro organizaci oděvní výroby, z dlouhodobého hlediska ale může být i zajímavým odbytovým trhem. Pro textilní výrobu je pak zvláště Egypt zdrojem kvalitní bavlny.)

4. Důsledná kontrola celní hranice EU s důrazem na plnění podmínek evropské legislativy

(Jednou z hlavních priorit je zachování rovných konkurenčních podmínek pro výrobu a obchod, a to jak v rámci vnitřního trhu EU, tak i na mezinárodních

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

trzích. Rovné podmínky pro podnikání jsou zvláště důležité v období zelené transformace, kdy budou textilní a oděvní výrobci čelit výrazně větším nákladům na zajištění své produkce.)

5. Podpora výzkumu alternativních surovin využitelných v TOP

(Předpokládáme-li déletrvající malou stabilitu globálního ekonomického a politického prostředí a zvyšující se rizika válek, jichž nemusí být ušetřena ani Evropská unie, je velmi důležité usilovat o maximální surovinovou soběstačnost. Určitě část surovin se dá získat prostřednictvím recyklačních technologií, přesto však k výrobě především oděvů a textilních specialit to nebude zřejmě stačit, a to zvláště při zajištění dostatečné kvality. U původních evropských surovin, za něž lze považovat len a nově i konopí, jsou v první linii snahy o jejich pěstování, zpracování a využití v širším měřítku. Další výzkum by měl tuto nabídku více rozšířit, a to zejména u celulózových vláken.)

6. Veřejné zakázky s vyžadováním prokazatelně stanoveného vysokého podílu práce ze země EU

(Změnit úhel pohledu na veřejné zakázky v členských zemích EU tak, aby na nich měly větší podíl ty subjekty, které v EU vyrábějí nebo poskytují služby a mají v EU zaměstnance a odvádějí daně. V této souvislosti je důležité zohlednit i možné krizové situace a dostupnost vlastních lokálních produktů.)

7. Razantní zjednodušení pravidel pro byznys v rámci EU

(Velmi razantní snížení administrativní zátěže pro podnikání a rozjezd podnikání, a to i za cenu větší individuální odpovědnosti podnikatelských subjektů v případných soudních sporech. Na přemíru a trend růstu administrativní zátěže upozorňuje většina podnikatelských svazů a ATOK se připojuje.)

8. Zavedení či posílení odvětvové samosprávy na úrovni EU a ČR

(Profesní svazy by, a to jak na úrovni EU, tak i jejich členských států, měly více vystupovat jako partneři při řešení agend, které se jich bezprostředně týkají, a spoluvytvářet podklady jak pro legislativní, tak i exekutivní proces v EU i v jednotlivých členských zemích.)

9. Kritické přehodnocení dosavadní „zelené“ politiky EU a revidování strategických dokumentů tak, aby zaváděná opatření odpovídala světovému průměru nebo mírnému nadprůměru

(To, že se výroba a obchod musí ekologizovat, je zcela zřejmé a textilní a oděvní firmy tento apel vnímají a přijímají. Změna se ale musí dít tak, aby výrobci a obchodníci nebyli znevýhodněni proti konkurenci ze třetích zemí a následně jimi nebyli ve svém byznysu nahrazeni. Na druhou stranu se stále musí brát v úvahu dlouhodobý význam udržitelnosti jako marketingového nástroje vůči spotřebiteli.)

10. Budování evropských výzkumných a vzdělávacích center, která by sdružovala největší odborníky v oboru a jejichž služby by byly finančně dostupné pro všechny firmy a zájemce o kvalifikační růst z celé Evropské unie

(Evropská unie se potýká s velkou roztržetostí a tím i s malou efektivitou aplikovaného výzkumu, vzdělávacích přístupů a malého zájmu mladých lidí o textilní a oděvní obor. Tuto situaci v zájmu zachování možnosti rozvoje odvětví je nutné změnit a vybudovat z velké míry uvedenou infrastrukturu nově



s velkým apelem na celoevropské síťování a sdílení. Na tato centra by mohlo být navázáno vysoké školství i dílčí základní i aplikovaný výzkum v členských zemích. Uvedená centra by měla být primárně financována z rozpočtu EU a členských zemí.)

b) Deset doporučených opatření v rámci českého TOP

1. Hledat cesty, jak stabilizovat odvětví, aby dokázalo v budoucnosti zajišťovat i krizové potřeby ekonomiky a státu

(Toto je nejdůležitější apel strategie TOP. Pokud klesne počet firem pod určitou úroveň, přestane odvětví fungovat jako celek se všemi důsledky, jako je absolutní závislost na dovozech a vydíratelnost v obdobích ohrožení či konfliktů. Toto bylo zcela zjevné v době pandemie covidu-19. Není tedy v zájmu společnosti a státu zbavit se tak významného výrobního oboru, jako je textilní a oděvní průmysl. Naopak, mělo by být usilováno o zajištění realistických podmínek pro zřizování nových výrobních průmyslových kapacit, a to zejména u výrobních oborů s větší spotřebou energií a ve strategických odvětvích.)

2. Větší obchodní angažovanost na třetích trzích a hledání modelů, jak na nich být dlouhodobě úspěšní

(Jednou z největších slabín českého TOP je přílišné soustředění na evropské trhy a mezi nimi dominantně na cca 5 zemí. Diverzifikace je v zájmu větší odolnosti firem, zvláště v období ekonomických problémů v Evropě. Samozřejmě to ale ponese větší náklady na budování mezinárodních vazeb a obchodních oddělení. V této souvislosti by se také mělo více pracovat s Pan-Euro-Med prostorem, a to i z pohledu odbytu a diverzifikace mezi vyspělými a rozvíjejícími se ekonomikami.)

3. Přenést, tam kde je to z ekonomického hlediska nezbytné nebo výhodné, část produkce do afrických zemí v Pan-Euro-Med prostoru

(Růst výrobních a mzdových nákladů v České republice stále více otevírá otázku přenosu části výrob do zahraničí v zájmu zachování konkurenceschopnosti. Z tohoto pohledu mohou být díky zvláštnímu vztahu k EU a své blízkosti země severní Afriky velmi atraktivní. Určitě i z nákladového hlediska jsou na tom lépe, než je situace v ČR.)

4. Sladění textilní a oděvní výroby s ekologickými požadavky tak, aby byla co nejvíce v souladu s dlouhodobou udržitelností

(Textilní a oděvní výroba a obchod se budou muset přizpůsobit nově vytvářené „zelené“ legislativě. Čím dříve se na nově zaváděné podmínky připraví, v tím lepší pozici pak budou, až vejdou v platnost. Větší důraz na ekologickou výrobu a spotřebu je také celospolečenský apel v zájmu dlouhodobé udržitelnosti života na Zemi.)

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

5. Vytvořit mapu kompetencí TO firem na českém trhu a zvýšit znalost vzájemných kooperačních možností a kapacit
(Cílem je co nejvíce vytěžít možnosti vzájemné spolupráce k oboustrannému prospěchu firem a udržet tak potenciální zakázky na domácí půdě.)

6. Spojovat síly a sdílet organizační a obchodní kapacity k vzájemnému prospěchu, a to zvláště implementací s perspektivou prosazení se na třetích trzích

(Z velikostního složení českého TOP je zřejmé, že většina firem je zpravidla ekonomicky slabá na to, aby v zahraničí vystupovala samostatně, a nesla tak veškerou organizační zátěž a rizika vstupu do nového prostředí. Bylo by jen logické, kdyby textilní a oděvní firmy spojovaly své síly v oblastech, kde si nekonkurují, a pod nejrůznějšími hlavičkami konsorcií, družstev apod. se podělily o organizační náklady budovaných zahraničních poboček.)

7. Vést cílenou mezioborovou diskuzi o možnostech využití textilu s návazností na základní a aplikovaný výzkum

(S cílem dalšího rozvoje odvětví je důležité prezentovat možnosti textilu v prostředích, kde mohou vznikat nové myšlenky a nápady. Úlohu takového prostředí může plnit brainstormingová mezioborová diskuze, pokud bude skladba jejích účastníků velmi dobře – ne nahodile – připravena. Takovéto diskuze by se měly zaměřovat na nové formy, funkce a využití textilu s podněty právě do VaV a případně zakládání ad hod startupů.)

8. Vytváření podmínek pro vznik mezioborových startupů s textilní nebo oděvní komponentou

(Pro rozvoj odvětví je důležitá rešerše soukromých i veřejných zdrojů financování rozjezdu startupů, z nichž by jednou mohly vznikat větší firmy, které by nahradily ty, jež z trhu odejdou. Obecně je důležité zajištění stabilních – veřejných a soukromých – finančních zdrojů pro inovativní rozvoj TO firem v oblastech, které mohou odvětví kvalitativně posunout dopředu.)

9. Podporovat současné vzdělávací instituce a zaměřit se dále na oblast zájmového celoživotního vzdělávání v textilní a oděvní oblasti

(Iniciovat doplnění školského zákona o možnost vzniku základních technických škol po vzoru základních uměleckých škol, které by byly zasazeny do systému celoživotního vzdělávání, jež by nabízelo absolventům osvojit si druhou profesi.)

10. Vytvářet pozitivní, ale realistický obraz odvětví s pěstováním pozitivního vztahu evropské/české odborné i laické veřejnosti k domácím výrobkům

(K nastavení účinných postupů bude potřebné připravit ucelenou komunikační strategii a renovovat a aktivovat komunikační kanály.)



c) Deset doporučených opatření v rámci ATOK

1. Posilovat pozici ATOK jako hlavního reprezentanta odvětví

(Růst členské základny a rozšiřování servisu pro členy, posilování odborných kapacit sekretariátu a větší zapojování odborníků z členských firem do odborných agend EU/ČR se zvláštním zřetelem na „zelenou tranzici“ a „dekarbonizaci“, usilovat o zavedení určité odvětvové samosprávy v odborných otázkách, zasazovat se o dlouhodobé a stabilní financování aktivit ATOK, sjednocování menších asociací a jejich přibírání pod ATOK.)

2. Prohlubovat mezinárodní spolupráci, a to jak v rámci EU, tak i směrem ke třetím zemím

(ATOK i nadále bude považovat za klíčové svoje členství v konfederaci EURATEX, kromě něho ale bude budovat vlastní síť pro mezinárodní spolupráci, jejíž součástí mohou být jak partnerské asociace, tak i individuální subjekty. Tato síť by měla primárně ulehčovat členům vstup na zahraniční trhy a mezinárodní výrobní, obchodní či jinou spolupráci.)

3. Zasazovat se, aby se posilovalo rovné postavení ekonomických subjektů na trhu

(Apelovat na vytváření pravidel, a to jak na úrovni ČR, tak i EU, která by umožnila pružně reagovat na rychle se měnící globální bezpečnostní, surovinové a obchodní podmínky. Cílem je nastavování obdobné ochrany, jakou zavádějí srovnatelné ekonomické celky ve světě.)

4. Modernizovat svoje komunikační a prezentační nástroje a více komunikovat směrem do zahraničí

(Posilovat informační bázi webu pro členy ATOK, vytvořit z webu ATOK mezinárodní komunikační uzel v oblastech strategického zájmu českého TOP, vytvářet mezinárodní komunitu příznivců a potenciálních spolupracovníků, ...)

5. Vytvářet předpoklady pro úspěšné navazování byznysových vztahů členů doma i v zahraničí

(Navazování partnerských vztahů se zvláštním zřetelem na Pan-Euro-Med prostor, provádění analýz trhu podle požadavků členů, pořádání odvětvových podnikatelských misí do perspektivních teritorií, inspirování členů a vytváření prostředí pro navazování formálních i neformálních vztahů s B2B přesahem, ...)

6. Iniciovat a pořádat brainstormingové diskuze a podílet se na organizaci konsorcií a dalších forem organizací k působení členů na zahraničních trzích, ať už za cílem obchodu, nebo výroby

(ATOK by se měl stát organizačním centrem, za jehož pomoci vznikají mezifiremní spolupráce a formulují se nosná témata pro rozvoj TOP.)

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

7. Podporovat činnost a aktivity komisí, platform a pracovních skupin podle aktuálních výzev a potřeb členů

(Vzhledem ke košatosti aktivit ATOK bude stále více docházet k tvorbě specializovaných pracovních skupin k zajištění konkrétních cílů asociace. Komise by měly být zřizovány jako poradní a expertní týmy k řešení strategických cílů, platformy by se měly šířeji věnovat konkrétním odborným tématům, jako je například Platforma pro cirkulární ekonomiku v případě zelené tranzice, a měly by fungovat pracovní skupiny k naplnění konkrétních úkolů vzešlých z jednání valných hromad a správního výboru.)

8. Organizovat vzdělávání v oblastech zájmu členů a potřeb plynoucích ze zaváděné legislativy EU a ČR

(ATOK bude pokračovat v organizaci vzdělávacích aktivit, které byly započaty projektem Vzděláváním k podpoře členů ATOK, financovaným z OPZ – výzva 110, který se osvědčil a byl o něj zájem. Další oblastí vzdělávání bude problematika zavádění „zelených“ pravidel. K zaštitnění všech vzdělávacích aktivit asociace vznikne Akademie ATOK, jejímž cílem bude přenos informací z prací odborných platform do členské základny ATOK.)

9. Vytvářet inspirační prostředí, z něhož by mohly vycházet konkrétní podněty pro výzkum a inovace, jež by mohly být členy převzaty a využity

(ATOK bude po dohodě se členy organizovat s předem vybranými hosty z různých oborů sady brainstormingových setkání o možnostech dalšího rozvoje textilních technologií, které by měly ideálně vést k formulaci konkrétních výzkumných otázek a adeptů jejich řešení.)

10. Prohlubovat spolupráci sociálních partnerů, a to nejen v zaměstnaneckých otázkách, ale i pokud jde o společné hájení zájmů TOP v rámci Evropské unie

(Bude pokračováno v diskuzi se sociálním partnerem OS TOK o oblastech společného zájmu, a to se zvláštním zřetelem na dopady „zelené tranzice“, a v hledání cest společného postupu na národní a evropské úrovni v jasně definovaných problematikách.)





Posílení úrovně sociálního dialogu v odvětvích a podpora adaptace odvětví na změny

IX. ZÁVĚR

Autoři věří, že jste si předloženou strategii TOP přečetli se zájmem, že pro vás byla a je inspirací a že na ni navážete úvahami o rozvoji vašeho vlastního podnikání. Těm je v této publikaci vyhrazena kapitola X – Poznámky.

X. POZNÁMKY





Spolufinancováno
Evropskou unií

KZPS

