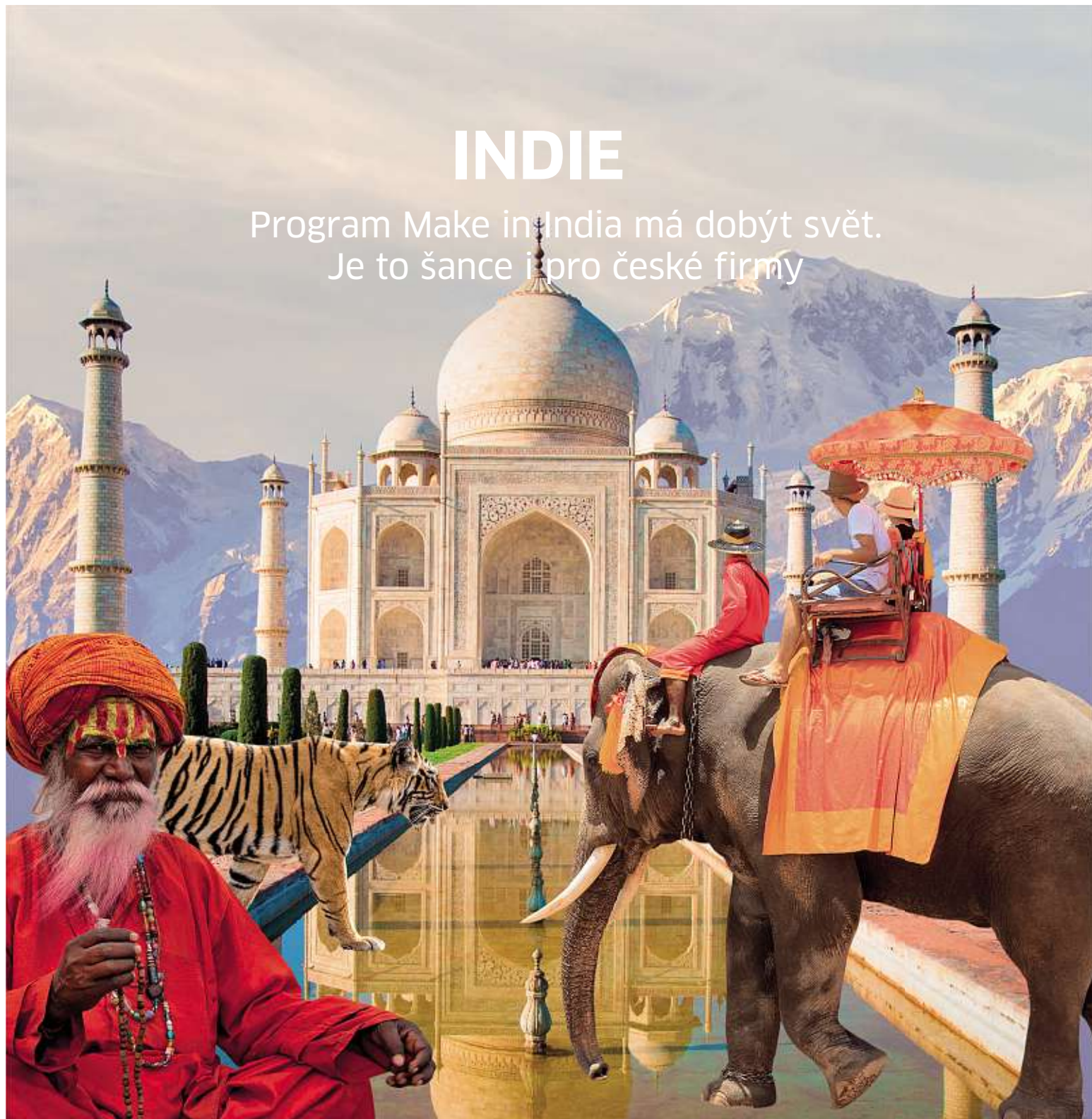


ČESKÝ EXPORTÉR

INDIE

Program Make in India má dobýt svět.
Je to šance i pro české firmy





VODAFONE
FIRMA ROKU 2017
 CENA HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN



ČESKÁ SPOŘITELNA
ŽIVNOSTNÍK ROKU 2017
 CENA HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN



DÁVÁME VYNIKNOUT LIDEM A JEJICH PŘÍBĚHŮM PO CELÉ REPUBLICĚ

Našich odborných setkání a společenských galavečerů
 se účastní ti nejlepší podnikatelé ze všech regionů.

www.firmaroku.cz

www.zivnostnikroku.cz



ČESKÁ
SPOŘITELNA



Skupina ÚJV
 TECHNOLOGIE | INOVACE | LIDÉ



HOSPODÁŘSKÉ NOVINY



4



18



26

TÉMA

Indie se chystá na svou průmyslovou revoluci. Je to šance i pro české firmy **4**

ROZHOVOR S T. ROUSKEM A I. KAMENÍKEM

Mladí lidé do 30 let, to je budoucnost Indie, shodují se šéfové kanceláří CzechTrade v Indii **8**

POHLED NA REGION

Indie – subkontinent plný obchodních příležitostí **12**

NA CESTĚ

Obchodování v Indii vyžaduje hlavně trpělivost **14**

KRÁTCE ZE SVĚTA

Zprávy z Chorvatska, Indie, Chile nebo Maďarska **16**

ROZHOVOR S MINISTREM J. HAVLÍČKEM

Vývozu se teď daří, stát ale musí v pomoci exportérům pokračovat dál **18**

INFORMAČNÍ SERVIS

Opomenutá Bolívie – země plná překvapení **20**
15 let ByznysInfo **21**

ODVĚTVÍ BYZNYSU

Náročnost při výrobě potravin se zúročí v exportu – příkladem je košer slivovice **22**

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

Emco boduje ve vývozu potravin, dokázalo se prosadit v USA i v Rusku **24**

INFORMAČNÍ SERVIS

Čtyři svobody vnitřního trhu: Nedělitelné nejen v principu, ale i v praxi **26**

I stroje se chtějí v zahraničí líbit, pomoci má projekt CzechTradu **28**

Investice do designu, která se opravdu vydařila **29**

ROZHOVOR S K. BUREŠEM

Šéf České exportní banky: Za pět let nemáme žádný případ se selháním. Všichni splácejí **30**

KALENDÁŘ AKCÍ

Zahraněční veletrhy se společnou prezentací **32**

České oficiální účasti na veletrzích v říjnu a listopadu 2017

Nejbližší akce exportního vzdělávání CzechTradu

Jiří Havlíček

ministr průmyslu a obchodu



Vážení čtenáři, dovolte mi, abych vás v květnovém čísle pozval společně s kolegy z MPO a agentury na podporu exportu CzechTrade, kteří se podíleli na tvorbě tohoto čísla, do exotické Indie. Ta patří mezi země prioritního zájmu našeho exportu. Je zemí s více než miliardovým trhem, jež našim výrobcům a exportérům nabízí obrovské vývozní a investiční příležitosti. Ale je i zemí tradic, kontrastů a specifik.

O to více jsou pro naše exportéry důležité informace. Věřím, že prospěšné rady, týkající se možností a zvláštností indického trhu, naleznete i v tomto vydání Českého exportéra. Ještě podrobnější informace, kontakty a především vynikající znalost indického trhu a zásad pro úspěšné obchodování v této zemi mohou našim exportérům nabídnout přímo specialisté agentury CzechTrade.

Přes všechna pozitiva, růst posledních let, rekordní objemy a optimismus, je pro náš export nesmírně důležitá diverzifikace. Vývoz našich firem dosáhl vloni naprosto rekordní výše 3,97 bilionu korun, meziročně vzrostl o 2,3 procenta. Vzrostl ale i podíl našeho vývozu do zemí Evropské unie na 83,6 procenta. Stále rostoucí objem vývozu českých firem na vyspělé trhy EU je na jednu stranu pozitivní, protože dokumentuje vysokou úroveň naší produkce. Logická je ale i naše snaha hledat a otevírat nové trhy a snižovat tak závislost naší ekonomiky na jednom cílovém regionu a rozkládat tak vývozní rizika.

V tomto smyslu také byla aktualizována Exportní strategie ČR, která přináší flexibilní pravidla pro rychlejší reakce státu na změny na světových trzích. V tomto duchu rozvíjíme i jednotnou zahraniční síť pro podporu exportu.

Přeji vám, abyste se v květnovém vydání Českého exportéra dozvěděli o Indii a možnostech českých firem na jejím trhu spoustu užitečných informací. V červnu společně s Českým exportérem navštívíme USA a o letních prázdninách pak slunné Španělsko a Itálii. ■

Jiří Havlíček

Indie se chystá na svou průmyslovou revoluci. Je to šance i pro české firmy

Vláda premiéra Naréndry Módího za jednu z klíčových priorit považuje rozvoj zpracovatelského průmyslu. Na trh se má vrátit značka „Make in India“.

Václav Lavička
vaclav.lavicka@economia.cz

Knejdůležitějším obchodním partnerům Česka v Asii patří Indická republika, druhá nejlidnatější země světa. A také země, jejíž hospodářství v současné době roste nejrychleji na světě. Vláda v Novém Dillí slibuje, že ho otevře více světu a bude liberalizovat podnikání v klíčových sektorech. V nich umožní vyšší účast zahraničních investorů.

Premiér Naréndra Módí si při nástupu do úřadu v květnu roku 2014 předsevzal, že Indie se ve známém žebříčku „Doing Business“ (zveřejňovaném vždy na podzim Světovou bankou) dostane během pěti let do první padesátky. Nyní zaujímá nelichotivou 130. příčku přibližně ze 190 sledovaných ekonomik. „Je to velice ambiciózní cíl, ale zase ne tak bláznivý, jak by se mohlo zdát,“ komentoval toto předsevzetí před třemi lety Onno Ruhl, zástupce Světové banky v Novém Dillí.

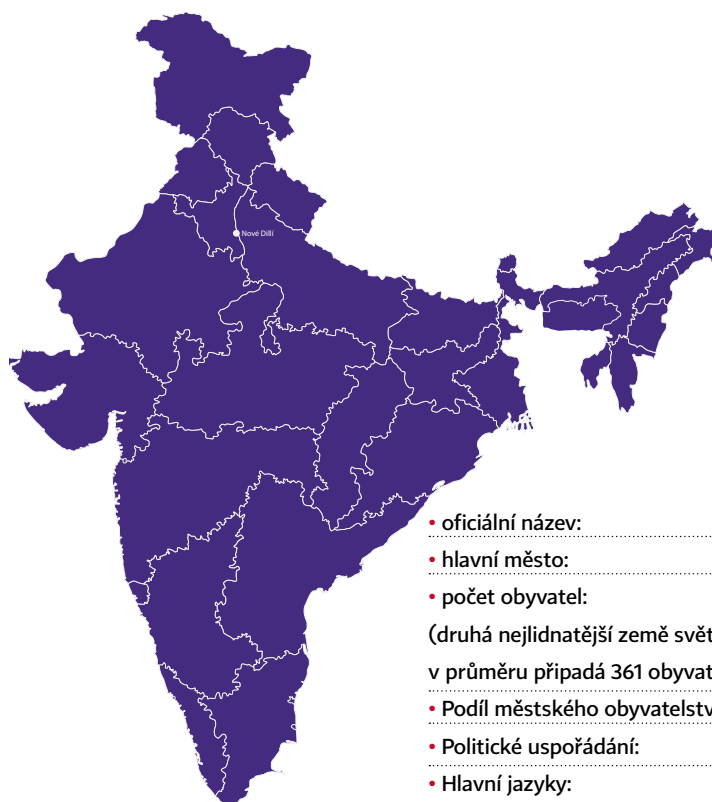
Evropská unie od roku 2007 jedná s Indií o volném obchodu a investování. Rozhovory jsou ale složité. Unii jde při nich především o snazší přístup na obrovský indický trh a účinnější ochranu evropských investic. Indie, jež patří k prioritním exportním teritoriím, se podílí na českém vývozu 0,4 procenta, zatímco podíl Číny je přibližně třikrát větší.

Hospodářství by mělo zrychlit tempo

Indické hospodářství šlo v předchozích letech nahoru slušným tempem bez ohledu na značnou regulaci podnikání a dominantní postavení státu v mnoha sektorech.

Západní ekonomové jeho dynamiku často poměřují s Čínou. Ta v období 1999–2008 rostla průměrným ročním tempem 10,1 procenta, zatímco indická 6,9 procenta. Vyplývá to z údajů Mezinárodního měnového fondu. Nejlidnatější země světa pak srovnaly tempo růstu HDP v roce 2014. A už následující rok Indie zaznamenala rychlejší dynamiku (7,9 procenta proti čínským 6,7 procenta).

Loni se ale v Indii projevilo zpomalení tempa růstu v průmyslu, na který dolehly slabší domácí poptávka, stoupající ceny vstupních surovin i horší dostupnost bankovních úvěrů. Tak hodnotí poslední vývoj Hospodářská a sociální komise OSN pro Asii a Tichomoří (ESCAP) ve své květnové zprávě. Podle ní může Indie letos počítat s růstem hrubého



Indie



• oficiální název:	Indická republika
• hlavní město:	Nové Dillí
• počet obyvatel:	presáhl 1,3 miliardy (druhá nejlidnatější země světa po Číně, na km ² v průměru v průměru připadá 361 obyvatel)
• Podíl městského obyvatelstva:	31 % , zvolna stoupá
• Politické uspořádání:	svazový stát (federace)
• Hlavní jazyky:	hindština a angličtina
• Obchod se zbožím:	odpovídá 31 % HDP (podíl na HDP je zhruba stejný jako v Číně)
• Veřejný dluh:	přibližně 73 % HDP

domácího produktu o 7,1 procenta a v roce příštím by mohla zrychlit až na 7,5 procenta.

Indii, jež patří k největším dovozcům ropy, pomáhá výrazné zlevnění této komodity, které nastalo přibližně od poloviny roku 2014.

„Z hlediska hospodářského růstu je to dárek v hodnotě několika desítek miliard dolarů,“ prohlásil guvernér centrální Reserve Bank of India Urjit Patel.

Daňový průlom má ozdravit veřejné finance

Hospodářství chce svoji fiskální politikou dále povzbudit ústřední vláda. I když se schodek veřejných financí pohybuje kolem šesti procent HDP, hodlá v rozpočtovém roce 2017/18 (od letošního 1. dubna) zvednout veřejné investice zhruba o čtvrtinu.

Celkové daňové příjmy indického státu Mezinárodní měnový fond odhaduje na necelých osm procent hrubého domácího produktu, což je o dost méně než v ostatních rozvojových ekonomikách Asie. Vláda potřebuje více peněz, a proto hodlá během července zavést celostátní daň ze zboží a služeb (goods and services tax – GST). Tím se v ekonomice, kde veřejný dluh odpovídá přibližně 73 procentům HDP, výrazně rozšíří daňová základna. Předpokládá se, že většina zboží se bude danit 12 a 18 procenty, zboží luxusní 28 procenty, uvádí server Gstindia.com.

Kabinet podle agentury Reuters uvažuje dokonce o zdanění příjmů 220 milionů venkovských domácností. Takový krok dosud ministr financí Arun Jaitley vylučoval. Pre-



Indie si předsevzala, že zvýší úlohu zpracovatelského průmyslu ve svém hospodářství. Tento sektor nyní vytváří asi 18 procent hrubého domácího produktu, což je mnohem méně než v ostatních asijských ekonomikách. Chce toho dosáhnout s pomocí propagace značky Make in India – Vyrábějte v Indii. FOTO: SHUTTERSTOCK

miér Naréndra Módí navíc slíbil, že vláda se postará o to, aby se příjmy zemědělců do roku 2022 zdvojnásobily.

Rozvoj průmyslu je jednou z klíčových priorit

Indie si rovněž předsevzala, že zvýší úlohu zpracovatelského průmyslu ve svém hospodářství. Tento sektor nyní vytváří asi 18 procent hrubého domácího produktu, což je mnohem méně než v ostatních asijských ekonomikách. Do roku 2022 by to mělo být alespoň 25 pro-

cent. Módího kabinet kvůli tomu zřídil zvláštní webovou stránku s oficiálním sloganem „Make in India“. Zahraničním investorům umožní držet v indických firmách až stoprocentní podíl, pokud budou dodávat na trh – a hlavně vyvázet – zboží označené Make in India.

Má-li se rozvíjet průmysl, musí se také zlepšit zásobování energií. V neposlední řadě je nutné provést pozemkovou reformu, neboť podnikatelé si stěžují, že mnohdy nemají kde stavět nové továrny. Na stejný problém naráží stát, když chce stavět nové silnice nebo železnice, poznamenává britský list Financial Times.

staré bankovky za nově vytištěné, případně získat nové bankovky proti penězům uloženým na bankovních účtech.

Vláda tento nečekaný krok, nazvaný demonetizace, zdůvodnila obavami ze šířícího se padělání bankovek. Nikoho nepřekvapilo, že přitom ukázala na odvěkého rivala – sousední Pákistán, který obviňuje, že se podílí na obchodu s drogami i na financování terorismu.

Avšak zmíněná měnová operace týkající se 86 procent veškeré hotovosti v oběhu byla ve skutečnosti namířena na příjmy plynoucí ze stínové (nebo také „černé“) ekonomiky. Ta se podle některých odhadů podílí na indickém HDP asi 20 procenty.

Po náhlé demonetizaci následovaly v Indii protesty a stávky. Ekonomika dočasně pocítila naprostý nedostatek oběživa, což negativně ovlivnilo průmysl, reální trh i služby. Indickou vládu ostře kritizovali i mnozí ekonomové v zahraničí. Situace s oběživem se ale během letošního ledna stabilizovala.

Co vyvolalo poprask v pohostinství

Indický Nejvyšší soud loni v prosinci postavil mimo zákon prodej alkoholu do vzdálenosti půl kilometru od všech silnic první třídy a dálnic. Zdůvodnil to tím, že je nutné snížit počet lidí umírajících každý rok při dopravních nehodách. →

Vláda zdůvodnila demonetizaci obavami ze šířícího se padělání bankovek. Avšak měnová operace týkající se 86 procent hotovosti v oběhu byla ve skutečnosti namířena na příjmy plynoucí ze stínové ekonomiky.

Zvýšit podstatně váhu průmyslu v ekonomice ale předpokládá provést několik zásadních změn. Předně uvolnit striktní zákony regulu-

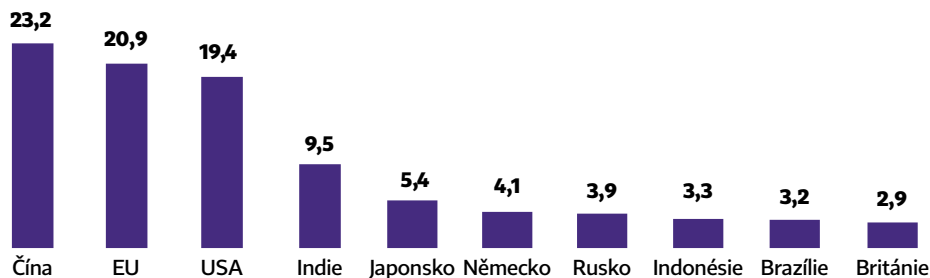
Země prožila šok zvaný demonetizace

Indové zažili 8. listopadu 2016 šok. Premiér Naréndra Módí jim ve večerním televizním projevu sdělil, že se s okamžitou platností stahují z oběhu dvě bankovky s nejvyšší nominální hodnotou (500 a tisíc rupií).

A aby toho nebylo málo, dodal, že obchody nebudou od půlnoci přijímat většinu bankovek. Lidé si mohli do konce roku 2016 směnit

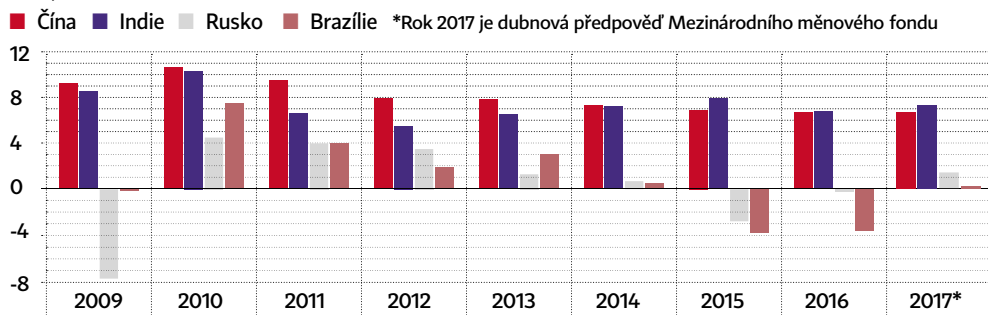
Největší ekonomiky světa

(podle hodnoty HDP propočtené s ohledem na paritu kupní síly, v bilionech dolarů)
Jde o předpověď Mezinárodního měnového fondu na letošní rok



Meziroční tempo hospodářského růstu zemí skupiny BRIC

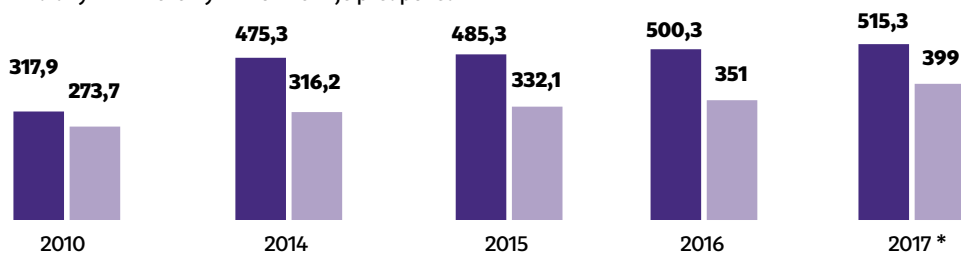
(údaje v %)



Zahraněční dluh a devizové rezervy Indie

(v miliardách dolarů)

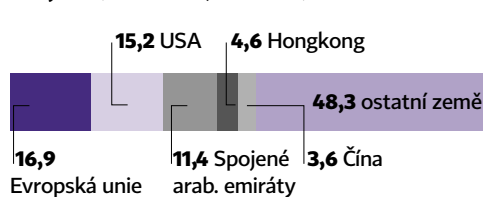
■ dluhy ■ rezervy *Rok 2017 je předpověď



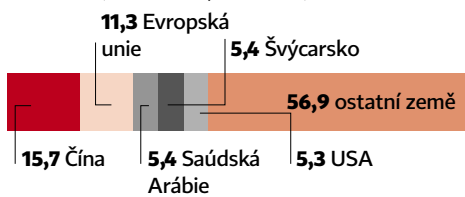
Klíčoví obchodní partneři Indie

(podíly v %, rok 2015)

■ vývoz (celkem 239,9 mld. eur)



■ dovoz (celkem 353,5 mld. eur)



Největší příjemci investic

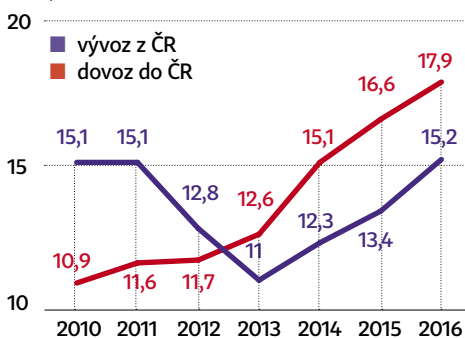
(přímé zahraniční investice v mld. USD, rok 2016)

USA	385
Británie	179
Čína	139
Hongkong (Čína)	92
Singapur	50
Brazílie	50
Francie	46
Nizozemsko	46
Austrálie	44
Indie	42

Pozn. Jde o předběžný odhad (UNCTAD)

Obchodní výměna Indie s Českem

(údaje v miliardách korun)



Rozhodnutí soudu vyvolalo značný poprask v pohostinském průmyslu, jehož zástupci se ho pokusili zvrátit sérií odvolání. Všechna ale skončila zamítnutím a zákaz vstoupil v platnost začátkem letošního dubna.

Majitelé hotelů, restaurací a barů stojících do vzdálenosti půl kilometru od silnic vyšší kategorie se obávali, že zákaz bude mít pro jejich podnik likvidační následky. Už první dny po zavedení zákazu v platnost ukázaly, že se nemýlili: jejich zisk se prakticky přes noc zhroutil. Podnikatelské skupiny a odborové svazy uvádějí, že jsou ohroženy statisíce pracovních míst.

Soudem to ale nijak nepohnulo, a proto se místní vlády rozhodly vložit do hry a pravidla poněkud popravit. Například největší indický stát Rádžasthán provedl revizi procedury klasifikace silnic a došel k závěru, že několik důležitých silnic bylo „nedopatřením chybně označeno jako dálnice“.

Využije země „demografickou dividendu“?

Experti se obávají, že ani sedmiprocentní tempo hospodářského růstu nepostačuje ke vzniku dostatečného počtu pracovních míst. „Je to vážný problém. Částečně proto, že průmyslu a stavebnictví, které zaměstnávají nejvíce lidí, se tolik nedaří, částečně proto, že stoupá produktivita práce,“ konstatuje Dharmakirti Joshi, hlavní ekonom indické ratingové agentury Crisil.

V tomto ohledu lépe nebude, neboť nekvalifikovanou práci, kterou v Indii vykonávají miliony lidí, stále více nahrazuje automatizace. „Pro Indii z toho vyplývá, že se musí v globálním hodnotovém řetězci posunout výš,“ říká Sher Verick, náměstek ředitele Mezinárodní organizace práce (ILO) v Dillí.

V Indii žije více než 1,3 miliardy lidí, z toho jsou zhruba dvě třetiny mladší 35 let. To znamená, že země má největší počet mladých lidí na světě a stárnutí populace, s nímž se potýká stále více ekonomik, jí v dohledné budoucnosti nehrozí.

Avšak Indie může mít z této „demografické dividendy“ prospěch jedině v případě, že mladí lidé naleznou odpovídající pracovní uplatnění. A do tohoto optimálního stavu je hodně daleko. „Největším problémem, s nímž bude Indie zápolit, je nezaměstnanost této generace,“ varuje Jayshree Sengupta z dillíské Observer Research Foundation.

Indičtí statistici míru nezaměstnanosti pravidelně nezjišťují. Poslední údaj z roku 2012 uvádí, že ve věkové skupině patnáct až dvacet čtyři let přesahuje 10 procent. Uvedené číslo ale nepostihuje mladé lidi, kteří se živí samostatně příležitostnou prací, ani ty, kteří nacházejí obživu ve stínové ekonomice.

Jedna ze studií, kterou si nechala loni vypracovat vláda, vypovídá, že skoro 80 procent všech pracovních sil v Indii jsou buď „osoby samostatně výdělečně činné“, nebo se živí příležitostnou prací.

Hospodářství tíží špatné půjčky

Optimismus ohledně nesporného růstového potenciálu Indie kalí problém s přibývajícím množstvím špatných půjčkami. To, že část dlužníků bankám nesplácí, není pro Indii nic nového, poznamenává list Wall Street Journal. Horší je, že tento neduh, dříve příznačný pro státem kontrolované banky, se rozšířil i na banky soukromé. Například ústav Yes Bank, pátá největší privátní banka v Indii, koncem dubna oznámil, že v posledním finančním roce (do konce letošního března) se mu objem nesplácených úvěrů zdvojnásobil. Bylo to způsobeno hlavně tím, že přestala splácet jedna velká cementárna.

Celková suma nesplácených úvěrů, která tíží banky kontrolované státem, se odhaduje zhruba na 12 bilionů indických rupií, v přepočtu kolem 185 miliard dolarů. Podle Hospodářské a sociální komise OSN pro Asii a Tichomoří špatné půjčky koncem minulého roku představovaly skoro 12 procent všech poskytnutých úvěrů.

Centrální indická banka nedávno nařídila komerčním ústavům, aby navýšily svůj kapitál a současně „přitlačily“ na dlužníky. Rovněž si vyhradila právo zasahovat do jejich hospodaření, například tím, že jim omezí výplatu dividend.

Před svými dluhy vůči bankám přesahujícími miliardu dolarů „utekl“ počátkem loňského března do Británie indický magnát Vijay Mallya. Minulý měsíc byl ve Spojeném království zatčen a čelí obvinění z podvodů. Mallya, který v minulosti šéfoval například



Skoro 80 procent všech pracovních sil v Indii jsou buď „osoby samostatně výdělečně činné“, nebo se živí příležitostnou prací. Třeba jako tenhle pouliční krejčí. FOTO: SHUTTERSTOCK

se problém se špatnými půjčkami podařilo zvládnout,“ konstatuje Ashish Gupta, který v Credit Suisse odpovídá za výzkum akciových trhů.

Indický ministr financí Arun Jitley se snaží nalézt řešení. Jedním z nich je založení jedné

Jak si stojí ambiciózní premiér?

Mnozí Indové předsedu vlády Módího i po listopadovém „šoku“ obdivují a důvěřují mu, napsal počátkem letošního roku britský týdeník The Economist. Nadále ho podporuje kolem 80 procent voličů.

Znalci indické politické scény hovoří o „Módího magii“. Podle nich je to rozený politik, který dovede nasadit kamennou tvář a přitom pronášet říznou hindštinou plamenné projevy, v nichž obhajuje své kroky. Obléká se stereotypně a používá stejná gesta. Nepořádá tiskové konference. Veřejné mínění ovlivňuje hlavně prostřednictvím pečlivě připravených rozhovorů.

Když stál Módí v čele indického státu Gudžarát coby nejdéle sloužící předseda jeho vlády (2001–2014), projevil se jako nekompromisní manažer, který prosadil četné investiční projekty a podařilo se mu zlepšit hospodaření státních firem.

Není to ale žádný ekonomický liberál. „Zamlouvá se mu východoasijský model kladoucí důraz na značnou váhu státu v hospodářství,“ říká o něm jeho příznivec a podporovatel Gurcharan Das, veřejně činný intelektuál a také autor knihy o reformě indického hospodářství.

Premiéroví přeje štěstěna i v tom smyslu, že Indická lidová strana, jejímž je lídrem, disponuje solidními finančními zdroji a má proti sobě značně roztržštěnou opozici. Ta navíc nepřichází se žádnými významnými podněty. Kongresová strana, která vládla v Indii celá desetiletí a stále si udržuje celostátní vliv, trpí korupčními skandály a nemá vyjasněn svůj program. ■

Více o regionu na www.businessinfo.cz/indie

Indie má největší počet mladých lidí na světě a stárnutí populace, s nímž se potýká stále více ekonomik, jí v dohledné budoucnosti nehrozí. Ale tito mladí lidé musí ještě také najít odpovídající pracovní uplatnění.

největšímu indickému výrobci lihovin United Spirits, patří k těm podnikatelům, kteří se od poloviny minulého desetiletí vrhli na akvizice jak v Indii, tak v zámoří, na něž si často půjčovali od bank.

To, co bankám dluží Mallya, je ovšem jenom špička obrovského ledovce. Indické podniky koncem loňského září nesplácely skoro 17 procent svých bankovních úvěrů. Celková dlužná suma odpovídá přibližně 8,4 procenta hrubého domácího produktu, uvádí švýcarský ústav Credit Suisse. „Sedíme na časované bombě. Osm procent je opravdu hrozné číslo. Za kritickou hranici se považuje pět procent,“ podotýká bombajská ekonomka Rajeswari Senguptová. Jak dodává, situace dospěla nyní tak daleko, že indické banky nechťejí půjčovat ani finančně zdravým firmám.

Centrální Reserve Bank of India v září roku 2015 komerčním ústavům nařídila, že musí do letošního března své bilance „pročistit“. Ale to se nestalo. „Nic nenasvědčuje tomu, že

konsolidační banky, do které by se „splachly“ všechny nesplácené firemní půjčky. Další variantou je vznik firem pro správu aktiv (asset management).

Insolvenční zákon se teprve musí prosadit

Odesat špatné půjčky by bylo snazší, pokud by banky mohly přimět dlužníky k prodeji části aktiv a získat v nich určitý majetkový podíl. K tomu je ale nutný účinný insolvenční zákon. Indický parlament ho schválil loni v květnu. Ale potrvá několik let, než se prosadí v praxi, uvádí britský list Financial Times.

Zákon, který investoři velice přivítali, by měl umožnit, aby se věřitelé ke svým penězům dostali maximálně během 180 dnů. Nový zákon také stanoví trest odnětí svobody až na pět let manažerům, kteří zašantročí majetek platebně neschopné společnosti.

Úpadkové řízení v Indii se v průměru vleče více než čtyři roky, uvádí Světová banka.

Mladí lidé ve věku patnáct až třicet let, to je budoucnosti Indie

Nová generace je prozápadně orientovaná, přijímá evropský životní styl v oblékání, hudbě, technologiích, ve všem, vyjma gastronomie a víry. To představuje obrovský potenciál do budoucna.

Ivana Gračková
spolupracovnice redakce
ivana.grackova@economia.cz

Ivan Kameník

ředitel kanceláře CzechTrade v Bengalúru
ivan.kamenik@czechtrade.cz

Ivan Kameník působil jedenáct let jako ředitel tuzemské exportní firmy, kterou založil v roce 1994. Od roku 2006 pracuje v agentuře CzechTrade. První zkušenosti v Indii získával od roku 2010 v zahraniční kanceláři v Mumbáí a od roku 2016 v Bengalúru. Při obhajobě titulu MBA se zaměřil na metody vstupu firem na zahraniční trhy. Doktorský titul Ph.D. získal v oblasti environmentálních technologií.



FOTO: ARCHIV HN

Dvě kanceláře má CzechTrade v Indii, zemi protikladů, kde vedle sebe stojí mramorové paláce a hliněné chatrče, tepající velkoměsta a vesnice, kam nejezdí ani rikša. Ivan Kameník, který vede kancelář v Bengalúru, i Tomáš Rousek působící v Mumbáí si ji zamilovali i se všemi jejími zvláštnostmi.

Zastoupení CzechTrade v Indii se zhruba před rokem a půl rozrostlo. Ke kanceláři, která funguje od roku 2004 v Mumbáí, přibyla další v Bengalúru. Proč?

Kameník: Strategie české ekonomické diplomacie směřuje k pokrytí celého indického subkontinentu službami pro exportéry. V oblasti Západní Indie funguje už dlouho kancelář CzechTrade v Mumbáí, na severu země se této roli ujala ambasáda v Dillí a na jihu nově vzniklo zastoupení v Bengalúru. Důvodem je nejen velikost země, ale také rozdílnost jednotlivých teritorií, a tím pádem i nutnost odlišných přístupů.

Rousek: Mumbáí je tradiční obchodní centrum, je tam přístav a velké množství bank, nesmírně rozmanitý trh. Bengalúru je město, které v posledních letech prodělalo obrovský rozmach a profiluje se jako centrum IT a technicky vyspělého strojírenství. Proto má smysl tyto obory více profilovat speciálně na jihu Indie.

Export z České republiky do Indie má dlouhou tradici. Na co můžeme navazovat a s čím dnes čeští vývozcí slaví úspěchy?

Rousek: Největší investicí českých firem v Indii je nejspíše Škodovka, která má továrnu v Aurangábádu. Tam je také závod na výrobu podvozků soukolí pro železniční vozidla firmy Bonatrans, to je asi druhá největší investice. Historicky Česko, a tehdy vlastně ještě Československo, začínalo v sedmdesátých letech v Indii s velkými investičními celky v energetice a strojírenství. Ta doba už je dávno pryč, dnes už si Indové mnoho továren postaví sami a také zde působí investoři z celého světa.

České firmy už ostatně velké investiční celky vyváží mnohem méně, než tomu bylo do konce osmdesátých let. Změna struktury českého vývozu je patrná v mnoha zemích třetího světa, nicméně v Indii stále působí třeba Škoda Doosan nebo Vítkovice Heavy Machinery, které tady mají své zástupce.

Kameník: Teď nedávno ale požádala Indie Českou republiku, zda by české firmy neprovedly generální opravy a modernizace státních strojírenských závodů v Ránčí, metropoli nedávno vzniklého státu Džhárkhhand na východě země. Tento závod stavěly v sedmdesátých letech podniky z tehdejšího Československa. Češi mají v Indii stále dobrý renomé výborných strojařů a producentů špičkových obráběcích strojů. Indická armáda tradičně využívá podvozky značky Tatra a zdá se, že po určitých drobných potížích, které se podařilo vyřešit, sem bude Tatra znovu dodávat. Opět zde začíná vyrábět Zetor.

Úspěšní na indickém trhu jsou čeští výrobci lustrů, a to jak Preciosa, tak Lasvit. Preciosa nedávno dodala lustry pro terminál II obrovského bombajského letiště. A Lasvit vyráběl lustry do pětihvězdičkového hotelu



FOTO-ARCHIV HN

Tomáš Rousek

ředitel kanceláře CzechTrade v Mumbai
tomas.rousek@czechtrade.cz

Tomáš Rousek se po absolvování Právnické fakulty Univerzity Karlovy většinu profesního života věnoval mezinárodnímu obchodu, převážně v soukromých firmách v energetice a životním prostředí. Před příchodem na CzechTrade též působil ve Svazu průmyslu a dopravy ČR. V letech 2009 až 2012 pracoval v Etiopii. Vedoucím kanceláře CzechTrade v Mumbai v Indii je od srpna 2015.

JW Marriott u letiště v Dillí. Špičkový hotel a letiště jsou atraktivními výkladními skříněmi, a tedy i referencemi pro českou sofistikovanou produkci.

Kdy nastal zlom ve vývozu do Indie?

Kameník: Po propadu v devadesátých letech vývoz z České republiky do Indie od začátku milénia rostl, ovšem jen velmi mírně. Pak došlo vlivem světové ekonomické krize a v roce 2010 i v důsledku politické krize v Indii opět k propadu asi o dvacet procent. Úroveň korupce a nastavené bariéry tehdy v Indii postupně zcela ochromily zahraniční obchod. Rostoucí trend vidíme opět v posledních dvou letech.

Jaké jsou hlavní bariéry dovozu do Indie?

Kameník: Především jsou tu relativně vysoká dovozní cla. Indové samozřejmě chtějí, aby se co nejvíce vyrábělo na místě. Vyhlásili program Make in India, nabízející investiční pobídky jak domácím, tak zahraničním partnerům, kteří se rozhodnou investovat do výroby. A další bariérou je složitý daňový systém.

Rousek: Přestože není trendem snižovat daňové zatížení dováženého zboží, tak se situace mění k lepšímu. Vláda Naréndry Módího, která nastoupila před dvěma lety, se rozhodla systém zjednodušit a sjednotit celou řadu daní. Dosud bylo zboží zatíženo daní pro dovozce i vývozce a také při přesunu z jednoho indického státu do druhého. Tak se daně jedna na druhou kaskádovitě nabalovaly a producenti nemohli například přesunout část výroby do některé zaostalejší oblasti s levnější pracovní silou. Od letošního července ale bude platit jedna univerzální daň, která by měla zahrnovat i daň z přidané hodnoty. Vláda si od toho slibuje oživení některých zaostalejších oblastí. Pro výrobce „automotivu“ to bude například znamenat, že bude moci vyrábět jednotlivé díly v různých indických státech, aniž si tím prodraží konečný produkt. To je revoluční změna, která by mohla nastartovat průmysl v mnoha oblastech.

Již deset let se Evropská unie snaží sjednat dohodu o volném obchodu. Už je nějaký výsledek?

Kameník: Každý rok se na zasedání mezi vládní Česko-indické smíšené komise pro hospodářskou spolupráci ptáme na totéž. Obáváme se ale, že jednání na unijní úrovni nikam nevede. Indická strana navrhuje stále nové výjimky, kvůli nimž liberalizační proces de facto uvízl na mrtvém bodě. Myslím, že Indové prostě svůj trh nechtějí plně otevřít. My jsme jim přitom ten náš už otevřeli a oni toho umí využít.

Nejsou překážkou obchodu obrovské vzdálenosti? →

Desatero pro obchodování s Indii

1. Buďte trpěliví.
2. Opřete se o důkladný průzkum trhu.
3. Nabízejte pouze špičkové technologie, výrobky a služby.
4. Zajistěte si firemní přítomnost nebo obchodního zástupce.
5. Indičtí partneři se snaží „vtáhnout“ zahraniční firmu do společného podnikání. Buďte obezřetní při stanovení podílu a sdílení know-how.
6. Indický trh není momentálním řešením obytových potíží v postkrizovém období. Přistupujte k němu s dlouhodobou vizí.
7. Počítejte s časem a prostředky na osobní návštěvy.
8. Rozhoduje špička firemní hierarchie – jedněte jen s těmito strukturami.
9. Indii ani indického partnera nikdy nepodceňujte.
10. Učte se vhodnému osobnímu jednání – aneb yes znamená možná.

Kameník: Doprava v Indii není zásadní problém, dálniční síť mezi městy je téměř na evropské úrovni. Naopak se země potýká s velkou poruchovostí a nízkou kvalitou dopravy po železnici. Pro distribuci zboží po Indii je dobré najít si osvědčeného místního partnera.

Doporučujete tedy model vývozu s místním partnerem?

Rousek: Pro menší a střední firmy je to ideální model. Místní partner má daňová zvýhodnění, zná poměry, má vybudovanou distribuční síť. S vyhledáním prověřeného partnera firmám pomáháme.

Našel by se nějaký konkrétní příklad?

Rousek: Asi před rokem a půl se o indický trh začala zajímat česká firma vyrábějící krmivo pro zvířata. V Indii je trh s produkty pro domácí mazlíčky novinkou, je to nový trend mezi rostoucí střední třídou i mezi místní smetánkou. V Mumbáí, kde je průměrná celoroční teplota nad třicet stupňů Celsia, jsem dokonce potkal pána, jak venčil sibiřského malamuta. Zhruba 80 procent trhu s krmivem pro psy ovládá jedna velká nadnárodní firma.

Prodávají se dva základní segmenty – economy food a premium food. V economy třídě by se česká firma neprosadila v cenové konkurenci výrobků z Thajska nebo Malajsie, ale ve třídě premium přišla se stejnou kvalitou a přitom s nižší cenou. Vytipovali jsme pro ni několik možných distributorů, z nichž jeden

Pro Indii je potvrzením dobré kvality zboží, pokud ho kupují i Němci. Požadují ovšem německou kvalitu za české ceny, což může být někdy kamenem úrazu.

se ukázal jako nejvhodnější, kapitálově silný, se zkušenostmi s economy řadou, kterou vozí z Thajska, s výbornými sklady, fungující distribuční sítí po celé Indii, ze které zásobuje maloobchody, supermarkety i veterináře.

A protože zvládá i proces certifikací výrobků, tak náš český klient už s nimi začne v nejbližší době dovážet do Indie první dodávky krmiva.

Druhým vhodným modelem může být joint venture, který si poradí s bariérou vysokých cel. Před půl rokem se to povedlo například Sedlčanským strojírnám.

Kameník: Společný podnik se svým indickým partnerem uzavřela i společnost Liko-S, která vyrábí dělicí příčky a izolace. V roce 2012 navázala kontakt s indickou firmou, jež přijela na brněnský veletrh, a teď už společně v Indii montují příčky například i pro velké indické automobilky. Tak by to mělo fungovat.

Kdo je největším investorem na indickém trhu – stát, nebo velké nadnárodní korporace? Jak je na tom Indie ekonomicky?

Kameník: Stát je stále velký investor, ale sílí trend většího zapojení privátního kapitálu a privátních investorů. Stát je každopádně největším zaměstnavatelem, přičemž pro Indii je typická přezaměstnanost. Kde u nás v kavárně obsluhují dva lidé, v Indii jich tutéž práci bude dělat deset, samozřejmě za menší peníze. Indie se ovšem chce stát supervelmocí, chce dohnat Čínu. Proto potřebuje budovat zpracovatelský průmysl, který se dnes podílí na hrubém domácím produktu jen asi 18 procenty. Stát ale nemá dostatek kapitálu, a tudíž se snaží lákat investory, aby průmysl budovali a modernizovali.

Rousek: Dle klasifikace Světové banky už Indie není rozvojovou zemí. Patří mezi země se střední úrovní příjmů, takže již není příjemcem rozvojové pomoci a její rozvoj nemůže být financován ani Světovou bankou, ani Asijskou rozvojovou bankou. To ji nyní poněkud omezuje.

Na druhou stranu teď země prožívá dobré období. Po nástupu Módího se výrazně snížila míra korupce, lepší se hygiena a zdraví populace, začíná se klást důraz na životní prostředí. Loňský růst hrubého domácího produktu činil 7,8 procenta. Tahounem ekonomiky je také sílící střední vrstva, která roste obrovským tempem, dnes je to kolem 300 milionů lidí. Zvedají se mzdy, a tím pádem rostou i ceny spotřebního zboží. A zatímco v Číně obyvatelstvo stárne, v Indii tvoří největší segment populace lidé ve věku 15 až 30 let.

Nová generace je vesměs prozápadně orientovaná, přijímá evropský životní styl v oblákání, hudbě, technologiích, samozřejmě vyjma gastronomie a víry. To představuje obrovský potenciál do budoucna.

Takže s čím by mohli být čeští exportéři v Indii ještě úspěšnější?

Rousek: Do Indie se dá vozit v podstatě cokoliv. Jen je třeba si zodpovědět dvě otázky: dokážu se srovnat cenou a dokážu nabídnout něco trochu odlišného, než mají ti ostatní? Na tak obrovském trhu není obor, kde by byla díra na trhu. K dostání je tam vše. A taky tam jsou všichni. Je tam Čína, západní Evropa, Austrálie, Nový Zéland, Malajsie, všechny

Indie je bývalá britská kolonie. Evropan se tu může cítit dobře, protože země je uspořádaná, bezpečná, funguje tu soudní systém. Není divu, že někteří podnikatelé tady dělají svůj byznys proto, že se tu cítí dobře.

tyto země tam dováží. Přesto lze zkusit v podstatě jakýkoliv produkt, jen to chce nápad, něco trochu unikátního, no a srovnat se s cenou.

Kameník: Cena je základem pro úspěšný vývoz do Indie. Pro Indii je potvrzením dobré kvality zboží, pokud ho kupují i Němci. Požadují ovšem německou kvalitu za české ceny, což může být někdy kamenem úrazu.

Je Indie bezpečná země?

Kameník: Kriminalita v Indii je nízká, lidé jsou tady zdvořilí při obchodování i v běžném kontaktu. Bezpečné je zde i obchodovat, jen je třeba si uvědomit, že Indové vnímají čas jinak než Evropané. Takže případné řešení nesrovnalostí soudní pří může být opravdu na mnoho let. Ale nehrozí, že by se člověk nedovolal svého práva.

Rousek: Indie je bývalá britská kolonie. Evropan se tu může cítit dobře, protože země je uspořádaná, bezpečná, funguje tu soudní systém a je tu zaručena svoboda vyznání. Indie je největší demokracií na světě. Navíc můžeme sledovat významné změny k lepšímu, třeba větší pořádek v ulicích i na úřadech. Není divu, že někteří podnikatelé tady dělají svůj byznys proto, že se tu cítí dobře. ■

Více o regionu na www.businessinfo.cz/indie

800 521 521
www.kb.cz



VAŠE FIRMA BUDE TOVÁRNA NA ÚSPĚCH

KDYŽ ZA SEBOU MÁTE ZÁZEMÍ CELOSVĚTOVÉ SKUPINY
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, HRANICE PŘEKROČÍTE MNOHEM SNÁZ.
NAŠI ZKUŠENÍ PORADCI VÁM POMOHOU NAJÍT ŘEŠENÍ
V OBLASTI DOTACÍ A INVESTIC DO VÝVOJE I VÝROBY.

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ



fincentrum

Banka roku
2016

Indie – subkontinent plný obchodních příležitostí

Indie není jenom dlouhodobý a tradiční obchodní partner České republiky, ale také mohutná ekonomika, která v posledních letech nabírá novou dynamiku růstu.

Josef Vrbenský
oddělení Afriky, Asie a Austrálie,
sekce Evropské unie a zahraničního obchodu,
Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
vrbensky@mpo.cz

Druhá nejlidnatější země světa Indie je významným odbytištěm pro české výrobky jak z oblasti strojírenství, tak z oblasti spotřebního a luxusního zboží. Velikost a různorodost země nabízí obchodní příležitosti v nejrůznějších oblastech. Prostřednictvím Indie je možné také pronikat na některé menší trhy v oblasti jižní Asie.

Historické vazby

Obchodní vztahy mezi českými zeměmi a indickým subkontinentem se datují již od konce 19. století, kdy rozvíjející se český průmysl dodával své výrobky do celého světa. Živá výměna zboží pokračovala i po roce 1918.

Zatímco Československo dodávalo do Indie především strojírenské zboží a některá energetická zařízení, z Indie se dováželo koření, textilie a kožedělné výrobky. Největší českou stopu z té doby v Indii zanechal Tomáš Baťa, který tam na konci 30. let minulého století postavil dvě továrny na obuv a kolem jedné z nich vybudoval celé město. To dodnes nese Baťovo jméno – Batanagar.

Indie získala krátce po druhé světové válce nezávislost a v roce 1947 navázala s Československem diplomatické vztahy. V letošním roce proto slavíme kulaté výročí – 70 let česko-indických vztahů.

V rámci industrializace rozvojových zemí se Československo podílelo na řadě investičních projektů také v Indii. Dodalo například zařízení pro závod strojírenské metalurgie v Ranchi, podílelo se na výstavbě závodu na výrobu traktorů Zetor, zavedlo výrobu motocyklů Jawa v Maisúr, postavilo klasickou elektrárnu u Madrásu.

Čeští výrobci dodávali do Indie strojírenské i nestrojářské výrobky, mezi kterými je možné zmínit nákladní vozy Tatra, obráběcí, tiskařské, textilní a kožedělné stroje, plastické hmoty či skleněné výrobky.

Převratné politické a ekonomické změny na začátku 90. let 20. století přinesly citelný útlum obchodních vztahů, což se projevilo v dramatickém poklesu hodnoty vzájemné výměny zboží.

Kontakty se podařilo obnovit na začátku tohoto tisíciletí a jejich rozvoji mimo jiné napomáhají investice, jako bylo například vybudování závodu Škoda Auto v blízkosti měs-



Současný premiér Naréndra Módí, který do funkce nastoupil v květnu 2014, prosazuje sérii ekonomických reforem, které mají za cíl vytvořit z Indie moderní průmyslově-zemědělskou velmoc. FOTO: REUTERS

ta Aurangábád v roce 2001. Vzájemný obrat začal strmě narůstat a v roce 2011 překonal hranici 1,5 miliardy amerických dolarů.

Dnes do Indie čeští výrobci vyvážejí kromě automobilových komponentů obráběcí stroje, zařízení a díly pro energetiku, ložiska, telekomunikační zařízení, ale také fotomateriály, papír či luxusní sklo.

Naproti tomu z Indie nakupujeme oděvy a textil, farmaceutické výrobky, elektrosoučástky, chemikálie, kožedělné výrobky, kávu, čaj, koření či tabák.

Je potěšující, že se česko-indické vztahy neomezují pouze na výměnu zboží. V Česku nalé-

záme indické restaurace, potkáváme stále více indických turistů a filmové studio Bollywood využívá příležitostně české reálie k natáčení svých filmů. V minulém roce byl například v Praze natáčen velkofilm The Ring.

Indické hospodářství postupně mění svou tvář

Současný premiér Naréndra Módí, který do funkce nastoupil v květnu 2014, přináší sérii ekonomických reforem, které mají za cíl vytvořit z Indie moderní průmyslově-zemědělskou velmoc.

Již v září 2014 vyhlásil program „Make in India“, jehož cílem je nastartovat domácí výrobu a přilákat do Indie zahraniční investice. S tím souviselo i zlepšení podmínek pro zahraniční investory, když byla zvýšena hranice pro majetkovou účast zahraničních subjektů v řadě oborů (např. v případě některých oborů souvisejících se železniční infrastrukturou dokonce na 100 %).

Vláda Módího rovněž vyčlenila finanční prostředky na výstavbu hlavních komunikačních koridorů, na vybudování dvou desítek výrobních zón a na program „smart cities“, který si klade za cíl jak zefektivnění fungování dopravních infrastruktur ve městech i mezi městy (a tím usnadnění chodu ekonomiky), tak i zlepšení podmínek pro život obyvatel. Část státního rozpočtu je věnována také na budování nových a modernizaci stávajících strojírenských kapacit, které jsou v rukou státu.

V předešlém roce došlo k významné ekonomické události, když se indické vládě podařilo v parlamentu prosadit daňovou reformu, která umožní zavést tzv. jednotnou daň na zboží a služby. Tento krok po plném zavedení zjednoduší systém nepřímých daní, jenž je v současnosti charakterizován rozdílnými sazbami a pravidly v jednotlivých indických svazových státech. Nynější daňové hranice mezi těmito státy komplikují cesty zboží, zpomalují a prodražují je.

Uvedená opatření přinášejí velké množství příležitostí jak pro dodavatele pokročilých technologií, tak pro zahraniční investory. Jak je uvedeno výše, českoslovenští výrobci v minulosti dodali do Indie celé průmyslové závody nebo alespoň jejich strojní vybavení. Tato skutečnost vytváří předpoklad k získání zakázky na modernizaci takových závodů.



Nejvýraznější českou stopu v minulém století v Indii zanechal Tomáš Baťa, který tam na konci 30. let postavil dvě továrny na obuv a kolem jedné z nich vybudoval celé město. To dodnes nese Baťovo jméno – Batanagár. FOTO: SHUTTERSTOCK

Cílem programu „Make in India“ je nastartovat domácí výrobu a přilákat do Indie zahraniční investice. S tím souvisí i zlepšování podmínek pro zahraniční investory. Byla například zvýšena hranice pro majetkovou účast zahraničních subjektů v řadě oborů.

Jak se přiblížit indickému trhu?

Při hledání cest na indický trh může český exportér nebo investor využít některé z akcí, které iniciují či organizují česká ministerstva nebo zastupitelské úřady. V letošním roce indická vláda akceptovala nabídku, aby se opět po pěti letech Indie účastnila Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně, který se bude konat v polovině října, jako „Země – partner“.

Indická agentura EEPC, která spadá pod Ministerstvo obchodu a průmyslu Indie, přivede na veletrh několik desítek firem. Bude se jednat o obchodníky a výrobce, kteří mají zájem o navázání spolupráce s českými společnostmi. Naši podnikatelé budou mít možnost se s těmito firmami pobavit o případné spolupráci jak na jejich stáncích, tak také v rámci Česko-indického podnikatelského fóra, které na veletrhu proběhne.

Indické firmy na veletrh v Brně přivede ministryně obchodu a průmyslu Indie Nirmala Sitharamanová. Této skutečnosti obě strany využijí k uspořádání 11. zasedání Česko-indické smíšené komise pro ekonomickou spolupráci pod vedením ministrů průmyslu a obchodu obou zemí. V rámci tohoto zasedání obě strany identifikují nové obchodní příležitosti, zhodnotí vývoj obchodních vztahů od minulého zasedání v roce 2015 a budou hledat

řešení k odstranění případných překážek vzájemné výměny zboží.

Před uspořádáním zasedání mohou podnikatelé navrhnout témata, která by měla být projednána. Následně, po jeho skončení, bude česká podnikatelská veřejnost prostřednictvím asociací a obchodních komor informována o obchodních příležitostech, které obě strany během zasedání identifikovaly.

Na prezentaci Indie na veletrhu v Brně bude navazovat představení českého průmyslu na mezinárodním strojírenském veletrhu IESS v Čennaí v březnu 2018. Ministerstvo průmyslu a obchodu zařadilo tento veletrh mezi podporované oficiální účasti na veletrzích a výstavách; naši podnikatelé by se proto měli chopit podané ruky a všech nabízených příležitostí využít.

Zajímavým projektem je rovněž Český podnikatelský inkubátor, který letos v březnu založila v Bengalúru Asociace malých a středních podniků ve spolupráci s CzechTradem. Úkolem tohoto projektu je poskytnout českým firmám, které se snaží prosadit na indickém trhu, kompletní logistický a odborný servis na místě. Pro bližší informace o uvedených akcích neváhejte kontaktovat autora tohoto článku.

Více o regionu na www.businessinfo.cz/indie

Ruční výrobou Indý neohromíte. Manuálně se tam vyrábí téměř vše

Řada manažerů českých podniků tlačí své obchodníky k rychlému úspěchu v podobě uzavřeného obchodu. Takhle to ale v Indii nefunguje a firmy se pak zbytečně brzy vzdávají.

Ivana Gračková
spolupracovnice redakce
ivana.grackova@economia.cz

O bchodovat s Indií není pro české exportéry složité. Alespoň to tedy tvrdí Venkatasubramanian Krishnamoorthy, jeden z indických manažerů ArcelorMittalu Ostrava. Na druhou stranu ne všichni čeští obchodníci, kteří Indii znají, mu dávají za pravdu.

Podle Krishnamoorthyho jsou Indové v obchodních kontaktech přátelštější a uvolněnější než Češi. Potřebují si ke svému obchodnímu partnerovi vytvořit až kamarádský vztah. Běžné jsou pro ně vzájemné návštěvy doma a před zahájením obchodního rozhovoru společenská konverzace i na osobní témata – nejčastěji o rodině.

Základní chybou, které se může český manažer při obchodování v Indii dopustit, je podle jeho slov spěch a odstup. Zato dress code je natolik uvolněný, že v něm Češi už více méně nechybují. Ženy by měly dbát na to, aby měly zakrytá ramena a kolena. Pro muže sice košile s krátkým rukávem bez kravaty i saka může na obchodní schůzce působit až příliš neformálně, ale v Indii je to i vzhledem k převládajícím teplotám poměrně běžné.

Sabina Tančevová ze sekce mezinárodních vztahů Svazu průmyslu a dopravy upozorňuje na to, že Indové se na obchodní jednání většinou oblékají v západním stylu, který ovšem doplňují některými tradičními prvky oblečení.

Nejběžnějším dress codem na vstupních setkáních nebo oficiálních akcích je ovšem stále oblek s kravatou. Tvrdí to i Pavel Maco, generální ředitel společnosti Home Credit. „V obchodních jednáních jsou Indové stále spíše konzervativní. Ovšem Indie se vyvíjí obrovským tempem a ve větších městech je patrný rostoucí vliv západního liberalismu. Ten se odráží jak v běžném životě, tak ve firemní kultuře. Přesto existují určitá pravidla, která je vhodné respektovat,“ vysvětluje Maco.

Indové stále běžně používají oslovení sir nebo madam jako důkaz respektu. Jsou citliví na svoji komfortní zónu, takže objetí nebo vřelé poplácání při prvních kontaktech nejsou příliš vhodné. Pokud k nim ovšem indický partner sám nedá prvotní podnět.

I Pavel Maco zdůrazňuje, že na začátku rozhovoru, než se přejde ke skutečnému jednání, je zvykem probrat „nedůležité“ věci, Indové si potrpí na budování osobního kontaktu se



Indové se na obchodní jednání většinou oblékají v západním stylu, který ovšem doplňují některými tradičními prvky oblečení. FOTO: ARCHIV HN

svými dlouhodobými partnery – běžné je tedy například pozvání domů na rodinnou večeři nebo slavnost. Obchodního partnera si člověk získá právě osobním přístupem, úctou k rodině a také respektem.

Pro Indy je velmi důležitá vizitka, častokrát ji předávají oběma rukama s úklonou.

Specifické vnímání času

S čím podle Pavla Maca čeští byznysmeni nejčastěji bojují, je přístup indických partnerů k času. „V tom se Indie evropskému vnímání stále neblíží, schůzky velmi často začínají se zpožděním,“ doplňuje eufemisticky.

Co to skutečně znamená, upřesňuje Filip Šimek, ředitel společnosti Lasvit pro jižní a východní Asii: „V Indii se projekty běžně zpožďují i o léta a všechno se řeší na poslední chvíli, takže i když jednáme o zakázce několik let, v momentě, kdy se klient rozhodne, chce pak vše obratem. My šibeniční termín dodržíme, ale naše výrobky stejně končí ve skladu, protože klient ještě není schopen zboží přijmout. Při vyjednávání o ceně očekávají klienti obří slevy, finální jednání o ceně může trvat klidně i celý den. Když řeknete, že je něco vyrobeno ručně na míru, tak to tím na hodnotě

spíše ztratí, protože v Indii se vyrábí ručně vše. Pracovní síla je levnější než stroje,“ vyjmenovává své zkušenosti, které mohou evropské obchodníky nepříjemně překvapit.

„Indická obchodní kultura je značně odlišná od té evropské a je nutné se přizpůsobit,“ varuje také Sabina Tančevová. Podlé ní je důležitá hlavně trpělivost. „Jednání se opakují a proces vedoucí k případné dohodě je na naše poměry zdlouhavý. Je nutná zdvořilost, kterou jsou Indové pověstní, a přátelství. Znalost místních poměrů, zvyků a kultury je předností. Indové velmi ocení, pokud zjistí hlubší zájem o jejich společnost a život v jejich zemi. Je dobré navázat přátelské a neformální vztahy.“ Zdůrazňuje také, že Indové neradi odmítají a považují „ne“ za nezdvořilost. Proto se záporné odpovědi vyhýbají, což může někdy způsobit nedorozumění.

„Řada manažerů českých podniků tlačí své obchodníky k rychlému úspěchu. To ale v Indii nefunguje a firmy se pak zbytečně brzy vzdávají. Po prvních jednáních skládají zbraň s tím, že indičtí partneři neprojevují adekvátní zájem,“ popisuje své zkušenosti Ivan Kameník z indické kanceláře CzechTradu. Podle něj prostě jedna návštěva Indie nestačí.

„Musíte tam znova zajet. Musíte indické partnery pozvat k sobě. Obchod se tam uzavírá na přátelství, splnutí názorů. To my neumíme, chceme všechno honem. Ale Indové to tak nechtějí. Ptají se nás, kam to chvátáme.“ Když zjistí, že už by stálo za to s vámi jednat, zbrzdí vás ještě kávou či čajem. Zkoumají obchodního partnera i obchod.

„Málo Čechů umí nechat čas jen tak plynout,“ dodává Kameníkův kolega Tomáš Rousek: „Naši čeští klienti se rozčilují – tak už mu zavolej, napiš mu, jak to vypadá. Mračí se na mě, když říkám – nech to chvíli být, netlač na pilu, prostě teď s tebou nechce mluvit.“

„Když mají Indové zájem o obchod, po čase se ozvou se společenskou otázkou, jak se vám daří a co pořád děláte. To už my šílíme, proč ještě neposlali čísla, proč ještě nepodepsali papíry. Jsou stovky přístupů k obchodu a ten indický je jiný než ten náš. Indové tradičně obchodovali na tržišti a stále na něm obchodují. To jsme my dělali naposledy snad v 15. století. Je tam spousta komodit, které jde koupit jediné za hotovost,“ líčí Ivan Kameník. Přitom jakmile začnou sami Indové obchodovat v Evropě, ihned se přizpůsobí našemu tempu, a ještě ho zvýší. Stejně tak bychom se my měli přizpůsobit v jejich zemi jejich stylu obchodování.

Je důležité chápat pravidla hry

„Indové jsou nároční zákazníci, očekávají velice individuální přístup. Potkáte se s nimi pouze v tu chvíli, kdy se jim to hodí. V podstatě neodpovídají na e-maily, bez cesty tam se nikam nedostanete. V Indii se skutečně vyjednává i o cenách a hrají se hry. Klient vás třeba nechá čekat po příletu na letišti, abyste pro vyjednávání byli unavení. Vyjádření bývají často přehnaná a indiští partneři předpokládají, že je to stejné i u vás. Očekávají ústupky a slevy. Počítají s tím, že je máte zabudované v ceně. Je tedy zásadní správně nastavit první cenovou nabídku. Indický partner obecně nehledá win-win, ale win-lose; musí cítit, že z vás dostal to nejlepší, co mohl, jinak má pocit, že prohrál,“ přidává doporučení ze své dlouholeté praxe Filip Šimek z Lasvitu.

Přestože vstup na indický trh není snadný, mnoho českých firem už tam má své pobočky a společné podniky s indickými partnery. Případného partnera je ale třeba si dobře prověřit nebo využít nejprve služeb konzultační firmy. „Bez spolupráce s indickým partnerem je uplatnění v této zemi těžké, což platí obecně pro asijské trhy,“ zmiňuje Tančevová.

Indie patří k bezpečným zemím s nízkou kriminalitou. Ovšem kvůli laxnějšímu chá-

pání času je dobré si pohlídat financování obchodu. „Pouze na ústní dohodu se nelze spolehnout. Ne že by neplatila, ale každý si ji bude vykládat po svém. Nedoporučuji platby po instalaci. Jakmile ztratí člověk na indického partnera páku, ničeho se hned tak nedomůže. Spoléhat se na tamní soudy není právě rychlé řešení. Spolehlivě funguje platba formou dokumentárního akreditivu,“ přidává další postřehy Lasvitu Filip Šimek.

Přes všechny komplikace, na které může v Indii český exportér narazit, je to země, která stojí za pozornost. „Indie je obrovská a různorodá země. Co indický stát, to jiné zvyky, jiná kuchyně a jiný jazyk. Aktuálně tady například publikujeme téměř všechny marketingové materiály ve zhruba jedenácti jazykových mutacích včetně angličtiny, která funguje jako univerzální obchodní jazyk,“ s nadšením líčí Pavel Maco z HomeCreditu. Ačkoliv je tradiční povědomí o Indii spojené s velkou chudobou, právě HomeCredit působí v Gurgaonu, kterému se přezdívá indické Silicon Valley. A ten je mladým a kosmopolitním městem. „Můžete tu v podstatě žít tak, že ani nepoznáte, že jste v Indii. Ale domnívám, že to by byla velká škoda,“ uzavírá Maco. ■

Více o regionu na www.businessinfo.cz/indie

Inzerce

Česká banka pro český export



ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA
CZECH EXPORT BANK

Česká exportní banka, a.s.

- plně ve vlastnictví českého státu
- jeden z pilířů proexportní politiky
- poskytuje exportní financování zejména v rizikovějších teritoriích
- klienty banky jsou čeští vývozci bez ohledu na velikost obrátu

Ratingové hodnocení

Standard and Poor's AA-
Moody's Investors Services A1

Produkty

- Předexportní úvěry
- Dodavatelské úvěry
- Záruky
- Odkup vývozních pohledávek
- Financování investic v zahraničí
- Odběratelské úvěry

Česká exportní banka, a.s., Vodičkova 34, 111 21 Praha 1, Česká republika, tel.: +420 222 843 111, e-mail: ceb@ceb.cz, fax: +420 224 226 162

www.ceb.cz

Regionální zprávy

připravili pracovníci
zahraničních kanceláří CzechTrade
kcxexport@businessinfo.cz



Modernizace tramvajového parku v Záhřebu šancí pro české dodavatele

Záhřebský městský dopravní podnik ZET po sedmi letech znovu obnovil modernizaci vozového parku. Byla vytvořena odborná pracovní skupina, jejímž úkolem je koordinace nákupu 60 krátkých nízkopodlažních tramvají. Sedmičlenné skupině předsedá vedoucí městského Hospodářského úřadu paní Mirka Jozić.

Lze očekávat, že mezi základní požadavky, které budou kladeny na nové tramvaje, bude patřit kapacita 130 cestujících, z toho 35 sedících a 95 stojících, a maximální cestovní rychlost 70 km/h. Tato kratší verze má oproti delším, pětičlánkovým vozům, které v současnosti převažují na kolejích v Záhřebu, o dva moduly méně, resp. je kratší o 11,26 metru a pojme o 72 cestujících méně.

Tramvajový park dopravního podniku ZET činil k 31. prosinci 2016 celkem 346 vozových jednotek, tj. tramvají a vlečných vozů. Průměrný věk vozidel činil 26,66 roku; 30 tramvají bylo starších než 47 let. Vypsání veřejného výběrového řízení na nákup nových tramvají se očekává do konce letošního roku. První vozy mají být dodány již v roce 2018 a celý projekt má být dokončen v roce 2020. Jeho celková hodnota se odhaduje na cca 600 milionů HRK (tj. cca 2,23 miliardy korun).

Na záhřebských kolejích v současnosti převažují pětičlánkové tramvaje. Město se chystá nakoupit i menší vozy. FOTO: SHUTTERSTOCK

Indie: Kvalitnější zdravotní péče pro všechny

Politika ochrany zdraví 2017 představuje složitý a rozsáhlý program k zabezpečení lékařské péče pro obyvatelstvo Indie, tedy pro 1,27 miliardy lidí. Snahou je zajistit zdravotní péči pro veškeré obyvatelstvo úměrně příjmům občanů a zdrojům státu. Politika již neprohlašuje za základní samotné právo na zdravotní péči, ale spíše se zaměřuje na kvalitu této péče.

Vládní výdaje na zdravotnickou péči mají růst až do výše 2,5 procenta HDP v roce 2025 (v roce 2016 to bylo jen 1,15 procenta), v roce 2020 si vyžádají 8 procent státního rozpočtu. Doposud nesl největší břímě nákladů na zdravotnictví stát, ale počítá se s vyšším zapojením soukromého sektoru.

Politika státu se zaměří i na dostupnost lékařské péče, dostatek lékařů a zdravotnického personálu a využití IT technologií. Do popředí zájmu státu v oblasti zdravotnictví se dostanou i opatření v oblasti pobídek pro soukromé investory. Pro české exportéry je zajímavé, že dovoz zdravotnického materiálu a přístrojů je liberalizován a dovozní cla patří k nejnižším na světě.



Politika indického státu v oblasti zdravotnictví se zaměří i na dostupnost lékařské péče, dostatek lékařů a zdravotnického personálu a využití IT technologií. FOTO: REUTERS



Nový chilský ropovod by měl posílit dodávky ze zásobníků firmy Sonacol na hlavní letiště Santiaga ve čtvrti Pudahuel. FOTO: REUTERS

Chile: Rozšíření ropovodu Maipú-Pudahuel si vyžádá 60 milionů dolarů

Společnost Sonacol předložila ke schválení projekt na výstavbu druhého ropovodu, který by měl posílit dodávky ze zásobníků firmy Sonacol na hlavní letiště Santiaga ve čtvrti Pudahuel. Podle propočtů firmy si právě probíhající rozšiřování letiště a plánovaný nárůst leteckého provozu vyžádají zvýšený odběr pohonných hmot. Délka nového ropovodu podle stávajícího projektu je 27,4 km a počítá se s potrubím o průměru 32,4 cm (12 3/4 palce). Vedle schvalovacího řízení k získání klíčového povolení vlivu na životní prostředí (EIA) probíhají konzultace s místním obyvatelstvem s cílem získat podporu pro tento projekt a překonat odpor části populace. Podaří-li se získat včas veškerá povolení a přesvědčit místní komunitu, nový ropovod bude uveden do provozu v prosinci 2019.

Český software se podílí na špičkových stavebních projektech ve světě

IDEA RS s.r.o. je rodinná technologická firma z Brna. Ve spolupráci s technickými univerzitami vyvíjí a úspěšně exportuje software IDEA StatiCA do více než čtyřiceti zemí světa, zejména EU, USA, Latinské Ameriky, Asie. Tento software zefektivňuje a usnadňuje práci stavebním inženýrům, výrobcům konstrukcí, konzultantům a dalším profesionálům, kteří analyzují a dimenzují konstrukce. Software IDEA StatiCA je používán při navrhování nejmodernějších a nejsložitějších staveb světa, kde je schopen zefektivnit práci konstruktérů natolik, že se zkrátí z týdnů na řádově desítky minut. V Peru a dalších zemích Latinské Ameriky spolupracují se svým regionálním partnerem firmou Construsoft. V prostorách obchodní komory v Limě představili zástupci společnosti IDEA RS s.r.o. více než dvěma stovkám odborníků tento unikátní software, a to za oficiální podpory České republiky prostřednictvím CzechTradu.



U maďarského Zalaegerszegu vznikne úsek „chytré“ dálnice, kde se budou zkoušet například inteligentní osvětlení a semafony či měnitelné silniční pruhy. FOTO: SHUTTERSTOCK

V Maďarsku chystají chytré novinky ve stavbě komunikací

Základní kameny nové testovací dráhy vytvořené speciálně pro samořídící auta se budou pokládat již v květnu. V návaznosti na tento projekt se v župě Zala bude stavět i smart silnice (R76) spojující město Zalaegerszeg a dálnici M7 (Balatonszentgyörgy), která se stane součástí testovací zóny.

Přesná koncepce a obsah „chytrých“ prvků, kterými bude silnice R76 disponovat, se teprve ladí na základě návrhů automobilek a IT společností. Mezi nápady je inteligentní osvětlení a semafony či měnitelné silniční pruhy. Ákos Kara z ministerstva národního rozvoje, odpovědný za infokomunikaci a ochranu spotřebitelů, dodal, že město Zalaegerszeg se může stát prvním bodem v síti nové generace 5G. V první fázi investice by se do jara 2018 mělo dostavět testovací centrum pro samořídící auta, do konce příštího roku pak i zóna vhodná na testování vyšších rychlostí a na simulaci inteligentního města.

Vývozu se teď daří, stát ale musí v pomoci exportérům pokračovat dál

Nový ministr průmyslu a obchodu Jiří Havlíček popisuje své priority a vize, kam by se pod jeho vedením mělo ubírat MPO a další podřízené instituce.

František Kotrba
vedoucí tiskového oddělení MPO
kotrba@mpo.cz

Ministrem průmyslu a obchodu byl Jiří Havlíček jmenován před necelými dvěma měsíci. Práci na MPO zná ale detailně. Tři roky byl prvním náměstkem ministra a na ministerstvu pracoval i před několika lety. Velmi dobře tedy ví, že podpora exportu patří mezi vůbec nejdůležitější úkoly MPO.

Pane ministře, jak jste spokojen s výsledky exportu v posledních měsících?

Export našich firem vloni opět vzrostl na rekordních 3,97 bilionu korun. Takového objemu čestí exportéři dosud nedosáhli! Upřímně jim gratuluji. Bilance zahraničního obchodu vloni skončila přebytkem 184 miliard korun, tedy téměř o 54 miliardy více než v roce 2015. Stejně tak výsledky prvních měsíců letošního roku potvrzují meziroční nárůst. Věřím proto, že i letošní rok bude pro export příznivý. Pozitivní vývoj obchodní bilance se promítá nejen do kladné bilance platební, ale má vliv i na růst zaměstnanosti a nabídky pracovních míst.

Klíčovým trhem pro naše firmy jsou země EU. Mířilo tam 83,6 procenta našeho vývozu. Největším obchodním partnerem zůstalo Německo, kam směřuje téměř třetina našeho exportu. Přestože dosavadní orientace na trhy EU je přirozená, stále se snažíme diverzifikovat cílové země našeho exportu a vytvářet podmínky pro otevírání nových mimoevropských trhů.

Podpoře exportérů mimo země unie se dlouhodobě věnuje agentura CzechTrade. Ta právě letos v květnu slaví dvacet let od svého vzniku...

A musím říci, že zraje jako víno. Je důležité, že CzechTrade rozšiřuje a zlepšuje svoje služby firmám. I když ji po dvacetileté cestě provázely nejen úspěchy, domnívám se, že svoji úlohu, tedy napomáhat znalostmi a poradenstvím českým podnikatelům v jejich exportní expanzi a internacionalizaci, plnila a plní velmi dobře.

CzechTrade dnes své poradenské a informační služby nabízí ve dvaapadesáti zemích světa. To je dosud rekordní počet destinací, k nimž v poslední době přibýly nové kanceláře ve vzdálenějších mimoevropských teritoriích –

v Singapuru, peruánské Limě, iránském Teheránu či v Nigérii. Svou druhou kancelář otevřel v Indii a v Číně již čtvrtou. To je jasný příklad podpory teritoriální diverzifikace exportu v souladu s naší exportní strategií.

Jaké jsou aktivity agentury v evropských zemích?

Agentura má v Evropě celkem 18 zahraničních kanceláří z celkových 51. Je jasné, že obrovský zájem našich firem je o našeho nejvýznamnějšího ekonomického partnera, tedy SRN. Německo je velmi významné i pro začínající exportéry. Cílovou skupinou CzechTradu jsou především malé a střední firmy, které sbírají své zkušenosti na zahraničních trzích nejdříve u sousedících zemí Česka. Jde o jednotný evropský trh, který je stabilní a přináší méně překážek.

Zvažujeme proto v rámci optimalizace sítě zahraničních kanceláří v EU přesun nevyužitých kapacit v této síti právě do Německa. Potvrzuje se, že optimalizace sítě zahraničních kanceláří a spolupráce s ekonomickými úseky zastupitelských úřadů jsou správnou cestou.

Zmínit musím i nový program „Šance pro váš úspěšný export“. Klienti CzechTradu, kteří splní konkrétní podmínky programu, mohou získat poprvé v historii agentury další individuální služby zahraničních kanceláří zdarma.

Rád bych na tomto místě zmínil i 15leté výročí portálu BusinessInfo.cz, který integruje informace z klíčových ministerstev a institucí veřejné správy a následně je přehlednou formou poskytuje podnikatelům a exportérům. Jsem samozřejmě rád, že se CzechTradu daří a je užitečným pomocníkem zejména pro malé a střední podniky při realizaci jejich vývozních plánů. Navíc služby agentury jsou dnes díky regionálnímu zastoupení dostupné ve všech krajích České republiky.

Export je v posledních letech úspěšný. Není to právě ten moment, kdy je třeba ještě více prohlubovat pozice našich exportérů na zahraničních trzích?

Souhlasím. I když se českému vývozu nebývale daří, nezbavuje nás to úkolu vytvářet co nejlepší podmínky pro podnikatele, kteří mají zájem

Jiří Havlíček

ministr průmyslu a obchodu

Vystudoval Národohospodářskou fakultu Vysoké školy ekonomické a marketing a komunikaci na pražské soukromé škole LIGS University, kde získal titul MBA.

V roce 2000 nastoupil na ministerstvo financí. O tři roky později přešel na ministerstvo průmyslu a obchodu, kde byl tři roky ředitelem kabinetu ministra. V únoru 2014 se stal náměstkem ministra průmyslu. V této funkci do jeho působnosti na MPO spadala oblast rozpočtu a financování, legislativa, informatika a hospodářská správa. Na ministerstvu se rovněž specializoval na česko-čínskou spolupráci. Ministrem byl jmenován v dubnu letošního roku.



„Je důležité, aby systém přispíval ke zvýšení konkurenceschopnosti našich exportérů v soutěži na světovém trhu, protože zahraniční finanční instituce poskytují svým exportérům často výhodnější podmínky,“ myslí si nový ministr průmyslu a obchodu Jiří Havlíček. FOTO: ARCHIV HN

expandovat na zahraniční trhy. Velmi důležitá je přítomnost spolupráce všech zainteresovaných resortů, zejména ministerstva průmyslu a obchodu a ministerstva zahraničních věcí.

Oblastí, kterých se tato spolupráce týká, je dnes celá řada. Patří sem nepochybně Jednotná zahraniční síť tvořená zahraničními kanceláři agentury CzechTradu a zastupitelskými úřady. Patří sem Klientské centrum pro export, Katalog služeb Klientského centra a Jednotné zahraniční síť a jednotlivé Projekty na podporu ekonomické diplomacie.

Těší mne, že se prokazatelně daří znásobovat aktivity a propojovat úsilí všech zainteresovaných resortů a institucí ve prospěch našich exportérů. Aktualizovaná Exportní strategie, schválená vládou v listopadu loňského roku, se zaměřuje nejen na tradiční oblasti podpory, ale bude se zabývat nově například aktivní nabídkou služeb agentury CzechTrade firmám, které úspěšně realizovaly projekty v rámci podpory vědy, výzkumu a inovací, aby se mohly dál rozvíjet. Tedy včetně úspěšného exportu. A neopomíjí ani výzvy tzv. čtvrté průmyslové revoluce, která přinese do naší ekonomiky velkou technologickou změnu.

Jedním z klíčových momentů pro české exportéry je pomoc v oblasti státem podporovaného exportního financování a pojišťování. Chystáte v této oblasti nějaké změny? Současný systém funguje již více než dvacet let. Je tedy namístě posoudit jeho udržitel-

nost tak, abychom zamezili vynakládání prostředků státu bez odpovídajícího ekonomického přínosu.

Na druhé straně chci zdůraznit, že v zájmu české ekonomiky je podpora komerčně silných transakcí v rizikových teritoriích. Tedy životaschopných projektů, projektů s realistickou strukturou financování, pojištění, zajištění a následného splacení. Důležitý je ekonomický přínos podpořených obchodů s ohledem na multiplikační efekt a podporu českého vývozu, odvětvovou a teritoriální diverzifikaci a přístup segmentu malých a středních podniků k exportnímu financování a pojištění.

Je důležité, aby systém přispíval ke zvýšení konkurenceschopnosti našich exportérů v soutěži na světovém trhu, protože zahraniční finanční instituce poskytují svým exportérům často výhodnější podmínky. Proto vláda schválila letos v únoru zprávu o aktuální situaci systému státem podpořeného exportního financování a pojišťování a navrhla další opatření. Součástí této zprávy je i příprava optimální varianty institucionálního uspořádání. V nejbližší době proto začne působit pracovní skupina, jejímž cílem bude posouzení ekonomických a právních aspektů možných úprav dosavadního fungování České exportní banky a Exportní garanční a pojišťovací společnosti.

Jak nahlížíte na další podporu účasti českých firem na veletrzích a výstavách?

Z průzkumů mezi podnikateli vyplývá, že čeští exportéři stále velmi oceňují možnosti, které poskytují české oficiální účasti na zahraničních výstavách a veletrzích. Od poloviny loňského roku mají exportéři v oblasti klíčových technologií další možnost pro účast na 150 vybraných výstavách a veletrzích v rámci projektů Novumm a Novumm Ket.

Víme o tom, že některé podmínky se jeví jako určitá komplikace k získání podpory pro účast na veletrzích. Cílovou skupinou v těchto projektech jsou malé a střední podniky. Pokud se tedy například z hlediska propojenosti a vazeb mezi sebou dostanou do kategorie velkých podniků, nemají na poskytnutí podpory nárok. Snažíme se proto podpořit projednání změny podmínek tak, aby byla nově cílová skupina malých a středních podniků rozšířena i o velké podniky.

Dobrou příležitostí pro navázání obchodních kontaktů je i účast České republiky na světové výstavě Expo 2017 v kazachstánské Astaně, jejímž tématem je „Energie budoucnosti“. Přípravovaná expozice ČR na téma „Důmyslnost řešení“ má za cíl ukázat inovativní a neotřelá řešení v oblasti energetiky a s ní spojených odvětví.

Ačkoliv Expo není primárně komerční výstavou, snažíme se ji maximálně využít k podpoře českého exportu. Spolupracujeme proto s podnikatelskými reprezentacemi, jako jsou Svaz průmyslu a dopravy ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR či Komora pro hospodářské styky se zeměmi SNS, jež by nám měly pomoci zajistit proexportní dimenzi naší účasti.

Jaké jsou v současné době priority společné obchodní politiky EU?

Mezinárodní obchod a společná obchodní politika momentálně čelí několika výzvám. Patří sem rostoucí protekcionistické tendence, nejasná pozice USA a příprava na vyjednávání o parametrech brexitu.

Volný obchod pro Českou republiku zůstává hlavním prioritou. Díky němu mohou naše firmy expandovat, získávat levnější vstupy a spotřebitelé si mohou vybírat ze široké škály produktů. Prioritou je aktuálně Komplexní hospodářská a obchodní dohoda s Kanadou (CETA). Věřím, že se podaří dohodu v ČR ratifikovat co nejdříve a dát tak jasný signál zahraničním partnerům o našem zájmu prohlubovat ekonomické vazby.

Parlament se v nejbližší době bude zabývat také ratifikací Protokolu o přistoupení Ekvádoru k dohodě mezi EU a Kolumbií a Peru, která se provádí již čtvrtým rokem. Očekávaný je i podpis dohody mezi EU a Vietnamem, která umožní naše úzké historické vazby ještě prohloubit. Zásadní bude rozhodnutí Soudního dvora EU v případě dohody se Singapurem. Toto rozhodnutí ovlivní budoucí dohody o volném obchodu i to, jak se k nim bude přistupovat z hlediska rozdělení kompetencí mezi členskými státy a EU.

Portál BusinessInfo.cz slouží podnikatelům už 15 let

Portál BusinessInfo.cz letos slaví významné výročí. Již 15 let najdou podnikatelé na jednom místě ucelené informace o podnikání a exportu.

Redakce BusinessInfo.cz
redakce@businessinfo.cz

Ministerstvo průmyslu a obchodu a agentura CzechTrade chtěly nabídnout podnikatelské veřejnosti on-line zdroj důležitých informací o podnikání, jeho legislativních základech, možnostech financování, exportu či daních.

Důvodem vzniku byla tehdejší roztržitost informací, které zástupcům firem poskytovala státní správa. Dnes už nemusíte procházet desítky stránek, abyste našli odpovědi na své otázky k založení a provozu podniku či vývozu zboží do zahraničí. Stačí otevřít web BusinessInfo.cz.

Jeho významnou přidanou hodnotou je zveřejňování všech důležitých zpráv a informací pocházejících od partnerů portálu. Mezi tyto partnery patří nejen ministerstva a státní organizace, ale také podnikatelské reprezentace jako Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR či Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Virtuální one stop shop

Portál má sice 15 svíček na pomyslném dortu, idea jeho vzniku je ale starší. „Důvody pro vznik výstižně shrnuje motto, jehož pomocí jsem vznik portálu prosazoval: Kdo má informace, vítězí,“ říká zástupce gestora projektu Miloslav Marčan z ministerstva průmyslu a obchodu.

„Zápis z roku 1997 je stále aktuální: Vládní úřady jsou spolehlivými zdroji informací, ale s malou schopností je šířit. Informační technologie umožňují nahradit neefektivní způsob šíření dat v papírové podobě přístupem on-line 24 hodin denně,“ doplňuje Miloslav Marčan.

Záměrem bylo „vytvořit virtuální one stop shop“, soustředující v elektronické podobě všechny relevantní informace pro posílení exportních schopností českého průmyslu. Záběr portálu byl dále rozšířen i o podporu podnikání jako celku. A v této podobě je od roku 2002 BusinessInfo.cz on-line.

Od roku 2008 jsou na portálu publikovány souhrnné teritoriální informace zpracované českými diplomaty na zastupitelských úřadech. Přinášejí komplexní informace pro ty, kteří chtějí obchodovat s partnery v libovolné zemi světa. Informace se průběžně aktualizují a pomáhají zájemcům zorientovat se

V prvním čtvrtletí letošního roku byla průměrná měsíční návštěvnost portálu téměř 340 tisíc návštěvníků.

v podmínkách podnikání i exportu na daném trhu.

Zájem uživatelů na prvním místě

Uživatelé na stránkách BusinessInfo.cz nejčastěji hledají informace týkající se financí, daní, legislativy či nejrůznějších právních úkonů. Ve spolupráci s CzechTradem portál neustále aktualizuje databáze exportních příležitostí a informace z oblasti zahraničního obchodu.

BusinessInfo.cz je správná adresa pro ty podnikatele, kteří hledají formuláře na internetu, chtějí získat podporu či dotaci pro

své podnikání nebo hledají zahraničního odběratele pro své výrobky. Pomůže i s přehledem daňových termínů či návody, jak postupovat při styku s úřady. Portál využijí i zájemci o účast na seminářích, konferencích a obchodních misích. Přináší čtenářům také speciály s informacemi k aktuálním tématům, která zajímají nebo trápí podnikatelskou veřejnost.

„Portál slouží jako komunikační kanál, kterým lze rychle, z jednoho místa a ve srozumitelné formě oslovit široké spektrum podnikatelské veřejnosti,“ shrnuje Marčan význam BusinessInfo.cz pro státní správu. ■

Bolívie plná překvapení

Emil Ulrych
vedoucí zahraniční kanceláře CzechTrade v Peru
emil.ulrych@czechtrade.cz

Bolivijci dobře znají Českou republiku a vědí toho dost o jejím moderním průmyslu. Ale hlavně mají zájem o kvalitní výrobky a servis oproti levným kopiím z jiných částí světa.

Ve stínu obřích okolních států by se Bolívie mohla leckomu zdát z hlediska obchodních příležitostí méně nápadná a nepříliš zajímavá. Opak je ale pravdou. Bohatá země s devíti miliony obyvatel a rozmaností nejen přírodní, ale i kulturní zažívá v posledním období významný ekonomický růst mezi třemi až pěti procenty HDP ročně. A to hlavně díky těžbě nerostných surovin a také díky výkonům potravinářského a chemického průmyslu.

Již po přeletu do Santa Cruz, průmyslového centra země, zjistíte, že zde jsou obrovské příležitosti pro obchod. Nejste sice zahlceni reklamou a přetlakem výrobků, ohromujících nabídek či služeb, čekáte v řadě před letištěm

na taxi, které vás odveze do hotelu. Do centra se ovšem svezete po moderní tříproudové dálnici s mimoúrovňovými křižovatkami a novou silniční infrastrukturou, za kterou by se nemuselo stydět žádné evropské velkoměsto.

Z obchodního jednání s bolivijskými partnery na téma technologií šetrných k životnímu prostředí a vodohospodářství má člověk velmi dobrý pocit. Nejenže dobře znají Českou republiku a vědí toho dost o jejím moderním průmyslu, ale hlavně mají zájem o kvalitní výrobky a servis oproti levným kopiím z jiných částí světa. Na naši otázku stran financování s úsměvem odpovídají, že to je ten nejmenší problém. Mají totiž možnost zapojit vlastní prostředky nebo finance z mezinárodních fondů.

Druhým příjemným překvapením je, že v průběhu několikahodinového jednání vás doporučí dalším institucím a společností a zorganizují vám ještě tři další jednání na tentýž den.

V Santa Cruz žije početná komunita českých krajanů, kteří jsou vstřícní a ochotní, mluví velmi dobře česky a jsou skvěle organizovaní; často se scházejí a pořádají kulturní a společenské akce.

Za všechny jako příklad můžeme zmínit pana Stanislava Poláška (otce českého honorárního konzula), který prožil v Bolívii většinu života a kterého najdete jako mladíka ve Zlíně na fotkách se Zikmundem a Hanzelkou. I přes svůj úctyhodný věk neztrácí šarm a obchodního ducha.

Bolívie je tedy jednou ze zemí Latinské Ameriky, ve kterých je velký obchodní potenciál a kde máme historicky velmi dobrou pověst. A na tu mohou čeští exportéři do budoucna úspěšně navázat. ■

Advertorial

Česká exportní banka Indii umí

Ze středočeských Čelákovic až na Indický poloostrov. Už teď pětice českých strojů ve dvou indických závodech vyrábí ozubená kola. A dodávka dalšího obráběcího zařízení je v jednání. Tuzemská firma Gearspect je jednou z těch, kterým s exportem do Indie pomohla Česká exportní banka (ČEB). „S ČEB jsme již v minulosti spolupracovali a banka nám nabídla nejvýhodnější podmínky ručení za vystavené bankovní garance. Bez nich by se obchod neuskutečnil,“ pochvaluje si spolupráci ekonom firmy Petr Boháček. „Umíme i malému klientovi sestavit specifickou záruku a jsme jednou z mála bank, která dokáže vystavit protizáruky do tohoto teritoria,“ vysvětluje generální ředitel ČEB Karel Bureš.

Česká exportní banka má oproti ostatním výhodu v tom, že je vlastněna státem, takže indické bankovní domy s chutí akceptují české protizáruky. „Navíc můžeme, opět jako jedni z mála, komunikovat s jednou z největších indických bank – State Bank of India – formou zabezpečených swiftových zpráv napřímo. Šetříme tak exportérovi peníze, které by jinak musel platit zprostředkovatelské bance,“ vyzdvihuje Bureš.

Za poslední dvě dekády podpořila Banka tuzemské exportéry v Indii 550 miliony korun. „Samozřejmě že Indie je teritoriem, kde by Česká exportní banka měla export podporovat. Šanci tu má nejen české strojírenství. A je taky třeba si uvědomit, že Indický trh

svou velikostí představuje tolik příležitostí jako několik států najednou,“ podotýká předseda představenstva Asociace malých a středních podniků Karel Havlíček. Právě s delegací malých a středních podniků jeli letos v březnu do Indie i zástupci ČEB, kteří teď jednájí s několika tamními lokálními bankami o prohloubení spolupráce.

„S našimi klienty tak dokážeme společně vybrat nejvhodnější partnerskou banku,“ vysvětluje šéf oddělení mezinárodních vztahů ČEB Petr Křižan. Indie totiž patří k zemím, které jsou pro českou exportní politiku a tudíž i pro ČEB prioritní. „O naší další zázkaze pro indický trh jednáme právě s Českou exportní bankou,“ dodává Boháček z firmy Gearspect.

Náročnost při výrobě potravin se zúročí v exportu, příkladem je košer slivovice

Přestože export českých potravin roste, existují trhy, kam se firmy nehrnou kvůli velké vzdálenosti. Přitom třeba v Asii je po evropských značkách velká poptávka.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz

O renesanci státní podpory potravinářským firmám v poslední době hovoří Martin Déva, exportní ředitel společnosti Rudolf Jelínek. Na mysl má jak tři ministerstva – průmyslu, zahraničí a zemědělství, tak především agenturu CzechTrade.

„S jejími pracovníky spolupracujeme nejčastěji. Účastníme se jak veletrhů a výstav, na nichž CzechTrade zajišťuje českou prezentaci, tak třeba i propagačních akcí v zahraničí, které agentura pro české výrobce organizuje,“ uvádí Déva.

Přitom výrobce destilátů ve Vizovicích má s exportem dlouholeté zkušenosti, vyvážet totiž začal už v roce 1934, a dokonce až do USA, kde se prosadil s košer produkty. I v současné době je v tomto teritoriu úspěšný, a nejenom tam. Z loňského půlmiliardového obrátu představoval vývoz 40 procent, do už zmiňované Ameriky, ale také do okolních zemí, jako jsou třeba Rakousko, Německo, Polsko a samozřejmě Slovensko, které je historicky největším exportním trhem.

Daří se vyvážet potraviny na Kubu

Na firmě Rudolf Jelínek tak lze dokumentovat, kam především čeští potravináři vyvážejí. Loni právě Slovensko získalo 26 procent z celkového českého vývozu potravin. Mezi dvacet a deset procent se pak dostaly Německo

a 14 procent dělá export kávy, čaje, kakaa a výrobků z nich a třetí pomyslné místo s 13 procenty patří mléčným výrobkům a vajčkům.

Pro zajímavost, zelenina a ovoce nebo masa a masné produkty mají po osmi procentech.

Sortiment s delší životností nejčastěji jistí Exportní garanční a pojišťovací společnosti (EGAP). „Z potravinářského sortimentu podporujeme hlavně vývoz mléčných výrobků, nápojů včetně piva, obilí, sladu a potravinových doplňků. Celková pojistná hodnota za deset let činí 2,8 miliardy korun, podpořený vývoz 3,5 miliardy,“ uvádí Jan Procházka, generální ředitel EGAP.

Pochopitelně pojišťovna pomáhá exportérům na rizikovějších trzích a těmi jednoznačně Evropa není, takže nejvíce v poslední době podporuje firmy, které vyvážejí potraviny na Kubu.

Odborníci OECD zařazují země do osmi kategorií, přičemž nula znamená vyspělé trhy a sedmičku mají země s nejvyšší úrovní teritoriálního rizika. Kuba je aktuálně zařazená do 7. kategorie, a přesto EGAP nehlásí problémy se splácením. „V současné době je Kuba bez problémů, není tam žádná pohledávka po splatnosti, platební morálka je velice dobrá,“ míní Procházka s tím, že na Kubu čeští exportéři vyvážejí hlavně slad, pšenici, potravinové produkty a doplňky i sušené mléko.

„Pevně věřím, že snad již uplynuly doby a prohlášení, že potraviny si můžeme levně dovézt a zemědělství žádnou podporu nepotřebuje. Naopak rok od roku je výroba potravin stále významnější a strategičtější a všechny vyspělé státy a jejich vlády si své zemědělce v maximální možné míře hýčkají, protože vědí, že bez potravin a zdrojů vody nemůže žádná společnost fungovat a přežít,“ uvádí Zdeněk Jandajsek, prezident Agrární komory ČR.

Do čela komory nastoupil letos v březnu právě s prioritou posílit tuzemskou zemědělskou produkci a následné zpracování těchto produktů, tedy toho, co si čeští farmáři ve vlastním prostředí vyprodukují. Je známý jako kritik toho, že čeští producenti vyklidili nejenom tuzemský trh, ale i většinu tradičních světových trhů, kde měly české suroviny i potraviny silné jméno. V poslední době podle něj ale byly učiněny i dobré kroky. „Ministerstvo zemědělství zprovoznilo institut zemědělských diplomatů a v regionech jako USA, Blízký východ, Japonsko, Čína, Rusko či v bývalé Jugoslávii, ale i jinde je potřebná aktivní a činná agrární politika pro uplatnění techniky, technologií, vývozu surovin i potravin.“

Myšlenku, že Česko je příliš malá země, aby zemědělské komodity a potraviny vyváželo, Jandajsek striktně odmítá s tím, že není důvod klást si malé cíle. Zvláště když v produkci hovězího nebo vepřového masa na 100 hektarů zemědělské půdy Česko předstihují nejenom země jako Německo a Holandsko, ale i menší Dánsko. „Pohled do historie ukazuje, že máme schopnosti i podmínky na udržení potravinové soběstačnosti i na vývoz,“ tvrdí šéf Agrární komory.

Agrární produkce je ekonomicky výhodná

Jeho kolega Miroslav Toman, prezident Potravinářské komory ČR, vidí rezervy zejména ve struktuře, kde na vývoz míří nezpracované suroviny jako třeba mléko, obilí, živá zvířata, řepka. Naopak dovážejí se výrobky zpracované, tedy s přidanou hodnotou. „Není třeba, aby členové vlády cestovali jako Marco Polo, ale aby věděli, kam a proč jedou, aby podnikatelé jeli s nimi jako partneři jednání, a ne jako křoví.“

Jeden z hlavních důvodů, proč z tuzemska míří do zahraničí nezpracované suroviny, vidí

U agrární produkce a potravin může být bez problému 100 procent hodnoty výrobku vytvořeno v tuzemsku. Proto je podpora agrární produkce a exportu zpracovaných produktů tak důležitá a ekonomicky zajímavá.

ko a Polsko. Pod pomyslnými stupni vítězů se seřadily Rakousko, Maďarsko, Itálie, Velká Británie... Export českých potravin tedy směřuje především do Evropské unie. Což je i logické, protože vývoz potravin na větší vzdálenosti je omezen jejich trvanlivostí. Ale i tak produkty s delší životností hrají při exportu prim.

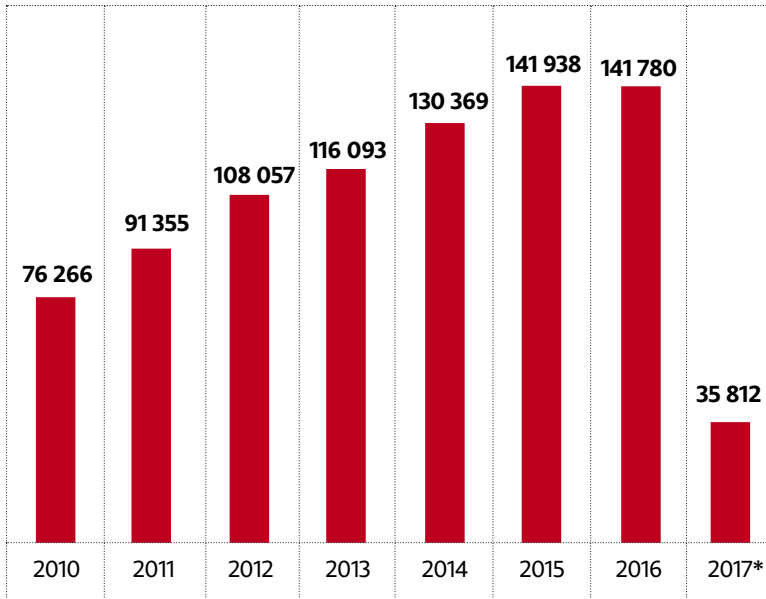
Na obiloviny a obilné výrobky připadá 23 procent z celkového vývozu potravin,

Export potravin a živých zvířat roste

Celkově vývoz potravin z Česka neustále roste. Například v roce 2010 představoval 76 miliard a loni téměř dvojnásobek – skoro 142 miliard korun. V posledních letech se daří českému exportu v sektorech potravinářství a zemědělství. Během posledních pěti let rostla jenom producentům potravin a živých zvířat každý rok hodnota vývozu téměř o dvacet procent.

Vývoz potravin a živých zvířat

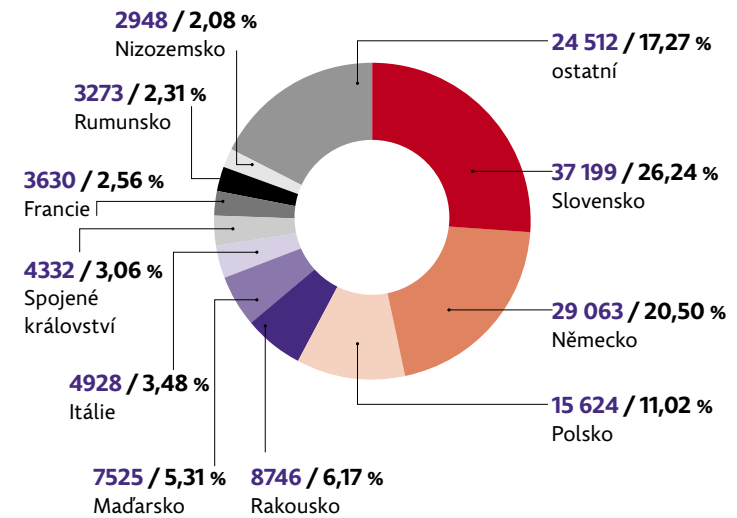
■ údaje v milionech korun * za první tři měsíce



POZN.: BEZ NÁPOJŮ
ZDROJ: ČSÚ

Vývoz potravin a živých zvířat podle zemí

(Údaje za rok 2016, v milionech Kč)



Toman v tom, že v zahraničí nemá Česko své obchodní sítě, které by výrobky prodávaly.

„Významné posílení vývozu by mohlo snížit závislost českého průmyslu na tuzemském trhu a oslabit diktát obchodních řetězců a vydíratelnost dodavatelů,“ uvádí šéf Potravinářské komory, podle něhož hodně vyvážejí nadnárodní firmy právě v rámci specializace nebo proto, že mají v zahraničí obchodní strukturu, která jim to umožňuje.

„Jako dobré příklady českého exportu můžeme brát třeba Budějovický Budvar nebo čokoládovnu Carla a sýrařskou firmu Brazzale Moravia se sýrem Gran Moravia.“

Podle Tomana je obecně přidaná hodnota v tuzemsku velice nízká (viz montovny a podobně). „U agrární produkce a potravin může být bez problému 100 procent hodnoty výrobku vytvořeno v tuzemsku a to je zásadní rozdíl. Proto je podpora agrární produkce a exportu zpracovaných produktů tak důležitá a ekonomicky zajímavá,“ míní šéf Potravinářské komory.

Za perspektivní trhy pro český export potravin považuje lokality, které jsou čistými dovozci, v nichž má Česko historické vztahy, kontakty a produkce dobré jméno. Typicky jsou to severní Afrika, Blízký a Střední východ, země bývalého Sovětského svazu a asijské země jako Čína či Vietnam.

V Číně je hlad po evropských potravinách

V současné době je v zahraničí především v asijských zemích patrný hlad po evropských brandech a toho by měly české potravinářské firmy využít. Třeba jako společnost Marlenka international, která vyvážejí do Číny už třetím rokem, loni tradiční medové dorty, snac-

ky, napoleonky a další cukrovinky celkem za 2,5 milionu korun.

Díky vynikajícím konzervačním účinkům medu nevádí, že zboží cestuje z Frýdku-Místku kamiony a pak hlavně loděmi po moři v chladicích boxech 1,5 měsíce. Zdržení na celnici trvá další dva týdny, takže celkově putují produkty Marlenka na čínský trh dva měsíce. Tam je lze koupit v hotelech, cukrárnách a luxusních obchodech.

Zájem o potraviny z Evropy dokazují mimo jiné i jejich ceny na čínském trhu. „V obchodě stojí Marlenka 1150 korun a v kavárně 1500. Tím, jak vzniká v Číně bohatá skupina spotřebitelů, roste zájem o kvalitní produkty z Evropy. Třeba kavárníci jsou rádi, že mají naše zboží, které jim zvyšuje obrát,“ uvádí zakladatel a majitel společnosti Gevorg Avetisyan. V čínských luxusnějších supermarketech si všiml několika evropských produktů. „Třeba italské a francouzské sušenky stojí deset dolarů, litr německého mléka více než pět dolarů (přes 120 korun, pozn. red.). Číňané prý mají nekvalitní mléko, a protože jeho spotřeba roste, mají evropské mléčné produkty zelenou,“ dodává.

Práce na košer destilátech se finančně vyplatí

I když pro potravináře není z legislativního hlediska čínský trh jednoduchý, tak se určitě vyplatí. Martin Déva, šéf exportu ve firmě Rudolf Jelínek, přiznává, že ho Čína hodně potrápila. Ale i tak tam firma vyváží, stejně jako na další exotické trhy, které stále přibývají. „V Japonsku pijí naši whisky, borovičku a vodku, do Panamy vyvezeme absint, první zakázku za sebou máme v Hongkongu,“ vyjmenovává exportní ředitel.

Přitom firma nemá strategii neustále rozšiřovat portfolio zemí, kam exportovat. Spíš jde cestou zvyšování prodeje na trzích, na něž se už dostala. „Řekli jsme si, že budeme víc poznávat naše zákazníky, třeba upravovat výrobky podle jejich představ a místních zvyklostí. Ve vývozu chceme vyjít maximálně vstříc našim odběratelům,“ prozrazuje vizovické exportní know-how Déva.

Recept, podle kterého podnikají ve Vizovicích, má ovšem mnohem víc ingrediencí. Snaží se například dělat maximum, aby zpracovávali vlastní produkci, nebyli na nikom moc závislí. Proto třeba vysazují a rozšiřují vlastní sady, z nichž zpracovávají švestky, třešně, meruňky a podobně. Firma dokonce expanduje do ciziny a vyrábí destiláty v Bulharsku a také v Chile. V těchto zemích postupně osazuje nakoupené hektary hrušňemi, z hrušek dělá v místě destiláty a ty pak dováží do Česka na další zpracování.

Mezi vlaškové lodě firmy patří košer alkohol, na němž se dá nejlépe dokumentovat, že čím vyšší přidaná hodnota, tím větší zisk a atraktivnější trhy. „Získat certifikát košer udělený americkou Ortodoxní unií není jednoduché a musíme ho neustále obhajovat. Do konce k nám jezdí i dozor ze zahraničí, který kontroluje kvalitu ovoce, kvašení, stáčení i třeba plombuje jednotlivé sudy,“ prozrazuje Martin Déva, exportní ředitel společnosti Rudolf Jelínek. Ve výsledku jde o opravdu prvotřídní slivovici, o niž je zájem nejenom v USA, ale také v Polsku, Izraeli i dalších zemích, kde je chápána jako velice kvalitní a luxusní alkohol. Větší náročnost výroby se prý firmě vyplatí. „Hlavně v USA se daří prodávat s vysokou přidanou hodnotou.“

Emco boduje ve vývozu potravin, dokázalo se prosadit v USA i v Rusku

Původně distribuční firma se vyprofilovala ve významného výrobce cereálií, kterému se daří na vlastní moderní výrobu a vývoj lákat zahraniční partnery.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



Zdeněk Jahoda (61)

Absolvent VŠE v Praze oboru zahraniční obchod začal podnikat hned v roce 1990. Zúročil tak své zkušenosti z působení v podniku zahraničního obchodu Investa, který vyvážel textilní stroje. Původně počítal s tím, že se bude živit jako poradce, využije znalosti cizích jazyků, pak se ovšem začal věnovat obchodu. Dovážel a vyvážel všechno možné od kalhot přes dřevo, až se soustředil na budování vlastní potravinářské výroby. Začínal v lednu 1991 a jeho prvním kontraktem bylo sedm palet margarínu, které dovezl z Německa. Tvrdí, že měl štěstí, protože u této zakázky se dohodl na zaplacení, až se mu podaří margarín prodat. O čtyři roky později se rozhodl, že přestane konkurovat českým výrobcům se zahraničními značkami, a nechával si potraviny pro svou značku Emco vyrábět. V roce 1998 rozjel vlastní vývoj a o rok později i výrobu.

FOTO: HN - L. BÍBA

Mezi čtyřicetku zemí, kam česká rodinná firma Emco vyváží, patří i tak velké trhy, jakými jsou americký a ruský. Ale zakladatel a majitel společnosti Zdeněk Jahoda moc nedělá rozdíly mezi jednotlivými zahraničními odběrateli. Přistupuje ke všem stejně, ze všech má radost, všech si váží, ať už jsou z USA, Trinidadu či Slovenska...

„Nemám zázračný recept, jak se prosadit v zahraničí. Osvědčilo se nám hledat odlišnost proti místním výrobcům, přizpůsobit obaly a zejména mít správný poměr ceny ke kvalitě výrobku,“ vyjmenovává s tím, že si nemůže firma dovolit třeba nákladné dlouhodobé reklamní televizní kampaně.

„Při prosazování značky v cizině je důležitý dobrý distribuční partner, který dokáže produkt dostat do obchodů. Tam si lidé vyzkoušejí, a když jsou spokojeni, pak se další zákazníci už nabalují,“ míní Jahoda, jehož firma Emco byla původně také distributor.

Podobné partnery aktuálně hledá po celém světě, protože společnost nekomunikuje přímo s obchodními řetězci, ale s obchodníky. Nikde na světě nemá vlastní distributory, ale vždy hledá v cizině tu největší a nejuspěšnější firmu, která dodává zboží řetězcům a pochopitelně nezastupuje nikoho z konkurentů Emca.

V USA dodává Emco dokonce do Walmartu

V receptu na to, jak prorazit na zahraničních trzích, se ovšem skrývá mnoho ingrediencí a Jahoda patří k těm, kteří se o získané zkušenosti rádi podělí. Emcu se například vyplácí účast na mezinárodních potravinářských veletrzích třeba ve spolupráci s Czech-Tradem. Pravidelně od roku 2013 využívají výhod této společné prezentace na jednom z největších evropských potravinářských veletrhů PLMA v Amsterdamu. Firma také neustále vyhledává a oslovuje případné odběratele. Dokonce si koupila databázi distributorů na celém světě. A jako člen Svazu evropských distributorů má přístup k potenciálním partnerům v Evropě. Když ovšem Jahoda začne rozebírat jednotlivé zahraniční trhy, tak téměř ke každému přidá osobitý příběh, jak se tam podařilo Emcu prosadit.

„Třeba americký partner nám původně sám nabízel nějaké zboží, a když neuspěl, tak se

rozhodl, že se podívá, co děláme. Přiletěl do Prahy a já ho chtěl něčím zaujmout, tak jsem připravil projíždku na kole,“ vzpomíná byznysmen, jak u 140kilogramového obchodníka se zraněným kolenem z války ve Vietnamu s výletem neuspěl. Ale v byznysu uspěl – když mu Henry Leighton položil otázku, zda dělá bezpečkové potraviny, o něž je v USA zájem, tak bez váhání přikývl. Tvrdil, že to pro Emco není problém, přestože téměř nevěděl, co bezpečková potravina je, natož aby je firma vyráběla. „V USA mají bezpečkové müsli z kukuřice, já si řekl, že my to budeme dělat z pohanky a jáhel, abychom byli nějak odlišní. Ale víc než müsli se tam chytily tyčinky.“

V současné době Emco na americkém trhu, na němž začínalo v roce 2012, ročně utrží 50 milionů korun. A český výrobce se dokonce prosadil v tak významném obchodním řetězci, jako je Walmart.

Investice do výroby v Rusku se vyplatila

Roční tržby Emca na ruském trhu dělají 80 milionů rublů, tedy přes 30 milionů korun. A Rusko je také jedinou zemí, kde má Emco mimo tuzemsko i výrobu. Zdeněk Jahoda přiznává, že je to země, která ho hodně potrápila. Samozřejmě slyšel, že není jednoduché se tam prosadit, přesto byla skutečnost mnohem těžší a komplikovanější, než očekával. V roce 2007 koupil zaniklou pekárnou poblíž Tuly, zhruba 200 kilometrů od Moskvy, a zrekonstruoval ji.

„Po našem předchůdci tam byl přivedený plyn a já počítal, že budeme v odběru pokračovat. Ne tak Gazprom, od něhož jsme se dozvěděli, že jsme noví a že nás připojí tak za rok. Možná chtěli úplatek, nevím, ale já rozhodl, že nebudeme nikde uplácet,“ přibližuje Jahoda jistou zkušenost z ruského trhu.

Pozice Emca se v Rusku zlepšila po zákazu dovozu zahraničních potravin a prudkém poklesu rublu. Z trhu zmizeli zahraniční dovozci a česká firma konečně zúročila investici do výroby.

V současné době v Rusku vyrábí müsli, což představuje tak 70 procent ročních tržeb na ruském trhu, z vlastních surovin si nechává místním výrobcem míchat kaše a müsli tyčinky dováží z Česka. Podle Jahody se Emco prosadilo už v pěti ruských obchodních řetězcích, takže není problém koupit značku Emco



FOTO: ARCHIV HN

třeba na Sibiři. Vyrábí i pro dvě tamní privátní firmy. Přesto prý není česká potravinářská firma v Rusku za vodou. „Ruský trh má velký potenciál, ale je to tam pořád dost těžké.“

Nikde v zahraničí samozřejmě nevítají zahraniční konkurenci se slavobránou, přesto Jahodu nikdy nenapadlo působit jen v tuzemsku. „Takhle jsem nikdy neuvažoval. To souvisí pravděpodobně s tím, že jsem studoval zahraniční obchod,“ vzpomíná byznysmen s tím, že si v devadesátých letech velice brzy uvědomil, jak důležité je mít vlastní výrobu. „Bez vlastní výroby je export těžko realizovatelný. Když do Česka přišly řetězce, které se odmítaly bavit s překupníky a jednaly jen s výrobcí, řekl jsem si, že začneme vyrábět.“

Ještě před tím ovšem první zahraniční pobočku Emca založil Jahoda na Slovensku v roce 1993, hned po rozpadu Československa. Poté následovaly trhy Polska a Maďarska, ovšem ne kvůli tomu, že byly nejbližší, spíš náhodou. „Nevytyčuji strategii, kam vyvážet, ale chápeme se každé příležitosti,“ prozrazuje podnikatel, že jednou z posledních zemí, kde se Emco prosadilo, jsou i Filipíny. „Berou milion našich sušenek.“

Na Emcu si pochutnávají i v Karibiku

Dva roky dodává Emco své cereální produkty do Japonska, například do největšího japonského obchodního řetězce Kobe Bussan nebo pro výrobní firmu Cargill. Než došlo k podpisu kontraktu, byli se japonští partneři třikrát podívat v české fabrice. Kontrolovali kvalitu potravin, zajímaly je kontrolní systémy nastavené v Česku a podobně.

Podle Jahody právě export firmu profesně posouvá, respektive zahraniční partneři kladou často na Emco až nepředstavitelné požadavky. Třeba kvůli Američanům museli

Emco

Firma vznikla v lednu 1991 jako obchodní společnost zabývající se vývozem a dovozem. V současné době sice stále dováží některé potravinové produkty, jako třeba rostlinné nápoje Alpro, těstoviny Barilla nebo čokolády Schogetten, ale především se věnuje vlastní výrobě cereálních produktů.

Jde o rodinnou firmu, v níž zpočátku pomáhala zakladateli manželka, nyní se začínají angažovat i děti.

Veškerá výroba v Česku je soustředěna do Hrdel u Terezína, kde v roce 2014 vyrostly nové haly s moderními technologiemi v celkové investici 250 milionů korun. Zároveň firma vlastní mlýn ve Vřesčích na Tábořsku, ve kterém vyrábí ovesné vločky.

Loňské tržby dosáhly 980 milionů korun, což představovalo meziroční navýšení o 40 milionů. V roce 2016 došlo také k výraznému růstu provozního zisku, z 15 milionů v roce 2015 na 37 milionů korun.

Export loni přinesl do firemní kasy 370 milionů korun. Emco vyvází do 40 zemí světa, hlavními exportními trhy jsou vedle Slovenska především USA, pak následují země jako Alžírsko, Maroko, Dánsko, Rusko a další.

v Emcu přistavit i požární schody nebo v expedici instalovali kamery, aby bylo nakládání kontejnerů pod dohledem. „Zajímá je i sociální stránka, museli jsme jim ukazovat výplaty zaměstnanců, jsou mnohem horší než ministerstvo financí,“ usmívá se Jahoda.

Nové kontakty čerpá firma i z databáze světových distributorů, kde objevila třeba společnost z republiky Trinidad a Tobago. Takže když mířilo Emco na veletrh do Mexika, danou firmu oslovilo a pozvalo do svého stánku. Ale oni se rozhodli pro setkání v Česku. „Provedli jsme je továrnou a poté se rozhodli, že od nás budou brát zboží. Nyní dodáváme kontejnery do Trinidadu a oni obsah distribuují po ostrovech v Karibiku,“ naznačuje Jahoda, jak potřebné bylo investovat do výrobní fabriky v Hrdlích. Moderní provozy, technologie, vlastní vývoj, to vše u zahraničních partnerů boduje.

„Také my máme dobré zkušenosti s tím, když si zástupci zahraničních společností mohou prohlédnout provozy v Česku, vidí na vlastní oči, jak se tam pracuje, jak jsou vybavené,“ doplňuje zkušeností podnikatele Marcela Havlová, vedoucí oddělení Propagace a komunikace agentury CzechTrade.

Když Zdeněk Jahoda líčí exportní úspěchy Emca, neopomene připomenout, že to není jenom jeho zásluha. Naopak on se vždy více věnoval výrobě, novým produktům, financím a podobně. Šéfem marketingu a výroby je v současné době jeho syn Martin, který má kolem sebe podle Jahody seniora profesionální tým. „Když je člověk autokratický, tak dusí iniciativu lidí. Osobně jsem si potvrdil, že když lidé mají důvěru a volnost a jsou dobří, je to ku prospěchu firmy,“ tvrdí Zdeněk Jahoda, majitel a zakladatel potravinářské firmy Emco.

Čtyři svobody vnitřního trhu: Nedělitelné nejen v principu, ale i v praxi

Budoucnost vnitřního trhu EU po brexitu závisí na naší víře v nedělitelnost takzvaných čtyř svobod.

Daniel Šitera
odbor evropských záležitostí a vnitřního trhu,
Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
sitera@mpo.cz

Co jsou to čtyři svobody? Jsou základním smluvním principem Evropské unie (EU), který umožňuje čtyři základní formy volného pohybu po celém vnitřním trhu EU. Jde o volný pohyb zboží, osob, služeb a kapitálu. Tento princip je pak důležitým základem každodenní praxe evropských firem a občanů, kteří mohou volně žít a podnikat kdekoli v EU, a to ať už pocházejí z jakéhokoli členského státu.

Pro takový princip má aktuální Smlouva o fungování Evropské unie samozřejmě své místo. Je jím článek 26, stanovující, že „vnitřní trh zahrnuje prostor, v němž je zajištěn volný pohyb zboží, osob, služeb a kapitálu“. Mnohem důležitější však je, jak takový právní princip umožňuje každodenní fungování EU v praxi.

Při bližším pohledu na každodenní život občanů a na podnikání firem v EU dojdeme k závěru, že čtyři svobody jsou nedělitelné nejen v principu, ale také v praxi, jelikož míra výkonu jedné svobody podmiňuje míru výkonu ostatních tří svobod.

Pro příklad uveďme jednu z mnohých životních situací na vnitřním trhu. Především v dnešní digitální době již přijímáme automaticky, že si zákazník přes internet v jiném členském státě objedná svoji oblíbenou značku bot, za které samozřejmě zaplatí přes vlastní bankovní účet, a v průběhu několika dnů až týdnů boty obdrží.

Avšak bez existence vzájemně propojených čtyř svobod by se taková transakce nemusela udát vůbec, nebo by byla vykoupena neúměrně vysokými transakčními náklady (typicky celními poplatky).

Bez volného pohybu kapitálu by nebylo vůbec možné nebo by bylo velmi obtížné za boty zaplatit mezinárodním převodem. Bez volného pohybu zboží by bylo problematické zaplacené boty z dalšího členského státu dovézt.

A bez volného pohybu osob a služeb by nemohla dopravní firma přeshraničně vyslat své zaměstnance, aby společně s dalším zbožím objednané boty zákazníkovi dovezli tak rychle a relativně levně, jak je již dnes normou.

Jakákoli nerovnováha ve výkonu čtyř svobod by tak mohla dnes již banální operaci

nákupu prostých bot v jednom členském státě z jiného členského státu zkomplikovat jak pro firmu, tak občany.

Brexit může ohrozit integritu vnitřního trhu

Brexit, neboli odchod Velké Británie z EU a jednání o novém uspořádání vzájemných vztahů, může do jisté míry nalomit integritu vnitřního trhu. To by hrozilo, pokud by EU přistoupila na možnost s britskou stranou partikulárně směřovat ústupky v jednotlivých svobodách.

Nejedná se přitom pouze o budoucnost evropsko-britských vztahů. Přistoupení na podobnou salámovou metodu by vyslalo negativní signál pro budoucí úvahy o směřování vnitřního trhu jako takového. Ačkoli již dnes víme, že brexit nemůže mít vítěze ani na jedné straně, lpěním na principu nedělitelnosti čtyř svobod lze alespoň omezit případné škody vzniklé na nespočtu současných obchodních vztahů evropských a britských firem nebo životních plánech britských a evropských občanů. Spravedlivá a komplexní dohoda, jež vezme v potaz tento princip, na-

víc umožní základ pro rozvoj nových vzájemných vztahů. Proto je nutné, aby EU v dalších úvahách o směřování evropsko-britských vztahů obhajovala základní pilíře všech čtyř svobod.

Jedině s volným pohybem osob dává vnitřní trh pro občany EU smysl

Volný pohyb osob umožňuje občanům EU cestovat a usídlit se za účelem práce, podnikání, studia nebo turistiky v jakémkoli členském státě. Lze říci, že bez možnosti volně se fyzicky pohybovat po vnitřním trhu by pro mnoho občanů a podnikatelů ztratil vnitřní trh smysl. Bez něho by totiž nemohli plně využívat zbývající výhody, které vnitřní trh nabízí, protože jejich životní prostor by se opět omezil víceméně na reálné nebo administrativní hranice vlastního členského státu.

Omezení volného pohybu osob by prvotně negativně postihlo samotný výkon volného pohybu služeb, protože podnikatelé by ztratili právo usazení se v jiném členském státě za účelem podnikání. Podobně občané EU a jejich rodinní příslušníci by ztratili práva spojená se stejným a nediskriminačním



Brexit, neboli odchod Velké Británie z EU a jednání o novém uspořádání vzájemných vztahů, může do jisté míry nalomit integritu vnitřního trhu. FOTO: REUTERS

přístupem na trh práce jakéhokoliv jiného ČS. Stejně ohrožena by byla jedinečná koordinace sociálních systémů EU spojená s volným pohybem osob, která zajišťuje, aby občané EU neztratili nárok na důchod či jiné sociální benefity jen z toho důvodu, že se v průběhu své kariérní dráhy odhodlali žít a pracovat v dalších členských státech. Nelze pak opomenout fakt, že dnešní globálně operující firmy se bez mnohonárodnostní diverzity svých zaměstnanců jen těžko obejdou.

Bez volného pohybu služeb by byl vnitřní trh jen fikcí

Bez volného pohybu služeb, který je jinak úzce propojen s volným pohybem osob, by vnitřní trh jen těžko mohl fungovat. Vedle zmíněného práva na usazení v dalším členském státě by bez svobodného poskytování služeb evropské firmy nemohly jednoduše přeshraničně poskytovat služby například vysláním svých pracovníků do zahraničí. Ačkoli se dnes poskytování služeb čím dál více digitalizuje, informační společnost potřebuje fyzické provádění služeb v zahraničí. Například si lze jen těžko představit hladké fungování naší ekonomiky bez toho, aby byla zajištěna bezbariérová mezinárodní doprava, pro niž je volný pohyb pracovníků nezbytností.

Volný pohyb zboží je páteří vnitřního trhu

Podobně volný pohyb zboží by byl bez volného pohybu osob a služeb nepředstavitelný nebo jen těžko uskutečnitelný. Zároveň je však nezbytný pro ostatní svobody. Vytváří se jím totiž zóna volného obchodu bez jakýchkoli tarifních překážek, v jejímž rámci členské státy s institucemi EU spolupracují na společné technické harmonizaci (tj. sjednocení technických, zdravotních a jiných požadavků) nebo bezproblémovém vzájemném uznávání neharmonizovaných výrobků. Právě díky volnému pohybu zboží lze na vnitřním trhu transportovat jakékoli zboží vyrobené nebo uvedené na trh jednoho členského státu v souladu s jeho právními předpisy i v dalším členském státě bez jakýchkoli překážek.

Ani bez volného pohybu kapitálu to nepůjde

Svoboda pohybu kapitálu je pro vnitřní trh důležitá stejně jako krevní oběh pro lidský organismus. Bez něj by se jen těžko uskutečňoval jak volný tok plateb (tj. peněžních transferů za prodané zboží, založení účtu atd.), tak investic (tj. do kapitálových či hmotných statků).

Základem pro bezproblémové mezinárodní převody plateb a realizace investic je princip pasportizace finančních služeb uvnitř vnitřního trhu, nebo určování ekvivalence mezi finanční regulací EU a některých blízkých třetích zemí, jako Švýcarska. Pasportizace umožňuje finančním institucím usídleným v jednom z členských států poskytovat



Šéfem vyjednávacího týmu Evropské unie o podmínkách brexitu bude někdejší eurokomisař Michel Barnier. FOTO: REUTERS

Brexit nemůže mít vítěze ani na jedné straně. Lpěním na principu nedělitelnosti čtyř svobod lze alespoň omezit případné škody na vztazích evropských a britských firem nebo životních plánech britských a evropských občanů.

finanční služby v dalším členském státě bez dalších omezení.

Není třeba upozorňovat na to, že bez synergie s dalšími svobodami by volný pohyb kapitálu byl do jisté míry zbytečný a mnohdy neodůvodnitelný.

Co vnitřní trh nezabije, to ho posílí!

Právě proto, že dokončování vnitřního trhu je komplexní a mnohdy nelineární proces, jeho integrita již čelila mnohým výzvám. Brexit může být tou zatím historicky největší.

Nicméně právě víra členských států v princip nedělitelnosti čtyř svobod, ale i nekončící snaha umožnit jeho realizaci v praxi, zatím vždy vedly k jeho dalšímu prohlubování. Právě proto musí EU v jednáních s Velkou Británií zastávat pozici, že čtyři svobody vnitřního trhu jsou nedělitelné nejen v principu, ale i v praxi.

I stroje se chtějí v zahraničí líbit, pomoci má projekt CzechTradu

Rozhovor se Zuzanou Sedmerovou, vedoucí manažerkou projektu Design pro konkurenceschopnost.

Marta Stolařová
CzechTrade

marta.stolarova@czechtrade.cz

Vroce 2016 začala realizace interního projektu CzechTradu Design pro konkurenceschopnost 2016–2018 s cílem zvýšit mezinárodní konkurenceschopnost firem prostřednictvím designu produktů a propagačních akcí v zahraničí. Projekt je spolufinancován z evropských strukturálních fondů a využívá prostředky Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Tímto projektem CzechTrade umožňuje českým exportérům za zvýhodněných podmínek využívat profesionální designérské služby a účastnit se významných zahraničních veletrhů a odborných přehlídek.

Úspěch výrobků známých světových značek zcela evidentně souvisí s jejich vzhledem nebo inovativní funkcí. Jak se v tomto ohledu chovají české společnosti?

Řada velkých českých společností již design svých produktů nepodceňuje a investuje do něj spoustu energie a nemalé finanční prostředky. To však úplně neplatí pro malé a střední podniky, které si význam kvalitního designu mnohdy neuvědomují, případně se jim zdají služby profesionálního designéra příliš drahé. Projekt Design pro konkurenceschopnost je proto zaměřen na podporu právě malých a středních firem, které nechtějí či již nemohou konkurovat pouze cenou a pro které moderní design může být jednou z cest k vyšší prosperitě.

Design tedy má mezi nástroji pro zvýšení konkurenceschopnosti své místo. Co konkrétně malým a středním podnikům nabízíte?

Bariérou pro řadu těchto menších firem představuje zejména obava z vysokých nákladů a nedostatek času či zkrácené informace o významu designu. Spolupráci s designérem tak často odkládají či zcela zavrhnou. Přitom právě kvalitní a moderní design je dnes jedním z nejvýznamnějších atributů úspěchu na světovém trhu. Jednou z priorit agentury CzechTrade je proto motivovat exportéry k nastartování spolupráce s designérem, a to prostřednictvím zvýhodněných služeb profesionálů z Adresáře designérů CzechTrade, přičemž z projektu



Zuzana Sedmerová. FOTO: CZECHTRADE

Design pro konkurenceschopnost je pokryto 50 procent výdajů na designérské služby ve výši až 50 tisíc korun.

Kde mají firmy designéra hledat?

Zvýhodněné designérské služby mohou poskytovat pouze designéři zveřejnění v Adresáři designérů CzechTrade, www.designers-database.eu. Elektronický adresář je kvalitní pomocník nejen při vyhledávání průmyslových designérů, ale je také nástrojem propagace designu v zahraničí. V adresáři firmy naleznou řadu držitelů prestižních ocenění, jako jsou Red Dot Award, Czech Grand Design, Národní cena za design, Nábytek roku, a mohou tak díky naší podpoře snadněji dosáhnout na kvalitní design od profesionálů.

Co dalšího v rámci projektu CzechTrade mohou exportéři využít?

Díky projektu mají firmy i designéři možnost předvést své výsledky na prestižních zahra-

Malé a střední podniky si význam kvalitního designu mnohdy neuvědomují. Nebo se jim zdají služby profesionálního designéra příliš drahé.

ničních akcích a mohou tak zvýšit svůj tržní potenciál. Projekt poskytuje zvýhodněné služby na individuální stánky jednotlivých firem, a to bez podmínky společné prezentace na designových akcích v zahraničí. Maximální výše podpory je 130 000 korun na pokrytí výdajů spojených s účastí a jako u individuální spolupráce s designérem i zde platí povinnost padesátiprocentní participace ze strany firmy.

Kdo jsou nejčastější zájemci o zvýhodněné služby z projektu Design pro konkurenceschopnost?

Od spuštění projektu požádalo o spolupráci s designérem už více než 40 menších a středních podniků. Nejvíce zájemců o tuto službu evidujeme v oborech strojírenství, elektronika a v nábytkářském průmyslu. Do projektu je nyní zapojeno 12 průmyslových designérů z Adresáře designérů CzechTrade. Současně probíhají akvizice také na zahraniční veletrhy.

Na všechny podporované akce se mohou firmy hlásit prostřednictvím Příhlášek do projektu, které naleznou na webu agentury CzechTrade. Příhlášky lze podávat do 30. 6. 2018 nebo do vyčerpání stanoveného finančního limitu.

Investice do designu, která se opravdu vyplatila

Jednou z firem, která se do projektu Design pro konkurenceschopnost zapojila, je firma Nuba. A díky tomu se jí podařilo výrazně přilákat zájem zákazníků.

Zuzana Sedmerová
vedoucí manažerka projektu
Design pro konkurenceschopnost
zuzana.sedmerova@czechtrade.cz

Společnost Nuba vznikla v roce 2002 odkupem výrobního družstva invalidů Kyjovan Kyjov. Postupem času se modernizovala výroba, až vznikla ryze česká firma, která je z 95 procent tvořena zaměstnanci se sníženou pracovní schopností. Dvě pětiny produkce značky Nuba se vyváží do zemí EU, Vietnamu a Ruska.

Trh traťopájek, jejichž výrobou se Nuba zabývá, se postupně vyvíjel a bylo potřeba zákazníkům dopřát větší komfort při pájení a především nahradit zastaralé součásti modernějšími. „Chtěli jsme našemu zákazníkovi nabídnout kvalitní výrobek za přijatelnou cenu a tím konkurovat mnohdy nekvalitním asijským produktům. Začali jsme proto uvažovat o změně designu našich výrobků a více se zajímat o profesionální designéřské služby. Po podrobnějším průzkumu trhu jsme oslovili studio Adam Design z Adresáře designérů CzechTrade, kde jsme se dozvěděli o možnosti zapojit se do projektu Design pro konkurenceschopnost,“ říká Martina Kunderatová, jednatelka společnosti.

Při výběru designéra zajímaly českého výrobce traťopájek jeho předchozí realizace a dobré reference. Dalším faktorem byla i vzdálenost studia od sídla společnosti.

„Po úvodních rozhovorech s designéry bylo společně vytvořeno zadání a designéřské studio obratem předložilo několik základních návrhů – skic, ze kterých jsme po společné konzultaci vybrali nejvhodnější variantu. Ta se postupně upravovala a zdokonalovala, až jsme společně doladili výsledný návrh designu, projektovou dokumentaci a návrh nových forem. Páječka je nejen mo-



dernější, ale především menší a lehčí, čímž poskytuje větší komfort při práci. Spolupráce s designéřem z Adresáře designérů CzechTrade byla na vysoké úrovni, přesto nebyla nijak technicky či personálně náročná,“ popisuje spolupráci Martina Kunderatová.

Změny, které díky designu nastaly, přispěly k rozvoji společnosti

Pro realizaci nového výrobku bylo nutné změnit výrobní technologii. Vznikly nové vstřikovací formy na výrobu páječky i blistrů, do kterých jsou páječky baleny, změna se dotkla také výrobního postupu.

Zvyšující se zájem o traťopáčky Nuba, více pozitivních referencí a především vyšší objem výroby svědčí o tom, že se investice do designu opravdu vyplatila. Nárůst produkce si vyžádal navýšení počtu pracovních míst a celkově lze konstatovat, že spolupráce s designéřem odstartovala ve společnosti změny, které přispěly k jejímu rozvoji.

Výsledky spolupráce s designéřem se promítají také do vývozu společnosti Nuba.

Firma jednak zaznamenala větší poptávku u stávajících partnerů, jednak také získala zcela nové odběratele – právě vyjednává s novým zákazníkem z Polska.

Zvýhodněné designéřské služby jsou správnou volbou

Podle Marty Kunderatové je zapotřebí v České republice podporovat český průmysl a jeho export. Zapojení designéra do vývoje a využití zvýhodněných designéřských služeb agentury CzechTrade je podle ní tou správnou volbou a doporučuje je také dalším firmám.

Adresář designérů CzechTrade dává garanci kvalitního výběru

Spolupráce CzechTrade se studiem Adam Design začala již v roce 2011, kdy si je vybralo ke spolupráci několik klientů.

„Již od začátku jsem byl příjemně překvapen přístupem manažerů CzechTrade ke všem otázkám a ochotnou podporou při realizaci, čímž mě přesvědčili o své profesionalitě. Obdobně tuto agenturu vnímají také klienti, kteří se do projektu Design pro konkurenceschopnost zapojili,“ hodnotí spolupráci s CzechTradem Jiří Adam, jednatel společnosti Adam Design.

„Díky naší přítomnosti v Adresáři designérů nás v rámci naší oborové specializace oslovily desítky firem. Samozřejmě nespornou výhodou jsou naše zkušenosti i rozsah poskytovaných služeb, avšak velmi zásadní vliv mají i kompetentní lidé z agentury CzechTrade podílející se na projektu. Před zahájením spolupráce našim společným klientům ochotně vše vysvětlí a celý proces metodicky dozorují. Ve finále jde tedy o společný výsledek,“ dodává zároveň Adam.

Adresář designérů CzechTrade je zdrojem kontaktů na profesionály v oblasti průmyslového a produktového designu. Skutečnost, že v databázi jsou jen prověřeni profesionálové, dává potenciálním zákazníkům garanci kvalitního výběru. Podle Jiřího Adama firmy riskují maximálně úvodní časovou investici do jednání s vytipovanými designéry a také následná finanční participace ze strany CzechTrade napomáhá snížit obavy tuto spolupráci vyzkoušet.

Adresář designérů CzechTrade je zdrojem kontaktů na profesionály v oblasti průmyslového a produktového designu. Skutečnost, že v databázi jsou jen prověřeni profesionálové, dává potenciálním zákazníkům garanci kvalitního výběru.

Šéf ČEB: Za pět let nemáme žádný případ se selháním. Všichni splácejí

Česká exportní banka měla loni podle svého šéfa Karla Bureše dobrý rok. Banka už nedělá jen obří projekty, které bývaly v minulosti často ztrátové. Ale raději financuje desítky úvěrů menším firmám.

Petr Lukáč
petr.lukac@economia.cz

Vedení České exportní banky v posledních letech bojovalo hlavně s toxickými úvěry z minulých let. Podle jejího šéfa Karla Bureše je doba těchto mnohamiliardových rizikových úvěrů passé. Za posledních několik let ani jeden nezkrachoval. Posledním, který je třeba vyřešit, je turecká elektrárna Adularya. Nově se banka zaměřuje například na zemědělství.

Státní podpora exportního financování získala negativní nádech kvůli problémovým projektům, které vedly ke ztrátám ČEB a EGAP. Jaký pro vás byl minulý rok?

Myslím, že ve střednědobé historii banky rozhodně nejlepší. Hrubý zisk byl 611 milionů korun. Rok předtím to byla ztráta 141 milionů, ale bylo to kvůli vysokým daním při řešení některých problémových zakázek. Navíc jsme loni nežádali o dotaci ze státního rozpočtu, to je také něco unikátního. To se naposledy povedlo před 12 lety.

Nežádali? Vláda vám přece na podzim 2,5 miliardy poslala...

To se ovšem jednalo o případ sibiřské elektrárny Poljarnaja, kdy nám EGAP krátil 80 procent z pojistky. Nicméně tento případ spadá do roku 2015, kdy výplata trvala déle a zasáhla do roku 2016.

A jaký jste měli rok, co se týče obchodních případů?

Měli jsme ambiciózní plán poskytnout exportérům úvěry za více než čtyři miliardy korun. Z toho jsme nakonec splnili jen něco přes polovinu. Hlavním důvodem bylo protažení některých případů do roku 2017. Patří sem například úvěr pro Papcel Litovel, který vyváží papírenský stroj do Ruska za miliardu. Ten se načerpal hned v lednu.

Velká změna u nás ovšem proběhla co do počtu obchodních případů. Před pěti lety dělala banka možná dvanáct případů ročně za miliardy korun. A zde vznikly ty problémové projekty jako elektrárna Adularya a další. My jsme ale loni poskytli úvěry na více než 80 obchodů, z nichž připadá 69 na malé a střední podniky. A je tu ještě jeden trend – začali jsme více spolupracovat s ministrem zemědělství Jurečkou a polovina ze zmiňova-



FOTO: ARCHIV HN

ných úvěrů byla pro drobné agroexportéry. Do té doby byla podpora zemědělství téměř nulová a dnes je na vzestupu.

Co Češi v zemědělství vyvážejí?

Například vybavení pro farmy na chov hospodářských zvířat, prasat či drůbeže. Nejde o to, že se postaví velký prasečák, ale o špičkovou technologii, automatické systémy krmení, dodávky vody. Taková zařízení vyžadují už jen servisní obsluhu.

Donedávna se týkala podpora exportu hlavně průmyslu, elektráren, velkých projektů.

Co dalšího kromě zemědělství podporujete? Hodně tam máme letectví. Ne všechny banky ho chtějí nebo umějí dělat. Asi nejznámější je naše podpora Aera Vodochody. Podpořili jsme vývoz letadel L-159 do Iráku. Tam žádná jiná banka nepůjde. Je to technika, která slouží hlavně k výcviku vojenských pilotů. Také jednáme a jsme připraveni spolu s pojišťovnou EGAP podpořit vývoj nového cvičného letadla L-39NG.

To už jste dělali, podporu vývoje?

Ano. Například opět s Aerem Vodochody jsme podpořili vývoj částí přepravních letadel pro brazilského výrobce Embraer. V těchto projektech dá většinou polovinu peněz výrobce, půlku poskytneme my. U letadel L-39NG to budou vyšší stovky milionů korun.

Máte nějaké další zajímavé projekty?

Máme rozjednaný zajímavý ekologický projekt pro jednu latinskoamerickou zemi.

Češi v jednom velkém městě nabízí řešení na klíč na energetické využití odpadů. Detaily bohužel zatím říci nemohu, ale jednalo by se zhruba o 100 milionů eur. A skvělé je také to, že to nebudeme půjčovat konsorciu měst, ale naším klientem by byly silné lokální banky.

Jaký byznys chce dnes vůbec ČEB financovat? Bralo se to tak, že ČEB má být u projektů, které už komerční banky dělat nechtějí.

To naprosto odmítám. Máme tu historicky případy, které ukazují, že to je cesta do pekel. My dnes máme dobře a striktně nastavené řízení a kontrolu rizik. A mohu říci, že za posledních pět let nemáme jediný případ se selháním. Všichni splácejí. To je podle mě úspěch.

Proč by tedy měl jít exportér k vám, a ne ke komerční bance? Peníze jsou levné, banky půjčují na kdeco...

Máme velmi kvalitní tým lidí, který patří v rámci exportního financování vůbec k těm největším. Výrazně jsme zkrátili dobu na vyřízení obchodních případů, u malých a středních podniků to trvá v řádu pár týdnů. Dokonce když náš zákazník, firma MZ Liberec, potřeboval rychle úvěr necelých 10 milionů korun do Ruska, stihli jsme to za sedm dnů.

Jsou dnes projekty, které nezafinancujete?

Neděláme už sami obří úvěry typu elektrárna Adularya téměř za 12 miliard. Bylo správné, že to celé udělala ČEB? Nebo by bylo lepší, kdyby se tam přizvaly dvě tři české a turecké banky? Po bitvě je každý generál. Ale dnes bychom do podobného projektu sami určitě nešli. Je to vidět například na úvěru pro ázerbájdžánskou železnici. Ve dvou krocích dosáhne půjčka zhruba 12 miliard korun. A to děláme v bankovním klubu, sdílíme rizika s bankami, které jsme přizvali.

Půjčujete i na akvizice firem?

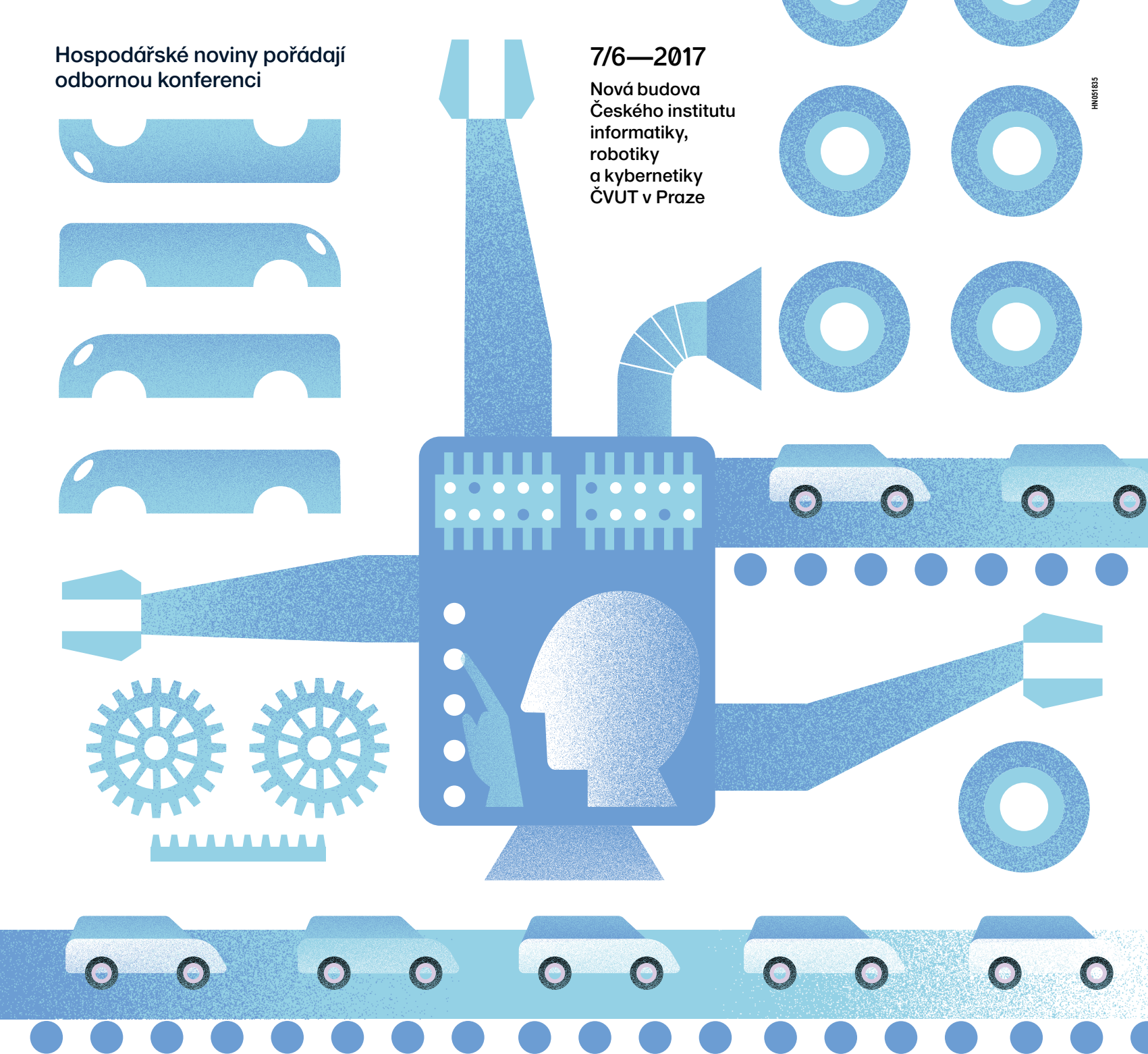
Ano. Jako příklad mohu uvést strojírenskou firmu Fermat, která přišla s tím, že chce koupit amerického distributora, jenž jí zajistí přístup na trh, větší marži i značku Made in USA. My jsme jim na to relativně rychle půjčili, i když dokumentace byla velmi komplikovaná. Úvěr je téměř splacen a podíl této české firmy na americkém trhu roste. ■

Hospodářské noviny pořádají
odbornou konferenci

7/6—2017

Nová budova
Českého institutu
informatiky,
robotiky
a kybernetiky
ČVUT v Praze

HND/BSB



PRŮMYSL 4.0

OBJEVTE CHYTRÁ ŘEŠENÍ PRO VÁŠ PODNIK

Už žádná teorie – program plný
konkrétních příkladů z praxe
v tuzemsku i zahraničí!

Mezi vystupující budou zástupci progresivních firem jako
Škoda Auto, Bentley Systems Incorporated, Valeo, Sapeli,
Kiekert-CS, GZ Media, A123 Systems, Panasonic Automotive
Systems Czech a dalších.

Přihlášení a více informací na events.economia.cz

GENERÁLNÍ PARTNER

SIEMENS
Ingenuity for life

PARTNER

ASSECO
SOLUTIONS

VE SPOLUPRÁCI

ČESKÝ INSTITUT
INFORMATIKY
ROBOTIKY
A KYBERNETIKY
ČVUT V PRAZE



ZEBRA

POŘADATEL

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

MEDIÁLNÍ PARTNER

ekonom

POD ZÁŠTITOU

sp SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAV
ČESKÉ REPUBLIKY

PRODUKCE

e.economia
events

Zahraniční veletrhy se společnou českou prezentací

16.–18. 6. 2017

IFE 2017 – China International Food Exhibition and Guangzhou Import Food Exhibition Kuang-čou (Kanton), Čína

Největší potravinářská výstava v regionu jižní Číny! Delta Perlové řeky patří k ekonomicky nejrozvinutějším oblastem Číny (centrum obchodu s velkými městy), které skýtají velký spotřebitelský potenciál pro české dovážené produkty. České firmy se budou prezentovat na společném stánku CzechTradu o rozloze 90 m².

Kontakt: adriana.dohnalova@czechtrade.cz, 724 966 504.

8.–12. 9. 2017

Maison & Objet 2017, Paříž, Francie

Maison & Objet Paris je přehlídkou toho nejlepšího v oblasti interiérového designu, vybavení pro domácnost a doplňků s dlouholetou tradicí. V době konání veletrhu probíhá v Paříži festival designu PARIS DESIGN WEEK, který pozitivně ovlivňuje jeho návštěvnost. Cílem této akce je především uzavírání obchodních kontraktů. Mezi návštěvníky jsou kromě místních obchodníků i obchodníci z Asie a Afriky.

Kontakt: zuzana.sedmerova@czechtrade.cz, 724 009 829.

23.–25. 7. 2017

Pure London 2017, Londýn, Velká Británie

Pure London patří mezi nejvýznamnější veletrhy z oblasti módy v Evropě. Portfolio vystavovatelů zahrnuje nezávislé

módní designéry, menší výrobce i známé značky. Pure London je skvělou příležitostí také pro výrobce obuvi a módních doplňků. Veletrh pravidelně navštěvují nákupčí z celého světa.

Kontakt: lenka.hromkova@czechtrade.cz, 724 966 511.

3.–5. 10. 2017

HI Industri 2017, Herning, Dánsko

Zahraniční kancelář CzechTrade Scandinavia připravuje již tradičně na největším dánském strojírenském veletrhu HI Industri 2017 prezentaci českých firem zaměřených na výrobu a služby v oblasti strojírenských subdodávek. Největší zájem ze strany nákupčích je především o svařované konstrukce z oceli, přesné obrábění, zpracování ocelových plechů, hliníkové odlitky, dále odlitky z litiny či oceli, výkovky, plasty, nástroje a formy na vstřikování a sestavy z komponentů.

Kontakt: vaclav.stika@czechtrade.cz, 224 907 513.

14.–17. 11. 2017

Elmia Subcontractor 2017

Jönköping, Švédsko

CzechTrade organizuje společnou účast českých vystavovatelů a komplexní servis na švédském veletrhu subdodávek Elmia Subcontractor 2017. Primární zájem ze strany nákupčích zaznamenáváme o svařované konstrukce, přesné obrábění, zpracování ocelových plechů, odlitky z hliníku, litiny či oceli, dále výkovky, plasty, vstřikování

plastů, nástroje, formy, sestavy aj.

Kontakt: vaclav.stika@czechtrade.cz, 724 808 086.

26.–29. 11. 2017

THE BIG 5 2017

Dubaj, Spojené arabské emiráty

CzechTrade Dubaj nabízí představení výrobků a novinek na společné expozici největšího stavebního veletrhu v zemích GCC. BIG 5 je nejstarším veletrhem s nejdelší tradicí, zaměřeným na novinky a inovace ve stavebním sektoru v regionu MENA. V roce 2016 veletrh navštívilo nejméně 78 000 návštěvníků z více než 100 zemí světa. Taktéž ročník 2017 slibuje značnou účast, předně díky plánované výstavbě a chystaným projektům v souvislosti s připravovaným Expo 2020 Dubai.

Kontakt: vera.vsetickova@czechtrade.cz, 725 820 162.

Agentura CzechTrade organizuje české účasti na mezinárodních veletrzích, při kterých zahraniční zastoupení kromě příprav společné expozice nabízí řadu doprovodných služeb pro zvýšení zájmu o české vystavovatele ze strany zahraničních obchodních partnerů. Společná expozice umožní prezentaci těm firmám, které neplánují samostatnou prezentaci.

CzechTrade také dlouhodobě pomáhá firmám s aplikací průmyslového designu s cílem posílit konkurenceschopnost jejich výrobků na zahraničních trzích.

Přehled všech akcí najdete na www.czechtrade.cz.

České oficiální účasti na veletrzích v říjnu a listopadu 2017

30. 10.–3. 11. 2017

FIHAV

Havana, Kuba

Oficiální účast České republiky na mezinárodním veletrhu multioborového zaměření byla organizována ministerstvem průmyslu a obchodu již v minulosti. Letošní účast byla iniciována Svazem průmyslu a dopravy ČR. Veletrh FIHAV se koná od roku 1983 v listopadu v Havaně a je tradičně nejvýznamnějším veletrhem v regionu. Jeho hlavní předností je to, že je jednou z mála možností přímého kontaktu s osobami, které jsou rozhodující pro obchodní spolupráci a podniky zahraničního obchodu. (Zahraniční obchod na Kubě stále probíhá v rámci podniků zahraničního obchodu. Důležitým hráčem je také Kubánská obchodní komora.)

Kontakt: Věra Zelinková, zelinkova@mpo.cz, tel.: 22485 3044.

7.–9. 11. 2017

Mining Industry Expo 2017

Kyjev, Ukrajina

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu poprvé. Jde o veletrh výrobců dobývací techniky, kdy po delší době MPO organizuje českou oficiální účast na veletrhu na Ukrajině. Pro české firmy představuje poptávka z tohoto sektoru na Ukrajině klíčové příležitosti, a proto spolek Česká dobývací technika navrhl zařadit tento veletrh do oficiálních účastí.

Kontakt: Lenka Koucká, koucka@mpo.cz, tel.: 22485 2745.

12.–18. 11. 2017

AGRITECHNICA

Hannover, Německo

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu již poněkolidáté. Jde o významný veletrh výrobců zemědělské a lesnické techniky, který se koná jednou za dva roky. Veletrh byl navržen Asociací výzkumných organizací. Na tomto mezinárodním setkání odborníků zemědělské techniky se prezentují vystavovatelé z celého světa.

V roce 2015 se zúčastnilo celkem 2907 vystavovatelů z více než padesátky zemí. Celkově na veletrh zavítalo 451 357 návštěvníků ze 115 zemí.

Kontakt: Věra Brožková, brozkova@mpo.cz, tel.: 22485 2680.

Veletrhy jsou ideální příležitostí pro navázání osobních vztahů se zahraničními partnery a představení firemní produkce. Pokud vás některý veletrh zaujme, kontaktujte garanta akce pro bližší informace k osobní/katalogové prezentaci nebo k asistenčním službám CzechTradu. Všechny akce najdete na www.czechtrade.cz.

Nejbližší akce exportního vzdělávání CzechTradu

31. 5. 2017

Ostrava: Jak úspěšně exportovat do SKANDINÁVIE

Zajímá vás aktuální situace na švédském, norském a dánském trhu? Na semináři zazní mj. i témata perspektivní obory a zajímavé projekty pro české exportéry, přehled oborových veletrhů s účastí CzechTradu (stánek, asistence), doporučené kroky exportérům při vstupu na dané trhy.

V rámci akce proběhnou také individuální konzultace.

Cena: zdarma.

30. 5. 2017

Praha: Efektivní PROPAGACE pro export

Víte, jak připravit nabídku, která zaujme na první pohled? Znáte osvědčené zásady vytváření propagačních materiálů? Je vaše sdělení dostatečně přesvědčivé? Jste spokojeni s odezvou na vaše kampaně? Vše se dozvíte na tomto zajímavém odborném semináři.

Cena: 1900 Kč bez DPH.

1. 6. 2017

Praha: ITÁLIE – pojištění vývozu

Seminář zaměřený na aktuální stav italské ekonomiky, podmínky týkající se pojištění pohledávek odběratelů při obchodování se zahraničními

partnery, možnosti a typy rozsahu pojistných krytí, vymáhání pohledávek, jaké informace o obchodních partnerech jsou v Itálii dostupné, kde je získat a kolik stojí, a další důležité informace.

Cena: zdarma.

6. 6. 2017

Praha: Obchod s ČÍNOU bez rizika a se ziskem & E-COMMERCE

Na semináři zjistíte, jak využít silných a slabých stránek čínské ekonomiky až po podpis smlouvy s čínským dodavatelem. Naučíte se rozpoznat, jestli není váš čínský „partner“ ve skutečnosti podvodník, a zjistíte, jak v Číně prodávat importované výrobky.

Cena: 1900 Kč bez DPH.

7. 6. 2017

Praha: Obchodní vyjednávání, zvládání námitek

Intenzivní seminář, jehož cílem je nalézt nová kreativní řešení obchodních případů v interakci s kolegy z obchodní praxe a natrénovat „nanečisto“ strategie a techniky, které zajistí optimální výsledek.

Cenná je i bezprostřední zpětná vazba, která v praxi často chybí.

Cena: 1900 Kč bez DPH.



Veletrh Maison & Objet Paris je přehlídkou toho nejlepšího v oblasti interiérového designu, vybavení pro domácnost a doplňků. FOTO: SHUTTERSTOCK

14.–17. 11. 2017

ELMIA Subcontractor Jönköping, Švédsko

Jeden z nejstarších a nejnámějších veletrhů v celé Skandinávii věnovaný subdodávkám všeho druhu „Elmia Subcontractor“. Veletrh má čtyřicetiletou tradici, jeho specifikem je, že se návštěvníci rekrutují výhradně z řad zástupců velkých skandinávských strojírenských podniků, kteří hledají nové dodavatele. Loňského ročníku se zúčastnilo 1280 vystavovatelů z 26 zemí. V rámci veletrhu funguje systém Subcontractor Connect, jehož prostřednictvím si vystavovatelé i návštěvníci dopředu domlouvají schůzky s potenciálními zákazníky či dodavateli.

Kontakt: Vlastimil Janecký, janecky@mpo.cz, tel.: 22485 2781.

15.–17. 11. 2017

Central Asian Industrial Week Taškent, Uzbekistán

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu poprvé. Jde o multioborový veletrh navržený Svazem průmyslu a dopravy. Uzbekistán se jeví jako perspektivní země pro spolupráci v celé řadě oborů (energetika, strojírenství, vodohospodářství a odpadní vody, odpadové hospodářství, infrastruktura atd.).

Kontakt: Lenka Koucká, koucka@mpo.cz, tel.: 22485 2745

22.–25. 11. 2017

METALEX Bangkok, Thajsko

Oficiální účast České republiky organizuje ministerstvo průmyslu a obchodu na tomto veletrhu poprvé. Jde o strojírenský veletrh navržený Svazem strojírenské technologie. Thajská vláda si stanovila několik priorit ekonomického rozvoje – rozvoj průmyslu a průmyslových klastrů, digitální ekonomiky, cestovního ruchu, hospodářství, dopravní infrastruktury, speciálních ekonomických zón a modifikaci zemědělské výroby.

Kontakt: Věra Zelinková, zelinkova@mpo.cz

Více o programu MPO na podporu českých oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí na www.mpo.cz

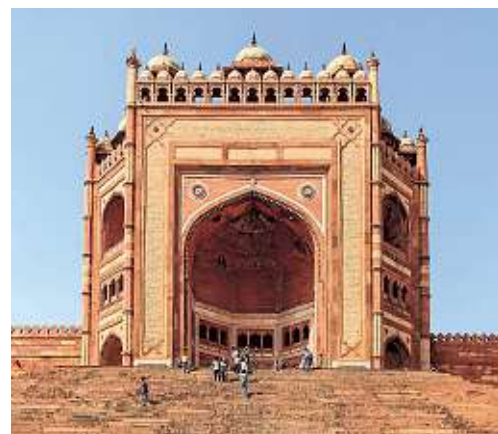
Podrobné informace o seminářích a konferencích naleznete na www.exportnivzdelavani.cz nebo www.czechtrade.cz/kalendar-akci.

Uhodnete, které místo na světě zobrazuje fotografie?

Nová centrála firmy, která je proslulá designem svých výrobků, je těsně před dokončením. A i ona byla vybudována tak, aby ohromovala – výstavba stála zhruba pět miliard dolarů, jen pozemky byly za 160 milionů dolarů. Brzy se do ní začnou sjíždět první zaměstnanci, bude ale trvat půl roku, než se do ní sestěhuje všech 12 tisíc lidí, kteří zde mají pracovat. Autorem návrhu kolosálního kruhového komplexu, jehož průměr je skoro půl kilometru, je britská firma Foster + Partners, která navrhla i takové architektonické skvosty, jako je Wemble Stadium nebo Millenium Bridge v Londýně. Nová centrála bude získávat energii pouze z obnovitelných zdrojů, vysazeno zde bylo devět tisíc nových stromů, používat se bude pouze recyklovaná voda. Součástí komplexu je i sál pro tisíc lidí pojmenovaný po zakladateli firmy, v němž budou představovány i nové produkty společnosti. Nebo sedm kaváren, přičemž do největší z nich se vejdou až tři tisíce lidí. **Odpověď naleznete v příštím čísle.**



- A – centrála Oraclu, Redwood
- B – centrála Microsoftu, Redmond
- C – centrála Applu, Cupertino



Správná odpověď z minulého čísla:

V dubnovém čísle jste měli na fotografii poznat město Fatehpur Sikr v Indii.

V příštím čísle Českého exportéra

Spojené státy americké

Jaké jsou šance českého exportu
v oblasti vodohospodářství

Další číslo časopisu vyjde
v HN 20. června a v týdeníku
Ekonom 22. června.

TIRÁŽ

ČESKÝ EXPORTÉR: příloha Hospodářských novin a týdeníku Ekonom – vydavatelství Economia, a. s. / **Magazín** vznikl ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a agenturou CzechTrade / **Ředitel speciálních projektů:** Petr Orálek / **Vedoucí přílohy:** Martin Knížek / **Editor:** Marek Bičík / **Foto:** ČTK/AP, HN – Milan Bureš, HN – Lukáš Bíba, Profimedia, Reuters, Shutterstock, archiv firmy Alca Plast, AAS, BVV, archiv závodu Centr-Keramika, Kovobel, Moskva-avisalon.com / **Grafická úprava:** Jan Vyhnánek, Jan Stejskal, Albert Bartoš, Jana Jandáčková / **Inzerce:** inzerce.hn@economia.cz / **Tisk:** EUROPRINT A.S. / **Samostatně neprodejné**

**Jsme s vámi,
ať jste kdekoliv**

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

noviny | aplikace | web

www.HNPremium.cz

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

Agentura CzechTrade pomáhá při vstupu na zahraniční trhy nejen velkým českým exportérům, ale její služby v oblasti exportu jsou snadno dostupné také *malým a středním firmám*, aby i ony mohly v cizině uspět.

• **Poradenské a informační služby** • **Individuální služby** • **Obchodní příležitosti** • **Exportní vzdělávání** •

ČESKÉ STAVEBNÍ VÝTAHY