

ČESKÝ EXPORTÉR

září 2018 • číslo 07

Thajsko a Vietnam jsou lídry ve svém regionu

Ekonomiky obou zemí rostou,
velký podíl na tom má turismus

Automobilový průmysl táhne český export

Vývozci automotive by ale
měli cílit i mimo Evropu

Sto let tuzemského průmyslu

Hlavní milníky českého
průmyslu v datech



Thajsko a Vietnam





Partneři magazínu:


CzechTrade


MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU



Banka roku
2017

kb.cz 800 521 521     



EXPORTUJTE SVŮJ ÚSPĚCH

ZÁZEMÍ SILNÉ MEZINÁRODNÍ SKUPINY SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Obchodujte v zahraničí s podporou našich expertů. Poradíme vám, jak ošetřit kurzová rizika a pomůžeme s investicemi do vývoje a výroby.



REÁLNÁ BANKA PRO REÁLNÝ ŽIVOT



4



12



20

TÉMA 4
Asijsťi hospodářšťi tygři jsou při chuti

ROZHOVOR 8
Volný obchod mezi EU a Vietnamem je lákadlem

ROZHOVOR 10
Thajsko má zájem o špičkové technologie

POHLED NA REGION 12
Vietnam a Thajsko: tradiční partneři

NA CESTĚ 14
Ve Vietnamu ani v Thajsku „ne“ neuslyšíte

KRÁTCE ZE SVĚTA 16
Regionální zprávy a novinky z Německa a Číny

KRÁTCE ZE SVĚTA 17
Bemeta Design míří na trhy Blízkého východu

ODVĚTVÍ BYZNYSU 18
Inovace pomáhají vývozu autosoučástek

ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR 20
V benešovské slévárně vyrábějí pro vozy Jaguar

INFORMAČNÍ SERVIS 22
Milníky českého průmyslu v datech
Čeští exportéři umí využít výhod volného obchodu

KALENDÁŘ AKCÍ 26
Zahraniční akce pod hlavičkou CzechTradu
České oficiální účasti na veletrzích
Nejbližší akce exportního vzdělávání

Radomil Doležal
generální ředitel CzechTradu



Vážení čtenáři, vítám vás na stránkách dalšího vydání Českého exportéra. Tentokrát se věnuje regionu jihovýchodní Asie a automobilovému průmyslu, který je pro ekonomiku Česka klíčový. Ačkoliv se pronikání na exotické trhy může zdát náročné, zájem o asijské regiony se stále zvětšuje. Pro české obchodníky může být například Vietnam unikátní příležitostí, jde totiž o velký a relativně neprobádaný trh. Tuzemští dodavatelé navíc těží z přátelských vztahů, které si v zemi udrželi už od minulého století, a tak se jim daří do Vietnamu dovážet celé portfolio výrobků. Také se zde intenzivně rozvíjí cestovní ruch a nově mají šanci i čeští skláři či potravináři.

Silnou ekonomikou a tahounem regionu je i turisticky oblíbené Thajsko. Čeští výrobci tam mohou uspět v celé řadě oborů. Velký zájem je o špičkové technologie, například v automobilové výrobě nové generace, v níž patří Češi ke světové špičce. Je však potřeba počítat s tím, že se zde neobejdete bez místního partnera, a to hlavně kvůli specifickému právnímu systému.

Věřím, že si z tohoto vydání odnesete co nejvíce cenných informací a rad, které napomohou také vašemu úspěchu na zahraničních trzích.

TIRÁŽ

ČESKÝ EXPORTÉR: příloha Hospodářských novin a týdeníku Ekonom – vydavatelství Economia, a.s. / **Magazín** vznikl ve spolupráci s agenturou CzechTrade a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR / **Ředitelka speciálních projektů:** Michaela Marková / **Vedoucí přílohy:** Martin Knížek / **Editorka:** Markéta Vlasová / **Foto:** HN – Tomáš Škoda, HN – Zbyněk Pecák, Shutterstock, CzechTrade, Bemeta Design / **Grafická úprava:** Jan Vyhnánek, Jan Stejskal, Jana Jandáčková / **Inzerce:** inzerce.hn@economia.cz / **Tisk:** EUROPRINT A.S. / **Samostatně neprodejné**



FOTO: SHUTTERSTOCK

ASIJŠTÍ HOSPODÁŘŠTÍ TYGŘI JSOU PŘI CHUTI

Thajsko i Vietnam jsou na vzestupu. První země má druhou nejvýkonnější, druhá zase nejrychleji rostoucí ekonomiku v oblasti. Oba státy lákají investory z celého světa.

Marek Bičík
autori@economia.cz

ASEAN – Sdružení zemí jihovýchodní Asie, jehož členy jsou i Thajsko a Vietnam, je regionální organizací, která si za svůj cíl vytkla urychlit ekonomický růst a pokrok. Dohromady žije v jejích 10 členských zemích desetina světové populace a vytváří se v nich zhruba pět procent globálního hrubého domácího produktu.

Význam ASEAN navíc nejspíš bude dál výrazně růst. Už v roce 2015 založily jeho členské země společný trh pod názvem ASEAN Economic Community (AEC) s více než 600 miliony obyvatel. Další změny se ale chystají.

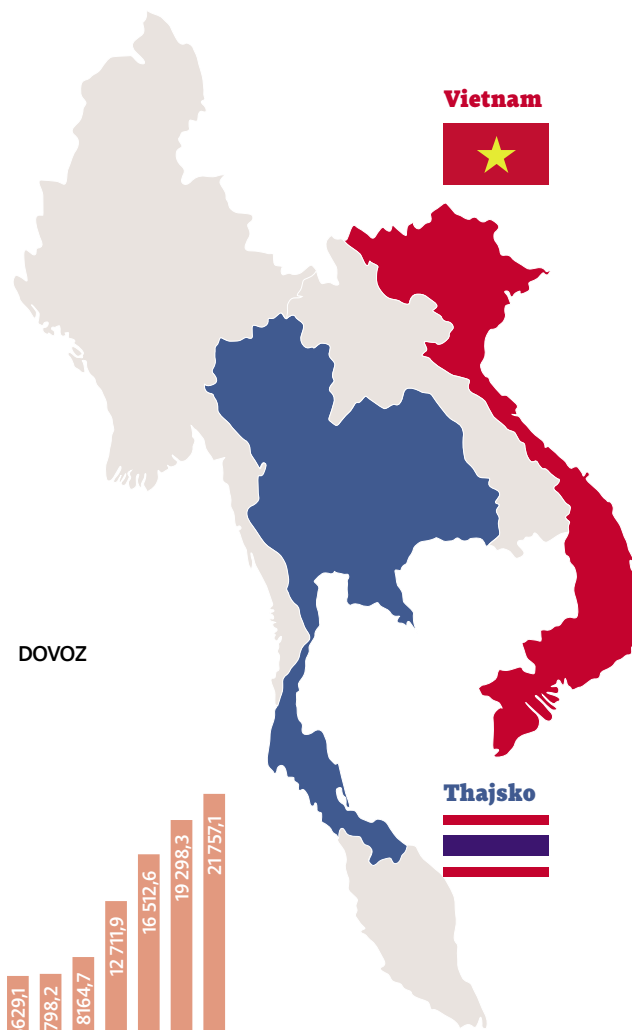
Pokud vyjdou plány politiků, mohl by být ASEAN jedním z účastníků největší obchodní dohody na světě. Možná ještě letos na summitu v Singapuru by totiž

mohla být podepsána dohoda o vzniku regionální zóny volného obchodu RCEP, na níž se již před šesti lety dohodlo 16 států z Asie a Tichomoří – přesněji řečeno desítky členských zemí ASEAN a šestice silných asijsko-tichomořských ekonomik – Austrálie, Čína, Indie, Japonsko, Jižní Korea a Nový Zéland.

Vznikl by tak obří hospodářský blok, který by tvořil zhruba třetinu globální eko-

Základní informace

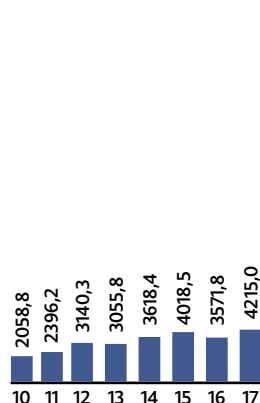
	Thajsko	Vietnam
Hlavní město	Bangkok	Hanoj
Počet obyvatel (2017)	68,4 mil. (20. na světě)	96,2 mil. (15. na světě)
Rozloha	513 120 km ²	331 210 km ²
HDP (2017)	455,4 mld. USD	220,4 mld. USD
Růst HDP (2017)	3,9 %	6,8 %
HDP na hlavu (2017)	17 900 USD	6 900 USD
Doing Business (2017)	26. místo	68. místo
Míra inflace (2017)	0,7 %	3,5 %
Míra nezaměstnanosti (2017)	0,7 %	2,2 %
Měna	Thajský baht	Vietnamský dong



Obchodní výměna (v milionech Kč, za roky 2010–2017)

Česko a Thajsko

VÝVOZ

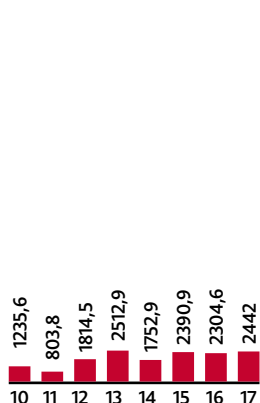


DOVOZ

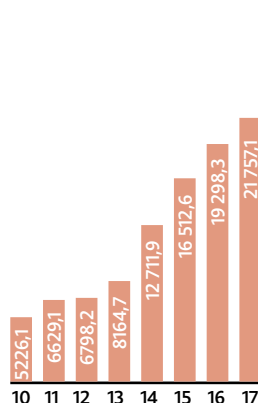


Česko a Vietnam

VÝVOZ



DOVOZ



ZDROJ: CIA, BUSINESSINFO.CZ, ČSÚ

nomiky. A podle odhadů společnosti PwC by hrubý domácí produkt členských zemí RCEP mohl už v roce 2050 činit asi 250 bilionů dolarů, tedy polovinu globálního HDP.

Za projektem RCEP stojí Čína, která touto cestou chtěla v regionu zachovat svůj vliv a vytvořit konkurenční „podnik“ pro takzvané Transpacifické partnerství (TPP), jež mělo být uzavřeno mezi Spojenými státy americkými a východoasijskými zeměmi. Vzhledem k tomu, že americký prezident Donald Trump od TPP před několika měsíci odstoupil, šance pro zrození RCEP podle odborníků a politiků prudce vzrostly.

Thajsko i Vietnam mají v rámci Sdružení národů jihovýchodní Asie výraznou pozici – Thajsko je po Singapuru druhou nejvýkonnější ekonomikou v regionu jihovýchodní Asie, Vietnam je zase v posledních letech se svým skoro sedmiprocent-

ním růstem hrubého domácího produktu nejrychleji rostoucí ekonomikou v oblasti.

Thajci investují – chtějí se stát lídry regionu

Thajská vláda chce pozici své země v rámci regionální, ale i globální ekonomiky ještě posílit a snaží se do ní přilákat zahraniční investory. V tom by jí měl pomoci také rozvoj obří ekonomické zóny nazývané se Východní ekonomický koridor (EEC). Ten se rozprostírá asi na 13 tisících kilometrů čtverečních jihovýchodně od Bangkoku a v následujících dvaceti letech sem mají natéct investice ve výši asi 45 miliard dolarů.

Thajci do zóny chtějí přilákat firmy z jedenácti preferovaných odvětví, mimo jiné například podniky působící v oblasti leteckého a farmaceutického průmyslu. K dosažení cíle jim má pomoci modernizace infrastruktury.

Součástí zóny je například obří kontejnerový přístav Laem Chabang Port, který byl vybudován již na počátku 90. let a už nyní jím prochází asi 90 procent veškeré obchodní výměny Thajska se zahraničím po moři. Jen aut tudy ročně projde přes 1,2 milionu, což potvrzuje fakt, že Thajsko je asijskou automobilovou velmocí. Během následujících třiceti let by v přístavu mělo ke stávajícím třem terminálům přibýt dalších šest a kapacita by se měla zvednout na 20 milionů tun.

Thajská vláda modernizuje také nedaleké malé letiště, protože ta dvě v Bangkoku již kapacitně přestávají stačit. Nyní má letiště U-Tapao kapacitu asi 800 tisíc pasažérů ročně, nový terminál ji zvýší na tři miliony lidí ročně a dalšími masivními investicemi se následně kapacita letiště posílí na 15, možná až 60 milionů pasažérů za rok.

Součástí EEC má také být řada výzkumných center, sídlit zde má i thajská kosmická agentura GISTDA.

Evropa nechce zůstat stranou

Součástí těchto velkých plánů samozřejmě chce být i Evropa. A to i přes to, že po převzetí moci v Thajsku armádou před čtyřmi lety byly vzájemné kontakty částečně omezeny a usnula jednání o dalším uvolnění vzájemného obchodu. Ta by měla být obnovena po uspořádání demokratických voleb v Thajsku, které by měly proběhnout v listopadu.

Jihoasijská země je 24. největším obchodním partnerem Evropské unie, hodnota vzájemného obchodu loni činila skoro 42 miliard dolarů, Evropané v Thajsku loni investovali 6,5 miliardy dolarů, zatímco Thajci nalili do Evropy skoro 12 miliard dolarů.

I přes dočasné zmrazení vyjednávání o volném obchodu roste zájem o obchodování s Thajskem také mezi českými firmami. Nedávno to ostatně potvrdil v roz-

města. Hodně se teď hovoří o výstavbě tramvajového systému na Pchúketu,“ řekl. Dodal, že vedle turisticky oblíbeného ostrova uvažují o vybudování tramvajových tratí i další tři až čtyři velká thajská města.

Turismus zůstává pro Thajsko důležitý

I když příjmy z turistického ruchu a celkově služeb hrají pro Thajsko stále velkou roli (na celkových příjmech země se turismus podílí zhruba z dvanácti procent, jde o částku okolo 56 miliard dolarů), nosným odvětvím je stále exportně orientovaný průmysl s 35% podílem na HDP. Tahouny růstu jsou tak export, investice, domácí spotřeba a již zmíněný turistický ruch. Loni do země přijelo už více než 35 milionů turistů, což je více než polovina obyvatel státu. Meziročnímu nárůstu téměř o deset procent nezabránilo ani posílení bahtu, který pobyt v zemi turistům o něco prodražil. Podle odborníků by letos do země mělo přijet až 38 milionů lidí. Nejvíce lidí přijíždí do Thajska ze zemí ASEAN. Druhé

Vietnam objevuje stále více turistů

V roce 1960 fungovalo v celém Vietnamu pouhých 216 hotelů, ještě v roce 1975 do země přijelo jen 37 tisíc zahraničních turistů. V posledních třech letech ale vietnamský turistický ruch roste tempem přes 30 procent ročně. A do tohoto sektoru přišlo již okolo 15 miliard dolarů, což je asi pět procent z celkového objemu zahraničních investic. Není proto divu, že loni se Vietnam umístil na šestém místě v žebříčku nejrychleji rostoucích turistických destinací světa.

V první polovině roku 2018 podle webových stránek Vietnamnet.vn přijelo do země skoro osm milionů zahraničních turistů (za celý rok jich má být 14 až 17 milionů), což znamená meziroční nárůst o více než 27 procent. Návštěvníci zde utratili v přepočtu přes 14 miliard dolarů. Nejrychleji přitom přibývá turistů z Asie, ovšem i hostů z Evropy, Austrálie a Afriky přibylo o více než deset procent. Turistický ruch přináší pracovní místa a dává příjmy zhruba 2,5 milionu Vietnamců. Loni ale stále tvořil jen 5,9 % z celkového HDP.

Na začátku roku zemědělskou produkci Vietnamu negativně ovlivnilo sucho a těžební průmysl musel čelit poklesu cen na zahraničních trzích.

hovoru pro magazín Týden velvyslanec v Thajsku Marek Libřický. „Máme první české firmy jak výrobní, tak v ICT, které mají rozjeté investiční projekty v Thajsku. Máme i první investici do hoteliérství,“ řekl.

Příležitosti pro české firmy vidí především v energetice. „Thajci potřebují vytvářet výrobní kapacity i přenosové sítě. Oni sami mluví o potřebě diverzifikovat energetický mix, což v jejich případě znamená, že budou víc používat uhlí,“ řekl velvyslanec. Další příležitostí by mohlo být zapojení do stavby vodních elektráren v Laosu, které Thajsko buduje a odkud chce v budoucnu získávat elektřinu.

Šance pro tuzemské firmy se podle Libřického otevírá v Thajsku i pro firmy, které působí v kolejové dopravě. „Příležitostí jsou tramvajové systémy pro velká thajská

místa si drží návštěvníci z Evropy, na paty jim však šlapou Číňané, kterých do země jezdí stále více, loni jejich počet vzrostl o 12 procent.

Thajsko je oblíbenou turistickou destinací i pro Čechy. Ročně jich tam přilétá okolo 43 tisíc. Do Česka naopak ročně zamíří okolo 50 tisíc Thajců. Tato čísla by ale brzy mohla vzrůst. Už v příštím roce možná bude podle Marka Libřického zprovozněna nová přímá letecká linka mezi Prahou a Bangkokem.

„Příprava velmi pokročila a i šéf celé skupiny Air Asia letos už dvakrát veřejně potvrdil, že připravují zprovoznění linky z Bangkoku do Prahy,“ řekl Libřický. Letecká skupina podle něj objednala nová letadla, která se chystá nasadit právě na tuto linku. Od jejich dodání se bude odvíjet i termín zprovoznění přímého spojení.

Investoři se o Vietnam perou

Na začátku roku přišlo několik špatných zpráv – zemědělskou produkci v zemi negativně ovlivnilo sucho, těžební průmysl musel čelit poklesu cen na zahraničních trzích a mluvilo se o příliš vysokých výrobních nákladech. Navíc americký prezident Donald Trump pozastavil členství USA v Transpacifickém partnerství, což také mělo mít na vietnamskou ekonomiku negativní dopady. Černé prognózy analytiků se ale nejspíš nevyplní – podle prognózy Asijské rozvojové banky poroste i letos Vietnam minimálně stejným tempem jako loni a ekonomický růst opět překoná šestiprocentní hranici.

Vietnam, socialistická země, se zahraničním investicím otevřela teprve v roce 1986. A od té doby zájem investorů neutichá, ba spíše naopak v posledních letech roste.

Zahraněční investory z oborů, jakými jsou například výroba nábytku, elektroniky, součástek pro automobily nebo umělých vláken, sem láká levná a dostupná pracovní síla – je zde spousta mladých lidí, kteří jsou ochotni učit se nové věci a hlavně pracovat za minimální mzdu 172 dolarů za měsíc

(3800 Kč). Díky ekonomickému růstu populace bohatne a roste její kupní síla, což oceňují investoři, kteří sázejí na zboží pro tamní trh. Celkové oficiální zahraniční investice loni podle vietnamského ministerstva pro plánování a investice stouply meziročně téměř na pětatřicet miliard dolarů.

Továrny ovládané zahraničními vlastníky vyrábějí zboží hlavně na export, který loni stoupl o čtvrtinu na 214 miliard dolarů. Nejvíce zahraničních investic přichází z Jižní Koreje, Singapur, Japonska a Tchaj-wanu, tedy ze států, kde jsou výrobní náklady výrazně vyšší než ve Vietnamu.

Strach z inflace

Šedesát procent populace z více než 90 milionů Vietnamců je dnes v produktivním věku. V roce 2020 by podle prognózy Boston Consulting Group měla být třetina Vietnamců součástí střední třídy. Zvyšování životní úrovně ale tlačí na růst cen. A to je strašák, kterého se dnes země bojí.

Vietnamské továrny ovládané zahraničními vlastníky vyrábějí zboží hlavně na export, který loni stoupl o čtvrtinu.

Spotřebitelské ceny v červnu vzrostly podle statistického úřadu o 4,67 procenta. Podle vietnamské legislativy by však růst cen neměl překračovat úroveň čtyř procent.

Na inflaci tlačí zvyšování cen surovin, včetně ropy, v říjnu by navíc měla začít platit daň uvalená na pohonné hmoty. Kromě toho se zvyšují ceny elektřiny a také rýže. To všechno jsou faktory, které varují. Vietnamci si totiž dobře pamatují rok 2008, kdy více než dvacetiprocentní inflace přiškrtila na další tři roky ekonomický růst země.

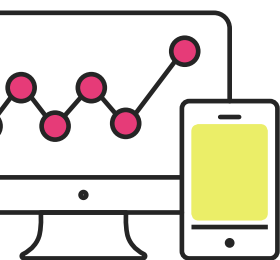
Pokud by rostly ceny příliš rychle, mohlo by se to projevit tlakem na růst mezd. A Vietnam by tak mohl přijít o svou hlavní výhodu, že je levnější než jeho vyspělejší sousedé.

Více o regionech na www.businessinfo.cz/thajsko a www.businessinfo.cz/vietnam.

> V příštím čísle Českého exportéra se zaměříme na Francii a Benelux

Inzerce

HN054639

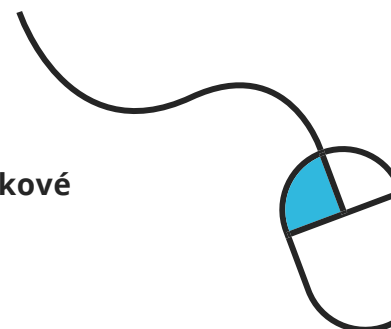


SPOLEHLIVÝ PARTNER ČESKÉHO EXPORTU

Podporujeme české vývozce už více než 26 let,
pojistili jsme export za 840 miliard korun.



- Jsme **státní exportní úvěrová pojišťovna**
- Pojišťujeme všechny **fáze obchodních případů**
- Pojišťujeme do zemí, které jsou pro komerční pojišťovny **příliš rizikové**
 - Pomůžeme vám **obstát v mezinárodní konkurenci**
 - Pojišťujeme a podporujeme **malé a střední podniky**
 - Pojišťujeme zakázky **již od 100 000 Kč**



VOLNÝ OBCHOD MEZI EU A VIETNAMEM JE LÁKADLEM

České firmy mají ve Vietnamu dobrou pověst. Nyní se v této zemi rozvíjí cestovní ruch, šanci uspět zde mají čeští skláři nebo potravináři.

Kristína Paulenková
kristina.paulenkova@economia.cz

Na začátku příštího roku vstoupí v platnost smlouva o vzájemném volném obchodu mezi Evropskou unií a Vietnamem, což je skvělá příležitost pro české firmy. „S firmami, které se ve Vietnamu představí dřív, budou místní daleko raději spolupracovat než se všemi novými, které přijdou později,“ upozorňuje v rozhovoru Ivan Nikl, ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade v Ho Či Minově Městě. Čeští podnikatelé by proto se vstupem na vietnamský trh neměli váhat.

V čem je Vietnam pro české podnikatele zajímavý?

Je to velký, poměrně neprobádaný trh. Exportéři by měli vzít v úvahu, že na dovozené zboží jsou uvalena vysoká cla. Podnikatelé se pohybují na silně protekcionistickém trhu. Čechům se i přesto daří dovážet do Vietnamu široké portfolio výrobků. Vietnamci mají zájem o velká důlní zařízení nebo obráběcí stroje, či naopak o spotřební zboží, jako je třeba pivo, potraviny a potravinové doplňky, kupříkladu léčiva a vitamíny.

Které tuzemské společnosti jsou na tamním trhu etablované?

Působí zde například firmy z oboru farmacie. My se snažíme pomáhat menším firmám. Úspěch má třeba česká firma z Hradce Králové, která vyrábí vitamínové doplňky jako například B-komplex a podobně. Dobrý zvuk tady má české pivo. V místních obchodech koupíte Plzeň, Budvar i Staropramen. Přestože české pivo vyjde draž než místní



FOTO: CZECHTRADE

Ivan Nikl

ředitel kanceláře CzechTrade
v Ho Či Minově Městě
ivan.nikl@czechtrade.cz

Absolvoval hospodářská a kulturní studia na ČZU v Praze. V CzechTrade dříve působil jako exportní konzultant pro strojírenství. Orientoval se převážně na východní trhy. Od července letošního roku je ředitelem kanceláře ve Vietnamu.

nebo jiné asijské, prodává se dobře. České výrobky tady mají opravdu velmi dobré jméno, třeba české sklo je velmi žádaný artikl. Ačkoliv Vietnamci vyhledávají originály, je možné narazit i na padělky.

Někdejší Československo mělo s Vietnamem nadstandardní vztahy. Vnímají Vietnamci Česko pozitivně?

Pořád máme punc přátelské země a Češi jsou zde přijímáni s otevřenou náručí. Když jednáme s vietnamskou hospodářskou komorou, je znát, že mají přehled o našem trhu a našich silných stránkách. A dokonce sami navrhují, co bychom my jako Češi mohli k nim dovážet. Zájem je jednoznačně oboustranný.

Jaká je nyní ve Vietnamu ekonomická situace?

Vyvíjí se pozitivně a HDP roste. Podstatné zároveň je, že sílí střední třída, což znamená vyšší poptávku po kvalitnějším zboží. Vidíme to i podle nabídky v supermarketech. „Po evropštuje“ a „pozápádňuje se“. Vietnamci si chtějí připlatit za evropské potraviny a vyhledávají je.

Které základní věci by měl podnikatel vědět, když chce na tamní trh vstoupit?

Měl by si přes CzechTrade nebo ambasádu zjistit platné podmínky proclení, protože zde občas dochází k duplicitám a dezinformacím, kterým tak můžeme společně předejít. Jestliže má exportér zkušeného místního distributora, ten vše potřebné zařídí. Pokud se ale tuzemská firma roz-



FOTO: SHUTTERSTOCK

hodne jednat sama, měla by se obrátit na CzechTrade, aby si zjistila důležité aspekty pro podnikání v této zemi. Firmy se ale nemusí obávat nějakých nestandardních situací, funguje tu tržní ekonomika. I cizinec si ve Vietnamu může založit podnik, který bude celý vlastnit, což v Asii není tak obvyklé. Například v Thajsku musíte mít místního partnera. Pro české firmy je to velký bonus, protože díky tomu mají svůj obchod pod kontrolou.

Jaká odvětví mají potenciál?

Některé služby jsou rozvinutější než v Česku, týká se to třeba e-commerce. Dochází také k rozmachu turistického ruchu. Vietnam zavedl víza, která si můžete zařídit on-line přibližně za dvacet dolarů na měsíc. Tím pádem je země mnohem přístupnější cestovatelům a zvýšil se zájem o turistická místa. Na to samozřejmě navazuje výstavba a vybavení hotelů. Je to skvělá příležitost pro české skláře, porcelánky a dodavatele dalších výrobků.

V tomto ohledu doporučuji hlavně nezaspat a jednat rychle. Brzy bude platit smlouva o vzájemném volném obchodu mezi Evropskou unií a Vietnamem, která se bude podepisovat koncem letošního roku a v platnost by měla vstoupit začátkem roku 2019. Je nutné si v této souvislosti zjistit, jakých komodit se týká osvobození od cel a jakých ne.

Jak může CzechTrade pomoci?

Pomůžeme se vstupem na místní trh, prověříme firmu, zda je solidní. Vyhledáme distributory, kontaktujeme je a domluvíme schůzky. Můžeme pomoci i s jednáním či překlady. Záleží na tom, co firma potřebuje. Přístup je tu velmi individuální. Jsme operativní.

Zde naleznete kalendář akcí se zaměřením na Vietnam.



Desatero pro obchodování s Vietnamem

- 1.** Nedůvěřivost Vietnamců si nesmíte brát nijak osobně. Ve Vietnamu se důvěřuje pouze členům rodiny a do jisté míry i dlouholetým a nejbližším přátelům.
- 2.** Pravdu, která je pro vás nepříjemná, neočekávejte. Namísto sdělení, že váš produkt je drahý nebo že je nezajímavý, se vietnamský partner bude spíše vyhýbat setkání nebo nebude přijímat hovory.
- 3.** Buďte připraveni na to, že si tamní obchodníci často libují v nezávazných slibech a rozhodnutích. Za každé tvrzení si pro jistotu doplňte „možná“. Domluvíte-li si schůzku déle než den dopředu, je třeba termín krátce před setkáním ještě potvrdit, jinak může být jednání považováno za zrušené.
- 4.** K základním podmínkám úspěchu patří nejen získání dobrého partnera, ale především pevné řízení ze strany české firmy.
- 5.** Vietnamci při jednání příliš neprojevují své emoce a neodhalují tím své pocity. Nadměrné zvyšování hlasu se vnímá jako ztráta sebekontroly.
- 6.** Dbejte na svou image. Zvláště při prvním setkání si váš partner bude všimát především společenského postavení, toho, jaké máte oblečení či telefon.
- 7.** Pro většinu Vietnamců není cílem obchodu výsledek „win-win“, ale je to tvrdý boj.
- 8.** S provizním systémem se setkáte ve Vietnamu často. Ve státní firmě či úřadu je tento problém běžný, v soukromých podnicích ne.
- 9.** Malá znalost Vietnamu a nereálné představy některých českých podnikatelů o něm jsou bohužel velmi časté.
- 10.** Není vhodné vyhledávat politická témata ani poukazovat na některé nedostatky současného Vietnamu.

THAJSKO MÁ ZÁJEM O ŠPIČKOVÉ TECHNOLOGIE

Obchodovat s Thajskem je velmi náročné a uspěje jen ten, kdo se pečlivě připraví. Znalost místních poměrů a pracovního práva je absolutní nutností.

Kristina Kadlas Blümelová
autori@economia.cz

Vzhledem k tomu, že Thajsko nebylo nikdy kolonizováno, vyvinul se zde zcela specifický právní systém, který je pouze vzdáleně příbuzný právu západnímu. „V Thajsku musíte být opatrní a mít co nejvíce informací. Kdo chce v zemi podnikat, měl by se obrátit na právníky, ale i při jejich výběru je třeba být obezřetný,“ doporučuje hned na úvod Jan Lembas, ředitel thajské kanceláře CzechTrade.

Thajsko je po Indonésii druhou největší ekonomikou v jihovýchodní Asii. Jak se tento fakt odráží v jeho postavení v regionu?

Thajsko má mimořádně strategickou polohu, leží uprostřed nejdynamičtější rozvíjející oblasti v indicko-pacifickém regionu. Je členem společného trhu ASEAN Economic Community (AEC) a je vnímáno jako brána do subregionu širšího Mekongu, jehož obchodním a finančním centrem je Bangkok. Pokud bych jej měl přirovnat k nějaké evropské zemi, bylo by to Německo. Plní stejnou úlohu, je doslova tahounem celého regionu. Také je třeba říci, že místní firmy, především velké korporace, masivně investují v okolních zemích, ale řada z nich se už stala světovými hráči.

Taková poloha láká i řadu podnikatelů z Evropy. Jsou v Thajsku pro podnikání nějaké specifické zákony, které Evropan nezná či považuje za „exotické“?

Z pohledu zahraničních společností, které by chtěly vstoupit do Thajska, jsou důležité



FOTO: CZECHTRADE

Jan Lembas

ředitel kanceláře CzechTrade v Bangkoku
jan.lembas@czechtrade.cz

Po absolvování VŠE v Praze pracoval ve Škodaexportu, kde se zabýval vývozem technologií pro válcovny a elektrárny na Střední východ a do jižní Asie. Pět let zastupoval firmu v Pákistánu. V roce 1990 založil v Praze pobočku britské poradenské společnosti CET. Koncem roku 2013 nastoupil na MPO a od roku 2014 působí jako ředitel zahraničního zastoupení CzechTrade v Thajsku.

zejména oblasti týkající se pracovního povolení, povolení k pobytu, zákazu vykonávání určitých profesí, které jsou vyhrazené pouze Thajcům, jako je například činnost architektů nebo turistických průvodců.

Předpokládám, že tuzemským podnikatelům může výrazně pomoci i CzechTrade. Kolika subjektům jste již poskytli podporu?

Od otevření kanceláře v roce 2014 jsme poskytli nejrozličnější konzultace v oblasti obchodování a podnikání v Thajsku více než 200 firm, z toho s několika desítkami jsme spolupracovali nebo nyní spolupracujeme na konkrétních projektech týkajících se jejich vstupu na místní trh nebo posílení jejich stávajícího postavení. To číslo není až tak vysoké, ale je třeba si uvědomit, že ne vždy se sejdou poptávka a nabídka. Občas se stává, že o velmi zajímavé obchodní příležitosti v Thajsku české firmy nejeví zájem, a to je velká škoda, protože thajský trh nabízí řadu dobrých obchodních příležitostí napříč nejrozličnějšími obory.

S jakými produkty či službami mohou tedy Češi v Thajsku uspět?

Uspěť mohou výrobci špičkových technologií schopných konkurovat na globální úrovni. V Thajsku je aktivní konkurence z celého světa, ale vždy lze najít mezeru na trhu, kterou mohou české firmy při dostatečném úsilí a s kvalitní podporou na místě vyplnit. V souvislosti se čtvrtou průmyslovou revolucí thajská vláda přijala strategii Thailand 4.0 a snaží se přilákat špičkové

technologie do automobilové výroby nové generace, chytré elektroniky, luxusní, zdravotní a lázeňské turistiky, zemědělství, do biotechnologií, potravinářství, robotiky pro průmysl, logistiky a leteckého průmyslu, biopaliv a biochemie, digitální ekonomiky, zdravotnických služeb a obranného průmyslu. Mimo průmysl mohou Thajce oslovit české luxusní designové výrobky pro vyšší střední třídu a bohatou vrstvu zejména v Bangkoku a okolí.

Uspěť lze i s některými službami, zvláště v souvislosti s péčí o vzhled a s jídlem. Thajci jsou například hrdí na svou kuchyni, ale velmi rádi experimentují. V Bangkoku najdete italské, německé, francouzské, ale třeba i řecké restaurace. Podobně je možné využít chuť k experimentování například v kosmetice, musíte mít ale ke kvalitnímu produktu i atraktivní příběh a být připraveni masivně investovat do marketingu.

Kolem Thajska bývaly britské a francouzské kolonie. Jak je to s jazykovou vybaveností? Umí Thajci anglicky a francouzsky?

Základním jazykem pro obchodní styky je angličtina. Ale i ta zde má různé úrovně. Můžete narazit na člověka, který hovoří téměř jako rodilý Brit, ale též potkáte lidi, kteří hovoří „thaiglish“. Velkou roli také hraje prostředí a lokace. Na ulici a mimo Bangkok je úroveň angličtiny samozřejmě nižší. Přestože měli Thajci historicky kontakt i s francouzštinou, tento jazyk v drtivé většině případů neovládají.

Existuje něco, čím Thajce při uzavírání obchodu potěšit, nebo co naopak určitě nedělat?

Thajsko má velmi složitou společenskou hierarchii. Pokud v Evropě uzavřete s někým obchod, jsou si obě strany rovny. Ale zde tomu tak není. V obchodním styku je vždy jeden vítězem a druhý poraženým. S tím je třeba počítat.

Jinak si Thajci hodně potrpí na dobré jídlo, kvalitní oblečení a velmi pěkně zabalené dárky. Forma je pro ně důležitější než obsah. Evropanovi může přijít až úsměvné to, že Thajci opravdu věří v nadpřirozené bytosti. Dalo by se říci, že mají paralelní hierarchický svět. A jejich víra se

samozřejmě odráží i v reálném životě, tedy i v práci. Pokud si nechcete zavřít dveře na místní trh, musíte jejich vidění světa přijmout a nezesměšňovat je.

Existují nějaká komunikační tabu?

Ano, a není jich málo. Během obchodních jednání je třeba se jednoznačně vyhnout konverzaci na téma monarchie, prostituce a náboženství. To se opravdu nesluší. Thajci nesnášejí, když ztratí tvář, proto by je konverzace neměla zahnat do kouta, nesmí mít pocit, že jsou v úzkých. Velkým faux pas je pak ukázané chodidlo, například při sezení s nohou přes nohu. Thajci vnímají chodidlo jako nejspinavější část těla. Pokud jim jej tedy ukazujete, i když překryté podrážkou, urážíte je. Dobré je také vědět, že v Thajsku není Buddha pro dekoraci. Sošky plní čistě náboženskou funkci, a proto nesmí být Buddhova hlava pod úrovní lidského pasu. Takže není dobré mít například v kanceláři sošku ležícího Buddhy položenou na zemi.

V Thajsku panují úplně jiné klimatické podmínky než ve střední Evropě. V kterou roční dobu je nejlepší uzavírat obchody?

Zajímavá otázka. Není zde vyloženě chladnější období, je zde stále velké nebo ještě větší horko. Z pohledu Evropana je nejnáročnější horké období v dubnu a květnu. Jinak obchody se v Thajsku uzavírají po celý rok, není zde mrtvá sezona jako období letních dovolených v Evropě. Jsou některé týdny, které je lepší vynechat, jako například čínský Nový rok nebo thajský Nový rok v dubnu, ale to jde opravdu jen o týden.

Dokážete shrnout doporučení pro Čechy, kteří se chystají vyvážet své produkty do Thajska?

Buďte připraveni investovat do rozvoje podnikání v Thajsku dostatečné množství peněz a manažerského času. Obrňte se trpělivostí, nebuďte naivní, ale silní a sebevědomí při respektování zvláštností a nuancí thajské kultury, a pokud máte obavy, že byste se mohli stát v thajské podnikatelské džungli snadnou kořistí, vezměte si na cestu dobrého průvodce.

Desatero pro obchodování s Thajskem

1. Neočekávejte podepsání obchodního kontraktu při prvním jednání. Thajci vyžadují dostatek času na důkladné zvážení nabídky. Obecně jsou při jednání s novým partnerem velmi opatrní.
2. Za všech okolností je nutné předcházet konfrontacím, Thajci velmi dbají na to, aby zachovávali dekorum. Diplomatské svedení viny na třetí stranu bývá obvykle náležitě oceněno.
3. Protokol určený společenskou hierarchií ovládá téměř každý aspekt chování Thajců. Tato hierarchie často znemožňuje spolupráci, zvláště mezi osobami s rozdílným postavením.
4. Thajci obecně velmi dbají na svůj zevnějšek a stejným způsobem hodnotí i své zahraniční partnery. Nezbytností je oblek s kravatou pro muže a střizlivý oděv zakrývající ramena pro ženy.
5. Důležitou zásadou je včasný příchod na sjednané schůzky, ačkoli to zvláště v Bangkoku není jednoduché kvůli častým dopravním zácpám.
6. Vzájemná osobní důvěra je pro Thajce velice významná. Důvěryhodný thajský partner je nezbytný pro jakoukoli zahraniční firmu s ambicemi na místním trhu.
7. K „zakázaným“ tématům konverzace patří jakákoli kritika Thajska (snad s výjimkou dopravní situace), královské rodiny a náboženství.
8. Thajsko si vyvinulo vlastní, zcela specifický právní systém. Kvůli tomu je třeba se až na výjimky spolehnout na služby místních právníků.
9. Při pozvání do soukromého domu si nezapomeňte před vchodem zout boty.
10. Z drobných náznaků a poznámek je třeba vyvodit si správnou odpověď. Thajci totiž málokdy něco přímo odmítnou.

Podívejte se na videoprezentaci kanceláře CzechTradu v Thajsku.



VIETNAM A THAJSKO: TRADIČNÍ PARTNEŘI

Ve Vietnamu i v Thajsku jsou široké možnosti uplatnění českých výrobků a služeb. Pronikání na tamní trhy usnadní dohody o volném obchodu s Evropskou unií.

Jaromír Dudák
oddělení Afriky, Asie a Austrálie, MPO
dudak@mpo.cz



FOTO: JAN RASCH

Vietnamská ekonomika vykazuje během posledních 30 let značná tempa růstu, a to v porovnání jak s dalšími zeměmi regionu jihovýchodní Asie, tak i celého světa. V důsledku ekonomických reforem významně stoupá podíl tržní ekonomiky. Díky tomuto vývoji se Vietnam zařadí v nejbližším

období mezi středně vyspělé státy. Politická stabilita a hospodářský rozvoj, členství v ASEAN a v neposlední řadě i příliv zahraničních investic jsou pozitivním předpokladem pro další ekonomický rozvoj země. Vietnam má podepsáno několik dohod o volném obchodu a s EU dokončil text jak Dohody o volném obchodu,

tak i Dohody o ochraně investic. Se svým dynamickým ekonomickým rozvojem, demografickými předpoklady a dalšími komparativními výhodami přitahuje Vietnam pozornost zahraničních investorů.

Hospodářské styky a obchod byly a stále zůstávají hlavní součástí bilaterálních vztahů mezi Českou republikou a Vietna-

mem. V dubnu 2005 byla v Praze podepsána mezivládní Dohoda o hospodářské spolupráci. Na základě této dohody se konají pravidelná zasedání smíšených komisí pro hospodářskou spolupráci mezi ČR a Vietnamem. Poslední šesté zasedání se konalo v dubnu 2018 v Hanoji a bylo jako obvykle doprovázeno misí českých podnikatelů.

Tato tradice se odráží i ve vývoji vzájemného obchodu, kdy výměna zboží mezi oběma zeměmi dynamicky roste. České firmy mají zájem i možnosti se podílet na výstavbě vietnamského průmyslu. Tuzemské stroje a zařízení jsou na vietnamském trhu dobře známy. Zájem je i o vyspělé české technologie.

Ekonomika Thajska patří k nejsilnějším v regionu. Čeští vývozci a investoři odsud mohou expandovat do celého regionu.

České firmy mohou uspět ve strojírenství či nanotechnologiích

Co se týče odvětvových možností, vidíme značnou perspektivu vývozu českých firem zejména v energetice (tepelné, vodní a jaderné), při rozvoji infrastruktury (železnice, městské a příměstské dopravní systémy) a ve strojírenství, nejvíce v oboru obráběcích strojů. Možnosti skýtá i uplatnění českých automobilových výrobků a komponentů, produktů chemického, petrochemického a textilního průmyslu, technologií pro životní prostředí a vybavení pro zdravotnická zařízení. Mezi dalšími tradičními obory lze jmenovat také těžební techniku pro důlní průmysl a technologie pro výrobu stavebních materiálů nebo zemědělství. Nově se objevují možnosti uplatnění pro české firmy v nových technologiích, jako jsou nanotechnologie nebo biotechnologie.

Obrovské možnosti rozšíření spolupráce mezi Českou republikou a Vietnamem můžeme nalézt i v sektoru služeb. Perspektivu vidíme ve finančních službách a pojišťovnictví, v projektových službách nebo ve službách spojených s aplikací ICT. Další rozvojovou oblastí služeb je cestovní ruch, kde Vietnam pokročil při budová-

ní infrastruktury pro zahraniční turisty v přímořských oblastech, které mohou mnohde nabídnout daleko zajímavější místa než v Thajsku. Nesmíme opomenout ani příležitost pro společné projekty v investování nejen v samotném Vietnamu, ale i okolních zemích.

Díky dohodám s EU budou moci české firmy snáze na vietnamský trh

Důležité pro usnadnění ekonomické spolupráce bude i uzavření již zmíněných dohod s EU – Dohody o volném obchodu mezi EU a Vietnamem, jejíž text byl již dojednán a podpis by se měl uskutečnit v nejbližších měsících, a Dohody o ochraně investic, u které bylo ukončeno sjednávání textu.

Obě dohody by měly významně liberalizovat obchodní i investiční toky mezi členskými zeměmi EU a Vietnamem, a umožnit tak českým firmám snadnější přístup na vietnamský trh.

Další zajímavou zemí právě z pohledu možností rozvoje ekonomických vztahů je Thajsko. I proto ho stále více českých podnikatelů chápe nejen jako turistickou destinaci, ale i jako významného obchodního partnera. Země má velmi bohatou historii, která jí dává celou řadu možností v mnoha oblastech. Patří mezi nově se rozvíjející ekonomiky s atraktivními podmínkami pro investiční činnost a s vyšším podílem výrobních kapacit. Thajsko proto usiluje o další rozvoj ekonomického potenciálu, a to i v návaznosti na další expanzi v ropném a plynárenském sektoru a zpracovatelském průmyslu (rafinerie, petrochemie a chemie).

Významný je rovněž objem thajské strojírenské výroby, který se podílí velkou měrou na exportu země. Ekonomika Thajska patří k nejsilnějším v regionu a pro okolní země působí jako ekonomická opora. S ohledem na tuto skutečnost mohou čeští vývozci a investoři využít Thajsko pro svoji činnost v rámci celého

regionu. Hospodářství je založeno převážně na exportu – ve velkém objemu se vyváží rýže a řada průmyslových výrobků.

Thajsko patří mezi důležité obchodní partnery Česka v jihovýchodní Asii a obchodní výměna s ním je nejvyšší ze zemí ASEAN. Další rozvoj hospodářské spolupráce však omezuje řada obchodních ochranných opatření v oblasti dovozu do Thajska (netarifní bariéry i vysoké celní sazby na dovoz potravin a alkoholických nápojů, automobilů a dalšího spotřebního zboží) nebo investiční omezení (silně regulovaný bankovní a finanční sektor, pojišťovnictví, omezení vlastnictví ve společných podnicích či problémy s ochranou duševního vlastnictví).

Exportní příležitosti v Thajsku jsou bohaté

Hospodářské obchodní styky jsou dominantní součástí bilaterálních vztahů mezi Českem a Thajskem, a to už z dob někdejšího Československa. V lednu 2013 byla v Bangkoku podepsána Dohoda o hospodářské spolupráci mezi vládou České republiky a vládou Thajského království. Na základě této dohody se konají zasedání smíšených komisí. Poslední zasedání proběhlo v srpnu 2017 v Bangkoku a bylo také doprovázeno misí českých podnikatelů.

Obrovské příležitosti pro nárůst českého exportu lze pak na tomto trhu hledat především v sektorech jako energetika, automobilový průmysl, laboratorní a vědecké přístroje, zařízení pro ochranu životního prostředí, zdravotnická technika a vybavení nemocnic, systémy pro vodní hospodářství, obráběcí stroje, potravinářské stroje, dodávky pro obranu a spotřebního zboží. Šanci na uplatnění na thajském trhu mají také moderní technologie, které tamní výrobci hledají pro zvýšení svého exportního potenciálu. Jde především o nanotechnologie a biotechnologie.

Velkým přínosem pro obě strany bude i uzavření Dohody o volném obchodu mezi EU a Thajskem, která usnadní i pronikání českých výrobků na thajský trh. Nyní obě strany zvažují obnovení jednání o této dohodě, což MPO plně podporuje.

VE VIETNAMU ANI V THAJSKU „NE“ NEUSLYŠÍTE

V asijských zemích se nekomunikuje přímo. Jinak tomu není ani v Thajsku a ve Vietnamu. Špatné zprávy a konfrontace jsou místním nepříjemné.

Kristína Paulenková
kristina.paulenkova@economia.cz

Asijci jsou proslulí svou uctivitostí a slušností. Stejně se chovají i Thajci. Obyvatelé této exotické země některé Čechy překvapí svou disciplinovaností. „Thajci jsou pracovití, většinou přesní, máme zkušenost, že rychle a ochotně reagují na telefonáty i na e-maily bez ohledu na časový posun. Pracovní schůzky s námi probíhaly ve velmi příjemné přátelské atmosféře,“ říká Petr Kopáček ze společnosti Hamé, která úspěšně na tamní trh vyváží své produkty.

Jedním z důvodů, proč se podnikatelé cítí během obchodních jednání dobře, je i to, že Thajci nemají rádi konflikty a do sporů se nehrnou. Pro relativně přímé a upřímné Čechy to znamená naučit se jinému stylu komunikace. Thajci jsou mistři v drobných náznacích a diplomacii. Je třeba číst mezi řádky. Krajně nepříjemné bude tamním obchodním partnerům, když jim naznačíte, že udělali v něčem chybu. Svalení viny na třetí stranu je v tomto ohledu nejlepší řešení.

Král má úctu

Vyhýbavá povaha se ale tolik neprojevuje při smlouvání o ceně. „Thajci jsou připraveni vyjednávat o ceně a dokážou být tvrdí obchodníci,“ doplňuje Kopáček. Pracovní schůzky při obědě jsou obvyklé a velmi vítané. V Thajsku se totiž na vybudování přátelských vztahů i v byznysu klade velký důraz.

Při neformální konverzaci pamatujte na to, že mají Thajci ve velké úctě krále a velké oblíbené se těšil především král

Pchúmipchon Adundét, který zemřel v roce 2016. Tak jako všude jinde není dobré hodnotit tamní politiku a další poněkud kontroverzní témata, jakým je například sexuální turistika v Thajsku. Naopak skvělým tématem k hovoru je rodina, které si Thajci velmi váží.

V zemi se hodně dbá na zevnějšek a na obchodní jednání se i v horkém počasí přichází v obleku, ženy by měly být oblečeny decentně v oděvu zakrývajícím ramena. Naprosto nepatřičné jsou kraťasy u mužů a minisukně u žen. Doplnky jako

Thajci se na obchodní jednání dokážou důkladně připravit a detailně vysvětlí situaci na trhu i vývoj cen.

drahé hodinky či zlaté náušnice působí velmi dobře, neboť je zde společenské postavení opravdu důležité a luxusní doplňky právě takové postavení zviditelňují.

Legislativa je pro Evropana nepřehledná

V Thajsku nefunguje právní systém tak, jak je tomu v Evropě. Země má svá pravidla, ale úplně jiná, než jaká Evropan

očekává. Doporučuje se tedy oslovit při jednáních místní právníky.

„Je tam komplikovaná legislativa s povolením pro dovoz potravinářských produktů. Bez toho, aby si česká firma otevřela zastoupení přímo v Thajsku, což je mimochodem velmi nákladné, jen velmi těžko zaregistruje výrobky pro dovoz do země. Firmy se mohou pokusit tuto cestu obejít nalezením spolehlivého obchodního partnera přímo v místě, ale to může trvat velmi dlouho a není to jednoduché,“ popisuje Kopáček zkušenosti z potravinářského průmyslu.

Připravení Thajci

Ve všech oborech je pak nejlepší spolehnout se na někoho, kdo to v zemi zná. S obchodními partnery udržujte přátelské vazby. Ty jsou tam ceněné, a pokud si získáte vzájemnou důvěru, jen výjimečně se vám stane, že ji zradí. „V Thajsku sázejte na dlouhodobé obchodní vztahy a ověřené partnery. Máme zkušenost, že se Thajci dokážou na obchodní jednání důkladně připravit a detailně vysvětlí situaci na trhu, předpoklad vývoje ceny, okolnosti i důvody zvýšení a snížení cen a podobně,“ říká Kopáček.

Přestože se může zdát Thajsko velké a anonymní, opak je pravdou. „Dejte si pozor na negativní reference. Jednejte, popřípadě ukončujte obchodní jednání vždy seriózním způsobem – negativní zprávy se tam šíří v obchodních kruzích rychle a pak vám zabere hodně času věci narovnávat,“ uzavírá Kopáček.



V Thajsku je komplikovaná legislativa pro dovoz potravinářských produktů. V tomto případě je nejlepší si zde zařídit zastoupení. FOTO: SHUTTERSTOCK

Nechte Vietnamce vyhrát

Vietnam patří k asijským zemím, které mají k Česku nejbližší. Máme v České republice početnou vietnamskou menšinu a ve Vietnamu je to znát. „Setkali jsme se s distributorem s vietnamskými kořeny, který se narodil a studoval v Česku a zároveň je ve Vietnamu jako ryba ve vodě,“ popisuje Ivan Nikl, zástupce agentury CzechTrade v Ho Či Minově Městě.

Stejně jako v Thajsku je i ve Vietnamu klíčová osobní komunikace. Na e-maily se neodpovídá hned a vše trvá déle. Od počátku obchodního jednání až po uzavření byznysu obvykle uplyne delší doba, než je tomu třeba v Česku. Tuzemskému podnikateli většinou nezbyvá nic jiného než se do této asijské země rozjet osobně.

I Vietnamci neradi říkají ne. Příliš přímé jednání a požadování jasné odpovědi na ně působí arogantně. Uvedete je tak do nepříjemné situace. Mnohem lepší strategií, jak zjistit, co vlastně chtějí, je vypyatvat se trpělivě „oklikou“. Vietnámec musí mít navíc vždy pocit, že z obchodu

vyšel jako vítěz. Připravte se proto na to, že budete při jednáních dělat ústupky, jinak nebude tamní obchodník spokojený.

Při schůzkách také mějte na paměti, že společenský status hraje velkou roli, ačkoliv dress code není tak přísný. V letních parných měsících muži občas sako odloží a jednají pouze v košilích.

Důvěřují jen rodině

Důležité je také nezapomínat na to, že Vietnamci jsou velmi nedůvěřiví, obvykle věří jen své rodině. Český obchodník by měl být rovněž obezřetný. S prověřením firmy může pomoci například agentura CzechTrade. „Umíme ověřit, zda osoba, se kterou mluvíte, pracuje v dané firmě a zda má na starosti to, co říká. Uděláme základní prověření firmy. Zjistíme, jestli vykazuje činnost, kterou uvádí, a tak dále. Některé věci jsou tu komplikovanější, třeba v Česku je standardní, že si v obchodním rejstříku stáhnete výroční zprávu všech firem. Ve Vietnamu tuto povinnost společnosti nemají,“ doplňuje Nikl.

Jungheinrich AGV.
Automatizace
logistiky
začíná dnes.



Zjistěte více na:
www.jungheinrich.cz/agv



EXPORTNÍ KONFERENCE

Tipy pro obchodování na zahraničních trzích

Jaké jsou aktuální trendy a příležitosti pro české firmy?

Jak najít vhodné obchodní partnery?

2. 10. 2018, Brno

SAE, Turecko a Izrael
– slibné trhy pro český export

3. 10. 2018, Brno

Doing Business
– Velká Británie a Nizozemsko

9. 10. 2018, Praha

Podnikání v Indonésii, Singapuru, Thajsku a Vietnamu
– výzva i příležitost

Více informací na
www.czechtrade.cz/kalendar-akci



V Severním Porýní-Vestfálsku založíte podnik plně on-line

Jako první spolková země spustilo od začátku léta Severní Porýní-Vestfálsko (NRW) ve spolupráci s regionálními hospodářskými komorami web umožňující plně elektronicky založit podnikatelský subjekt.

Zakladatelé firem a podnikatelé v Severním Porýní-Vestfálsku mohou od 1. července vyřídit úřední náležitosti založení firmy plně elektronicky, a to prostřednictvím portálu správních služeb NRW (Gewerbe-Service-Portal) a přes weby hospodářských komor. Provozovatelem systému je spolková země, obsah mají na starost ministerstvo hospodářství a regionální hospodářské komory a spolky. Jde tak o pilotní projekt kompletně digitalizovaného procesu zakládání firmy v Německu. Do konce roku 2018 budou k systému připojeny i všechny obce Severního Porýní-Vestfálska.

V roce 2019 pak budou funkcionality rozšířeny o přístup k účtům právnických osob, propojení s elektronickými službami úřadů, včetně možnosti elektronických plateb přes portál. Právnícké a fyzické osoby pak budou moci také využít své již jednou zadané údaje pro veškeré dostupné administrativní procesy. Účast fyzických a právnických osob v tomto procesu digitalizace je dobrovolná.

Podívejte se na videotipy na zajímavé exportní destinace.



Připravili pracovníci zahraničních kanceláří agentury CzechTrade.
kcelexport@businessinfo.cz

Čína snižuje celní sazby u vybraného zboží

Čína od 1. července 2018 snížila cla na některé dovážené spotřební zboží. Tamní vláda se také chystá zavést opatření, která zajistí příznivější prostředí pro zahraniční investory. S cílem dále podpořit domácí spotřebu se rozhodl čínský kabinet snížit cla na vybrané dovážené zboží. Průměrné celní sazby pro oděvy, obuv, pokrývky hlavy, kuchyňské potřeby a sportovní zboží se snížily na 7,1 procenta (z 15,9 procenta), pro domácí spotřebiče (např. myčky nádobí, ledničky) se snížily na osm procent, pro minerální vody klesnou na 6,9 procenta (z 15,2 procenta) a pro čisticí prostředky, kosmetiku a některé výrobky zdravotní péče klesnou na 2,9 procenta (z 8,4 procenta).

Zdá se, že čínská vláda míří dobrým směrem, neboť z některých výzkumů vyplývá, že poptávka po dovozem zboží zůstává stále silná, a to zejména po potravinách a nápojích, kosmetice, automobilech, hodinkách a doplňcích, zboží pro matku a dítě a po klenotech. Mimo jiné z průzkumů mezi prodejci vychází, že k hlavním aspektům rozhodování o koupi zboží z dovozu patří značka a dále pak bezpečnost, cena, design a použité materiály.

Jak napsal list China Daily, čínská vláda má rovněž brzy zveřejnit další opatření ve prospěch zahraničních investorů. Bude sem patřit mimo jiné zrušení či zmírnění omezení investic v automobilovém a leteckém průmyslu, ve výrobě lodí; revize negativního seznamu určujícího, do kterých oblastí zahraniční zájemci nesmějí investovat; oprávnění provinčních vlád schvalovat či upravovat podnikání zahraničních subjektů s celkovou investicí do miliardy USD. Připravovaná úprava také slibuje zjednodušit povolovací procedury pro získávání pracovních víz pro cizince najímané firmou registrovanou v Číně.

BEMETA DESIGN MÍŘÍ NA TRHY BLÍZKÉHO VÝCHODU

Vizí společnosti Bemeta Design, která vyrábí koupelnové doplňky, je neustále inovovat a posouvat se vpřed.

Marta Stolařová
exportní konzultantka CzechTradu
marta.stolarova@czechtrade.cz

V českých poměrech je design stále ještě chápán jako nadstandard, luxus nebo umění. Ve firmě Bemeta Design se našťastí přesvědčili o opaku. Podle Markéty Malé, která v podniku zodpovídá za marketing a PR, jsou design, kvalita a inovace nezbytností a díky nim dosahuje Bemeta stále rostoucího podílu na českém trhu i v zahraničí.

Před čtyřmi lety zahájila Bemeta spolupráci s designérem z Adresáře designérů CzechTradu, René Šulcem. Konkrétně šlo o nový design programu Help, který zahrnuje doplňky do bezbariérových koupelen. Podle Zuzany Sedmerové, manažerky projektu Design pro konkurenceschopnost, vsadila společnost na perspektivní segment trhu, který vyžaduje výrobky s kvalitním designem a kde nebude prvním kritériem cena. „Právě správně aplikovaný design, kde nejde o konceptuální umění a kde estetika vyvažuje funkčnost a kvalitu, dodává produktům přidanou hodnotu a českým značkám sebevědomí a schopnost konkurovat již zavedeným světovým brandům,“ dodává Sedmerová z CzechTradu.

„Jsme česká firma, chtěli jsme rozšířit naše dodávky do dalších evropských zemí a nejen tam. Proto nás zaujala možnost prezentovat se v Arábii či v Jižní Americe,“ přibližuje Markéta Malá. V roce 2017 se firma poprvé účastnila mimořádné prestižní akce v oboru HO-RE-CA, a to „BIG 5“ v Dubaji, kterou pravidelně organizuje tamní zahraniční kancelář Czech-

Tradu. Před vlastním veletrhem Bemeta Design využila individuální asistenci, která spočívala ve vyhledání potenciálních partnerů a v organizaci samotných jednání na stánku. Takto aktivní přístup krátce poté vyústil v úspěšný vývoz. „Díky kvalitní přípravě s asistencí CzechTradu se nám podařilo zaujmout a navázat kontakty s novými partnery ve Spojených arabských emirátech, Velké Británii a v Jižní Americe,“ dodává.

Export společnosti každoročně stoupá a s tím roste i firma jako taková. „Produkci dodáváme významným distributorům, hobbymarketům i mezinárodním firmám v 18 zemích světa, díky dostatečným skl-

dovacím prostorám máme tisíce výrobků skladem a můžeme zajistit krátké dodací lhůty. CzechTrade bereme jako naši prodlouženou pomocnou ruku ve světě, která nám usnadňuje proces navazování kontaktů s potenciálními odběrateli,“ vysvětluje Malá.

Dalším konkrétním úspěchem byla realizace projektu vybavení hotelového komplexu Double Tree by Hilton v Ploješti a hotelu Ramada v hlavním městě Rumunska. Jak potvrzuje ředitel zahraniční kanceláře CzechTradu v Bukurešti Michal Holub, firma na základě výsledků asistence navázala spolupráci s rumunským partnerem, významnou společností Senso Ambiente, což vedlo k brzké realizaci dvou velkých zakázek.

Expanze českého výrobce koupelnového vybavení na dvacetimilionovém rumunském trhu dál pokračuje. Do budoucna Bemeta Design plánuje rozšíření vývozu do východní Asie a dalších zemí regionu MENA, tedy Blízkého východu a severní Afriky.



Designové kosmetické zrcátko firmy Bemeta Design. FOTO: ARCHIV BEMETA DESIGN

Více o firmě Bemeta Design se dozvíte v článku v odkaze.



INOVACE POMÁHAJÍ VÝVOZU AUTOSOUČÁSTEK

Čeští výrobci autodílů se na exportu tuzemského automobilového průmyslu podílejí více než 42 procenty. Vyvážejí především na evropské trhy, hlavně do Německa.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



FOTO: HN – TOMÁŠ ŠKODA

Vedle strojírenství obecně je automobilový průmysl jednoznačně exportní jedničkou v Česku. A nejde jen o vývoz samotných automobilů, ale významným exportním artiklem s logem Made in Czech Republic jsou také komponenty do všech druhů vozidel. „Export automobilů, komponentů a dalšího drobného příslušenství, nazývaného společně automotive, tvořil v roce

2017 téměř čtvrtinu exportu Česka. Je tedy zásadní významnou částí tuzemského exportu,“ uvádí Bořivoj Minář, viceprezident Hospodářské komory České republiky (HK), zodpovědný za průmysl, zahraniční vztahy a podporu exportu.

Loni firmy z autoprůmyslu utržily magický bilion korun, z toho 40 procent připadá na výrobce autokomponentů. Většina tržeb přitom pochází ze zahraničních trhů.

Export do Německa svědčí o české kvalitě

„Tuzemský automobilový průmysl exportuje více než 80 procent své produkce,“ tvrdí Zdeněk Petzl, výkonný ředitel Sdružení automobilového průmyslu (AutoSAP). Vývoz jednotlivých dílů do aut z tuzemska je silně orientovaný na evropské trhy. Podle Petzla více než třetina míří do Německa. „S výrazným odstupem následují Velká Británie, Francie a Slovensko,“ dodává.

Značná závislost na německém trhu je podle Petzla daná historicky, a ředitel se dokonce domnívá, že může ještě růst. Jak? „To bude záviset na německé ekonomice. I proto se naše firmy snaží své zákaznické portfolio diverzifikovat a uplatnit své výrobky i na dalších trzích,“ shrnuje výkonný ředitel AutoSAP.

Podle HK je úspěšnost českých firem na německém trhu a na trzích EU velmi pozitivní zprávou. Svědčí o rostoucí schopnosti českých firem vyrábět vysokou kvalitu a vyhovět i v náročné logistice, která je v automotive příznačně tvrdá.

Podle manažerů z automobilového průmyslu předbíhá toto odvětví v mnohém

„Například ve spolupráci s CzechTradem organizujeme takzvané dodavatelské dny, kdy se české firmy mají možnost setkat s potenciálními zákazníky z perspektivních zemí. Ve spolupráci s ministerstvem průmyslu a obchodu pak pro naše dodavatele organizujeme účasti na významných zahraničních výstavách, jako jsou třeba Automechanika Frankfurt nebo Equip Auto Paříž,“ uvádí Petzl.

Kdo vsadil na vývoj, ten vede v exportu

Nedílnou součástí německé konkurenceschopnosti a exportního úspěchu jsou rostoucí výdaje na výzkum a vývoj. Třeba automobilový průmysl v Německu směru-

Czech Republic má své vývojové centrum v Ostravě. Závod v Jičíně vyrábí posilovače brzd, brzdové hadice, vakuové pumpy či motory pro elektrické parkovací brzdy. Dva závody v Brandýse nad Labem dělají rádia, navigace, přístrojové desky nebo ovladače klimatizací, v Adršpachu produkují ostříkovače skel a světel a v Trutnově palivová čerpadla, ventily na recirkulaci výfukových plynů, turbodmychadla a nově také emisní senzory. Frenštátský závod se zaměřuje na různé elektronické systémy pro karoserie, přístrojové desky a řízení motorů a senzory teploty, rychlosti a polohy.

Podle výroční zprávy této společnosti vzrostly loni tržby Continental Automotive v Česku o 23 procent na rekordních 71 miliard korun z předloňských 58 miliard korun. Loňský zisk představoval více než dvě miliardy. A právě 94 procent loni získal podnik z exportu. Největšími odběrateli firmy jsou skupiny Volkswagen, Ford, Fiat, Daimler, BMW, PSA a Renault.

Continental Automotive je samozřejmě významná, ale ne jediná společnost, která v Česku ve velkém vyrábí komponenty do vozidel. Jsou to například AGC Automotive Czech, Automotive Lighting, Mahle Behr, Bosch, Continental AG, Brano, Magna Bohemia, Faurecia, Hella, Johnson Controls, Kostal, TRW Automotive, Valeo nebo Varroc Lighting Systems.

Export automobilových komponentů meziročně roste v průměru téměř o deset procent. Roste nejen výroba užitkových a nákladních automobilů, ale i počet výrobců různých komponentů do aut.

Právě mezi dodavateli komponentů pro vozidla se dokázaly v tomto vysoce konkurenčním prostředí prosadit i ryze české firmy. Tedy ty, které nejenom působí a vyrábějí na českém území s tuzemskými zaměstnanci, ale mají také české majitele jako například společnost Top Alulit z Benešova, jejíž odlitky končí třeba ve vozech Jaguar. Více o této společnosti se dočtete na následující dvoustraně.

S CzechTradem organizujeme dodavatelské dny, kdy se české firmy mohou setkat s potenciálními zákazníky z perspektivních zemí.

ostatní. Je rychlé, vysoce inovativní a především globální. Konkurence v automotive je jedna z nejtvrdějších. „Co jinde považují za přednost, to se v automotive bere jako nutný základ pro vstup do odvětví. Chyba se neodpouští,“ tvrdí Miroslav Jaššo, ředitel skupiny Gumotex AUTO. Tato korporace dodává automobilkám sluneční clony, sedáky, různé druhy opěrek, autokoberců, ale také tlumičů prvků do karoserií. Produkty Gumotexu jsou i v luxusních vozech Lamborghini či Rolls-Royce.

Je načase hledat i mimo Evropu

Pokud připustíme, že žádný úspěch není nekonečný, je na čase začít podporovat český export na mimoevropských trzích.

„Dojde-li k cenové válce mezi výrobci a značkami, určitě to silně dopadne na subdodavatele a výrobce komponentů do aut,“ míní Minář a radí firmám zmenšit závislost na jednom odběrateli. Diverzifikace výrobního a odběratelského portfolia je neefektivnější cestou, jak se připravit na přežití krize v tom či onom odvětví průmyslu, automotive nevyjímaje.

Také Sdružení automobilového průmyslu podle výkonného ředitele nabízí firmám z automotive pomoc při exportu.

je přes padesát procent veškerých výdajů na vědu a výzkum. A to je a měla by i v budoucnu být cesta českých výrobců komponentů pro automobilový průmysl: mít technologické inovace a vývojová centra v tuzemsku.

„Poměrně často slyšíme, že se z naší země stala montovna. Vývojová centra představují naprostý opak. Jde o špičková pracoviště, mnohdy se stovkami vysoce kvalifikovaných zaměstnanců,“ uvádí Luděk Procházka, ředitel společnosti Gerlach, která poskytuje celní a poradenské služby mnoha významným firmám z automobilového průmyslu, jako například výrobcům automobilových sedadel nebo světel.

Podle Procházky prakticky každý trochu větší dodavatel do automobilového sektoru má alespoň minimální vývojové oddělení. „Bez inovací, důkladných testů a následných atestů by ve vysoce konkurenčním prostředí nemohl fungovat,“ naznačuje Procházka důležitou cestu za úspěšným exportem.

Zájem mají i slavné automobilky

Například významný výrobce součástek pro automobily Continental Automotive

> V příštím čísle Českého exportéra se zaměříme na zemědělskou techniku

V BENEŠOVSKÉ SLÉVÁRNĚ VYRÁBĚJÍ PRO VOZY JAGUAR

První kontrakt pro automobilový průmysl odstartoval rychlý růst firmy Top Alulit. V současné době vyváží 90 procent své produkce, vedou komponenty pro vozidla.

Marcela Honsová
marcela.honsova@economia.cz



Martin Vobořil (42)

obchodní ředitel společnosti Top Alulit

Po absolvování Střední průmyslové školy strojní ve Vlašimi působil dva roky v Jawě vyrábějící plochodrážní motocykly. Pak vsadil na doplnění jazykového vzdělání. Pět let pracoval v USA mimo svůj obor, například ve stavebnictví či pohostinství, aby si zdokonalil angličtinu. Po návratu do Česka se zaměřil na slévárenské odvětví. Do Top Alulitu nastoupil v roce 2010, od roku 2012 je obchodním ředitelem firmy. Ve své pozici využívá jazykové, ale i obchodní schopnosti. Angličtinu považuje pro byznys za zásadní, a nejenom kvůli exportu. Podle Vobořila i tuzemské firmy, které působí v automobilovém průmyslu, v současné době pracují s dokumentací v angličtině. Pro získávání nových kontraktů považuje za nejdůležitější osobní jednání a prezentaci přímo ve firmě.

Kdyby firma Top Alulit ne získala před pěti roky kontrakt pro automobilku Jaguar, zřejmě by nedosáhla současného rozmachu. „Tato zakázka nám umožnila růst, investovat do společnosti, a to jak do výrobních kapacit, tak do výrobních procesů,“ uvádí Martin Vobořil, obchodní ředitel Top Alulitu. „Náš vývoz je především zásluhou automobilového odvětví,“ tvrdí.

Slévárna z Benešova se specializuje na odlitky z hliníku pro automobilový, elektrotechnický, strojírenský a potravinářský průmysl. A právě komponenty pro automotive představují 59 procent celkové produkce. Společnost vyváží kolem 80 procent své výroby.

„Exportujeme především do Evropské unie, hlavně do Francie, o něco méně do Belgie a Německa. Mimo Evropu vyvážíme také do USA, letos začínáme s Čínou,“ prozrazuje šéf obchodu Vobořil.

Komponenty pro Land Rover či Scanii

Pro automobilový průmysl vyrábějí v Benešově hlavně víka chlazení motoru, která lze nalézt ve vozech značek Jaguar a Land Rover, pro nákladní vozy Scania pak dělají sací potrubí. Ve všech případech firma Top Alulit nedodává své hliníkové odlitky přímo automobilkám, ale firmám, které tyto komponenty využívají pro své finální produkty.

„Náš odlitek je vždy součástí nějakého celku. Třeba do vík chlazení náš odběratel vyrábí chladič prvek a až celek odesílá na montážní linku do Jaguaru,“ uvádí obchodní ředitel. Konečné slovo, že se podnik

stane subdodavatelem, má ovšem finální odběratel. „Jsme auditováni a prověřováni konečným zákazníkem, v našem případě právě Jaguarem, Land Roverem a Scanií.“

A jak vlastně před pěti lety česká firma neznámá v automobilovém průmyslu zakázku pro Jaguar získala? „Oslovila nás společnost Visteon, která hledala výrobce vík pro autochlazení, protože měla problémy s kvalitou od tehdejšího dodavatele,“ přiznává Vobořil s tím, že prostory firmy Top Alulit potenciálního zákazníka v roce 2012 příliš nenadchly.

Společnost v Benešově se ale rozhodla tuto zakázku získat. Na zkoušku vyrobila 100 kusů vík pro chlazení a všechna uspěla. Pak už prý šla jednání relativně rychle. „Přijeli zástupci samotného Jaguaru, my jsme jim prezentovali veškeré naše investiční plány, jak rozšíříme kapacitu, snížíme podíl ruční práce, budeme robotizovat a nakonec jsme si podali ruce,“ vzpomíná.

Tehdy už ve firmě Vobořil pracoval na současné pozici, takže nejlépe ví, že investice, které česká slévárna slíbila a které byly podmíněny právě kontraktem pro Jaguar, byly rozhodující. Byly významné jak pro získání nové velké zakázky z automobilového odvětví, tak pro samotný rozvoj Top Alulitu.

Kontrakt pro Jaguara rozjel investice

„Když jsme se dohodli s Jaguarem, byl to začátek růstu společnosti. Vlastně tento kontrakt odstartoval dnešní stav firmy. Navíc by pravděpodobně další naše obchodní kroky byly bez této reference složitější,“ naznačuje Vobořil, že Jaguar je dobré doporučení.



Komponenty pro automotive tvoří 59 procent z celkové výroby slévárny Top Alulit. Nyní firma zaměstnává 150 lidí. 2x FOTO: HN - ZBYNĚK PEČÁK

Finální jednání proběhla v roce 2013 a ještě tentýž rok a ten následující slévárna investovala po dvou milionech eur, v přepočtu vždy 50 milionů korun. Nyní se investice ročně pohybují kolem půl milionu eur. V areálu vyrostly dvě nové haly, starší prošla rozsáhlou rekonstrukcí, došlo k modernizaci provozů a robotizaci. V plánu je výstavba další haly.

Chce-li společnost získávat nové kontrakty a exportovat, musí podle obchodního ředitele nabídnout firmám něco jiného než ostatní podniky. Ve slévárenství existují různé technologie, Top Alulit vsadil na robotizaci gravitačního lití, což není běžné. „Dosáhli jsme toho před třemi roky, eliminujeme lidskou chybu a to se zákazníkům líbí,“ míní šéf obchodního oddělení.

Aktuálně firma dokončuje implementaci zcela nové lící technologie, která není podle Vobořila v Evropě rozšířena. „Jde o stlačování tekutého kovu, které nám umožní vyrábět efektivněji i laciněji velké množství kvalitních odlitků právě pro automobilový průmysl,“ tvrdí manažer benešovské slévárny. Tato nová technologie lití s největší pravděpodobností odstartuje

Top Alulit

Slévárna sídlí v Benešově a specializuje se na odlitky z hliníku pro automobilový, elektrotechnický, strojírenský a potravinářský průmysl. Z celkové výroby představují komponenty pro automotive 59 procent, nosným produktem jsou víka chlazení motoru pro firmy Jaguar a Land Rover, pro nákladní vozy Scania společnost vyrábí sací potrubí. Většina odlitků pro automobilový průmysl míří na export, celkově firma vyváží 80 procent své produkce, především do zemí Evropské unie, hlavně do Francie, mimo EU do USA. Společnost se specializuje na výrobu tenkostěnných a tlakotěsných odlitků přesných tvarů a rozměrů v úzkých tolerancích. Roční tržby se pohybují mezi 200 až 220 miliony korun. Firma vznikla v roce 2005, v současné době zaměstnává 150 lidí a je v majetku dvou českých podnikatelů Lubomíra Janšty a Františka Vaicenbauera, který je ředitelem společnosti, ve firmě aktivně působí a dbá na inovace.

další zajímavý kontrakt z automobilového průmyslu, tentokrát pro společnost Ford. „Dolaďujeme poslední věci před podepsáním smlouvy.“

Důležité je dostat zákazníka do fabriky

Kvůli rozšíření exportu pracovníci obchodního oddělení Top Alulitu sami hledají potenciální zákazníky, i třeba na internetu, prezentují firmu na výstavách, nedávno na veletrhu ve Velké Británii ve společné české expozici, kterou zajišťovala agentura CzechTrade.

Ta pořádá v tuzemsku také setkání českých firem se zahraničními zájemci a Top Alulit se těchto jednání několikrát zúčastnil. „Nedávno nám CzechTrade zprostředkoval poptávkové řízení s nadnárodní společností Dana Corporation, která dodává automobilkám široký sortiment. Jak jednání dopadnou, teprve uvidíme.“

Podle Martina Vobořila je ovšem velice důležité dostat případné nové zákazníky přímo do fabriky. Má spočítáno, že úspěšnost kontraktu je mnohem vyšší, než když zástupci slévárny vyjedou prezentovat společnost mimo brány Top Alulitu.

MILNÍKY ČESKÉHO PRŮMYSLU V DATECH



1894 Tomáš Baťa

Blíží se sté výročí vzniku samostatné Československé republiky. Sto let slaví i páteř naší současné prosperity a základna rekordního exportu – československý a český průmysl.

1815

Josef Božek představil 17. září v pražské Stromovce svůj parní automobil.

1856

Byl založen rakouský Spolek pro chemickou a hutní výrobu. Chemické provozy v Ústí nad Labem, Pardubicích a Neratovicích tak stály u zrodu pozdější Spolchemie.

1894

Tomáš Baťa se svými sourozenci zakládá slavnou obuvnickou značku Baťa.

1896

Emil Kolben začíná po svém úspěšném americkém angažmá u T. A. Edisona ve Vysočanech vyrábět stroje a zařízení pro velké elektrárny s parním i vodním pohonem. Jeho firma je co do výrobního portfolia ve své době celosvětově unikátní společností.

1907

Vzniká společnost Praga, která od roku 1911 patřila mezi nejvýznamnější výrobce nákladních automobilů.

1914

Automobilka Laurin & Klement koupila v Liberci společnost RAF a založila továrnu na nákladní vozidla, známou později jako Liaz (1951).

1919

Vznikla Avia, společnost pro opravy a výrobu letadel, od roku 1929 součást koncernu Škoda, byly založeny Čs. závody na výrobu zbraní v Brně, pozdější Československá, zbrojovka a z Kopřivnice vyjela první série nákladních automobilů Tatra.

1922

Brněnská zbrojovka začala vyrábět první armádní pistolí ČZ vzor 22.

1830

Byla zapálena pudlovací pec v Rudolfově huti ve Vítkovicích. Byla první takovou technologií v tehdejší Rakousku a severní Morava se stala ocelovým srdcem monarchie.

1869

Emil Škoda kupuje v Plzni slévárny a strojírny, soustředí se na výrobu technologických celků a válcování železa a zakládá budoucí strojírenské impérium. Škodovy závody byly do první světové války největší zbrojovkou Rakouska-Uherska.

1895

Vzniká společnost Laurin & Klement, která původně vyráběla kola Slavia a od roku 1899 i motocykly. Svůj první automobil L&K Voiturette vyrobila roku 1905 a roku 1925 se pak spojila se Škodovkou.

1900

První Českomoravská továrna na stroje vyrobila první parní lokomotivu řady 310.0.

1911

Ringhofferovy závody vyrobily první elektrickou lokomotivu řady E 200.0.

1918

Nová Československá vláda vsadila na rozvoj leteckého průmyslu. Ministerstvo obrany založilo společnost Továrna na letadla (LETOV), v roce 1919 následovalo Aero – továrna letadel s prvním letounem vlastní konstrukce Aero A-1.

1921

Byl vyroben první průzkumný letoun Letov Šm-1 a vznikl první československý civilní dopravní letoun Aero A-10.

1923

Pražská společnost Walter začíná vyrábět světoznámé letecké motory.



1919 Letadlo ze společnosti Avia

1954 Škoda Spartak

1975 Pistole CZ 75

2005 netkané textilie z nanovláknů

1925

Společnost Laurin & Klement přechází po třiceti letech existence do koncernu Škoda.

1929

Pánové Janeček a Wanderer zakládají značku Jawa.

1936

V Kunovicích byla zahájena výstavba letecké továrny LET.

1947

Tým českých techniků vynalezl pneumatický tryskový tkalcovský stav, o čtyři roky později vodní tryskový tkalcovský stav.

1954

Objevuje se prototyp moderního osobního automobilu Škoda Spartak.

1964

Z montážního pásu nového mladoboleslavského závodu sjel první vůz Škoda 1000 MB.

1975

Zahájena výroba světoznámé pistole CZ 75 v České zbrojovce Uherský Brod. Od roku 2011 tu vyrábějí útočnou pušku CZ 805 BREN.

2005

Technická univerzita Liberec zahájila výrobu strojů na netkané textilie z nanovláken Nanospider.

2018

V srpnu z linky Škody Auto v Kvasinách sjelo milionté SUV.

1927

Vzniká ČKD, největší strojírna v tehdejším Československu.

1934

V Táboře vznikla Brita – dnes Brisk, který patří do pěti největších výrobců zapalovacích svíček na světě.

1946

Byla založena firma na výrobu nákladních automobilů Avia.

1953

Do terénu vyjíždí první nezníčitelný armádní automobil Praga V3S.

1959

Barum začíná vyrábět bezdušové pneumatiky, zkušební piloti zalétávají nový letoun LF 29 a Česká zbrojovka Uherský Brod vyrábí slavný samopal Sa vzor 58, který byl dlouhé roky ve výzbroji československé i dalších armád.

1968

Do vzduchu se vznesl úspěšný cvičný letoun L-39 Albatros.

1997

Škodovka vyrobila první tramvaj řady Škoda O3T – „Astra“.

2017

Firma Nanopharma vyrobila první umělý brzlík, pacientům po operaci pomáhá posílit imunitu.

Připravil: František Kotrba, MPO
Foto: ČTK



FOTO: SHUTTERSTOCK

ČEŠTÍ EXPORTÉŘI UMÍ VYUŽÍT VÝHOD VOLNÉHO OBCHODU

Nová zpráva o míře využití obchodních preferencí členskými státy EU vyčíslila skutečné i ušlé úspory ze snížených celních sazeb. Česku se daří z dohod o volném obchodu těžit.

Dan Macek
oddělení ochranných opatření
obchodu, MPO
macek@mpo.cz

Přínosem členství v EU pro exportně orientovanou českou ekonomiku je nejen svoboda volně obchodovat na jednotném trhu s půlmiliardou zákazníků, ale také příležitost lépe pronikat na trhy mimo EU díky společné obchodní politice této hospodářské velmoci. Z pověření členských států unie vyjednala Evropská komise s řadou tzv. třetích zemí dvoustranné dohody o volném obchodu

(Free Trade Agreement, FTA); společně s členskými státy pak usiluje o to, aby vývozci z EU co nejúčinněji využívali celních úspor (preferencí) obsažených v takto dojednaných dohodách. Ušlé úspory z cel při nevyužití preferencí totiž ochuzují unijní vývozce o přínosy z členství v EU.

Evropská komise proto na základě dostupných údajů (za rok 2016) vypracovala komplexní zprávu o míře využití preferencí

(Preference Utilization Rate, PUR). Ve zprávě vyčíslila skutečné i ušlé úspory z celních sazeb na vývozy z EU do 17 různých odbytíšť. Údaje roztrídila podle kategorií výrobků a vyvážejících členských států. Odhalení konkrétních „mezer“ ve využití preferencí umožní poskytnout hospodářským subjektům cílenější pomoc a poradenství.

Na jaké výrobky se snížené dovozní sazby vztahují, se v jednotlivých dohodách

o volném obchodu liší. Různá je zároveň skladba vývozu jednotlivých členských států EU. Napříč unií činí průměrný podíl vývozu s nárokem na snížené celní sazby zhruba 60 procent jejich vývozu do daných 17 partnerských zemí FTA, přičemž více než 70 procent je to pouze v případě Česka, Slovenska, Chorvatska a Portugalska.

Ze všech zemí EU dosahuje Česko více než 80procentní využití preferencí v největším počtu kategorií výrobků.

Relativně vyšší podíl tuzemského vývozu s nárokem na snížené celní sazby svědčí o tom, že dvoustranné dohody o volném obchodu, které EU uzavřela se třetími zeměmi, jsou Česku takřkajíc šité na míru.

Skoro sto procentní míru využití preferencí má Česko s Tureckem

Zpráva třídí výrobky s nárokem na snížené celní sazby do celkem 21 kategorií (podle celních kódů). V 15 nebo více z těchto 21 kategorií vykazuje míru využití preferencí nad 80 procent pouze pět členských států EU. Česká republika v tomto ohledu skončila na 1. místě (18 kategorií), následovaná Slovenskem (16), Bulharskem, Chorvatskem a Polskem (všichni 15).

Na tuzemském vývozu s nárokem na snížené celní sazby se zdaleka největší měrou podílí kategorie dopravních prostředků (43,9 procenta), kde míra využití preferencí celkově dosahuje 91,2 procenta (členské státy EU celkově 82,8 procenta), následovaná kategorií strojů (28,4 procenta) s mírou využití preferencí 80,3 procenta (členské státy EU celkově 70,8 procenta).

Z dalších předních položek českého vývozu s nárokem na snížené celní sazby dosahujeme nejvyšší míry využití preferencí v kategorii výrobků z plastů a gumy (ČR 93,1 procenta; členské státy EU celkově 88 procent) a v kategorii obecných kovů a výrobků z nich (ČR 90,3 procenta; členské státy EU celkově 82 procent). Naopak nejnižší míru využití preferencí u položek tuzemského vývozu s nárokem na snížené celní sazby dosahujeme v kategorii umělecká díla (ČR 2,3 procenta; státy EU celkově 34,9 pro-

centa) a perly, drahokamy a drahé kovy (ČR 32,7 procenta; státy EU celkově 64 procent).

Celková míra využití preferencí napříč EU se všemi partnery FTA činila 77,4 procenta, v případě ČR je to 87,3 procenta. Nejvyšší míru využití preferencí má Česko s Tureckem (ČR 98,8 procenta; členské státy EU celkově 95,3 procenta), s Izraelem (ČR

97,2 procenta; státy EU celkově 88,9 procenta) a s Mexikem (ČR 94,5 procenta; státy EU celkově 85,1 procenta). Nejnižší míru využití preferencí má Česko s Chile (ČR 46,1 procenta; státy EU celkově 73,9 procenta), s JAR (ČR 47,7 procenta; státy EU celkově 63,1 procenta) a s Marokem (ČR 52,1 procenta; státy EU celkově 52 procent).

Vyšší informační hodnotu než prosté údaje o míře využití preferencí mají ovšem údaje o ušlých (a tedy i potenciálních) úsporách z celních sazeb. Míra využití preferencí je tudíž zajímavá zejména tehdy, dosahují-li vývozy s nárokem na preferenční zacházení relativně vysoké hodnoty. Jinými slovy, v případě zanedbatelné hodnoty vývozu na míře využití preferencí tolik nezáleží, kdežto při vysoké hodnotě vývozu se může i nepatrný posun v míře využití preferencí významně promítnout do výše úspor z celních sazeb (záleží také na rozdílu preferenčních cel oproti výši původních sazeb).

„Mezery“ ve využití preferencí

Napříč EU dosáhly úspory z cel v důsledku dohod o volném obchodě 11,5 miliardy eur (údaje za rok 2016), přičemž dalších 3,5 miliardy eur činily ušlé úspory – tj. kolik by bylo možné ušetřit, kdyby byly dohody o volném obchodu plně využity. V případě ČR činily celkové úspory z cel v důsledku dohod o volném obchodu 352 mil. eur (9,04 miliardy Kč), přičemž ušlé české úspory činily celkově 53,7 mil. eur (cca 1,38 miliardy Kč).

Z celkem 21 kategorií výrobků s nárokem na snížené celní sazby vykazuje ČR nejvyšší ušlé celní úspory při vývozu do 17 partnerských zemí FTA v kategorii dopravních

prostředků (23,0 mil. eur, tj. asi 590 mil. Kč, tj. asi 42,8 procenta ušlých celních úspor ČR) a v kategorii strojů (16,5 mil. eur, tj. asi 423,9 mil. Kč, tj. asi 30,7 procenta ušlých celních úspor ČR), což zhruba odpovídá jejich dominantnímu podílu na českém vývozu s nárokem na snížené celní sazby. Další významné ušlé celní úspory vykazuje ČR v kategorii obecných kovů a výrobků z nich (3,4 mil. eur, tj. asi 87,3 mil. Kč), v kategorii „různé“ (3,2 mil. eur, tj. asi 82,2 mil. Kč) a v kategorii výrobků z plastů a gumy (2,3 mil. eur, tj. asi 59 mil. Kč).

Skutečnost, že nejvyšší ušlé úspory z cel vykazuje ČR při vývozu těch kategorií výrobků, u nichž mnohdy zároveň dosahuje nejvyšší míry využití preferencí (dopravní prostředky, obecné kovy, výrobky z plastů a gumy), svědčí o tom, že při vysoké hodnotě vývozu se může i nepatrný posun v míře využití preferencí významně promítnout do výše úspor z celních sazeb.

Nejvyšší ušlé úspory z cel vykazuje ČR v obchodu s Marokem (16,5 mil. eur, tj. asi 423,9 mil. Kč, z toho 13,2 mil. eur, tj. asi 339,1 mil. Kč v kategorii dopravních prostředků, kde dosažená míra využití preferencí činila jen 51,6 procenta), s JAR (12,4 mil. eur, tj. 318,5 mil. Kč, z toho 4,5 mil. eur, tj. asi 115,6 mil. Kč v kategorii dopravních prostředků, kde dosažená míra využití preferencí činila jen 28,3 procenta) a s Jižní Koreou (9,1 mil. eur, tj. asi 233,8 mil. Kč, z toho 5,7 mil. eur, tj. asi 146,4 mil. Kč v kategorii strojů, kde dosažená míra využití preferencí činila 70 procent).

Významné ušlé úspory z cel vykazuje též v obchodu se Švýcarskem (3,6 mil. eur, tj. asi 92,5 mil. Kč, kde dosažená míra využití preferencí v kategorii strojů činila 74,4 procenta), s Egyptem (3,1 mil. eur, tj. 79,6 mil. Kč, z toho 2,4 mil. eur, tj. cca 61,7 mil. Kč v kategorii dopravních prostředků) a s Chile (2,5 mil. eur, tj. 64,2 mil. Kč, z toho 2,2 mil. eur, tj. 56,5 mil. Kč v kategorii strojů, kde dosažená míra využití preferencí činila jen 19 procent).

Navzdory potěšitelnému umístění Česka mezi premianty využívání preferencí se tedy na poli úspor z cel stále nabízí prostor pro ještě lepší zužitkování dohod o volném obchodu vyjednaných v rámci obchodní politiky EU coby přínosu z členství Česka v unii.

ZAHRANIČNÍ AKCE POD HLAVIČKOU CZECHTRADU

3.–7. 12. 2018

Zdravookhraneniye, Moskva, Rusko

Veletrh se koná v rámci největší ruské události v oblasti zdravotní péče Russian Health Care Week. Představuje jedinečnou příležitost pro dodavatele zdravotnické techniky a farmaceutických produktů při vstupu na ruský trh. Účast na této akci je podpořena z projektu NOVUMM KET spolufinancovaného z OP PIK a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 90 000 Kč na pronájem plochy, registraci a další služby na veletrhu. Kontakt: Martina Handrlíková, tel.: 224 907 519, martina.handrlicova@czechtrade.cz.

13.–16. 12. 2018

Mining Turkey, Istanbul, Turecko

Veletrh se zaměřuje na těžební a dobývací průmysl v regionu Eurasie. Akce se koná každé dva roky; v roce 2016 se jí zúčastnilo 392 vystavovatelů z 34 zemí světa, zavítalo na ni 9400 návštěvníků. Účast na veletrhu je podpořena z projektu NOVUMM spolufinancovaného z OP PIK a je možné na ni čerpat podporu formou zvýhodněné služby až do výše 80 000 Kč na pronájem plochy a registraci. Kontakt: Jana Jíchová, tel.: 224 907 528, jana.jichova@czechtrade.cz.

1.–5. 4. 2019

Hannover Messe, Hannover, Německo

Jde o celosvětovou jedničku mezi strojírenskými veletrhy. Prezентují se zde světové novinky z průmyslové automatizace, IT, energetických a environmentálních technologií, vývoje a výzkumu. Na společném stánku s CzechTradem máte příležitost přímo oslovit přední světové firmy z mnoha oblastí průmyslu. Firmy, které splňují podmínky projektu NOVUMM, mohou čerpat podporu pro svou prezentaci na veletrhu. Kontakt: Dagmar Matějková, tel.: 724 340 444, dagmar.matejkova@czechtrade.cz.

6.–9. 5. 2019

Zoomark, Boloňa, Itálie

Jde o přední bienální evropský veletrh produktů a doplňků pro domácí mazlíčky. Zoomark je vhodnou příležitostí pro vstup nejen na italský trh, na kterém je registrováno zhruba 60 milionů domácích mazlíčků, ale díky velkému počtu mezinárodních návštěvníků nabízí možnost vstupu na další trhy. Kontakt: Jana Trnková, tel.: 702 213 099, jana.trnkova@czechtrade.cz.

Přehled všech připravovaných akcí naleznete v kalendáři akcí na www.businessinfo.cz/ka

ČESKÉ OFICIÁLNÍ ÚČASTI NA VELETRZÍCH

10.–14. 10. 2018

Aktuální problematika vodovodů a kanalizací v Pule v Chorvatsku

Jde o kombinovaný veletrh s konferencí, který cílí na problematiku zásobování vodou, odvod a čištění odpadních vod. Konference se koná 11.–12. října a je zaměřena na ekonomické a právní aspekty obchodování veřejných dodavatelů těchto služeb a realizace projektů vodo hospodářství v zemích EU. Loni se tohoto veletrhu včetně konference zúčastnilo 60 vystavovatelů, kteří reprezentovali více než sto firem. Veletrh a konferenci navštívilo přes 700 odborníků, a to nejen z Chorvatska, ale i z Německa, Švýcarska, Izraele, Rakouska, Maďarska a rovněž z Česka a Slovenska. Kontakt: Lenka Koucká, koucka@mpo.cz, tel.: 224 852 745.

13.–16. 10. 2018

International Industry Exhibition, Teherán, Írán

Veletrh je zaměřen na těžbu nerostů, průmyslovou automatizaci a lehké a těžké dopravní stroje. Kontakt: Věra Fousková, fouskovav@mpo.cz, tel.: 224 853 044.

6.– 8. 11. 2018

Mining Industry Expo Kyjev, Ukrajina

Vystavovatelé představí i letos své novinky ve vývoji a výrobě v hornictví, zařízení a technologií pro zpracování nerostů, vrtačích strojů a nástrojů, pneumatických a hydraulických zařízení, důlní dopravy, dopravních systémů a materiálů, elektrických zařízení, v průmyslové automatizaci a řízení, v systémech bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Veletrhu se loni zúčastnilo celkem 229 vystavovatelů, 200 ukrajinských a 29 zahraničních firem z 11 zemí a přes 5000 návštěvníků. Jde o nejvýznamnější akci v regionu. Kontakt: Vlastimil Janecký, janecky@mpo.cz, tel.: 224 852 781.

13.–16. 11. 2018

Elmia Subcontractor, Jönköping, Švédsko

Elmia je nejvýznamnější akcí ve Skandinávii v oblasti strojírenství. Veletrh je zaměřený zejména na design a vývoj nových materiálů, nové výrobní metody včetně nástrojů, polotovárů i na finální produkty. Loni se jej zúčastnilo přes tisíc firem z 29 zemí světa a přilákal více než 14 tisíc návštěvníků. Kontakt: Věra Fousková, fouskovav@mpo.cz, tel.: 224 853 044.

Více o programu MPO na podporu českých oficiálních účastí v zahraničí na www.mpo.cz/vystavy-a-veletrhy-2018

NEJBLIŽŠÍ TERMÍNY EXPORTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ

26. 9. 2018

Praha: Nábytkářský průmysl – exportní příležitosti v Německu a Rakousku

Chcete rozšířit svá exportní teritoria? Víte, jak v daných zemích najít vhodné obchodního partnera a jak podpořit exportní úspěchy na zahraničních veletrzích? Uvažujete o individuální spolupráci s designérem? Akce je určená pro malé a střední nábytkářské firmy, začínající i středně zkušené exportéry. Cena: zdarma

5. 10. 2018

Praha: Chorvatsko, Srbsko, Černá Hora, Bosna a Hercegovina, Slovinsko, Makdonie – exportní příležitosti

Zaměřeno na aktuální stav tamní ekonomiky a z něho vyplývající šance pro české firmy, perspektivní obory pro export, informace o obchodních příležitostech a podmínkách podnikání na trhu, možnosti podpory českých firem při exportu na tamní trhy. Cena: zdarma

8. 10. 2018

Praha: Obchodní příležitosti s EBRD a exportní příležitosti v Turecku, Polsku a na Ukrajině

Prakticky zaměřený seminář přiblíží českým podnikům možnosti jejich zapojení do aktivit EBRD v transformujících se zemích od střední Evropy po Střední Asii a jižní a východní Středomoří. Také poradí, jak a s čím v Turecku, Polsku a na Ukrajině obchodovat, poskytne strategie vstupu na dané trhy, poradí s překážkami, příležitostmi a poskytne i praktické tipy pro obchodování. Součástí jsou i individuální konzultace s přednášejícími. Cena: zdarma

25. 10. 2018

Praha: Chyby, kterých se dopouštíte v zahraničním obchodě, a jak to změnit

Nedělejte zbytečné chyby! Pouchte se z těch, které udělal někdo jiný. Seminář provede účastníky praktickým zhodnocením trhu, vnitřním nastavením firmy na export, nezbytnými kontrolními mechanismy až po příklady obchodních praktik na vybraných trzích. Cena: 1000 Kč bez DPH.

Podrobné informace o seminářích naleznete na www.exportnivzdelavani.cz

OBCHODOVÁNÍ S VIETNAMEM VYŽADUJE TRPĚLIVOST A ZNALOSTI

Statistiky uvádějí, že třetí nejpočetnější komunitou u nás jsou Vietnamci, a to po Slovácích a Ukrajincích. Česká republika má s touto asijskou zemí vzdálenou tisíce kilometrů dobré vztahy. Početná komunita a historická podpora z naší strany vedly k tomu, že zde má naše republika a naše výrobky velmi dobrý zvuk. O tom, jak toto dobré jméno využít ve vzájemném obchodu, jsme hovořili s Michalem Obručnickem, specialistou zahraničního obchodu Komerční banky.



Michal Obručník

V minulosti působil na několika pozicích v zahraničním obchodu a bankovníctví. Má praktické zkušenosti z příprav a realizace exportních projektů v ČR i v zahraničí včetně zajišťování jejich financování, logistiky apod. Podílel se na realizaci projektů ve Vietnamu a v dalších zemích.

O Vietnamu se hovoří jako o zemi s významnými exportními příležitostmi pro české výrobce. Vy sám máte zkušenosti s obchodováním s vietnamskými partnery a dokonce jste zde nějaký čas působil. Jaký je váš názor?

Vietnam je rozhodně teritorium, které nabízí mnoho příležitostí pro české exportéry, a to v celé řadě oborů. Pro úspěšný export do Vietnamu je nezbytné navázat osobní kontakty s potenciálními obchodními partnery a aktivně rozvíjet obchodní i osobní vztah. Trpělivost, vytrvalost a osobní přítomnost ve Vietnamu jsou pro navázání kontaktů a obchodní úspěch naprostou nezbytností.

Jaké jsou podle vás hlavní příležitosti pro český export?

Vietnam je stále ve fázi dynamického růstu. Například HDP rostl v roce 2017 o téměř 7%. Možnosti uplatnění českých exportérů jsou velmi široké. Konkrétně bych zmínil příležitosti v chemickém průmyslu, strojírenství, potravinářství, ale třeba i v dopravním průmyslu. V celé řadě oborů lze úspěšně navázat na historickou a dlouhodobou spolupráci našich zemí. České výrobky mají ve Vietnamu stále velmi dobrou pověst.

Přes tyto příležitosti se mnoho velkých obchodních případů s Vietnamem nerealizuje. Proč to tak je?

Těch důvodů může být celá řada. U každého projektu či obchodního případu je to do jisté míry individuální.

Obecně bych však řekl, že k rozvoji obchodu by určitě pomohlo, aby čeští exportéři byli schopni nabídnout svým partnerům i vhodnou formu financování. To je jeden z klíčových aspektů, který má vždy pozitivní vliv na rozvoj vzájemného obchodu, a to nemám na mysli jen realizaci těch největších projektů. Je otázkou konkrétního obchodního případu, zda je vhodnou variantou nabídka možnosti exportního financování, nebo akceptace delší odložené splatnosti zajištěné například dokumentárním akreditivem, kde je následně možné provést odkup pohledávky.

Variant, které je možné nabídnout, je celá řada. V rámci Komerční banky jsme připraveni posoudit konkrétní příležitosti a projekty českých exportérů ad hoc pro konkrétní obchodní případ. S využitím široké palety námi poskytovaných služeb umíme navrhnout optimální varianty řešení.

Ve Vietnamu je početná skupina lidí, která v České republice studovala a má k naší zemi pozitivní vztah.

Domníváte se, že to vzájemnému obchodu pomáhá?

Potkal jsem ve Vietnamu celou řadu lidí, kteří studovali nebo i pracovali v ČR. Ve všech případech měli velmi kladný vztah k naší zemi, někteří dokonce ještě byli schopni komunikovat i česky. Takováto zkušenost má samozřejmě na obchodní vztah kladný vliv a otevírá příležitosti pro české společnosti. Je milé, když vás touto zkušeností překvapí váš obchodní partner a vzpomíná na doby svého studia. Musím říct, že vlastně všechny reakce na Českou republiku, se kterými jsem se ve Vietnamu setkal, byly pozitivní. Několikrát se mi i stalo, že se mnou česky začal komunikovat i prodávav v obchodě nebo náhodný kolemjdoucí, který zaregistroval, že hovořím česky.

Kromě Vietnamců, kteří studovali nebo pracovali v ČR a dnes opět působí ve Vietnamu, však nesmíme zapomenout i na významnou vietnamskou komunitu v ČR. Je vhodné pracovat i s kontakty, které ve Vietnamu mají i členové této komunity, z nichž celá řada dosáhla významných podnikatelských úspěchů v ČR. Podporu těchto kontaktů je třeba i nadále rozvíjet, a proto je z mého pohledu přínosné, že je v ČR aktivní řada organizací, které se zabývají také podporou a rozvojem našich vzájemných vztahů.

Jací jsou Vietnamci při obchodním jednání?

Specifický je již začátek jednání, kdy například předání vizitky probíhá tak, že vizitku je vhodné obchodnímu partnerovi podávat oběma rukama. Jednání jsou obvykle poměrně dlouhá. Přímocarost a tah na branku nejsou

při jednáních obvyklé, je třeba být trpělivý a ke klíčovými otázkám se dostat postupně. Zároveň si je třeba uvědomit, že vaše protistrana bude mít snahu vyhnout se záporné odpovědi, protože vás nebude chtít zklamat. To může vést v důsledku k celé řadě problémů, a proto je vhodné se vždy pokusit získat i nezávislá hodnocení a zkušenosti s daným obchodním partnerem a případně i posoudit konkrétní reference. Při navazování obchodního vztahu tedy platí okřídlené „důvěřuj, ale proveď“.

Na co je třeba si, na základě vaší zkušenosti, dát pozor?

Těch specifík je jako v každé exotičtější zemi celá řada. Zmínil bych například specifický daňový systém, který si zaslouží důkladnou analýzu ještě před samotným vstupem na vietnamský trh. Platí, že v první fázi je vhodné využít i kontakty na zastoupení CzechTrade ve Vietnamu a také na naše velvyslanectví. Pro detailní rozbor působení ve Vietnamu je osvědčenou variantou spolupráce s místní poradenskou společností, která zná specifika působení zahraničních společností ve Vietnamu. Na základě konkrétního zadání připraví možné varianty, ze kterých následně exportér může zvolit tu nejoptimálnější.

Co mohu jako exportér udělat, abych se vyvaroval například opožděné platbě ze strany vietnamského partnera?

S ohledem na konkrétní obchodního partnera je třeba posoudit všechna rizika obchodu a následně rizika zajistit vhodnou kombinací produktů. Z hlediska zajištění platebního rizika se může jednat o zajištění formou dokumentárního akreditivu, až už splatného na viděnou nebo také s odloženou splatností, kterou jsme připraveni profinancovat. Financování spočívá v okamžitém proplacení pohledávky pod akreditivem, která je splatná například až za šest měsíců. Výhodou je, že angažovanost českého exportéra u financující banky se u této formy financování nikterak nezvyšuje. Banka totiž neodkupuje riziko exportéra, ale riziko vietnamské banky, za niž pohledávka z akreditivu vznikla.

V jaké měně se vlastně s Vietnamem nejčastěji obchoduje?

Vietnamci preferují obchodování v USD, nicméně jsou ochotní uzavřít obchod i v EUR, pokud je na to v předstihu upozorníte. S tím souvisí i otázka kurzového zajištění českého exportéra, zejména v případech, kdy je kontrakt dlouhodobější, například delší než 1 rok, a pokud český exportér má podstatnou část nákladů v CZK.

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU A AGENTURA CZECHTRADE VÁS ZVOU NA AKCE V RÁMCI 60. MEZINÁRODNÍHO STROJÍRENSKÉHO VELETRHU V BRNĚ



ÚTERÝ 2. 10. 2018

9.00–12.00 hod. / Pavilon E, sál S1

PRŮMYSLOVÝ DESIGN – PŘÍLEŽITOST DODAT VÝROBKŮM DALŠÍ PŘIDANOU HODNOTU

Seminář organizovaný agenturou CzechTrade

9.00–17.00 hod. / Kongresové centrum, sál A

MEETING POINT CZECHTRADE – Jak exportovat do 30 zemí světa

*Individuální konzultace s řediteli zahraničních kanceláří
CzechTrade*

10.00–12.00 hod. / Pavilon P, sál P2

JAK VYUŽÍT PRINCIPY ODPOVĚDNÉHO OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ K ÚSPĚŠNÉMU PODNIKÁNÍ

*Seminář organizovaný Ministerstvem průmyslu
a obchodu*

13.00–15.30 hod. / Exportní dům, volná plocha K

SAE, TURECKO A IZRAEL – SLIBNÉ TRHY PRO ČESKÝ EXPORT

*Exportní fórum a individuální konzultace s řediteli
zahraničních kanceláří CzechTrade*

13.30–15.30 hod. / Pavilon P, sál P2

PROJEKTY EKONOMICKÉ MIGRACE V ČR – KONKRÉTNÍ PROJEKTY, ČERPÁNÍ VÝHOD

*Seminář organizovaný Ministerstvem průmyslu
a obchodu*

Po celou dobu konání veletrhu vás rádi uvítáme
na společném stánku MPO, CzechTrade, CzechInvest
a API - Pavilon Z, stánek č. 51 nebo v Exportním
domě umístěném na volné ploše K.

Doprovodný program naleznete rovněž
v kalendáři akcí na portále BusinessInfo.cz:

www.businessinfo.cz/ka

STŘEDA 3. 10. 2018

9.00–17.00 hod. / Pavilon E, sály S5 a S6

DODAVATELSKÉ FÓRUM PRO MAĎARSKÝ KONCERN MOL GROUP

*Termínované schůzky s nákupčími organizované
agenturou CzechTrade*

9.30–11.30 hod. / Pavilon P, sál P2

PRÁVA DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ

*Seminář organizovaný Ministerstvem průmyslu
a obchodu*

9.30–12.30 hod. / Pavilon P, sál P3

DOING BUSINESS – VELKÁ BRITÁNIE A NIZOZEMSKO

*Exportní fórum a individuální konzultace s řediteli
zahraničních kanceláří CzechTrade*

13.00–15.00 hod. / Pavilon P, sál P2

PROEXPORTNÍ PODPORA NA VÝSTAVÁCH A VELETRZÍCH

*Seminář organizovaný Ministerstvem průmyslu
a obchodu*

13.00–15.30 hod. / Pavilon P, sál P3

BUDOUCNOST INVESTIČNÍ POLITIKY V ČR A NA SLOVENSKU

Seminář organizovaný agenturou CzechInvest

ČTVRTEK 4. 10. 2018

10.00–16.00 hod. / Pavilon P, sál P4

AKTUÁLNÍ MOŽNOSTI PODPORY PODNIKÁNÍ V RÁMCI OP PIK

*Seminář organizovaný Agenturou
pro podnikání a inovace API*



MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU



EXPERT NA VÁŠ EXPORT