

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

DIPLOMOVÁ PRÁCE



MANAGEMENT FIREM

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV DIPLOMOVÉ PRÁCE/TITLE OF THESIS

Podpora exportu v České republice – v kontextu společnosti ABC / Support for exports in the Czech Republic - in the context of ABC Company

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

1/2015

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Statis Damianidis/PMF02

JMÉNO VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Ing. František Janatka, CSc.

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou diplomovou práci na uvedené téma vypracoval/a samostatně a že jsem ke zpracování této diplomové práce použil/-a pouze literární prameny v práci uvedené.

Jsem si vědom/a skutečnosti, že tato práce bude v souladu s § 47b zák. o vysokých školách zveřejněna, a souhlasím s tím, aby k takovému zveřejnění bez ohledu na výsledek obhajoby práce došlo.

Prohlašuji, že informace, které jsem v práci užil/a, pocházejí z legálních zdrojů, tj. že zejména nejde o předmět státního, služebního či obchodního tajemství či o jiné důvěrné informace, k jejichž použití v práci, popř. k jejichž následné publikaci v souvislosti s předpokládanou veřejnou prezentací práce, nemám potřebné oprávnění.

Datum a místo:

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych tímto poděkoval vedoucímu diplomové práce za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytl při zpracování mé diplomové práce.

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SOUHRN

1. Cíl práce:

Hlavními cíli práce je poukázat na úroveň české podpory exportu na reálné společnosti ABC a vytvoření doporučení. Dílčími cíli pak jsou:

- shromáždění teoretických poznatků o současné české státní podpoře exportu (CzechTrade, ČEB, EGAP, Exportní strategie České republiky pro období 2012 - 2020, Zelená linka pro export)
- aplikace podpory exportu na konkrétní společnost
- vyhodnocení podpory exportu v dané společnosti, která spadá do kategorie MSP a vytvoření doporučení

2. Výzkumné metody:

- Nestrukturované rozhovory s představiteli společnosti ABC a s pracovníky institucí a agentur podporující podporu exportu.
- Modelování případových studií projektů u pojištění EGAP.
- Srovnání produktů a služeb.

3. Výsledky výzkumu/práce:

- Česká podpora exportu nabízí vývozcům plnohodnotné a ucelené spektrum služeb a produktů.
- Zelená linka pro export zajišťuje rychlé informace, avšak je doporučeno používat více emailovou komunikaci, než telefonní.
- CzechTrade – uvést případovou studii u exportních balíčků, rozšířit exportní vzdělání do více měst v ČR.
- Veletřhy a výstavy – společná účast nabízená agenturou CzechTrade by měla být lépe finančně zvýhodněna, než je doposavad.
- ČEB – by se měla zaměřit více na MSP a vytvořit podobnou kalkulačku pro počítání cen nabízených produktů jako má EGAP.
- EGAP – současný stav je vyhovující z pohledu MSP.

4. Závěry a doporučení:

- Zachovat stávající úroveň forem české podpory exportu a zvyšovat jejich kvalit dodržováním a plněním definovaných cílů v Exportní strategii ČR pro období 2012 - 2014.
- ČEB – více se zaměřit na MSP
- Z pohledu MSP je vhodné využít následující produkt: exportní balíček Business pro nové zahraniční trhy, Adresář exportérů – balíček basic; exportní vzdělání – ohlídat si seminář typu „Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů“, který je zdarma; stát se členem některé z vývozních aliancí – společnost ABC by mohla využít Czech ICT Alliance.

KLÍČOVÁ SLOVA

Exportní garanční a pojišťovací společnost, Česká exportní Banka, CzechTrade, Státní česká podpora exportu, podpora vývozu

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SUMMARY

1. Main objective:

The main objective is to focus on level of a support for Czech exports on real company ABC and to create recommendations. The specific objectives are:

- An assembly of theoretical knowledge about the actual Czech government support for exports (CzechTrade, CEB, EGAP, Export Strategy of the Czech Republic for the period 2012-2020, the green line for export)
- Applications for supporting the export on a real company
- Evaluations of supporting the export in the company, which falls into the category of SMEs and creating recommendations

2. Research methods:

- Unstructured interviews with representatives of the company ABC and with staff of institutions and agencies which support export.
- Modelling of case studies of projects in EGAP insurance.
- Comparison of products and services.

3. Results of research:

- Czech support of export offers exporters a full and comprehensive range of services and products.
- Hotline for export provides quick information, but it is recommended to communicate more via email than over the phone.
- CzechTrade - to introduce a case study in export packages, expand export education to more cities in the country.
- Trade fairs and exhibitions - joint participation offered by the CzechTrade agency should have financial advantage than what it has now.
- CEB - should focus more on MSP and create a similar calculator for calculating the prices of products offered as EGAP has.
- EGAP - the current situation is satisfactory from the point of view of MSP.

4. Conclusions and recommendation:

- to maintain the current level of Czech forms of export support and enhance their quality with compliance and completing defined objectives in Export Strategy of the Czech Republic for the period of 2012 - 2014.
- CEB - focus more on MSP
- From the perspective of MSP it is appropriate to use the following components: export package Business for new foreign markets, Exporters directory - basic package; Export education - keep an eye on the seminar of "How to successfully export to the United Arab Emirates", which is free; to become a member of any of Export Alliance - Company ABC could use the Czech ICT Alliance.

KEYWORDS

Export Guarantee and Insurance Corporation, the Czech Export Bank, CzechTrade, support for Czech exports, export support

JEL CLASSIFICATION

F13 – Trade Policy; International Trade Organizations
O24 – Trade Policy; Factor Movement Policy; Foreign Exchange Policy

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení:	Damianidis Statis
Studijní program:	Ekonomika a management (Ing.)
Studijní obor:	Management firem
Studijní skupina:	PMF 2
Téma:	Podpora čs. exportu a její formy
Zásady pro vypracování (stručná osnova práce):	1. Podpora exportu, koncepce schválená vládou ČR 2. v březnu 2012. 3. Pojištění obchodně-politických rizik se státní podporou, postavení a funkce EGAP. 4. Pojistné programy pro čs. vývozce. 5. Exportní a před-exportní financování se státní podporou. 6. Praktické využití v čs. exportu.
Seznam literatury: (alespoň 4 zdroje)	Janatka, F. <i>Organizace a řízení obchodu</i>. Praha: VŠEM 2012. ISBN 978-80-867730-94-3. Proexportní koncepce, schválená vládou ČR v březnu 2012. Pojistný program EGAP. Před-exportní a exportní financování-program České exportní banky. Postavení CzechTrade a formy podpory exportu (www stránky CzechTrade).
Vedoucí práce:	Ing. František Janatka, CSc.

Prof. Ing. Milan Žák, CSc.
rektor

V Praze dne 1. 2. 2014

Podepsal: Milan Žák
Organizace: Vysoká škola
ekonomie a managementu, o.p.s.
Datum podpisu: 31.1.2014

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Obsah

1. Úvod.....	1
2. Teoreticko-metodologická část.....	3
2.1. Metodika.....	3
2.2. Exportní strategie České republiky pro období 2012 - 2020.....	4
2.2.1. Členění a klíčové faktory strategie	4
2.3. Proexportní veřejné instituce a služby.....	7
2.3.1. Zelená linka pro export a portál Businessinfo.cz.....	7
2.3.2. CzechTrade	8
2.3.3. Česká exportní banka, a. s. (ČEB).....	11
2.3.4. Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP).....	15
2.3.5. Veletrhy a výstavy	19
3. Praktická část	22
3.1. Profil společnosti	22
3.2. Spojené Arabské Emiráty	23
3.3. Saudská Arábie.....	26
3.4. Maroko	30
3.5. Rusko.....	34
3.6. Zelená linka pro export.....	38
3.7. CzechTrade.....	39
3.8. Veletrhy a výstavy.....	43
3.9. ČEB	46
3.10. EGAP	49
4. Závěr	60

Seznam literatury

Přílohy

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Seznam použitých zkratek

ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malé a střední podniky
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
OECD	Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (Organization for Economic Cooperation and Development)
SAE	Spojené Arabské Emiráty
WTO	Světová obchodní organizace (World Trade Organization)

Vysoká škola ekonomie a managementu

info@vsem.cz / www.vsem.cz

Seznam tabulek

Tabulka 1 Počet smluv MSP v letech 2009–2013 ve vybraných zemích	48
Tabulka 2 Stav jistin MSP k 31.12.2013 v letech 2009–2013 ve vybraných zemích.....	49
Tabulka 3 Cena pojistného produktu typu „B“ - SAE	52
Tabulka 4 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) - SAE	53
Tabulka 5 Cena pojistného produktu typu „B“ – Saudská Arábie.....	54
Tabulka 6 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) – Saudská Arábie	55
Tabulka 7 Cena pojistného produktu typu „B“ – Maroko	56
Tabulka 8 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) – Maroko.....	56
Tabulka 9 Cena pojistného produktu typu „B“ – Maroko	57
Tabulka 10 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) – Rusko	57

1 Úvod

Téma práce Podpora českého exportu a její formy, si autor vybral z důvodu stoupajícího významu mezinárodního obchodu. Pro vyspělé země podíl zahraničního obchodu, vzhledem k hrubému domácímu produktu, roste. Je to tedy jedna z cest, která umožňuje růst vyspělé ekonomiky a celkovou úroveň blahobytu daného státu. S rostoucí globalizací je nezbytné, aby podniky vyhledávaly nové trhy, kde poptávka po produktech, službách, a zároveň častá restrukturalizace odvětví představují nové obchodní příležitosti, které jsou již na stávajícím trhu uspokojeny. Česká republika má omezenou surovinovou základnu a nízký počet obyvatel, tudíž je zaměřením se na mezinárodní obchod pro růst ekonomiky nezbytné. Právě proto stoupá význam a důležitost zahraniční politiky, jejímž prostřednictvím může stát ovlivňovat výsledky zahraničního obchodu.

Hlavním úkolem státní exportní podpory je především zvyšování konkurenceschopnosti českých společností a zvyšování jejich produktivity včetně zaměstnanosti. Především po vstupu do EU se státní podpora exportu zaměřila na třetí země, tedy na zbytek světa, vyjma EU. Zde je největší potenciál obchodních příležitostí, a zároveň nárůst možného rizika. Riziko, jenž vývozci podstupují, je ve většině případů nepojistitelné komerčními pojišťovnami. Objemy vývozu jsou mnohdy v takových sumách, že komerční produkty nabízené bankami vývozcům nestačí. V těchto situacích nabývají na významu nástroje proexportní politiky České republiky. Pro pojištění vznikla pojišťovna EGAP a pro poskytování úvěrů a bankovních záruk banka ČEB. Vládní agentura CzechTrade a MPO mají na starost dostatek aktuálních informací o trzích. Česká vláda si důležitost exportu uvědomuje a její snahou je provázet jednotlivé formy podpory, aby fungovaly jako jednotný celek. Na tomto základě vydala Exportní strategii České republiky pro období 2012 – 2020.

Hlavním cílem práce je zhodnotit a vytvořit doporučení pro českou podporu exportu na reálné společnosti ABC, která působí již několik let jako exportér pro trhy Afriky, Blízkého východu a dalších zemí. Svou kategorizací spadá společnost do malého a středního podnikání.

V teoretické části se práce věnuje shromažďování informací, prostřednictvím obsahové analýzy, ohledně současného stavu české státní podpory exportu, nabízených produktů a možností, které jsou určeny vývozcům. Nejprve se autor věnuje Exportní strategii České republiky pro období 2012 – 2020. Ta poslouží jako výchozí bod pro pochopení současného stavu, a zároveň směru, kterým se má exportní politika České republiky ubírat. Jsou zde sledovány klíčové faktory strategie, které budou v závěru práce porovnány se současným stavem exportní podpory. Následně práce pojednává o jednotlivých formách podpory. Prvním státním nástrojem, který slouží i jako vstupní brána do české státní podpory, je Zelená linka pro export. Linka slouží jako základní

rozcestník a pomocník pro vývozce. Pro vývozce začínající nebo pro ty, kteří nevědí, na kterou konkrétní instituci se mají obrátit se svým problémem. Následuje agentura CzechTrade poskytující poradenskou a informační činnost pro vývozce. Jejím cílem je co nejvíce svými individuálními službami usnadňovat vývozcům výběr vhodného zahraničního trhu. Pomáhá ke vstupu na tento trh a k dalším rozvojem společností na trzích v zahraničí. Samotná agentura rozděluje svou činnost do několika kategorií od informačních služeb po organizaci společné účasti na zahraničních veletrzích. V práci je také věnována pozornost službám, které jsou považovány za nejdůležitější. U pojišťovny EGAP je kladen důraz na portfolio poskytovaných produktů a na podmínky pro jeho využití. Jsou vysvětleny jednotlivé významy a účel daných produktů, které jsou mnohdy rozdílné od běžně nabízených produktů komerčních pojišťoven. Pozornost je také věnována bance ČEB, která úzce spolupracuje s pojišťovnou EGAP. Téměř každý produkt poskytnutý bankou ČEB musí být pojištěn, přičemž pojištění nabízí právě EGAP. Cílem banky je financovat exportní úvěry, poskytnout bankovní záruky vývozcům a umožnit jim tím vstup na zahraniční trhy. Autor, na základě rozhovoru s představiteli společnosti ABC, věnuje samostatnou kapitolu pro veletrhy a výstavy, podporovanými MPO a agenturou CzechTrade.

V praktické části práce jsou zmíněny konkrétní možnosti pro využití státní podpory exportu. V institucích a agenturách popisovaných v teoretické části se již přihlíží z pohledu společnosti ABC. Berou se v potaz potřeby společnosti, které vycházejí z již zmíněného rozhovoru. Je popsán profil společnosti a používané platební a dodací podmínky. Dále se práce věnuje charakteristikám jednotlivých oblastí, do kterých společnost vyváží: Spojené arabské emiráty, Saudská Arábie, Maroko. Zmíněna je také oblast Ruska, do které vyvážela pouze jako subdodavatel, přičemž její zájem o tuto oblast stále roste. Práce se dále věnuje jednotlivým formám podpory, které jsou aplikovány a popsány možnostmi pro jejich využití společností.

Nejprve je hodnocena činnost Zelené linky pro export, kde je popsán první kontakt se státní podporou exportu. Linka slouží zároveň jako zdroj potřebných informací pro další části této práce. Následuje popis vládní agentury CzechTrade, kde jsou na základě parametrů společnosti vybrány a aplikovány konkrétní služby. Pozornost je věnována hlavně: exportním balíčkům, webovému portálu Adresáři exportérů, aktuálně nabízenému exportnímu vzdělání. Do činnosti agentury jsou zahrnuty i vývozní aliance. Vybrané vývozní aliance, která je relevantní ke společnosti ABC, je věnován samostatný odstavec. Další část se věnuje ČEB, EGAP a jejich vybraným produktům. U pojišťovny EGAP jsou provedeny případové studie tří reálných obchodních případů a jednoho případu fiktivního. Závěr praktické části tvoří vyhodnocení jednotlivých forem státní české podpory exportu.

2 Teoretická část

Podpora exportu se skládá z několika oblastí a nástrojů. Tak jak uvádí Štáblová a kol. (2013, s. 108 – 109) je podpora exportu subvencí státu a to včetně subvence primárních výrobních vstupů, výroby vývozu, daňových úlev s návazností na vývoz, státem garantované úvěry a pojištění vývozu, dále poskytování informací, služeb a vývozní marketing. Samotné subvence jsou omezeny mnohostrannými obchodními ujednáními WTO. ČR pro lepší řízení kvality a směru samotné podpory zřídila Exportní strategii České republiky pro období 2012 – 2020. Jednotlivým agenturám a institucím je věnována teoretická část práce včetně samotné Exportní strategie ČR. V teoretické části se bude vycházet z veřejně dostupných informací, kterými jsou weby jednotlivých institucí EGAP, ČEB, CzechTrade, MPO, v případě nedostatku informací budou informace dohledávány na BusinessInfo.cz. Dále z rozsáhlé brožury Export v kostce vytvořené MPO. Jsou vybrány nejdůležitější produkty a služby poskytované jednotlivými institucemi a zároveň samostatná kapitola se zabývá tématem veletrhů a výstav.

2.1 Metodika

Práce čerpala z primárních a sekundárních zdrojů. Primární zdroje byly oficiální weby proexportních institucí ČEB, EGAP, agentury CzechTrade. Dále web MPO, MZV a dokument Exportní strategie České republiky pro období 2012 – 2020. V praktické části práce je již samotný výzkum autora, který vychází z interních materiálů společnosti ABC a ČEB. Dále byly potřebné informace získávány prostřednictvím emailových a telefonních dotazů a rozhovorů. Sekundárním zdrojem byl portál BusinessInfo, který převážně sloužil jako základní rozcestník v dané problematice. Teoretická část měla za cíl nastínit základní problematiku a popsat nejpodstatnější formy podpory exportu.

V praktické části se jednotlivé formy podpory exportu aplikovaly na konkrétní společnost ABC, která byla nejprve na základě definice MSP zařazena do této kategorie. Získávání potřebných informací a potřeb společnosti ABC probíhalo prostřednictvím rozhovorů s jednatelem a obchodním zástupcem. Nejprve byly identifikovány regiony, které složila jako jedny z parametrů, na kterých se formy podpory aplikovaly. Zástupci společnosti ABC předložili návrh čtyř regionů, které autor zpracoval. Byly vybrány regiony Ruské federace, Spojených arabských emirátů, Saudské Arábie a Maroka. Byl proveden sběr informací o vybraných trzích a to především o stylu obchodního jednání, daňovém systému, celní problematice, uplatnění českého zboží, zastupitelských formách, propagaci a marketingu, veletrzích a výstavách a o SWOT analýze daného trhu. Dále byla hodnocena činnost Zelené linky pro export. U agentury CzechTrade byly vybrány nabízené služby, které byly aplikovány a hodnoceny z pohledu společnosti ABC. Rovněž proběhlo internetové vyhledání nejvhodnějších veletrhů a výstav ve zmiňovaných regionech a zjišťována případná možnost využití některé z podpor. U ČEB byla zjišťována využití jejích produktů v pětileté časové řadě společnostmi kategorizovanými jako MSP a vyvážejícími do zmíněných regionů. Pro zjištění výše pojištění u pojišťovny EGAP byla využita interaktivní kalkulačka pro modelaci cen

pojištění u vybraných produktů. Společnost poskytla autorovi práce tři reálně provedené vývozy. Jelikož do Ruské federace společnost vývoz nerealizovala, autor sestavil fiktivní vstupní data potřebné k modelaci pojištění. Vybrány a modelovány byly produkty: B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (vývozní pohledávky); Z (N) – Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond).

2.2 Exportní strategie České republiky pro období 2012 - 2020

Nová exportní strategie má za cíl především zmírnit vysokou závislost českého vývozu na členských státech Evropské unie prostřednictvím nových trhů. Česká republika celosvětově patří mezi státy, které mají vysoký poměr vyváženého zboží a služeb, vzhledem k HDP. Příkladem můžeme uvést rok 1995, kdy se export podílel z 51% na HDP, dále rok 2000 s 63% a rok 2010 s 16% nárůstem na 79% (Kuba, 2012, s. 11 - 12). Klíčovým faktorem je diverzifikace, a tedy globalizace zahraničních ekonomických vztahů pro ČR. Strategie vznikla ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR a hospodářskou komorou ČR. Strategie rovněž oslovuje potenciální zahraniční partnery se zájmem o vzájemnou výhodnou hospodářskou spolupráci.

Strategie se ztotožňuje s přístupem zvoleným v rámci Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012 – 2020 schválené vládou dne 27. 9. 2011. Její snahou je dostat ČR do 20 nejvíce konkurenceschopných zemí světa do roku 2020. Rovněž navazuje na Národní inovační strategii (dne 27. 9. 2011 schválenou vládou), Koncepti zahraniční politiky (dne 20. 7. 2011 schválenou vládou), Bezpečnostní strategii ČR (schválené dne 8. 9. 2011) a dále respektuje zásady ze Strategického rámce udržitelného rozvoje ČR (dne 11. 1. 2012 schválené vládou) (MPO, 2012, s. 5). Snahou nové strategie je zahrnout a komplexně obsáhnout všechny možnosti podpory vývozu a již vytvořené strategie, které s nimi souvisí.

Na základě Exportní strategie byly vypracovány tři pilíře strategie (MPO, 2012, s. 7), přičemž každý z nich obsahuje projektové karty k jejich naplnění. Projektových karet je celkem 12. Pro každý projekt je přidělen jeden pracovní tým a celkovou strategii zavádí Řídící výbor. Na pilíře a projektové karty navazuje Akční plán pro export a internacionalizaci. Plán má zajistit implementaci jednotlivých exportních karet.

Strategie označuje 12 prioritních zemí: Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Ruská federace, Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA, Vietnam a 26 zájmových zemí: Angola, Argentina, Austrálie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Egypt, Etiopie, Chile, Ghana, Chorvatsko, Izrael, Japonsko, JAR, Kanada, Kolumbie, Maroko, Moldavsko, Nigérie, Norsko, Peru, Senegal, Singapur, SAE, Švýcarsko, Thajsko a Indonésie (MPO, 2012, s. 18). Země jsou vybírány dle atraktivnosti trhů, čímž de rozumí jejich potenciál silného růstu a rozvoje. V těchto zemích vzniká poptávka a tedy možnosti pro české společnosti.

2.2.1 Členění a klíčové faktory strategie

Strategie vychází z Analýzy a Koncepce podpory exportu v České republice (září 2011) provedené Ministerstvem průmyslu a obchodu, a také ze zástupců veřejných i soukromých institucí působících proexportně. V analýze byly vyhodnocovány

proexportní činnosti v rámci ČR. Rovněž se při tvorbě strategie vyhodnocovaly zahraniční proexportní činnosti.

Jedním z klíčových faktorů (stávajících nedostatků), pro formulaci strategie, je vysoký podíl závislosti exportu do zemí EU a rostoucí míra odvětvových specializací. Dále je to malý vývoz služeb s vysokou přidanou hodnotou, který představuje hrozbu pro českou ekonomiku (MPO, 2012, s. 6). Je nutné se zaměřit na trhy mimo EU, a tím rozdělit rizika případných projevů krizí. Rovněž je důležité sledovat aktuální trendy určující vývoj poptávky na světových trzích, a tím pomoci vývozcům využít změny trhu a poptávky v jejich prospěch. ČR neefektivně a málo využívá proexportních činností evropských a mezinárodních institucí, a to hlavně v hledání kapitálových zdrojů pro proexportní projekty mimo ČR. Strategie by měla nastavit měřitelné cíle a jejich plnění vyhodnocovat. Nutností je tedy využívání benchmarků se zahraničními a mezinárodními datovými zdroji. Podstatné také je, aby se veřejné proexportní instituce soustředily na činnosti, které pomohou zvýšit vývoz, a které neposkytuje trh. Doporučením je zjednodušení a zefektivnění těchto institucí. Hlavními subjekty pro větší synergií a koordinaci politik jsou: Ministerstvo průmyslu a obchodu a Ministerstvo zahraničních věcí, popřípadě jejich podřízené organizace.

Strategie je členěna do čtyř kapitol: 1. Východiska pro formulaci Exportní strategie; 2. Vize a cíle Exportní strategie; 3. Pilíře Exportní strategie a projektové karty k jejich naplnění; 4. Implementace a monitoring. Pro rozsah a zaměření práce bude rozepsán 2. 3. bod (MPO, 2012, s. 6).

Vize a cíle Exportní strategie jsou „*maximální využití synergií plynoucích z proexportních, ale i dalších aktivit státu k vytvoření takových služeb pro export, které českým vývozcům maximálně usnadní úspěch na zahraničních trzích*“ (MPO, 2012, s. 13). Cíle jsou rozděleny na hlavní cíle a specifické cíle Exportní strategie 2012 – 2020. Hlavní cíl je zvýšení počtu exportérů, zvyšování objemu exportu a z něj plynoucího přínosu pro dlouhodobý udržitelný růst, zaměstnanost a příjmy do veřejných rozpočtů. Konkrétně: „*zvýšení per capita exportu o 25% do roku 2020 s kontrolním cílem 12 % v roce 2016; zvýšení počtu exportérů o 15% do roku 2020; zvýšení počtu exportérů z řad malých a středních podniků o 50% do roku 2020*“ (MPO, 2012, s. 14). Specifické cíle jsou dva: 1. diverzifikace exportu do zemí mimo EU a 2. posun českých exportérů v hodnotových řetězcích do kmentů a odvětví s vyšší přidanou hodnotou. Konkrétně: 1. navýšení objemu vývozu do zemí mimo EU v korunovém vyjádření o 50% do roku 2020 v porovnání s rokem 2010 a s kontrolním cílem 25% do roku 2016; dvojnásobné meziroční tempo růstu vývozu do třetích zemí mimo EU ve srovnání s vývozem do EU; navýšení počtu exportérů do třetích zemí mimo EU o 25% do roku 2020; udržení současné aktivní obchodní bilance se státy EU. 2. navýšení počtu vysoce inovativních exportérů na dvojnásobek do roku 2020; udržení a případné navýšení počtu velkých exportních projektů (nad 1 mld. Kč) realizovaných českými vývozci v průměru na 15 projektech za rok; snížení produktové koncentrace až o 15% do roku 2020; navýšení exportu služeb o 20% objemu do roku 2020, především služeb s vysokou přidanou hodnotou.

Pilíře exportní strategie, jak již bylo výše zmíněno, jsou tři: I. Zpravodajství pro export; II. Rozvoj exportu; III. Rozvoj obchodních příležitostí. V celkovém kontextu Exportní

strategie se jednotlivé pilíře a jich projektové karty snaží přispět k naplnění cílů, kterými jsou: zmírnění závislosti českého exportu na trzích EU, tedy snaha o využívání obchodních příležitostí trhů třetích zemí, posun českých vývozců v hodnotově produkčních řetězcích, navyšování objemu exportu, ale také aktivních exportérů a v co nejvyšší míře využití pozitivních synergií efektivní spolupráce proexportních činností a účastníků.

Pilíř I. Zpravodajství pro export je zaměřený na „Export Intelligence“, tedy na budování databází, informačních center, analytických nástrojů a v neposlední řadě také na výběr informačního kanálu. Cílem pilíře je snižovat bariéry zahraničního obchodu pro české exportéry plynoucí z nedostatku informací, jako jsou rizika, příležitosti apod.

Skládá se ze tří projektových karet, tak jak uvádí MPO (2012, s. 22 – 24): 1) Centrum sdílených služeb a zpravodajství pro export (back-office) – mělo by sloužit jako datové a analytické centrum, dále poskytovat informace, na jejichž základě se má vyvíjet forma podpory exportu. 2) Informační One-Stop-Shop – jeho zaměřením je co nejefektivnější využití zdrojů informací a v co největší míře usnadnění dostupnosti těchto informací exportéry. 3) Globální diverzifikace exportu (konceptní řízení) – projekt je zaměřen na rozvoj vztahů ve vybraných exportních regionech.

Pilíř II. Rozvoj exportu se zabývá činností „Export Development“, jehož snahou je rozvoj samotného vývozu a proexportních služeb (MPO, 2012, s. 7). Můžeme do něj začlenit exportní vzdělání a poradenství, utváření exportního ekosystému a politiky. Jeho snahou je o co nejkomplexnější fungování podpory vývozu v ČR.

Ze všech pilířů má druhý pilíř nejvíce projektů, a to v celkovém počtu 5. Jednotlivé projektové karty jsou, jak uvádí MPO (2012, s. 30 – 33): 4) Služby pro exportéry (front office služby) - cílem je, aby každá instituce zabývající se proexportní činností byla schopna nabídnout stejné a kvalitní informace bez ohledu na to, na kterou z nich se vývozce obrátí; 5) Exportní financování a pojištění - projekt se zabývá nejvýznamnější činností podpory exportu a to financováním a pojištěním českých exportérů. Je zaměřen především na rozvíjení spolupráce finančních institucí a upevňování svých pozic. V neposlední řadě projekt vychází z podmětů a potřeb jednotlivých vývozců. 6) Mezinárodní zdroje financování a rozvojová spolupráce – cílem je začít využívat zahraničních projektů na podporu exportu a zároveň z projektů zahraničních spolupráce. 7) Klastry a proexportní iniciativy samospráv – snaha projektu je zvýšit zainteresovanost institucí v rozvoji exportu na úrovni měst a krajů. Zároveň její snahou je identifikace a rozvoj exportních aliancí a klastrů. 8) Řídící a komunikační platforma – projekt se zabývá podobou a funkcemi komunikační a řídicí platformy. Ta má sloužit k implementaci Exportní strategie.

Pilíř III. Rozvoj obchodních příležitostí se zaměřuje na budování obchodní značky ČR v celosvětovém měřítku, networkingem a vytvářením přímých kontaktů s potencionálními zahraničními partnery.

Ve třetím pilíři jsou obsaženy projektové karty: 9) Obchodní politika EU a export na Jednotný vnitřní trh – cílem je usnadnit tuzemským vývozcům využívat možnosti Jednotného vnitřního trhu a EU. Projekt se snaží o zefektivnění využívání zástupců ČR

v orgánech a institucích EU a prosazování svých zájmů v rámci těchto institucí. 10) Optimalizace zahraniční sítě – cílem je optimalizovat síť zahraničních kanceláří agentur a institucí ČR. Restrukturalizovat zahraniční síť tak, aby nedocházelo k duplicitním zastoupením, jako doposud, a vynaložit ušetřené prostředky do jiných teritorií, dle potřeby a poptávky českých exportérů. 11) Služby zahraniční sítě – jednoznačným cílem je koordinování a rozvoj poskytovaných služeb českým exportérům zahraničními zastoupeními ČR. V širším pojetí by se měla uplatňovat spolupráce se zahraničními kanceláři, zastupitelskými úřady, komorami a proexportně zaměřenými agenturami členských států EU, popřípadě států třetích zemí. 12) Investice a inovace pro export zboží a služeb – záměrem poslední projektové karty je, aby se Exportní strategie stala efektivním doplňkem projektů zaměřených na podporu inovací a investic mířících do českého exportního odvětví (MPO, 2012, s. 39 - 41). Třetí pilíř doplňuje předchozí dva pilíře a má vytvářet kvalitní image ČR a zatraktivňovat její výrobky pro potenciální zahraniční dodavatele.

2.3 Proexportní veřejné instituce a služby

Do zahraničního obchodu vstupují větší či menší měrou jednotlivá ministerstva a instituce ČR. Například se jedná o Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR a o Ministerstvo zahraničních věcí ČR. Mezi důležité nástroje pro poskytování prvotních informací patří pro vývozce Zelená linka pro export společně s portálem Businessinfo.cz. Jako finanční nástroje může exportér využít služeb České exportní banky, a. s. nebo Exportní garanční a pojišťovací společnosti, a. s. Oba tyto subjekty spolu vzájemně spolupracují a umožňují podnikatelským subjektům realizovat vývoz, který by bez jejich služeb často nemohl být uskutečněn. Snaží se zaplnit mezeru na trhu, která svými službami nezastřešuje komerční sektor. Důležitou agenturou zřizovanou státem je CzechTrade. Ta poskytuje profesionální služby usnadňující vstup společností na zahraniční trhy.

2.3.1 Zelená linka pro export a portál Businessinfo.cz

Zelená linka je jedním ze základních prvků I. pilíře projektu Zpravodajství pro export. Úkolem linky je poskytovat prvotní informace stávajícím vývozcům nebo podnikatelům, kteří export teprve plánují. Na lince se lze dozvědět komplexní informace z nejrůznějších zdrojů, protože samotná linka spolupracuje v úzkém kontaktu s veřejnými institucemi, s ekonomickými diplomaty zastupitelských úřadů a generálních konzulátů ČR v zahraničí. Jako příklad lze uvést: Generální ředitelství cel, Hospodářskou komoru ČR, Státní rostlinolékařskou správu, Státní veterinární správu, Státní zemědělský intervenční fond, SOLVIT, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Enterprise Europe Network, Agenturu CzechInvest, CzechTrade, ProCop, ČEB, EGAP atd.

V praxi může případný zájemce o informace volat na bezplatné telefonní číslo 800 133 331 v pracovní době mezi 9. a 17. hodinou. Pokud má však konkrétnější dotazy, je lepší zaslat email na export@mpo.cz nebo na info@czechtrade.cz, více informací je možno dohledat v Export v kostce zpracované Ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO, 2012, s. 4).

Portál Businessinfo.cz vznikl za účelem soustřeďovat informace poskytované státní správou. Díky němu se výrazně zefektivnila dostupnost informací. Jedná se o ucelený a

rychlý systém dobře strukturalizovaných informací a služeb, který byl spuštěn v roce 2001. Ze statistik webu z roku 2012 je registrovaných uživatelů 19 240 a návštěvnost webu, dle průměrné měsíční návštěvy, je 307 499 návštěvníků (BusinessInfo.cz, 2012). Portál je určen pro podnikatele, zkušené exportéry a podniky s exportním potenciálem. Konkrétně v sekci „zahraniční obchod“ mohou vývozci přehledně dohledat požadované informace s odkazy na veřejné instituce. Kromě exportních příležitostí jsou zde řešeny platební podmínky, cla, logistika v mezinárodním obchodu atd. Návštěvníci portálu také naleznou teritoriální informace, což v praxi znamená, že mohou na přehledné mapě vybrat kontinent, následně stát a podrobné informace o něm. Je zde také exportní zpravodajství CzechTrade, kde jsou velmi přehledně rozděleny aktuality podle zdrojů a zaměření např. Teritoriální i sektorové zprávy CzechTrade, Exportní příležitosti, Ekonomika ČR a zahraniční obchod. Dále jsou zde statistiky zahraničního obchodu, respektive již cílené odkazy na web Českého statistického úřadu a dalších mnoho užitečných informací (BusinessInfo.cz, 2012). Pro vytvoření představy pro začínající vývozce je doporučeno stáhnout z webového portálu soubor Export v kostce – souhrnná nabídka služeb státu pro exportéry ve formátu pdf.

2.3.2 CzechTrade

Jedná se o vládní agenturu založenou 1. května 1997 spravovanou Ministerstvem průmyslu a obchodu jako příspěvkovou organizaci. Jejím cílem je co nejvíce usnadňovat vývozcům, svými individuálními službami, výběr vhodného teritoria a vstup na něj. Tím se zvyšuje konkurenceschopnost českých subjektů v zahraničí. Jedná se o vhodnou volbu pro začínající firmy, ale rovněž také pro podniky s dlouhodobými zkušenostmi v mezinárodním obchodě. (CzechTrade, 2013)

Od 1. srpna 2012 mělo dojít k sloučení zahraničních kanceláří CzechTrade a CzechInvest, což mělo přispět k větší efektivnosti jednotlivých zahraničních kanceláří. Avšak po dvouleté integraci do jednotné sítě se opět vrátí jednotlivá zastoupení pod státní agentury CzechTrade a CzechInvest a to od roku 2014.

CzechTrade (2014) má zastoupení v Evropě v zemích: Belgie, Bulharsko, Černá hora, Dánsko, Francie, Chorvatsko, Itálie, Lotyšsko, Maďarsko, Německo, Nizozemsko, Polsko, Rakousko, Rumunsko Rusko, Srbsko Španělsko, Švédsko, Turecko, Ukrajina, Velká Británie. V Americe v zemích: Argentině, Brazílii, Kanadě, Mexiku a USA. Na kontinentu afriky: Egypt, Jihoafrická republika, Maroko. V Asii v zemích: Čína, Indie, Indonésie, Izrael, Japonsko, Kazachstán, Rusko, Spojené Arabské Emiráty, Vietnam. Kontinent Austrálie: Austrálie a Nový Zéland.

V portfoliu služeb agentury jsou služby ze čtyř oblastí – poradenství, informační služby, vzdělávání a služby obchodních misí Ministerstva průmyslu a obchodu. V rámci nové Exportní strategie ČR se mění hodinová sazba na sazbu paušální (CzechTrade, 2012). Rovněž vznikly také balíčky služeb. Nabídka služeb vychází ze tří nosných pilířů exportní strategie: zpravodajství pro export, rozvoj exportu a rozvoj obchodních příležitostí. Vychází také z Exportní strategie České republiky, jejíž nepostradatelnou součástí agentura je.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Exportní balíčky jsou rozděleny na Basic, Business a Plus. Balíčky mají rozdílnou cenu a rozsah poskytovaných služeb. Cenově zvýhodňují malé a střední podniky a fyzické osoby, oproti velkým podnikům.

Balíček Basic je nejlevnějším z dostupných balíčků a obsahuje vyhledání obchodních kontaktů (longlist), ve kterém agentura najde potencionální obchodní kontakty. Jejich množství je do 30 relevantních kontaktů, jenž pocházejí nejen z databáze CzechTrade, ale rovněž z dalších odborných informačních zdrojů a z internetu. Vyhledávání probíhá dle požadavků a doporučení klienta. Teritoriálně zaměřené analýzy zahrnují aktuální informace o teritoriu, jakou jsou: politická a ekonomická charakteristika, daňový a finanční sektor. Zároveň je snahou identifikovat případné hrozby, obchodní příležitosti a trendy. Balíček zahrnuje jednu zemi a jeden obor, odborné a teritoriálně zaměřené semináře dle svého vlastního uvážení. Je zahrnuta účast na 4 odborných seminářích pro 1 osobu. Aktuální nabídku pořádaných seminářů lze najít na webových stránkách agentury.

Konzultace se zahraničními zástupci Ministerstva průmyslu a obchodu umožňují kontaktovat písemnou formou zástupce tří vybraných zemí, prostřednictvím dotazníku. Dotazník je vytvořen pro každého klienta zvlášť. Dále je možnost položit zástupcům zahraniční síť Ministerstva průmyslu a obchodu 5 otázek týkajících se marketingových informací.

Doporučují se zde také veletrhy a výstavy konané v daném teritoriu, dle zaměření podniku. Dále je zde garance účasti na události Meeting Point CzechTrade, na které se klienti (zástupci firem) mohou setkat a konzultovat s představiteli vybraných zahraničních kanceláří agentury. Délka jedné konzultace je 30 minut a lze si zarezervovat maximálně 4 (CzechTrade, 2013). Účast na akci není zpoplatněna, ale omezena svou kapacitou, přičemž bývá často velice rychle zaplněna.

Konkrétní balíček Basic pro prioritní země stojí 5 000 Kč bez DPH, pro zájmové země 10 000 Kč a země EU 15 000 Kč pro malé a střední podnikání a podnikatele (pouze fyzické osoby) a prioritní země 10 000 Kč bez DPH, zájmové země 15 000 Kč a země EU 20 000 Kč pro velké podniky. (CzechTrade, 2013) Pro lepší přehled je doporučeno nahlídnout do přílohy č. 1, kde je v tabulce přehledně znázorněn ceník.

Balíček Business rozšiřuje a přináší několik podstatných výhod, oproti balíčku Basic. Obsahuje vyhledání a ověření až 20 obchodních kontaktů (shortlist). Kontakty jsou vyhledávány podobně jako u longlistu balíčku Basic. Jsou zde zároveň aktualizovány údaje obchodních kontaktů, nalezeny kompetentní osoby, oslovení a předání prezentace společnosti klienta. Zároveň je vypracován report o odezvě ze strany potencionálních obchodních partnerů a doporučen další vhodný postup. Agentura rovněž zajistí obchodní jednání v cílené zemi. Rozšířená možnost konzultace se zahraničními zástupci ministerstva průmyslu a obchodu na 5 vybraných zemí je umožněna, stejně tak jako konzultace v oblasti průmyslové právní ochrany.

Business balíček je, oproti balíčku Basic, dražší, zejména v cenách pro prioritní země 10 000 Kč bez DPH, zájmové země 15 000 Kč bez DPH a země EU 20 000 Kč bez DPH pro malé a střední podnikání a podnikatele (pouze fyzické osoby) a pro velké

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

podniky je cena prioritních zemí 20 000 Kč bez DPH, zájmové země 25 000 Kč bez DPH a země EU 30 000 Kč bez DPH (CzechTrade, 2013).

Balíček Plus je vždy tvořen individuálně, na základě požadavků klienta a poskytuje nadstandardní služby, oproti balíčkům Basic a Business. Pro příklad: dlouhodobá exportní asistence, realizace akvizičních cest, právní, daňový a celní servis, analýzy v oblasti průmyslové právní ochrany, využívání zázemí zahraničních zastoupení a další. Cena balíčku Plus je individuální.

CzechTrade nabízí rovněž službu **Exportního klubu**. Tato služba je placenou službou zahrnující mnoho výhod. Roční poplatek za členství v klubu je 5 000 Kč bez DPH. Jednou z výhod je zápis do databáze zvané „adresář exportérů“. Jedná se o prezentaci podniku a jeho maximálně 10 produktů, či produktových řadách v šesti vybraných jazycích ze třinácti nabízených. Lze přiojednat další produkty, které jsou ovšem zpoplatněny částkou 2 900 Kč bez DPH. Zároveň je „adresář exportérů“ prezentován na mezinárodních výstavách po celém světě, webových stránkách zastupitelských úřadů a zahraničních kanceláří. Adresář je dostupný na <http://exporters.czechtrade.cz>.

Být registrovaný v adresáři přináší několik výhod, jako je například lepší SEO optimalizace vlastní webové prezentace pomocí kvalitních a relevantních zpětných odkazů. Velice efektivně lze cílit na potenciální zákazníky. Zároveň je zde překonána jazyková bariéra, díky profesionálního překladu do mnoha jazyků (Angličtina, Bulharština, Francouzština, Chorvatština, Italština, Maďarština, Němčina, Polština, Portugalština, Rumunština, Ruština, Srbština, Španělština) (CzechTrade, 2013). Celá prezentace se dá snadným způsobem vytisknout či stáhnout a použít i jiným způsobem, než pouze pro účely adresáře. Mezi další zahrnuté výhody je: garantovaná účast při konzultacích v ČR a přístup do klientské zóny. V klientské zóně jsou k dispozici kontakty na zastoupení Ministerstva průmyslu a obchodu a na zástupce agentury. Jednou z nich je informační servis, který nabízí analýzy prioritních zemí, oborů, novinek ze zahraničních trhů a čtvrtletní zpravodaj Business Newsletter. Každý člen klubu projde analýzou exportní připravenosti, což je dotazník, pomocí něhož lze určit do jaké míry je podnik schopen exportu.

Nabídka **Exportního vzdělání**, které agentura nabízí, je široká a skládá se z „jednodenních i dvoudenních seminářů; ucelených kurzů; exportních konferencí; diskusních fór; firemních školení na zakázku a z dalšího praktického vzdělávání“. Výpis aktuálních odborných a teritoriálních seminářů je dostupný online na webových stránkách CzechTrade, kde jsou vždy uvedeny všechny podrobnosti k jednotlivým seminářům, včetně jejich ceny a volné kapacity. Kurzy pro exportéry jsou prozatím dva, a to kurz právního minima exportéra v ceně 8 200 Kč bez DPH obsahující soustavu 6 seminářů a kurz obchodní diplomacie (CzechTrade, 2013). Firemní školení jsou kurzy individuální a sestavované dle požadavků firmy. Dále se konají rovněž exportní konference, které jsou zaměřeny na aktuální a praktické informace daných zemí. Jsou na nich přítomni ředitelé zahraničních kanceláří a zveřejňovány příklady úspěšných českých firem. Největší výhodou je, že účast na konferencích je zdarma.

Výše vypsány mi službami ovšem výčet nekončí. Agentura zařizuje také projekty podporované Evropskou unií. Má rozsáhlé informační centrum umístěné na svých

webových stránkách (czechtrade.cz) nebo na BusinessInfo.cz, kde je mnoho komplexních informací týkajících se exportu a podnikatelů. Je možné se zaregistrovat do služby CzechTrade denně, což je denní zasílání zahraničních poptávek, a dalších novinek týkajících se exportu. Tato služba je zcela zdarma pro podnikatele se sídlem v ČR. V informačním centru lze nalézt i on-line databáze exportních příležitostí, které jsou pravidelně aktualizované.

2.3.3 Česká exportní banka, a. s. (ČEB)

Jedná se banku vlastněnou státem a založenou v roce 1995, za účelem podpořit proexportní politiku ČR. Cílem banky je převážně poskytovat a financovat exportní úvěry, případně další služby týkající se této oblasti. Je schopna nabízet bankovní služby, které zajistí vývozci dlouhodobý zdroj financování o větších peněžních objemech. ČEB umožňuje exportérům vstupovat do mezinárodních soutěží za velice podobných podmínek, jako jejich konkurence ze zahraničí. Tím zaplňuje mezeru na trhu v bankovní soustavě, jelikož umožňuje vývozcům pronikat na trhy s vysokým potenciálem, avšak s vysokou mírou rizika. Česká exportní banka úzce spolupracuje s Exportní garanční a pojišťovací společností, pomocí které se vývozci, a především banky poskytující velké úvěry, pojišťují, což bývá jedna z podmínek k poskytnutí zdrojů pro financování vývozu skrze úvěry od ČEB. Činnost banky se řídí zákonem č. 21/1992 Sb., o bankách, a dalšími předpisy upravující bankovníctví a dále zákonem č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou (ČEB, 2013). Zároveň její činnost musí být v souladu s pravidly World Trade Organization (WTO), Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD) a s právem Evropské unie a Evropského společenství.

Posláním je podporovat růst mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky. Snahou banky je podporovat export v kontextu s plněním národních zájmů tak, aby měl pozitivní přínos pro stát. Jedná se především o udržení stálých pracovních míst a o vytvoření možností vzniku míst nových. Zdrojem financování jsou převážně investoři z kapitálových a finančních trhů. Cílovou skupinou jsou úspěšní vývozci, kteří podporují export na nových mezinárodních trzích, čímž zajišťují stabilitu českého exportu. Nepodporují se však rizikové obchody nebo začínající podnikatelé.

ČEB získala ratingové hodnocení od dvou společností. Od agentury Standard and Poor's hodnocení AA-, což znamená velmi kvalitní hodnocení na investičním stupni s nízkým rizikem. Dále agentura Moody's Investors Service hodnocení A1, které je považováno za bezpečnou investici závisící na ekonomických změnách. Nejsilnější stránkou banky je její vlastnění státem, a s tím spojené záruky závazků ze splacení získaných finančních zdrojů a ostatních operací.

Hlavními produkty jsou úvěry na financování výroby pro vývoz (před exportní úvěr), které poskytují exportérovi peněžní zdroje na náklady spjaté s realizací vývozu. Nejvyužívanější je Přímý vývozní dodavatelský úvěr, pomocí něhož může exportér profinancovat pohledávky vůči zahraničnímu odběrateli. Podobnou službou je Přímý vývozní odběratelský úvěr, kdy je příjemcem úvěru zahraniční dovozce, čímž se umožní realizace objemnějšího vývozu. Rovněž lze využít Nepřímý vývozní odběratelský úvěr, který je uzavírán ze stejného důvodu jako předchozí, pouze s tím rozdílem, že příjemcem úvěru je banka zahraničního dovozce. Banka poskytuje také produkt pro

investory, kteří chtějí získat dlouhodobé finanční zdroje pro investice do zahraničí. Dále poskytuje refinancování vývozního dodavatelského i odběratelského úvěru, kde ČEB poskytne bance buďto vývozce nebo dovozce (zahraničního kupujícího) finanční prostředky pro následné poskytnutí úvěru vývozci či dovozci za zvýhodněných podmínek. Je poskytován odkup pohledávek z akreditivů bez postihu, či odkup vývozních pohledávek s pojištěním bez postihu.

Úvěr na financování výroby pro vývoz (před exportní úvěr) je zaměřen na českého výrobce, jehož zboží je určeno pro export tak, aby úvěr umožnil financovat náklady spjaté s výrobou zboží určeného pro zahraniční partnery. Z úvěru můžou být financovány náklady na pořízení materiálů, surovin a ostatních komponentů, náklady na předzásobení materiálem, režijní náklady, náklady na pořízení investičního majetku a v neposlední řadě náklady mezd, a s tím spjaté zdravotní a sociální pojištění.

Klient si může zvolit mezi krátkodobým a dlouhodobým úvěrem. Krátkodobý úvěr se poskytuje se splatností do 2 let a jeho výše je maximálně do 85% hodnoty smlouvy o vývozu. Dlouhodobý úvěr musí být v souladu s pravidly OECD a s pravidly pro poskytování státní podpory. Má splatnost nad 2 roky a jeho výše je do 75% hodnoty smlouvy o vývozu. Oba úvěry mají pohyblivou úrokovou sazbu (LIBOR, EURBOR a další), musí splňovat všeobecné obchodní podmínky PU – pro poskytování přímých úvěrů na financování výroby pro vývoz, financování vývozu a financování investic a klient musí uzavřít pojištění pojistným produktem EGAP – „F“ nebo dle požadavků ČEB (pojištěný) může být nahrazeno jiným typem.

Přímý vývozní dodavatelský úvěr slouží českému exportérovi k profinancování pohledávky, vzhledem k zahraničnímu kupujícímu. Úvěr je opět rozdělen z časového hlediska. Krátkodobý úvěr se splatností nejvýše do 2 let s maximální částkou do 100% hodnoty smlouvy o vývozu s pohyblivou úrokovou sazbou (LIBOR, EURIBOR a další) a nutností uzavřít pojištění produkt EGAP – „B“ (zde je pojištěným vývozce). Dlouhodobý úvěr musí splňovat pravidla OECD a pravidla pro poskytování státní podpory. Poskytuje se splatností od 2 let a jeho výše je 85% hodnoty smlouvy o vývozu s 15% akontací. Úroková sazba je buďto fixní CIPR nebo pohyblivá úroková. Vývozce se musí pojistit produktem EGAP – „C“. Obě verze pojištění musí splnit všeobecné obchodní podmínky – „PU“.

Přímý vývozní odběratelský úvěr (příjemce úvěru je zahraniční dovozce) je využíván při velkých dodávkách a zahraniční kupující nemusí mít dostatek finančních prostředků pro jejich zajištění. Může tak využít poskytnutí úvěru od ČEB, pokud tedy odebírá od českého exportéra.

Krátkodobý úvěr je splatný do 2 let a jeho výše je až 100% hodnoty smlouvy o vývozu při pohyblivé úrokové sazbě. V horizontu od 2 let výše se může volit dlouhodobý úvěr, jenž musí být v souladu s pravidly OECD a s pravidly pro poskytování státní podpory. Jeho výše je maximálně 85% hodnoty smlouvy o vývozu s 15% akontací. Úroková sazba je zde na pohyblivé bázi nebo fixní sazbě. Bez časového rozlišení musí oba produkty splňovat všeobecné obchodní podmínky – „PU“ a musí uzavřít pojištění EGAP – „D“, kdy pojištěným je ČEB.

Alternativou je možnost využití podobného produktu označovaného jako nepřímý vývozní odběratelský úvěr, u kterého je však příjemcem úvěru banka zahraničního kupujícího. Podmínky pro poskytnutí úvěru a jeho členění dle časového horizontu jsou totožné s přímým vývozním odběratelským úvěrem.

Úvěr na investice v zahraničí ČEB poskytuje možnost českému investorovi získat dlouhodobé zdroje pro financování jeho investic v zahraničí, jako je například založení nebo rozšíření zahraničního subjektu s investorovou majetkovou účastí. Minimální lhůta pro investici jsou 3 roky při fixní nebo pohyblivé úrokové sazbě. Investice musí být v souladu s všeobecnými obchodními podmínkami – „PU“ a pravidly pro poskytování státní podpory a musí se pojistit produktem EGAP – „I“. Pojištěný je ČEB.

Refinanční vývozní dodavatelský úvěr a refinanční vývozní odběratelský úvěr umožňuje českému exportérovi získat úvěr prostřednictvím poskytnutých prostředků jeho bance, která je využije k úvěru pro vývozce, za zvýhodněných podmínek. Musí se splňovat všeobecné obchodní podmínky „RU“ a může se využít pojistný produkt EGAP – „B“ u krátkodobých úvěrů a u střednědobých a dlouhodobých pojistný produkt EGAP – „C“.

Druhý produkt poskytuje refinanční vývozní odběratelský úvěr bance českého exportéra prostředky, které následně banka použije k poskytnutí úvěru za zvýhodněných podmínek zahraničnímu dovozci. Úvěr musí být v souladu s všeobecnými obchodními podmínkami „RU“ a měl by se uzavřít pojistný produkt EGAP – „D“, kde refinancující banka je pojištěným.

Pojistné produkty od pojišťovny EGAP již nejsou podmínky poskytující finanční podporu, dle novely zákona 58/1995.

Odkup pohledávek z akreditivů bez postihu je jedna z možností forfaitingu. Znamená odkup (postoupení) dosud nesplatné pohledávky vývozce, na základě platebního nástroje dokumentárního akreditivu. Realizovaný odkup pohledávky je bez postihu vůči tomu, kdo prodává pohledávku. ČEB odkupuje pohledávky, spjaté s exportem zboží či službami, a to výhradně českých firem z neodvolatelného dokumentárního akreditivu. Dle ratingu akreditivní banky povětšinou nemusí být pojištěny proti exportním úvěrovým rizikům. Výhodou pro vývozce je vyvedení jejich pohledávky z bilance, a tím dochází ke zvýšení jejich likvidity. Vývozcům odpadají veškerá rizika týkající se exportní operace. Odkup pohledávky je v její plné výši, tedy bez spoluúčasti původního vlastníka. Rovněž samotný odkup je mnohdy rychlejší v porovnání s úvěrem. Dle základních parametrů produktu je nutnost vlastnit pohledávku v hlavních světových měnách nebo v české koruně. Maximální doba zbývajících splatností pohledávky trvá maximálně 2 roky a minimálně 60 dnů. Pohledávka musí být v minimální výši v rozmezí 100 000 a 200 000 EUR nebo v případném ekvivalentu této měny. Jedná se o jednoduchý platební kalendář (1 až 4 čerpání). Úroková sazba je odvozená od referenčních sazeb a je fixní.

Odkup vývozních pohledávek s pojištěním bez postihu představuje možnost vývozce prodat doposud nesplatné pohledávky ze smlouvy o exportu. Pohledávka však musí být pojištěna pojistným produktem typu Bf, resp. Cf od pojišťovny EGAP. Je tedy pojištěno

riziko nezaplacení pohledávky, z důvodu tržně nezajistitelných komerčních a teritoriálních rizik. Pro vývozce tento produkt přináší především tyto výhody: vyvedení pohledávky ze své bilance, jehož důsledkem je zlepšení likvidity; na základě pojištění (90% hodnoty vývozu) od pojišťovny EGAP vývozci odpadají veškerá rizika exportní operace. Podmínky odkupu jsou následující: pohledávka je hlavní světové měně nebo v českých korunách, minimální doba zbylé splatnosti je 90 dnů a nejvýše 2 roky. Ve výjimečných případech to mohou být až 3 roky. Dále je stanovena minimální výše odkupované pohledávky, a to 10 mil. Kč nebo jejím ekvivalentu v jiné měně. Jednoduchý splátkový kalendář ve výši maximálně 4 splátek. Fixní úroková sazba je odvozená od referenční sazby typu LIBOR apod.

Bankovními zárukami se ČEB zavazuje, že na základě nesplnění podmínek smlouvy o vývozu příkazem vyplatí beneficiantovi částku nebo její část poměrnou k poskytnutému plnění uvedenou v záruční listině. Lze využít čtyři druhy záruk. Záruka za nabídku (Bid bond), znamená že ČEB vyplatí vypisovatele tendru, pokud se vývozce stane výhercem tendru, a zároveň nedodrží podmínky předložené nabídky, jako je například cena realizace zakázky, změna dodacího termínu a další. Druhou je záruka za dobré provedení smlouvy o vývozu (Performance bond). U této záruky ČEB ručí za plnění podmínek, dle smlouvy o vývozu, za stranu exportéra. Záruka se může poměrně snížit dle již zrealizovaných dodávek. Třetí je záruka za vrácení akontace (Advance payment guarantee), která zajišťuje závazek exportéra vyplatit akontaci zpět nebo její část, vzhledem ke stavu zakázky. Poslední je záruka za uvolnění zadrženého (Retention Money Guarantee, Retention Bond).

Financování prospekce zahraničních trhů slouží k poskytnutí finančních prostředků českému podnikatelskému subjektu pro průzkum zahraničních trhů. Lze využít financování marketingového a vývozního poradenství, zpracování analýz, inzerce a dalších reklamních nástrojů, účasti na obchodních akcích (nezahrnuje však náklady na ubytování a cestovné), skladování a právních služeb v zahraničí a v neposlední řadě certifikaci výrobků pro zahraniční trhy.

Subjektu se poskytuje financování na základě schváleného prospekčního záměru agenturou CzechTrade. Úvěr se poskytuje v souladu s pravidly pro poskytování státní podpory a to nejvýše do 65% hodnoty uznatelných nákladů na prospekci s dobou splatnosti stanovenou dle prospekčního záměru. Z úvěru na prospekci lze využít až 15% na náklady v České republice. Úroková sazba je na bázi pohyblivé úrokové sazby. Zároveň se řídí všeobecnými obchodními podmínkami „P (r)“ a „P (t)“. Pojistný produkt je EGAP – „P“ kdy pojištěným je ČEB.

Další služby nabízené bankou jsou termínovaný vklad, komerční běžný účet a měnová konverze. U termínovaných vkladů jsou individuálně stanovené úrokové sazby, které by měly nabízet výhodnější zhodnocení oproti běžným účtům pro právnické osoby. Při stanovení úrokové sazby se zohledňuje výše finančních prostředků, které mají být uloženy, a jejich délka uložení na účtu. Vklady mohou být v měnách CZK, USD, EUR, GBP, JPY, DKK, SEK, RUB, PLN a uloženy nejvýše na 1 rok a nejméně na 1 týden. Komerční běžné účty jsou pásmově úročeny a mají poskytnout lepší zhodnocení dočasně volných finančních prostředků. Účty lze vést ve stejných měnách jako termínované vklady. Úrokové sazby se odlišují dle měny. Celkový přehled úrokových

sazeb u jednotlivých měn je v příloze č. 2. U měnové konverze nabízí ČEB devizové obchody s individuálním měnovým kurzem. Touto službou vývozce získá výhodnější měnový kurz, než je kurz na kurzovním lístku banky. Podmínkou však je, že musí vývozce disponovat Komerčním běžným účtem vedeným u této instituce v obou měnách obchodu. Jsou zde individuálně stanovené měnové kurzy.

2.3.4 Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP)

EGAP neboli Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. vznikla založením 1. června 1992. Její základní jmění je ve výši 1 300 mil. Kč. Po vstupu ČR do EU harmonizovala společnost své předpisy s *acquis communautaire*. Od roku 2005 vznikla Komerční úvěrová pojišťovna EGAP, a. s., ta se však nezahrnuje do státní podpory exportu (Fojtíková, 2008, s. 170). Je vlastněna českým státem, kde akcionářská práva připadají na Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo zahraničních věcí ČR, Ministerstvo financí ČR a Ministerstvo zemědělství ČR. Cílem je doplnit nabídku pojištění na trhu se zaměřením na tržně (komerčně) nepojistitelná politická a teritoriální rizika spojená s financováním vývozu zboží, poskytování služeb a investic z České republiky, a zároveň být státním nástrojem podpory exportu. Tím zvyšuje konkurenceschopnost ČR. Teritoriálními příčinami se rozumí nezaplacení závazku vývozci, z důvodů legislativních opatření či administrativních rozhodnutí země dovozce, ale také revoluce, války nebo přírodní katastrofy. Komerčním důvodem se rozumí neschopnost dovozce dostát svých finančních závazků vůči vývozci, ať již svou platební neschopností nebo odmítnutím uhrazení závazku bez právních důvodů. Doplnuje tím svou nabídkou služeb mezeru na trhu komerčních úvěrových pojišťoven. Pojišťovna nabízí své služby všem vývozcům a bankám ochotných financovat export. Její činnost je vykonávána v souladu se zákonem o pojišťovnictví a zákonem č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou (EGAP, 2013).

Portfolio produktů a služeb pojišťovny EGAP je členěno na pojištění úvěrů, na investice v zahraničí a na bankovní záruky. Výše pojistného se určuje individuálně, dle rizikovosti, a pojišťovna jej rozděluje do šesti skupin odstupňovaných dle míry rizika. Od nejnižší míry, což jsou veřejné zakázky, případně subjekty s výjimečně dobrým rizikovým profilem, až po velmi vysoké riziko přerušení splátek. Nejvíce využívaným druhem pojištění jak uvádí sama pojišťovna EGAP (2013) je Vývozní odběratelský úvěr (typu D) s 55% na celkovém složení a až pak s 20% Pojištění investic (typ I).

Ceny jednotlivých pojištění se odvíjejí od klasifikace zemí a od rizikové kategorie kupujícího. Klasifikace zemí zařazuje jednotlivé země do sedmi rizikových kategorií dle teritoriálního rizika. Rozřazení se provádí periodicky, z pravidla jednou ročně. Pokud nenastanou mimořádné události, tak na základě výsledků ekonometrického modelu nejaktuálnějších údajů MFF a Světové banky. Údaje se týkají ekonomické situace dané země a platební zkušenosti exportních úvěrových pojišťoven zemí účastníků Konsensu OECD. Rovněž se přihlíží i na nekvantifikovatelné faktory politického rizika, případně na další faktory či na zkušenosti nezačleněné do vstupních dat modelu.

Kategorie s nejvyšší úrovní teritoriálního rizika je 7. a kategorie s minimální úrovní rizika je 1. V kategorii označené 0 (nula) jsou země, u kterých se nepředpokládá existence teritoriálních rizik. Případné pojištění by mělo probíhat na základě tržního

principu, tedy bez státní podpory a s pomocí komerčních pojišťoven. Země v kategorii 0 jsou teritoria s vysokými příjmy na obyvatele a případný poskytnutý úvěr se poskytuje na maximální délku splatnosti úvěru 5 let. Platnou kategorizaci zemí lze nalézt na webových stránkách pojišťovny EGAP.

Vedle kategorie zemí se cena pojistného odvíjí dle stupně rizikovosti kupujícího. Nejnižší rizikovost je označována CCO – veřejné subjekty, či společnosti s výjimečným dobrým rizikovým profilem (rating AAA až B). Ve stejné cenové relaci je i skupina d – dlužník či ručitel má stabilní a silnou schopnost dostát závazků (rating AAA až B). Další skupinou je CC2 – dlužník/ručitel má dobrou až středně dobrou schopnost splácet (rating A+ až B-). Skupina CC3 – průměrné až středně nízké riziko (rating BBB+ až B-). Předposlední je CC4 – u které je středně slabá úvěrová kvalita až podprůměr a je zde již riziko možného přerušení splátek (rating BB+ až B- a horší). Poslední a nejslabší úvěrová kvalita je skupina CC5 (rating BB- až B- a horší).

„B“ – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru se je úvěr poskytnutý zahraničnímu dovozci exportérem, v podobě odkladu plateb. U krátkodobého úvěru může být platba odložena až po dobu 2 let. Vývozní dodavatelský úvěr není formou bankovního úvěru. Vývozce je zde v roli pojištěného a je pojištěn proti riziku neuhrazení dlužné částky dovozcem ve sjednaném termínu.

Pojištění se vztahuje na neproplacení celé nebo poměrné části pojištěného úvěru, a to z důvodů teritoriálních nebo komerčních příčin. Teritoriálními příčinami se rozumí zamezení platbě např. kvůli legislativním opatřením cílové země exportu, administrativním rozhodnutím, revolucím, válkám, přírodním katastrofám a dalším. Do komerčních příčin můžeme zahrnout platební neschopnost dovozce nebo odmítnutí platby bez právních důvodů. Dle rizikovosti obchodu, výše jeho objemu, cílové země, sjednaných platebních a jiných podmínek, se určuje výše pojistného.

„Bf“ – pojištění bankou financovaného krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru se jedná se o úvěr poskytovaný vývozcem zahraničnímu dovozci v podobě odkladu platby a následné odkoupení úvěru bankou. Po odkoupení již nelze učinit zpětné vrácení. Platbu lze odložit nejdéle na 2 roky. Pojištěným je banka ochraňující se, proti nezaplacením dlužné částky, dovozcem. Do pojistné smlouvy je začleněn i vývozce s tím, že dostojí svých závazků. Pojistná událost vzniká při částečném nebo úplném neproplacení úvěru, a to z důvodu teritoriálních nebo komerčních příčin.

„C“ – pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru poskytnuté exportérem zahraničnímu dovozci prostřednictvím odložení platby se splatností více než 2 roky. Dle podmínek Konsensu OECD, jež mj. požadují 15% platbu zahraničního dovozce předem. Zároveň má EGAP právo vyžádat si od vývozce posudek o dopadu vývozu na životní prostřední v zemi dovozu. Pojištěným je přímo vývozce proti riziku nezaplacení zahraničního dovozce, v řádném termínu, celou dohodnutou částkou. Pojistná událost je částečné nebo úplné nezaplacení závazku zahraničního dovozce vůči vývozci, a to z důvodů teritoriálních nebo komerčních příčin.

„Cf“ – pojištění bankou financovaného střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru je bankou odkoupený úvěr od vývozce, který jej poskytl

zahraničnímu dovozci formou odložení platební povinnosti za zboží nebo služby na dobu delší jak 2 roky. Dle podmínek OECD musí zahraniční dovozce uhradit předem nejméně 15% z celkové částky úvěru a EGAP může požadovat předložení posudku o vlivu vývozu na životní prostředí v zemi dovozu od vývozce. Pojištěným proti případnému neplnění závazků dovozcem je banka, avšak do pojistné smlouvy je zahrnut i vývozce. Ten se zavazuje splnit své závazky, aby nedošlo k neproplácení úvěru. V takovém případě by hrozil postih vývozce za neplnění povinností a vzniklé pojistné události.

„D“ – pojištění vývozního odběratelského úvěru banka poskytuje dovozci úvěr na pořízení zboží a služeb na základě smlouvy o úvěru. V praxi banka zaplatí exportérovi za vyvezené zboží nebo služby a vzniklou dlužnou částku ve stanovených pravidelných termínech splácí dovozce. Příjemcem úvěru nemusí být pouze dovozce, ale také banka dovozce, či další subjekt. Doba splatnosti může být krátkodobá, střednědobá, až dlouhodobá (EGAP, 2013).

Pojištění umožňuje pojistit i financované projekty, přičemž nejčastěji se jedná o zajištění prostředků pro vznik nové samostatné ekonomické jednotky (Special Purpose Vehicle – SPV), kde její výnosy jsou zároveň i zdrojem splácení úvěru a aktiva zajištěním splátek. Na základě cash flow SPV probíhá financování projektů.

„E“ – pojištění potvrzeného akreditivu, kde dokumentárním akreditivem se rozumí písemný závazek banky zahraničního dovozce. Na základě předložení předepsaných dokumentů vývozce mu zaplatila banka za poskytnuté zboží nebo služby ve lhůtě splatnosti příkazu. Akreditiv se potvrzuje, a tím banka vývozce ručí za závazek banky dovozce. Pojištěním u produktu „E“ je banka vývozce proti nezaplacení, ať již celkového nebo částečného závazku, dle podmínek potvrzeného dokumentárního akreditivu. Pojištění zahrnuje i případ tzv. tichého potvrzení. Andrle (2008, s. 59 uvádí, že je to přímá smlouva mezi potvrzující bankou a beneficentem).

Výše pojistného se odvozuje dle doby platnosti akreditivu, výši spoluúčasti a jeho splatnosti. Pojistné se nemění podle změn pojistného rizika, ať již vyššího či nižšího, jelikož je pojištění zahrnuto při jeho sjednání.

„F“ – pojištění úvěru na před exportní financování se rozumí bankou financovaná výroba určená pro export nebo bankou zajištěné financování investic potřebných pro výrobu určenou pro export. Umožněno je rovněž financování komerčního vývoje výsledků vědy a výzkumu určených pro budoucí vývoz. Pojištění v tomto případě nelze použít pro zajištění úvěru za účelem základního výzkumu. Banka je pojištěna, a toto pojištění lze sjednat jedině v souvislosti s pojištěním některého vývozního úvěru. Při splatnosti do 2 let lze uzavřít pojištění do 85% a při splatnosti delší jak 2 roky maximálně 75% hodnoty vývozu. Při před exportním úvěru určeným pro investice do výroby jsou podmínky odlišné. V tomto případě může být úvěr poskytnut pouze za podmínek, že minimálně 75% výroby bude určeno pro vývoz, a zároveň výše úvěru bude maximálně 75% z celkové částky.

Pojistná událost vzniká, pokud vývozce není schopen splácet úvěr, v důsledku neschopnosti plnit smlouvu o vývozu nebo poskytovat služby či vyrobit zboží určené

pro vývoz. Výše pojistného závisí na míře rizika a spoluúčasti, době splatnosti, výši poskytnutého úvěru. Zároveň je pojištění neměnné po celou dobu.

„I“ – pojištění investic českých právnických osob v zahraničí, kde investicí v zahraničí se rozumí každá majetková hodnota směřovaná do zahraničí. Jedná se například o získání majetkového podílu zahraničního subjektu, o založení zcela nového subjektu nebo výstavbu nové továrny apod. Investice musí mít dlouhodobý charakter, nejméně 3 roky, a jejím investorem může být kterákoliv česká právnická osoba. Na investicích, které mohou ovlivňovat životní prostředí, může EGAP vyžadovat předložení odborného posudku od investora. Pojištění zahrnuje ochranu před politickými následky, což je například vyvlastnění a zamezení převodu výnosů z investice.

Za pojistnou událost se považuje znehodnocení investice, neschopnost provést transfer výnosů, dividend nebo zisků, a to po zaplacení daní a poplatků. Výše pojistného se stanoví na základě hodnocení rizikovosti státu, ve kterém probíhá investice. Dále se stanoví podle dohody o ochraně investic, kterou má případně Česká republika s tímto státem. Pojistné je po celou dobu trvání konstantní a nemění se dle změn možného rizika.

„If“ – pojištění úvěru na financování investic českých právnických osob v zahraničí se pojištění vztahuje na úvěry poskytnuté bankou za účelem pořízení dlouhodobého finančního, hmotného a nehmotného majetku do společnosti umístěné v zahraničí pod kontrolou českého subjektu. Dále se pojištění vztahuje na akvizici nebo na pokrytí provozních nákladů zahraniční společnosti. Splatnost úvěru musí být více jak 3 roky, jinak nelze sjednat pojištění. Další podmínkou je částečné pokrytí investic z vlastních zdrojů investora ve výši dohodnuté mezi bankou, investorem a pojišťovnou. Standardní limit bývá sjednán na minimálně 25%. U investic s možnými dopady na životní prostředí má EGAP právo vyžádat odborný posudek. Banka je pojištěna a pojistnou událostí se rozumí nezaplacení úvěru z důvodů komerčních nebo teritoriálních příčin. Pojistné se po celou dobu trvání nemění a odvíjí dle možných rizik z výše vypsanych příčin. Odvíjí se také od rizikovosti projektu, investora a od výše spoluúčasti.

Tímto typem pojištění se pojišťují také úvěry na stavební a developerské projekty českých společností v zahraničí.

„P“ – pojištění prospekce zahraničních trhů znamená, že se exportér tímto produktem pojišťuje proti možným finančním ztrátám při prospekci. Ať už prostředky pocházely z vlastních zdrojů nebo z úvěru. EGAP pojistí především malé a střední podniky se zavedenou výrobou, pro jejichž výrobky či služby se bude prospekce vykonávat, a to po dobu nejméně 24 měsíců.

Je nutné s žádostí o pojištění přiložit prospekční záměr a rozpočet prospekce s odhadem nákladů na ni, s náklady a výnosy spojenými s eventuálním budoucím vývozem. Vývozce se může pojistit nejdéle na dobu 5 let, přičemž první dva roky se musí řídit dle prospekčního záměru. V dalších letech by se měly náklady na prospekci zaplatit z částky výnosů po odečtení nákladů na export. Jestliže náklady na prospekci dle

rozpočtu převýší rozdíl mezi výnosy a náklady za pojistnou dobu, vzniká pojistná událost. Vývozce však nemá pojištěním chráněn svůj zisk.

„V“ – pojištěním proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu se vývozce chrání v případě přerušení nebo zrušení smlouvy o vývozu ze strany zahraničního odběratele. Je tomu tak z důvodu platební neschopnosti, neochoty převzít zboží, politických a dalších příčin v době, kdy již započala výroba. Pojištění může být sjednáno také s vývozním pojištěním nebo před exportním úvěrem. Pojistná událost vzniká při nemožnosti plnit smlouvu o vývozu samotným vývozcem. Výše pojistného je neměnná a závislá na rozsahu ztráty, rizikovosti dovozce a země, výši spoluúčasti a dalších faktorech ovlivňující obchod.

„Z“ – Pojištění bankovních záruk vystavených v souvislosti s exportním kontraktem, se bankovní zárukou rozumí uhradit věřiteli finanční částku ve výši stanovené dle obsahu a podmínek záruky v případě, že nejsou plněny závazky dlužníkem. Nejčastější záruky jsou záruky za nabídku českého vývozce (Bid Bond), záruky za vrácení akontační platby od zahraničního dovozce (Advance Payment Bond), záruky za řádné provedení smlouvy o vývozu (performance Bond) a další typy záruk. Banka je v roli pojištěného a chrání se před oprávněným čerpáním (pokud je v pojistné smlouvě uvedeno) a neoprávněným čerpáním ze záruky. Oprávněným čerpáním se rozumí čerpání záruky při nesplnění smluvních závazcích exportérem. Neoprávněným čerpáním se rozumí neporušení žádné z domluvených podmínek vývozcem, přestože dochází k čerpání záruk. Výše pojistného se odvíjí od charakteru a rizikovosti vývozce i beneficianta, od důvěrnosti cílové země exportu, od podmínek výběrového řízení, od druhu záruky a od rozsahu spoluúčasti.

1.1.1 Veletrhy a výstavy

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR umožňuje podnikatelským subjektům, zaměřeným na mezinárodní obchod, účast na veletrzích a výstavách v zahraničí, v rámci podpory exportu v programu Českých oficiálních účastí na veletrzích a výstavách v zahraničí. Právnícké a fyzické osoby bydlištěm v ČR mohou reprezentovat české výrobky a mají možnost je uvádět na mezinárodních veletrzích podporovaných MPO. Podnikatelský subjekt může získat vlastní stánek, či výstavní plochu, zajištění technických a dalších služeb. Mimo jiné mohou společnosti a podnikající fyzické osoby využít projektu od agentury CzechTrade. Projekt se nazývá Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích 2013-2014. V roce 2013 bylo podporováno 14 veletrhů a výstav. Pro rok 2014 je zatím v seznamu výstav a veletrhů 76. Výstavy a veletrhy se konají po celém světě.

Žadatel o účast v projektu musí splňovat několik kritérií. Mezi oprávněné žadatele patří firmy malého a středního podnikání, velké podniky, případně podnikající a nepodnikající profesní organizace. Dalším předpokladem je, že žadatel musí mít oprávnění k podnikání na území ČR, které koresponduje s podporovanými ekonomickými činnostmi. Seznam podporovaných činností lze nalézt v Seznamu podporovaných CZ-NACE. Žadatel nesmí mít žádné nedoplatky vůči vybraným institucím a poskytovatelům podpory, dále nesmí mít mzdové nedoplatky vlastních zaměstnanců a nesmí mít sídlo v Praze, vyjma činnosti realizované mimo region hl.

města Prahy. Forma a výše podpory pro malé a střední podnikání, velké podniky a podnikající profesní organizace podléhá Nařízení Komise (ES) č. 1998/2006 ze dne 15. prosince 2006 o použití článků 87 a 88 Smlouvy na podporu de minimis, do celkové výše 100% způsobilých výdajů a to maximálně do výše 120 000 Kč bez DPH na jednu akci (CzechTrade, 2013). Celkem však jeden podnik nesmí využít podporu, která by přesáhla částku 200 000 EUR. Pro nepodnikající profesní organizace je podpora poskytnuta prostřednictvím dotace způsobilých výdajů až do výše 100% v maximální výši 120 000 Kč bez DPH na jednu akci. Způsobilými výdaji se rozumí pronájem výstavní plochy, včetně platby za zápis do veletržního katalogu, a úhrada registračního poplatku. Dále jsou to technické a grafické návrhy, instalace a následná demontáž expozice.

Zásady pro organizování a financování českých oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí stanovují podmínky MPO (Euroexpo, 2013). Vymezují kategorie českých oficiálních účastí a formu jejich podpory. **Kategorie A – Národní výstavy**, jejímž hlavním rysem jsou akce cílené hlavně na prioritní teritoria a nese rysy partnerství státu a podnikajících subjektů. Výstavy jsou ve většině případech pořádány samostatně, mimo mezinárodní veletrhy a výstavy, popřípadě jsou to mezinárodní veletrhy, kde ČR vystupuje jako partnerská země. Minimální účast je alespoň 20 vystavovatelů. Vystavovatelé mají hrazen pronájem výstavní plochy, výstavbu expozice, jednotný grafický koncept, doprovodnou propagaci. To co podpora nezahrnuje je nadstandardní vybavení expozice, dopravu, ubytování. Prostor v expozici v této kategorii MPO poskytuje zdarma o velikosti 9 m², z toho 1 – 2 m² je použito na sdílené zázemí, zároveň uhradí stavbu expozice, jako jsou stěnové panely, informační pulty, koberce včetně osvětlení. Vystavovatel si hradí pouze nadstandardní vybavení expozice. Grafický koncept expozice je v kontextu ČR a je rovněž hrazena MPO. Ministerstvo platí a schvaluje loga a názvy vystavovatelů umístěných na vnější straně stánku. Vystavovatel se musí zaručit, že vnitřní grafikou nenaruší grafický koncept české expozice. Vnitřní grafiku si vystavovatel hradí vlastními prostředky. Vystavovatelovi je zpřístupněno společné zázemí české výstavy, jako je sklad, místnost k jednání a sklad. MPO hradí energie, odpady, přívod vody a úklid. V neposlední řadě je hrazeno pojištění expozice. Samotné exponáty a další vybavení vystavovatelů si hradí sami. Doprovodná propagace se odvíjí na povaze expozice, teritoriu veletrhu a také finanční situaci MPO. Ministerstvo dále vytváří a vydává katalog zvaný „Průvodce národní výstavou“.

Kategorie B – Společné expozice českých vystavovatelů je podmíněna účastí nejméně 6 vystavovatelů. Prostor expozice MPO poskytne jednotlivým vystavovatelům ve společné expozici plochu o velikosti 5 m² – 9 m². Stejně jako u Kategorie A MPO hradí základní stavbu české expozice, včetně základní grafiky, která zdůrazňuje svým grafickým vyjádřením ČR. Opět si vystavovatel hradí pouze nadstandardní vybavení expozice, popřípadě plochu přesahující rozměr základní plochy. Společné prostory v expozici jsou totožné s Kategorií A. Je zde zahrnuto doprovodná propagace hrazené MPO, dle vyhrazených finančních prostředků.

Kategorie C – Samostatné expozice vystavovatelů je zaměřena převážně na specializované výstavy, u kterých společná expozice povětšinou není možná. Snahou je poskytnout vystavovateli vlastní expozici do preferovaného pavilónu. Minimální účast

je 5 vystavovatelů. MPO uhradí vystavovatelům výstavní plochu, zápis do katalogu a zajistí společnou přepravu tiskových materiálů (do 20 kg) sloužících pro propagaci exponátů a vystavovatelů. Oproti předešlým kategoriím si vystavovatel hradí výstavbu expozice vlastními náklady. MPO zajistí vystavovatelům výstavní plochu o velikost 5 m² – 10 m², dle počtu zájemců o expozici a finanční náročnosti na pronájem výstavní plochy. Rovněž zajistí dodávku elektrické energie. Podmínkou je, aby vystavovatel viditelně umístil informace na expozici a jednotlivé exponáty, že jeho účast na veletrhu byla podpořena právě MPO. Dále hradí případnou doprovodnou propagaci, jako jsou semináře, workshopy, tiskové konference, inzerce atd.

MPO (2014) ve webové sekci Podpora zahraničních veletrhů v roce 2015 dává možnost českým asociacím a svazům předložit návrhy na podporu zahraničních akcí pro následující rok. Jejím cílem je podpořit české společnosti na zahraničních veletrzích prostřednictvím zvýhodněných podmínek. Výběr navržených a konkrétních mezinárodních veletrhů a výstav zařazených do seznamu českých oficiálních účastí probíhá na základě spolupráce MPO a podnikatelskou sférou pomocí oborových svazů a asociací, dále Hospodářské komory ČR a Svazu průmyslu a dopravy ČR. Při výběru se klade důraz na oborové priority z hlediska podílu průmyslové výroby a exportního potenciálu pro jednotlivá odvětví.

2.4 Závěrečné posouzení teoretických poznatků

Podpora exportu v ČR disponuje dostatečnými a mnohdy rozsáhlými informacemi, které jsou zdarma k dispozici. Každá z institucí disponuje internetovou stránkou, na které se možný zájemce o využití jejich služeb může dozvědět základní informace o poskytovaných produktech a službách společně s kontakty na kompetentní osoby. Kontakty jsou téměř vždy ve formě emailu a telefonního čísla příslušného pracovníka instituce. Velmi užitečnou službu vykonává zřízená Zelená linka pro export, která ušetří čas vývozci s hledáním potřebných informací nebo při hledání osoby specializující se na konkrétní dotaz, či problematiku. Současná státní podpora zajišťuje široké spektrum poskytovaných služeb a produktů. Česká exportní banka zajišťuje bankovní produkty a společně s Exportní garanční pojišťovnou umožňují vývozcům realizovat mnohé vývozy, které by bez jejich pomoci nebyly nikdy uskutečnány. CzechTrade poskytuje převážně poradenské služby pro exportérů, a to od analýzy potencionálních příležitostí a charakteristik jednotlivých trhů po specializované semináře. Zároveň poskytuje podporu u zahraničních veletrhů a výstav. Podporu veletrhů a výstav rovněž poskytuje Ministerstvo průmyslu a obchodu, které však nabízí daleko výhodnější podmínky, než při využití služeb CzechTrade. Ministerstvo podporuje veletrhy finanční pomocí, díky čemuž možný vývozce může mít účast na vybraném veletrhu či výstavě zdarma.

ČR si dostatečně uvědomuje důležitost a hospodářskou závislost vývozu a vytvořením Exportní strategie České republiky pro období 2012 – 2020 vytvořila podpoře exportu celkový rámec a její směr s předem definovanými cíli. Důležité je, aby snahou institucí bylo dosažení vytyčených cílů a celková podpora exportu byla ucelenější, což autor hodnotí jako velmi pozitivní úroveň poskytované podpory.

3 Praktická část

V praktické části se práce zabývá státní českou podporou exportu v kontextu reálné společnosti. Na základě rozhovorů s představiteli společnosti, kteří požádali autora práce, aby nezmiňoval její název, bude společnost nazvána ABC. V této části práce věnuje autor pozornost čtyřem cíleným trhům, které si společnost ABC vybrala a kam již i aktivně realizuje obchodní případy. Nejprve budou definovány trhy a podnikatelské klima na nich. Dále autor bude hodnotit a aplikovat státní podporu v kontextu společnosti ABC a těchto trzích. Závěrem bude zhodnocení podpory a budou vedeny rozhovory s představiteli společnosti, kterým autor představí možnosti státní podpory. Zdrojem informací pro vybrané trhy jsou informace z MZV ČR.

3.1 Profil společnosti

Společnost ABC dodává kompletní technologická řešení ve strojní výrobě. Zabývá se dovozem a prodejem CNC obráběcích strojů a výrobou PLC soustruhů.

Dále je zástupcem několika taiwanských výrobců obráběcích strojů a pro dovážené obráběcí stroje nabízí instalaci, záruční a pozáruční servis, školení obsluhy i programování (soustružení, frézování), rekvalifikační kurzy, zprostředkovává financování pro stroje a především se zabývá problematikou v oblasti strojírenství. Dále je výrobcem PLC automatických soustruhů pro produktivní obrábění rotačních dílců pro široké spektrum průmyslu.

Druhým hlavním oborem je distribuce jednotek a senzorů na environmentální monitoring od českého výrobce do Afriky a na Střední východ. Tomuto oboru se věnuje téměř 5 let a do této chvíle si vybudovala vcelku rozsáhlou síť partnerů a distributorů. Pro tuto činnost má vytvořen vlastní brand. V současné době zvažuje nákup své vlastní haly a kanceláří a zaměstnává nastálo 10 zaměstnanců a dále několik pracovníků na dohodu o provedení práce. Roční obrát společnosti je více jak 20 mil. Kč.

Doprava se poptává ještě před zaplacením a odběrateli je přičtena k celkové ceně zboží. Pokud je potřeba, společnost vyřídí u České hospodářské komory certifikát o původu zboží, který je rovněž přičten k celkové ceně dodávky. Společnost vždy pro cenu přepravy poptává několik významných kurýrů. Cena zahrnuje dopravu, proclení v ČR a pojištění zásilky. Nejčastěji společnost spolupracuje a využívá služeb Aramex CZ, s. r. o., jež je pobočkou významného světového přepravce. U této společnosti je založen účet. Jeho prostřednictvím odpadá významná část formulářů nutných k vyplnění.

Po vybrání kurýr vyplní společnost Airway bill – adresa příjemce a odesilatele, údaje o zboží a kontakt na koncového příjemce. Přikládá se k tomuto dokument ještě faktura, certifikát o původu zboží. Kopie Airway bill se předává kurýrovi při převzetí zboží. Následuje proclení zboží v ČR, které zajišťuje kurýr (nejčastěji kurýr Aramex v ceně 300 Kč) a odeslání zásilky letecky s dodací lhůtou 3-5 pracovních dnů na místo určení. Odběratel si zajišťuje proclení v zemi určení samostatně.

Platební podmínky společnosti jsou vždy T/T in advance. Tato metoda je jednoduchá, plátce – importér však přebírá riziko za to, že zaplatí peníze a prodávající nesplní

kontrakt, popřípadě nedodrží kvalitativní či kvantitativní požadavky apod. Pojištění dodávaného zboží je v rámci dopravy.

Jelikož společnost ABC spadá do kategorie malého a středního podniku (MSP) je vhodné si takovýto podnik vymezit. Podnik zařazený do této kategorie má méně než 250 zaměstnanců, jeho bilanční suma nepřesahuje 43 mil. EUR nebo případně jeho obrat za poslední uzavřené účetní období nepřesahuje 50 mil. EUR. Do limitů spadá součet všech propojených podniků.

3.2 Spojené Arabské Emiráty

Úředním jazykem je arabština, avšak pro obchodní styk je běžně používaná angličtina. Jako peněžní jednotka se používá 1 emirátský dirham (AED), ten tvoří 100 filsů. V převodu je 1 USD přibližně 3,673 AED. Místní měna je vázána pevným kurzem na USD a to již od roku 1985. Směnitelnost měny není jakýmkoli restrikcemi omezena a je směnitelná za jakoukoli světovou měnu. Je však výhodnější pro směnu využívat USD, než například EUR. Pracovní doba úřadů je od neděle až do čtvrtka a soukromé firmy mají volno pouze ve čtvrtek odpoledne a celý páteční den. Veřejné instituce a banky mají pracovní dobu od 9:00 do 14:00 určenou pro veřejnost a nejčastější pracovní doba soukromých firem je od 8:00 do 13:00 a následně od 16:00 do 20:00.

Pro úspěšné *obchodní jednání* je potřeba větší počet setkání než dojde k uzavření dohody. Jednání zde trvá delší dobu, než na jakou je Evropan zvyklý. Je důležité chovat se k potencionálnímu obchodnímu partnerovi jako k sobě rovnému, nikoli nadřizeně nebo podřizeně. Nevhodné je používat srovnání poukazující na místní nedostatky a obchodník udělá nejlépe, pokud bude pozitivně hodnotit zdejší kvality. Při schůzkách je povětšinou zúčastněn celý tým zdejšího obchodního partnera a je třeba se vyhnout času, kdy probíhají motlitby (více na www.islam.org). Host málokdy přímo odmítne nabídku napřímo, jelikož je to zde považováno za neslušnost. Vhodné je poděkovat druhé straně za pozvání a vyzdvihnout její význam a to nejen na začátku, ale i na konci jednání.

V arabském světě je čas pouhou relativní veličinou. Z toho pramení nedochvilnost zdejších obchodníků, přičemž projevy netrpělivosti nic nezmění. Na druhé straně znají arabští obchodníci dochvilnost Evropanů, a pokud se samotný Evropan nedostaví včas, vnímají to jako nedostatek zájmu o daný obchod. Obchodník by se měl připravit rovněž na smlouvání o ceně a jednotlivých podmínkách obchodu. Je proto důležité mít předem stanovenou cenu a nepodlehnout druhé straně, která se bude snažit smlouvat už z případného principu smlouvání, který je v arabských zemích běžný. Funguje totiž jako nástroj na ozkoušení síly obchodního partnera. Místní obchodníci vytvářejí povětšinou ceny navýšené a pro smluvní je zde tudíž prostor. Jako oblečení pro oficiální schůzky by měli muži volit oblek s kravatou a ženy kostým, popřípadě šaty zakrývající rukávy po loket.

Čeští občané musí mít pro povolení k vstupu do země *vízum*. Je možno získat turistické vízum (Tourist visa), které lze získat prostřednictvím registrované cestovní kanceláře, letecké společnosti nebo místního hotelu. Doba platnosti víza je 30 dnů a nelze jej prodlužovat. Poplatek činí 110 AED. V praxi si cestovní kanceláře účtují poplatky vyšší. K žádosti o vízu je potřeba kopie cestovního pasu, konkrétně její datové stránky, letenka a v digitální podobě barevná fotografie. Zároveň je vyžadováno cestovní

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

zdravotní pojištění sjednané na celou dobu pobytu. Doporučuje se, aby byla uzavíráno na pojistné plnění nejméně 30 000 EUR a je vyžadováno složení vratného depozitu v částce 1 000 AED. Lze získat i tranzitní vízum od 8 do 96 hodin, s ohledem na letecké spoje, které slouží pro přestupy v letecké dopravě. Obchodník může využít tzv. Entry Visa for expos and conferences, které je určeno pro návštěvu veletrhu, výstavy, popřípadě konference konané na tomto území. Je však třeba, aby organizátor požádal o vízum pro obchodníka. Platnost víza je 30 dnů a jeho poplatek činí 110 AED. Dalším vízem je „Investor Visa“ umožňující vcestovat do země a to po dobu 3 let od jeho vystavení. Toto vízum je vydáváno investorům, jejichž podíl činí 70 tis. AED v místním podniku. Pro časté změny v předpisech je vhodné získat aktuální informace v anglickém jazyce na www.government.ae/gov/en/visitors/uae/visas.jsp.

Spojené Arabské Emiráty jsou členem převážné většiny významných mezinárodních organizací (např. OPEC, OSN, Liga arabských států, OAPEC, IMF, ILO) a regionálního seskupení Rady pro spolupráci v Zálivu (GCC). Od roku 1996 je členem WTO a dohoda mezi GCC a EU upravuje spolupráci mezi EU a emiráty. S ČR jsou uzavřeny mimo jiné bilaterální dohody: dohoda o zamezení dvojího zdanění z 30. 9. 1996; dohoda o podpoře a ochraně investic z 23. 11. 1994.

Daňový systém je zde štědrý. Daň z příjmu fyzických i právnických osob zde není zavedena a to samé platí o dani z přidané hodnoty a spotřební dani. Jedinou výjimkou jsou zisky bank (20%) a ropných společností (55%). Místo daní jsou zde však poměrně vysoké životní náklady.

Clo je pro dovážené zboží ve výši 5%, přičemž v každém emirátu je samostatná celní správa. Výpočet cla vychází z deklarované CIF hodnoty zboží. Ve svobodných celních pásmech se clo neuplatňuje. Z praxe je potřeba pro celní řízení disponovat s dokumenty: originální faktura (2x), originál packing list (2x), ověřená kopie faktury a Osvědčení o původu zboží vydané Hospodářskou komorou ČR a to 2x, originální transportní dokument. Celkem je 31 zón volného obchodu, kde zahraniční firmy mohou umísťovat své distribuční centra a průmyslovou výrobu zboží směřující na další re-export, popřípadě pro místní trh. Největší zónou je Jebel Ali Free Zone. Veškeré podrobnosti o založení lze nalézt na webových stránkách www.jafza.ae.

Zahraniční subjekt pro podnikání v regionu musí dle zákona mít lokálního agenta (sponzora), jenž musí vlastnit minimálně 51% podíl ve společnosti. Výběr správného agenta rozhoduje o úspěchu podnikání v regionu. Je důležité vybírat agenta důsledně, jelikož po sepsání exkluzivity na dané zboží je cesta rozvázání smlouvy velmi zdlouhavá a nákladná. Výjimku tvoří svobodné celní zóny, kde zahraniční subjekt může vlastnit 100% podíl ve společnosti.

Poptávky zadávané ze strany Spojených arabských emirátů jsou adresovány českému velvyslanectví v Abú Dhabí a zahraniční kanceláři CzechTrade.

Uplatnění českého zboží na trhu dává možnost úspěchu nejen velkým společnostem, ale rovněž i malým a středním podnikům. Podmínkou pro úspěšné realizace obchodní činnosti je založení vlastní pobočky, popřípadě navázání spolupráce s místní firmou nebo občanem. Vztah může být stvrzen písemnou formou zvanou Commercial Agent.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Než se uzavře dohoda nebo exkluzivita je třeba důkladně prověřit a zjistit všechny dostupné informace o potenciálním agentovi. Každá smlouva musí být registrována na Ministerstvu hospodářství a obchodu SAE. Tím se zajišťuje, aby za zahraniční osobu mohl vystupovat pouze jeden zástupce. Vyvážení se ze smlouvy o zastoupení je náročné a je často nezbytné využívat soudu.

Český podnikatelský subjekt může využít tří *zastupitelských forem*. První z nich je Branch Office of Foreign Company, která nemá vlastní právní subjektivitu a je součástí své mateřské společnosti. Mateřská společnost může vlastnit 100% podíl. Podmínkou pro zastoupení je jmenování místního sponzora (Service Agent) zdejší národnosti. Ten se zavazuje, že kancelář je v souladu s vydanou licencí a místními normami. Další je Limited Liability Company LLC, což je obdobou českého s. r. o. Minimální počet zakládajících osob jsou 2 osoby a maximální 50. Minimální výše základního kapitálu se dělí dle emirátu. Například v Dubaji je její výše 300 000 AED, tedy 82 000 USD a nejméně 51% podíl společnosti musí být v držení místních občanů. Rozdělování zisku a pravomocí však může být v odlišném poměru, než je tvořen základní kapitál. Poslední možností je Free Zone Establishment FZE nebo FZCO. Je to právní forma upravená pro zóny volného obchodu. Vlastník může prostřednictvím této společnosti neomezeně podnikat v zóně a exportovat zboží mimo území SAE. Pokud chce své aktivity směřovat na toto území, je zde opět podmínka mít místně registrovaného partnera v SAE. Zahraniční společnost (mateřská) může být 100% vlastníkem.

Společnosti zakládané v SAE musejí k žádosti o licenci přiložit nájemní smlouvu, jelikož žádná ze společností zde nemůže existovat bez kanceláře (resp. bez adresy).

Propagace a marketing v SAE je nákladný a nutný pro ohromnou konkurenci podniků. Vstupovat na místní trh s kvalitním zbožím a vhodnou dodací lhůtou je výhodné. U tištěné i elektronické prezentace výrobku je doporučeno využívat dvojjazyčného textu a to v arabském a anglickém jazyce. Bez takto zpracovaných materiálů mnohdy nelze začít jednání. Zároveň pro úspěch na trhu musí společnost rychle reagovat na poptávku a disponovat odpovídajícím normám ISO, BSS a DIN.

Případné spory s místní stranou řeší příslušný emirát a lze celou záležitost vést k Mezinárodnímu soudu. Vzhledem k ceně a délce procesu je však vždy lepší vyřešit spor prostřednictvím domluvy.

Veřejných zakázek se mohou zúčastnit pouze společnosti vlastníci pobočku v SAE. Avšak systém tendrů zvýhodňuje místní subjekty. Pokud česká společnost se chce zúčastnit vybraného tendru, musí tak většinou učinit prostřednictvím svých zástupců.

Platební podmínky jsou na standardní světové úrovni. Bankovní sektor je tvořen rovněž z části zahraničními bankami. Používaná metoda je platba akreditivem. Platební morálka se hodnotí jako velmi dobrá. Je však potřeba zdůraznit falešné šeky, které se v SAE vyskytují.

Významné veletrhy a výstavy v teritoriu

Město Dubaj je jedním z nejvýznamnějších veletržních měst na světě a pokrývá svým rozsahem oblasti od severní Afriky po jižní Asii. Střetávají se zde nabídky a poptávky

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

z vícero kontinentů. Veletrhy konané v Dubaji mají vysokou úroveň, která přináší i velký počet návštěvníků. Nejvíce veletrhů se koná od poloviny září, kdy místní firmy a státní instituce se vrací k normálnímu pracovnímu režimu, který je do značné míry ovlivněn létem, tedy značnými dovolenými. Nejvíce veletrhů a výstav je organizováno v prostoru World Trade Centre v Dubaji. Další výstavním střediskem je Abú Dhabí a Sharjah.

České společnosti se mohou zúčastňovat veletrhů a výstav prostřednictvím stánku CzechTrade, či národní účasti ČR, formou SVV, popřípadě individuálních účastí. Účast na veletrhu je klíčová pro úspěšný vstup na tento vysoce konkurenční trh. Nejlépe je nejprve pasivní účast na veletrhu pro zjištění cen, nabídek a podmínek zdejších společností a až poté aktivní vstup na veletrh jako vystavovatel. Vystavovatel musí již mít dané přesné ceny a do detailu připravené prezentace, jinak neuspěje.

SWOT analýza z pohledu ČR

Silnými stránkami regionu jsou silná ekonomika se stabilním ekonomickým růstem; vysoké příjmy plynoucí do státního rozpočtu z těžby ropy a zemního plynu; diverzifikace ekonomiky; geografická pozice; dobré vztahy mezi SAE A ČR; regionální kanceláře CzechTrade v Dubaji.

Slabé stránky jsou legislativní omezení při přímém vstupu na místní trh pro zahraniční firmy; legislativní rozdílnost právních systémů jednotlivých emirátů; vysoká konkurence na trhu, která tlačí na co nejnižší ceny.

Příležitostmi jsou modernizace a transformace státního sektoru; značné investice do rozvoje infrastruktury; volné celní zóny; konané velké mezinárodní veletrhy; dostatek investičních prostředků plynoucích z těžby ropy a zemního plynu.

Hrozbami jsou převážně možnosti eskalace politického napětí v daném regionu; teroristické útoky a možné přehřátí ekonomiky.

3.3 Saudská Arábie

Úředním jazykem je arabština. V obchodním styku nebo u výše postavených státních úředníků je nejčastěji používán anglický jazyk. Peněžní jednotka se používá 1 saudský rijál (SAR) = 100 halala. Od roku 1986 je udržován směnný kurz vůči americkému dolaru a to v poměru 1 USD = 3,75 SAR. Euro je obtížně směnitelné, doporučuje se tedy obchodovat hlavně v USD. Pracovní dny v Saudské Arábii jsou od soboty až do čtvrtka a na některých úřadech a bankách neděle až čtvrtek s pracovní dobou 8:00 do 16:30. Je však nutné přihlížet na svátek Ramadán a na motlitby, které jsou ve všední dny 5x denně.

Při *obchodních jednáních* je důležité dbát na osobní kontakt, bez kterého se jen těžko získává důvěra obchodní strany. Obchodního partnera z Evropy nesmí překvapit dlouhé držení ruky, což je znakem pohostinnosti. Rovněž může dojít při procházce ve společnosti k držení ruky, což je význam přátelství. Faktem tedy je, že vzájemný kontakt je v arabských zemích velmi úzký.

Pro vstup do tohoto teritoria je nutné *vízum*. Vízum lze získat na zastupitelském úřadě Saudské Arábie v ČR na základě elektronické žádosti zvoucí osoby. Pro získání víza je dále nutné vyplnit vízový dotazník v elektronickém systému ministerstva vnitra enjazit, dodat 2 pasové fotografie, cestovní pas (platný min. 6 měsíců od data výjezdu do této země) a podepsat prohlášení, že žadatel o vízum je plně seznámen o zákazu dovozu vybraných komodit. Vízum se vystavuje na 30 dnů, ve výjimečných případech na 90 dnů a jeho doba vyřízení trvá nejčastěji 3 – 4 týdny. Získat turistické vízum lze pouze přes zájezdy zakoupenými prostřednictvím cestovní kanceláře. Nemuslimové mají striktní zákaz vstupu do měst Mekka a Medína. Při cestě do země je doporučeno se zaregistrovat do databáze DROZD (Dobrovolná registrace občanů ČR při cestách do zahraničí) zpřístupněné na webových stránkách Ministerstva zahraničí ČR (www.mzv.cz).

Daňový systém je upraven od roku 2005 novým daňovým zákonem zavádějícím rovnou daň. V zemi není uplatňována daň z obratu (prodeje ani daň z přidané hodnoty). Je však zavedena daň z příjmu společností (Corporate Income Tax), kde pro subjekty mimo země GCC (Rada pro spolupráci arabských států v Zálivu) je stanovena sazba 20%. Země GCC jsou osvobozeny od daně z příjmu. U joint venture se sazba daně odvíjí dle podílu jednotlivých společníků a země jejich původu. Daň z příjmu jednotlivců (Personal Income Tax) je totožná s daní z příjmu společností, avšak zaměstnanci firem včetně občanů mimo GCC jsou rovněž od daně z příjmu osvobozeni. Srážková daň z plateb (Withholding tax) je vybírána v případech kdy rezidentní subjekt platí zahraničnímu subjektu. Daň je ve výši 15% a je vybírána na straně plátce, aby se zamezilo fiktivnímu zvyšování nákladů pro účel snižování zisku rezidentních subjektů. Je zde i zdanění zahraničních kontraktů na dovoz zboží, které zahrnuje doprovodnou činnost na území Saudské Arábie. Příkladem je montáž zařízení. Pokud nelze rozpoznat na základě smlouvy hodnotu této činnosti, stanovuje se odhadem ve výši 10% z dodaného zboží.

Všechny dovoz do Saudské Arábie podléhá *celní kontrole*. Od roku 2005 kdy se země stala členem WTO se postupně snižují celní sazby. Průměrně je clo na průmyslové produkty 3,2 %. Avšak vybrané položky, jako jsou například produkty ICT, PC, léky apod. jsou bez cla. Podrobnosti o celních sazbách a jejich aktuální výše lze sledovat na www.customs.gov.sa, kterou spravuje Saudi Customs Office. Dokumenty vyžadované při dovozu jsou: obchodní faktura, certifikát o původu zboží (vydává vždy hospodářská komora), konosament (náložní list – při přepravě po moři) nebo letecký nákladní list, balící list, pojistný certifikát a prohlášení o shodě. Od přijetí do WTO již nemusí dovozce prodávat své produkty cestou autorizovaného distributora, ale napřímo. Dovážené zboží musí doprovázet Certificate of Conformity – potvrzení, že zboží je v souladu s normami místního trhu. Vyhláší ho Saudi Arabian Standard Meteorology and Quality Organisation (www.saso.org.sa). Tento certifikát může vystavit kterákoli instituce pověřená od SASO nebo instituce specializovaná v zemi výrobce, popřípadě i sám výrobce. V tom případě výrobce přebírá veškerou odpovědnost za výrobek. Celníci provádějí námatkové kontroly dováženého zboží a testují ho ve smluvních soukromých laboratořích, a rovněž ho porovnávají s normami. Každý výrobek musí být označen zemí původu. Ochrana domácího trhu je od vstupu do WTO dosti liberalizovaná. Jsou chráněny spíše strategicko-bezpečnostní a politické odvětví. V roce 2010 vznikla zóna volného obchodu, která slouží jako bezcelní skladová zóna k reexportu zboží cíleného

převážně do východní Afriky. Lze v této zóně založit společnosti se 100% vlastnictvím ze zahraničí. Na zónu se vztahují zákony a daně Saudské Arábie. Tato zóna je vlastněna soukromým subjektem (www.tusdeer.com).

Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR se opírá o několik smluvních dohod. V břenu 2002 byla podepsána Všeobecná dohoda mezi vládou ČR a vládou Saúdskoarabského království a vstoupila v platnost dne 20. 1. 2003. Dne 13. 3. 2011 vstoupila v platnost Dohoda o vzájemné podpoře a ochraně investic. Dohoda o zamezení dvojího zdanění vstoupila v platnost 1. 5. 2013.

Poptávky ze strany Saudské Arábie jsou po vyřízení zastupitelského úřadu v Rijádu předávány agentuře CzechTrade a souběžně zasílány provozovatelům internetových portálů českých asociací a sdružení. Kontakty českých společností mající zájem vyhledat obchodního partnera v Saudské Arábii jsou zveřejňovány na webových stránkách Ministerstva zahraničních věcí ČR – www.mzv.cz/riyadh. Čeští podnikatelé se rovněž mohou obrátit o pomoc na Česko-saúdskou podnikatelskou radu a dále mohou bezplatně zveřejňovat svojí poptávku na internetových stránkách Rijádské obchodní komory www.riyadhchamber.com/bop.php.

Místní distribuční a prodejní sítě jsou totožné s vyspělými ekonomikami. Velkoobchodně zde dominují velcí distributoři a importéři a v maloobchodě jsou hypermarkety a nákupní centra. Pro zahraniční firmu je nezbytné navázat spolupráci s místním zástupcem nebo obchodním partnerem (distributorem). Zahraniční firma jej využije jak pro vyřízení víza, založení pobočky, tak po účast na státních zakázkách. Obchodní zastoupení upravuje právně dekret č. M/11 zvaný Agency Law. Zastupitelská smlouva musí být vždy registrována ministerstvem obchodu a průmyslu. Ministerstvo vypracovalo vzorovou zastupitelskou smlouvu, která se v praxi často využívá. Ve smlouvě je zakotveno tzv. „reasonable compensation“, tedy přiměřená náhrada zástupci, pokud dojde k rozvázání smlouvy. Je však lepší ji blíže specifikovat, anebo ji ze smlouvy zcela vypustit, protože v obchodním právu zakotvena není. Výběr obchodního zástupce musí být vybírán obezřetně, jelikož při jeho změně se zahraniční společnost nemusí vyhnout odstupnému a dalším překážkám v obchodní činnosti na tomto území. Dokud společnost řádně neukončí zastupitelskou smlouvu, nemůže uzavřít smlouvu novou. Doporučuje se neuzavírat smlouvu o exklusivně obchodních zástupců, pokud však bude zahraničním partnerem vyžadována, je lepší zvolit její omezení na určitý region či město.

Zakládání společnosti na tomto území prochází třemi fázemi, a to žádostí o licenci u státní instituce pro zahraniční investice (SAGIA), složení základního jmění na účet v bance a registrace společnosti u Ministerstva obchodu a průmyslu. Následně je nutné zaregistrovat společnost u obchodní komory, daňového úřadu a sociálním a pracovním úřadu. Aktuální a dodatečné informace lze nalézt na www.sagia.gov.sa.

Nejčastěji je využívána společnost s ručením omezením, kde může být 100% vlastníkem subjekt ze zahraničí. Minimální vklad činí 500 000 SR a tvoří ji nejméně 2 společníci s vkladem 250 000 SR. To platí pro společnosti, které neplánují výrobu na tomto území. U akciových společností je minimální vklad 2 000 000 SR a 5 společníků. Je zde i možnost založit pobočku (Branch Office), kde je základní kapitál 500 000 SR,

kde za závazky společnosti ručí samotná mateřská společnost. Lze zřídit tzv. „temporary branch“, která je dočasná, nemusí se skládat základní kapitál a slouží pouze pro montáže a další práce zahraniční společnosti vykonávané na tomto území a nesmějí vykonávat jinou činnost, než která je uvedena. Pro získávání informací, kontrolu a technickou podporu obchodních zástupců může zahraniční společnost založit ještě „Technical and Scientific Office“ nebo „Representative Office“, které nesmějí vykonávat ziskovou činnost, a není zde vyžadováno složit základní kapitál.

Požadavky na propagaci, marketing, reklamu jsou totožné s rozvinutými trhy, je však třeba brát ohled na silně zakořeněné tradice a zakázaná témata.

Spory s obchodním zástupcem se řeší dle vzorové smlouvy u Board of Grievances, případně místní nebo zahraniční arbitráží. Je možné vložit do smlouvy právo a soud konaný v zahraničí, avšak jejich rozhodnutí jsou v Saudské Arábii jen stěží dosažitelné. Další podmínkou v tomto případě je, aby dané země měli podepsanou bilaterální dohodu. Rozhodnutí zahraničního soudu dále posuzuje místní soud. Země od roku 1992 přistoupila k mnohostranné dohodě, která uznává rozhodnutí mezinárodních arbitráží, avšak má vyhrazené právo neuznat mezinárodní rozhodnutí, pokud není v souladu s právem Šarija, popřípadě zájmy státu. V praxi je vhodné řešit spor u zahraničního soudu, případě arbitráže s partnery, kteří mají alespoň část majetku v zahraničí. Pokud má majetek pouze v Saudské Arábii, je doporučeno použít místní arbitráže. Její rozhodnutí je rychlé a dává příkaz k příslušnému plnění, například zabavení majetku.

Režim zadávání *veřejných zakázek* je regulován královskými dekrety a ministerskými nařízeními. Jako hlavní zdroj informací poslouží královský dekret č. M/58. V Saudské Arábii neexistuje jedna komise pro zadávání veřejných zakázek, zde si každé ministerstvo nebo vládní agentura řídí zakázky samostatně. Zahraniční společnosti pro zúčastnění se tendru musejí být zaregistrovány u orgánu zadávajícího tendr a musí úspěšně projít obecnou předkvalifikací. Pokud se jedná o veřejné práce, musí účastník tendru splňovat určitý stupeň kvalifikace u Ministry of Municipality and Rural Affairs. Všechny takto kvalifikované společnosti jsou osločovány v případě vydaného tendru nové veřejné zakázky. Zakázky do 1 mil. SR, přibližně 200 tis. EUR mohou být vypisovány bez výběrového řízení. Zahraniční společnosti nemusejí mít od roku 2001 svého oficiálně registrovaného zástupce, avšak pokud ho mají, jejich šance na úspěch se zvyšuje. Doba od vypsání tendru po jeho uzávěrku je vždy delší jak 30 dnů, dle zákona. Pověšinou jsou velké tendry dvoukolové. U veřejných zakázek je vyžadována nabídková záruka (bid bond) ve výši 2% z celkové hodnoty nabídky. Tato záruka musí být vystavena, případně potvrzena místní bankou nebo pojišťovnou akreditovanou u Saudi Arabian Monetary Agency. Nabídková záruka je vrácena nejpozději do 7 dnů od uplynutí jeho platnosti. Zakázky nad 3 mil. SR, přibližně 600 tis. EUR schvaluje příslušný vedoucí pracovník zadavatele tendru a u zakázek nad 100 mil. SR, přibližně 20 mil. EUR je schvaluje předseda vlády. Vítěz tendru je nucen otevřít záruku za dobré provedení díla (Performance Bond) ve výši 5% z hodnoty zakázky a to do 10 dnů od obdržení oznámení. Většina smluv je v arabštině. Za nedodržení stanovených lhůt je nejčastěji uplatňováno penále ve výši 4% z hodnoty zakázky u dodávek zboží. Veřejné zakázky se řídí vždy u tribunálu Board of Grievances.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Saudská Arábie je největším importérem na Blízkém východě, nelze zde však těžit ze znalosti českých výrobků, spíše se zde uplatňuje dobrý poměr mezi kvalitou a cenou. Pro úspěch v obchodování je stěžejní nalézt kvalitního místního obchodního partnera nebo zástupce. Je proto nutné podnikat četné návštěvy této destinace. Zároveň je třeba zdůraznit, že místní soudy nezveřejňují svá rozhodnutí (absence precedentů) a je vždy důležité využití místního právního poradce, aby smlouva byla obhajitelná v případném sporu. Jelikož zde se uplatňuje islámské právo.

Nejčastěji využívané *platební podmínky* jsou dokumentární inkaso nebo akreditiv. Tím se snaží udržet vysokou platební morálka. Místní měnu banky v Saúdské Arábii volně směňují, a tak dovozci mohou bez problémů otevírat akreditivy. Avšak nezřídka velké společnosti (hlavně stavební) a maloobchodní sítě platí i s několikaměsíčním zpožděním. Je důležité si uvědomovat zadržované peníze u státních zakázek a to ve výši až 10%. Tato částka je strhávána z měsíčních faktur a slouží jako zástava za dobré provedení díla. V praxi často investor zadržené peníze nechce vyplácet a požaduje po vykonavateli zakázky další služby a práce, popřípadě opravy vzniklých závad. Vyplácení zádržného je spojeno nezřídka s korupcí.

Významné veletrhy a výstavy v teritoriu.

Největší a nejdůležitější veletrhy a výstavy jsou konány ve třech lokalitách a to v oblasti Rijádu (střed státu a hlavní město), na východě v Dammánu a západě Džiddy. Svým rozsahem místní veletrhy nedosahují velikosti a významu jako ty v Evropě. Lepší je využít veletrhu pro tento region konaného ve Spojených arabských emirátech. Je doporučeno sledovat webové stránky pořadatelů: www.recexpo.com (Riyadh), www.acexpos.com (Jeddah) a www.dhahran-expo.com (Dhahran).

SWOT analýza z pohledu ČR

Silné stránky země jsou převážně: silná ekonomika produkující vysoké HDP a to přibližně 725 mld. USD; stabilní politická situace; rozsáhlé investiční záměry, závislost na dovozu; funkční velvyslanectví ČR v Rijádu a dobré vztahy na úrovni politiky s ČR.

Slabé stránky jsou neznalost české značky a tradice českých výrobků; silná konkurence; obtížnější vymahatelnost práva; majetková účast zahraniční firmy prostřednictvím pobočky apod.

Příležitosti jsou dostatek finanční prostředků (hlavní zdroj ropa); modernizace a transformace podnikatelského prostředí i státního sektoru; velké množství nutných investic na průmyslový rozvoj a dopravní infrastruktury.

Hrozby jsou hlavně neznalost místního prostředí a společenských struktur; politické napětí v regionu Blízkého východu; velká závislost na cenách ropy; teroristické útoky.

3.4 Maroko

Úředním jazykem je arabština a od roku 2011 také berberština. Francouzština je bez problému používána v obchodním styku. Anglický jazyk není běžně používán, avšak u mladší populace se anglicky lze domluvit. Peněžní jednotka je 1 dirham (zkratka

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

MAD), tu tvoří 100 centimů. Domácí měna není však volně směnitelná, lze tedy dobře směnit USD a EUR. Pro orientaci je kurz pro 1 EUR přibližně 11 MAD a 1 USD přibližně 8,6 MAD. Pracovní doba je zpravidla pondělí až pátek od 9:00 do 12:30 hodin a od 14:30 do 18:30 hodin. Od 8:30 do 15:30 je pracovní doba státní správy. Je však důležité brát v potaz svátek Ramadán, kdy se jednotlivé časy celodenního půstu mění a zkracují.

K vyhledání vhodných obchodních partnerů je doporučeno využívat obchodní komoru v Maroku, Česko-marockou smíšenou obchodní komoru sídlící v Praze. Prostřednictvím internetu je však míra účinnosti dosti omezená. Při oslovování marockých podniků je vhodné využívat papírových prospektů než předání informací v elektronické podobě. Je však důležitá trpělivost, jelikož reakce místních podniků bývají často v delším časovém horizontu. Slušnou formou se může urgovat odpověď po 10 dnech od zaslání nabídky. Pokud ani po urgenci do jednoho měsíce místní společnost nezareaguje, tak z největší pravděpodobnosti nemá zájem. Při projevení zájmu je nejvhodnější osobní kontakt, jelikož pro uzavření úspěšného obchodu je nutné navázat blízký a osobní vztah. Místní obchodníci musí nabýt pocitu, že nebudou podvedeni. Je vhodné v oblasti podpory prodeje nabídnout kvalitní poradenství a doprovodné služby. Pokud dojde ke kontaktování marockou firmou z její vlastní iniciativy, je dobré si ji prostřednictvím zastupitelského úřadu ČR prověřit. Nezřídka totiž Maročané chtějí navázat kontakt s podniky z EU za účelem získat pozvání a tím získat možnost emigrace. Maroční obchodníci povětšinou jednají v týmu a kladou důraz na dodržování protokolu.

Občan ČR pro vstup do Maroka musí mít cestovní pas s platností nejméně 3 měsíce od vstupu na toto území. Držitel pasu není potřeba vízum, pokud pobyt nepřesáhne 90 dnů. Při vstupu do země se vyplňuje vstupní registrační formulář, který obsahuje základní osobní údaje a účel pobytu.

Od 1. března 2000 nabyla platnosti Asociační dohoda, podepsaná Marokem v roce 1996. Tato dohoda je uzavřená s EU a roku 2008 získalo Maroko „statut avancé“. Tím se stalo přidruženou zemí EU. Spolupráce s EU přinesla ustanovení zóny volného obchodu na průmyslové výrobky, což odbouralo celní tarify na dovoz průmyslových výrobků ze členských států EU. Zajímavostí Maroka je, že od roku 2005 jako jediná africká země má uzavřenou dohodu o volném obchodu z USA.

Daňový systém je tvořen zejména třemi kategoriemi daní. A to daní z přidané hodnoty (taxe sur la Valeur Ajoutée – TVA), podnikovou daní (impôt sur les sociétés - IS) a daní z příjmu (impôt sur le Revenu - IR). Daň z přidané hodnoty se vztahuje na aktivity průmyslové, obchodní, řemeslné, stavební, svobodné profese a rovněž na dovoz, případně obchod s realitami. Základní sazba je ve výši 20%. Snížené sazby ve výši 14% (např. elektřina, doprava), 10% např. u zemního plynu, vybavení hotelů, 7% uplatňované např. na farmaceutické výrobky, nákladní vozidla, nebo poplatník od daně může být zcela osvobozen a to např. u mezinárodní dopravy. Podniková daň se týká příjmů obchodních společností, případně veřejných institucí a dalších právnických osob. Standardně je ve výši 30%, avšak existuje mnoho výjimek. Daň z příjmu uplatňována pro příjmy fyzických osob je daní progresivní, členěnou do 6 základních typů. 0% daň pro příjmy pod 30 000 MAD a 10%, 20%, 30%, 34% a nejvyšší 38% pro příjmy přesahující 180 000 MAD. Platí zde však opět určitá daňová zvýhodnění. Do roku 2015

je zavedena solidární daň ve výši 0,5% až 2% v závislosti na výši zisku, která je vybírána od roku 2013. Je určena pro podporu fondu sociální koheze. Povinnost platit tuto daň mají podniky, jejichž roční zisk přesáhne hranici 15 mil. MAD.

Marocký trh není chráněn jakoukoli ochrannou politikou domácí výroby vůči dováženým výrobkům ze zahraničí. Hlavní úlohu v odstraňování obchodních bariér souvisejících s dovozy je členství Maroka v GATT od roku 1987 a WTO od roku 1995. Zákazy na dovoz zboží se vztahují jen na několik produktů např. výbušniny, ojeté pneumatiky. Kompletní a aktuální seznam zakázaných produktů lze nalézt na www.douane.gov.ma/web/guest.

Každý dovozce se musí registrovat do marockého obchodního rejstříku (registre de commerce) a povětšinou je nutné mít navázán obchodní vztah na některého marockého partnera. Zároveň je nutné uvádět marockou banku, kterou bude využívat pro finanční operace spojené se zahraničním obchodem. Samotné proclení dovezeného zboží zajišťuje marocký partner, který komunikuje s místní celní správou. Přehledný postup pro dovoz lze dohledat na webových stránkách Marocké celní správy: www.douane.gov.ma.

Pro deklaraci zboží je nutno uvést celní klasifikaci (tarif) zboží, místo vývozu, zemi původu zboží a jeho hodnotu, dále pak váhu. Je nutné mít vyplněný formulář Marocké celní správy zvaný „Déclaration unique des Marchandises“ jenž obsahuje detailní informace a dále přepravce vyplňuje souhrnnou deklaraci. K detailní deklaraci musí být ještě přiložena obchodní faktura s hlavičkou firmy ve francouzském jazyce, razítkem firmy a podpisem, dále potvrzení z marocké banky o bankovním účtu, certifikát o zemi původu (Certificat de circulation des marchandises EUR.1), doklad o převozu zboží, obalovou soupisku a potvrzení o zápisu do marockého obchodního rejstříku, popřípadě další dokumenty dle druhu zboží. Detailní celní deklaraci před celým celním procesem je nutné registrovat do počítačového celního systému BADR.

Při dovozu zboží z EU jsou uplatňovány speciální celní tarify na základě Asociační dohody. Od 1. března 2012 jsou odstraněny celní tarify, a to díky sjednané zóně volného obchodu s EU, čímž je dovoz veškerých nových průmyslových výrobků, kromě osobních vozidel.

Distribuční a prodejní kanály pro zahraniční zboží dovážené do Maroka směřuje do Casablanky, případně do Tanger. Společnosti v těchto lokacích často zajistí další distribuci soukromým či státním prodejcům a místním distributorům. V Maroku převládají tradiční malé obchody, než velkoobchodní sítě (podíl cca 13%). Největší velkoobchodní prodejcem je řetězec Marjane, celkem velkoobchodních firem je 7. Pro běžného marockého zákazníka je rozhodující cena. Pro vyhledávání obchodních partnerů dobře poslouží katalog společnosti Kompas, který je dostupný online. Nejlepší a zároveň nej kvalitnější kontakt je však vždy osobní. Doporučuje se tedy osobní návštěva tohoto teritoria. Nejčastější provize obchodních zástupců jsou ve výši 5 až 10% z uvedené ceny zboží a obchodní marže samotných distributorů je zpravidla od 10% do 40% z uvedené ceny zboží. Obchodní zástupci na tomto území v mnohých případech chtějí získat exkluzivní zastoupení. Je však vhodné dohodu uzavřít až po ozkoušení zástupce, případně sjednat exkluzivitu na omezenou dobu.

V Maroku od roku 1992 může vlastnit celý podíl společnosti cizinec či podnik ze zahraničí. A to u společností S.A. (Société anonyme – akciová společnost), případně S.A.R.L. (Société à responsabilité limitée - společnost s ručením omezeným). Pro lepší přístup místních úřadů se však z praxe doporučuje, aby ve společnosti byl rovněž marocký společník. Při zakládání S.A. je nutné složit ke dni zápisu kapitál v minimální výši 300 000 MAD a mít nejméně 5 zakládajících společníků. Pro zvyšování důvěryhodnosti však mnoho společností svůj kapitál postupně navyšuje. Pro založení marocké společnosti je vhodné využít služeb některé z poradenských společností, kterou lze vybrat ze seznamu marocké obchodní komory. Lze rovněž využít tzv. regionální investiční centra, která mají pomoci při zakládání společnosti. Fungují na principu „one-stop-shop“. Jejich kvalita je však dle regionu odlišná.

Propagační materiály i technická dokumentace dovezených produktů by měla být ve francouzském nebo arabském jazyce. Pro úspěšný prodej výrobku je zcela nezbytné předvedení zboží, zajištění vzorků a osobní návštěva u obchodních zástupců nebo distributorů. Dobrým řešením je zajistit zaškolení lokálních techniků. Vhodnou formou pro prezentaci zboží je využití některého ze specializovaných veletrhů konaném v obchodním a hospodářském centru Casablanca. Zastupitelský úřad ČR sídlící v Rabatu může pomoci s prezentací českých společností.

Veřejné zakázky v Maroku jsou trojího druhu a to na dodávky materiálu, služeb a práce. Zahraniční společnosti se o ně mohou ucházet, avšak od ledna 2014 na základně vládního dekretu k veřejným zakázkám (Décret n°2-12-349 du 8 jourmada Ier 1434 - 20 mars 2013 - relatif aux marchés publics) mohou být ceny zahraničních společností navýšeny komisí a to nejvýše o 15%, tak aby získaly místní podniky výhodu v tendru. Veřejné zakázky jsou minimálně 21 dnů před podáním nabídek na speciálním webovém portálu www.marchespublics.gov.ma. Zadávací dokumentace vybraných výběrových řízení může být zpoplatněna ve výši zhruba 500 MAD. Pro zúčastnění veřejného tendru musí účastník prokázat: právní, technickou a finanční způsobilost, řádnou daňovou situaci a musí být zapsán u místní správy sociálního zabezpečení a bez prodlení ji odvádět platby. Dále je nutná záruka marocké banky. Ta však vyžaduje protizáruku vystavenou bankou v zemi dodavatele. Částka záruk může být absolutní nebo procentuální z nabídkové ceny. Účastník ještě musí zajistit a předložit certifikát daňového úřadu, popis zboží, reference o technické způsobilosti apod. U některých veřejných zakázek ještě může probíhat před kvalifikační řízení, které má za cíl vyřadit společnosti, které nedisponují dostačujícími odbornými, technickými, popřípadě ekonomickými předpoklady.

Mezi nejčastější *problémy a rizika místního trhu*, se kterými se dodavatel může setkat je špatná platební morálka, korupce, větší administrativní zátěž, odlišná interpretace zákonů v regionech a nedostatečně kvalifikovaná pracovní síla. I přesto, že je Maroko členem Světové organizace duševního vlastnictví a dalších smluv a dohod, je třeba dbát na dodržování jejich pravidel. V Maroku je mimo jiné veliký výskyt padělků.

Nejčastější *platební podmínkou* je platba při dodávce zboží. Avšak samotná platební morálka je nízká a týká se nejen soukromých firem, ale rovněž státních podniků a veřejných institucí. Při obchodování se státními podniky musí dodavatel počítat se zákonem stanovenou lhůtou 90 dní a u soukromého sektoru činní maximálně 60 dnů od

dodržení zboží. Od data 1. 1. 2013 lze již na základě zákona vymáhat náhradu škod z neuhrazených plateb po datu splatnosti, tedy po 60 denní lhůtě. Často se uplatňuje neodvolatelný a potvrzený akreditiv při mezinárodním obchodě. Platby předem jsou v tomto regionu spíš výjimečné a to z důvodu místního systému devizových předpisů.

SWOT analýza z pohledu ČR

Silné stránky: dlouhodobá vývozní tradice, dobrá znalost místního trhu zainteresovanými českými podnikateli; dobré jméno ČR a reputace českých výrobků; konkurenceschopnost zboží, které přináší dobrý poměr ceny a kvality; dobré politické vztahy; možnost spolupráce při cílení exportu do třetích zemí v oblasti frankofonní subsaharské Afriky.

Slabé stránky: korupce a špatná platební morálka; možné jazykové bariéry s francouzským jazykem; malý zájem české podnikatelské veřejnosti o místní trh a s tím související malá snaha o zakládání aliancí v daném teritoriu.

Příležitosti: výstavby marocké infrastruktury – silniční, železniční, letecké; dodávky zařízení na čištění odpadních vod; energetika – spalování uhlí, mazutu, obnovitelné energie – solární a větrné elektrárny; modernizace textilního a strojírenského průmyslu; investice do marockého zemědělství; účast na rozvoji a modernizaci zařízení v cestovním ruchu – wellness, lázeňství, zdravotnictví.

Hrozby: vysoká míra byrokratické zátěže země; menší diverzifikace ekonomiky; rostoucí cenová konkurence zejména z Turecka a Číny.

3.5 Rusko

Rusko představuje pro Českou republiku jeden z důležitých trhů pro diverzifikaci vývozu. Jedná se o obří trh s 143 056 miliony obyvateli, kteří hodnotí výrobky z ciziny za luxus, a zároveň mají pozitivní vztah k českým výrobkům a k České republice. Vzniká zde plno příležitostí hned v několika oborech, příkladem je strojírenství, energetika, automobilový průmysl a další. Poptávka ruského trhu roste s růstem životní úrovně obyvatelstva a s nutnou modernizací průmyslu, dopravní infrastruktury apod. O důležitosti tohoto trhu si je ČR vědoma a její snahou je podporovat činnosti českých vývozců v tomto teritoriu.

Mezi základní předpoklady úspěchu v Rusku patří kvalita osobních kontaktů v *obchodním jednání*, kvalitní příprava a vlastněná písemného potvrzení. S osobními kontakty souvisí i důvěra, která hraje velkou roli při uzavírání obchodů, jelikož ve většině ruských společností je převaha direktivního stylu řízení, je potřeba si ji budovat vždy s nejvyšší postavenou osobou. Doporučením je také pořizovat ze schůzek zápis odsouhlasený a podepsaný zúčastněnými stranami. To stejné platí u změn a dodatků smluv. Pronikání na ruský trh je dlouhodobější a finančně náročnější časový úsek. Samotná obchodní kultura se odvíjí od konkrétního regionu, kde se můžeme setkat i s muslimsko-orientálním přístupem. Jen málokdy se uzavírá obchod při prvním jednání. Výběrem vhodného obchodního partnera lze zamezit pozdějším problémům s bezpečností, příkladem je může být vydírání a podobné nelegální praktiky a zároveň může ulehčit jednání s příslušným úředníkem, pokud obchod vyžaduje státní schválení.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

V současné době podnikatelé, mladší úředníci státní správy a vrcholový management společností bývá zběhlý v anglosaském stylu jednání. U těchto vrstev převládá pragmatický a logický přístup. V takovém to případě je nutné být vždy připraven a mít všechny potřebné informace.

Při jednáních vícečlenné ruské strany nejčastěji vede a zahajuje její vedoucí a není vhodné obracet se s dotazy na jiné zúčastněné ze skupiny. Ty zpravidla vedoucí delegace vyzívá k řeči. Respektování tohoto pravidla vede ve většině případech k úspěchu.

Rusové vnímají pojetí času odlišně a není vhodné jakkoli se snažit časově tlačit potencionálního partnera k rychlému rozhodnutí. Odlišné vnímání času má i jiný dopad jako je přesný čas schůzky, kdy se ruský protějšek může opozdit i v řádech hodin. To samé si však jejich partner dovolit nemůže. Rusové jsou pověstí tím, že vyžadují od svého protějšku co nejdříve odpověď. Ovšem na dotazy cílené na ně může být poměrně dlouhá časová lhůta odpovědi, než na jakou je český subjekt zvyklý, a to i přes jakoukoli urgenci. Výhodou pro české obchodníky však může být jejich pozitivní vnímání ruskými protějšky. Obchodník může někdy narazit na tzv. německý syndrom. Pokud se tak stane, ruský protějšek vlastní nabídku z Německa a na základě ní porovnává ostatní nabídky.

Před jednáním je potřeba si předem sjednat v jakém jazyce se povede. Starší generace preferuje ruštinu a mladší většinou disponuje anglickým nebo dalším světovým jazykem. Jestliže předmětem jednání budou jakékoli technické parametry, je vhodné si najmout tlumočníka. Na schůzky se doporučuje mít vždy módní oblek a vyhýbat se jakýmkoli plagiátům světových značek, protože Rusové dávají své bohatství rádi na obdiv právě odíváním.

Od počátku jednání je velice důležité uvádět co nejpřesnější a hlavně pravdivé informace o předmětu obchodu. Obchodníci z Ruské federace mají velice dobrý přehled o cenách a technických parametrech.

Mezi ČR a RF je uzavřeno poměrně velké množství *bilaterálních smluv* se snahou diverzifikace dvoustranných obchodní i ekonomických vztahů. Vybrané dohody jsou v kontextu s obchodně-ekonomickou oblastí. Smlouva mezi vládou ČR a vládou RF o zamezení dvojího zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu a z majetku (vstoupila v platnost 18. 7. 1997), Dohoda mezi vládou ČR a vládou RF o hospodářské, průmyslové a vědeckotechnické spolupráci (vstoupila v platnost 18. 7. 2005), Dohoda mezi vládou ČR a vládou RF o podpoře a vzájemné ochraně investic (vstoupila v platnost 6. 6. 1996), Dohoda mezi vládou ČR a vládou RF o hospodářské a vědeckotechnické spolupráci v oblasti zemědělsko-průmyslového komplexu (vstoupila v platnost 13. 8. 1993), Dohoda mezi Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže ČR a Státním výborem RF pro antimonopolní politiku a podporu nových hospodářských struktur (Moskva, 24. 1. 1997), Dohoda mezi vládou ČR a vládou RF o spolupráci v celních otázkách (Praha, 17. 10. 1997), Dohoda o spolupráci mezi MPO ČR a Ministerstvem vnějších ekonomických vztahů a obchodu RF (Praha, 13. 3. 1998), Dohoda mezi vládou ČR a vládou RF o mezinárodní silniční dopravě (Praha, 13. 3. 1998), Dohoda mezi vládou ČR a vládou RF o přechodné pracovní činnosti občanů

(Moskva, 25. 6. 1998), Dohoda mezi Úřadem pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví ČR a Výborem RF pro normalizaci, metrologii a certifikaci o uznávání výsledků zkoušek výrobků vzájemně dodávaných mezi výrobními a obchodními podniky ČR a RF (Moskva, 15. 4. 1999), Dohoda o spolupráci mezi českou pojišťovací společností EGAP a Českou exportní bankou a ruskou pojišťovací společností “Ingosstrach” a ruskou “Avtobank” (Moskva, 15. 4. 1999), Rámcová mezibankovní úvěrová dohoda mezi Československou obchodní bankou a Vněštorgbankou (Praha, 9. 10. 2001), Dohoda o spolupráci mezi Českou exportní bankou a Vněštorgbankou (Moskva, 16. 4. 2002) a Memorandum o ekonomické, průmyslové a vědeckotechnické spolupráci mezi MPO ČR a Vládou Moskvy (Moskva, 27. 5. 2005).

Rusko se stalo oficiálně členem Světové obchodní organizace (WTO) 22. srpna 2012, jejíž jednání o členství započalo rokem 1993. Tím si zvětšilo svojí prestiž a otevřelo společnostem a podnikatelům ze zahraničí, a zároveň usnadnilo vstup na zahraniční trhy svým podnikům. Mimo to Rusko věří navýšení do země plynoucích dlouhodobých investic.

Pro svůj vstup si vyjednalo výhodné podmínky, kdy jí WTO poskytla na uvolňování obchodních a jiných bariér sedm až osm let od vstupu. Během tří let od vstupu Rusko sníží průmyslové tarify na 7,8 z 10 procent a průměrné celní zatížení klesne na 7,8 z 10 procent. Je to pouze začátek a pro liberální obchod to jsou stále značná zatížení, nejeden z důvodů ochrany domácích výrobců, ale také z obav neschopnosti nahradit pokles příjmů do svého rozpočtu. Rovněž existují stále odvětví pod ochrannou státní, a to zejména v potravinářském, spotřebním, automobilovém průmyslu, živočišné výrobě a ve strojírenství. Jedním z požadavků vstupu byla odlišná cena zemního plynu odebíraného od Gazpromu pro ruské zákazníky a dražší cena pro zákazníky mimo Rusko. Ruský zákazník zaplatí přibližně o jednu třetinu méně než evropský, což přináší ruským podnikům významnou konkurenční výhodu. Závažným problémem ekonomiky jsou města závislá na jednom velkém podniku (tzv. monogoroda). Ten svou přítomností značně ovlivňuje existenci a chod daného města. Pokud by takový podnik zkrachoval, prudce by se zvýšila nezaměstnanost a mnoho obyvatel by muselo opustit z ekonomických důvodů daný region.

Daňový systém v Rusku je tvořen z federální, regionální a místní daně. Od roku 2004 dochází ke zjednodušování daňového systému, snižování daní, zrušení některých daní (např. dědická daň) a byly odstraněny speciální daňové smlouvy mezi státem a plátcí daní. U DPH je třeba zdůraznit, že praxe při oprávněném nároku na její vrácení je velice složitou procedurou a dochází k zneužívání nejasného systému administrace.

V květnu 2009 byl ruskou vládou schválen dokument – Základní směry daňové politiky na rok 2010 a plánované období 2011 a 2012. V něm vláda zdůrazňuje jako prioritu vytvořit efektivně fungující daňovou soustavu při zachování současné úrovně daňové zátěže. Daňová politika má za cíle snížit dopady ekonomické krize a snažit se obnovit tempo ekonomického růstu. V roce 2011 došlo k zvýšení odvodů zdravotního a sociálního pojištění na 34% z předchozích 26%. Pro spravedlivější rozdělování prostředků mezi ruské subjekty má vzniknout institut konsolidované daňové evidence v Ruské federaci.

Spotřební daň má tendenci se zvyšovat. Tato daň u alkoholu a cigaret má být ve stejné úrovni jako nejnižší spotřební daň v EU. Zároveň je snaha více stimulovat spotřebu kvalitnějších výrobků, kdy méně kvalitní výrobek by měl mít větší daňovou zátěž, než výrobek kvalitní. K zavedení však ještě nedošlo.

Maximální sazba zdanění zisku právnických osob činí 20%, z toho federální 2% daň a 18% daň regionální, která může být snížena až na 4,5%. Daň z příjmů fyzických osob je povětšinou 13% pro rezidenty a 30% pro nerezidenty. Daňovým rezidentem je fyzická osoba, která je nejméně 183 dní fyzicky přítomna v Rusku během uplynulých 12 měsíců. Daň z dividend je 9% pro rezidenty a 15% pro nerezidenty. DPH je 18% daň a snížená 10% pro základní potraviny, léčiva, dětské oblečení a některé další zboží. Z objemu vyplacených mezd musí zaměstnavatel odvést 30% na sociální zabezpečení. Daňová soustava je však v Ruské federaci mnohdy složitá kvůli četným výjimkám.

Ministerstvo ekonomického rozvoje Ruské federace je kompetentní k *veřejným zakázkám*. Veřejné zakázky upravuje zákon číslo 94-FZ z 21. 7. 2005 ve znění pozdějších předpisů. Veškeré informace o federálních zakázkách jsou od 1. 1. 2010 umístěny na Federálním portálu státních zakázek (www.zakupki.gov.ru) spravovaném výše uvedeným ministerstvem a kontrolovány Federálním antimonopolní službou (FAS). Aktuální informace o příležitostech jsou dostupné pouze registrovaných subjektům. Existují i portály jenž poskytují za poplatek informace o zakázkách - www.gostorgi.ru a www.bob.ru. Zároveň jednotlivé tendry jsou mnohdy vypisovány danými federálními regiony a umístěny na jejich internetových portálech. Na www.regions.ru jsou umístěny odkazy na všechny regiony. V neposlední řadě Evropská komise rozesílá veřejné zakázky kompetentním úřadům, agenturám a komorám České republiky. V Rusku platí cenová preference pro domácí dodavatele. Její výše činí 15 procent, což slouží prozatím jako efektivní nástroj pro dostatečné zvýhodnění domácích subjektů před zahraničními zájemci.

V praxi je získání státní zakázky v Ruské federaci velice obtížné a potencionální výherce musí čelit mnohým překážkám. Častěji spíše české společnosti se pouze podílejí na veřejných zakázkách jako subdodavatelé nebo jako partneři ruské společnosti, která daný tendr vyhraje. Zpravidla mají šanci na úspěch ty české společnosti, které jsou zběhlé v legislativních, právních a dalších informacích důležitých pro daný obor a případně teritorium. Zároveň musí mít dostatečně kvalitního místního partnera nebo partnery a dostatek referencí, prostřednictvím nich získává společnost na důvěře.

SWOT analýza z pohledu ČR

Silné stránky: velký více jak 145 mil. trh s velkou absorpční kapacitou, kvalifikovanou pracovní silou a nerostným bohatstvím; pozitivní vnímání ČR a českých výrobků z tradičních odvětví místních spotřebitelů; velký počet bilaterální smluv; dlouhodobé zkušenosti z ruského trhu; menší jazyková bariéra díky znalosti ruského jazyka; geografické umístění ČR a Ruska; dobrá znalost potřeb ruských spotřebitelů; zájem na rozvoji oboustranných hospodářských vztahů; relativně silná podpora exportérů českými institucemi a společnostmi zabývající se proexportní činností.

Slabé stránky: malá kapitálová vybavenost českých podniků; nedostatek informací o příležitostech na ruském trhu; nízká schopnost sdílení informací českých vývozců mezi sebou či vytvářet aliance; nedostatek povědomí o možnostech, bariérách trhu; podnikatelské prostředí nedosahuje úrovně evropských standardů.

Příležitosti: vstup do Světové obchodní organizace (WTO) a s tím související snižování obchodních bariér; postupné otevírání trhu; dynamický růst ekonomiky; růst reálných příjmů a tedy růst poptávky po zboží a službách, zahraničních zboží je bráno jako luxusní statek; zájem o přenášení výroby na vysoké technické úrovni; modernizace výrobních odvětví.

Hrozby: velké množství zásahů státu do ekonomiky; možná nestabilita spojená s dlouhodobým vysokým tempem hospodářského růstu; citlivost ruské ekonomiky na změny světových cen surovin; nerovnoměrně rozložená např. dopravní, telekomunikační, energetická infrastruktura; v určitých sektorech ekonomiky jsou monopolní struktury; značná netransparentnost podnikání; nedostatečná ochrana duševního vlastnictví.

3.6 Zelená linka pro export

První komunikace s Českou státní podporou exportu směřovala na Zelenou linku pro export, jejímž prostřednictvím se může každý začínající vývozce dozvědět potřebné informace. Na lince se dle představovaných informací exportér může dozvědět o všech možnostech a institucích České státní podpory exportu. Konkrétně informace a kontakty na kompetentní pracovníky agentury CzechTrade, České exportní banky, Exportní garanční a pojišťovací společnosti, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a rovněž jednotlivých zastupitelských úřadů. Právě proto se autor práce rozhodl pro první kontakt se státní Českou podporou exportu využít Zelenou linku pro export a prostřednictvím předem připraveného dialogu volal na uvedené telefonní číslo 800 133 331.

Autor na začátku rozhovoru v krátkosti představil společnost: její zaměření a cílené trhy, jelikož podmínky pro vývoz se mohou dle sortimentu různit. Dotazy byly následující: 1. Jaké jsou podmínky dovozu do zemí Spojené Arabské Emiráty, Saudská Arábie, Maroko a Rusko?; 2. Kde se mohou sledovat změny v podmínkách dovozu do těchto zemí? 2. Jsou ve zmíněných teritoriích zastupitelské úřady?; 3. Kde můžeme nalézt poptávku z těchto trhů?

Při kontaktu se Zelenou linkou pro export se sledovala informovanost operátorů, operativnost. U informovanosti se kladl důraz na množství poskytnutých informací a zpracování dotazů. Operativnost se hodnotí jako rychlost reakce na položené dotazy a to převážně u emailové komunikace.

Spojení s operátorem proběhlo do 1 minuty od vytočení telefonního čísla 800 133 331. Informovanost operátorky byla více než dostačující. Na první otázku odpověděla ihned, ale reakce byla všeobecná. Poradila, kde přesně lze nalézt potřebné informace. A následoval plynulý přechod k otázce 2. Bylo sděleno, že dovozní podmínky lze dohledat na bussinesinfo.cz, avšak s několika denním zpožděním. Zároveň zdůraznila, že vhodné informace mohou poskytnout pracovníci CzechTrade, případně lze využít teritorialisty MPO, pokud je pro danou zemi přidělen. Dále doporučovala informace hledat na celní

správě a u jednotlivých zahraničních kanceláří. Odpověď na otázku číslo 3 musela operátorka vyhledat, avšak v přiměřeném čase – do 50 sekund. Reakce na otázku číslo 4 byla téměř identická s odpovědí na otázku číslo 2 s tím, že byla doporučena možnost pro vyhledávání poptávky v zahraničí využít nestátní podporu exportu v podobě soukromých vývozních aliancí.

Operativnost je autorem této práce hodnocena kladně. Samotné informace jsou vyhledávány rychle. Avšak je nutné podotknout, že důležitou roli hraje charakter otázky. Význam linky je podstatný pro začínající exportéry, urychlí celkový proces hledání informací. Je třeba zdůraznit, že linka je bezplatná a jediným nákladem pro vývozce je jejich čas strávený na telefonu, či na emailu. Doporučení z provedeného průzkumu jsou, že pro konkrétní informace je třeba vždy využít emailovou korespondenci, než telefonický rozhovor. Pro všeobecné otázky, které však již nejsou natolik praktické a mnohdy přínosné, lze využít samotnou telefonní linku.

3.7 CzechTrade

Služby, které může společnost ABC využít od agentury CzechTrade byly přímo konzultovány s představiteli společnosti. Výběr služeb se řídil dle parametrů společnosti a aktuálních potřeb.

Jako první možnou potenciální službou, kterou by mohla společnost využít, byly *exportní balíčky*. Při využití exportních balíčků by společnosti ABC platila za služby zahrnuté v nich dle ceníku platného od 1. ledna 2014 za balíček basic: prioritní země 5 000 Kč, zájmové země – 10 000 Kč, země EU – 15 000 Kč a za balíček business: prioritní země 10 000 Kč, zájmové země: 15 000 Kč, země EU – 20 000 Kč. Ceny jsou nižší oproti ceníku určeného pro velké podniky, jelikož společnost ABC spadá do kategorie malého a středního podnikání.

Pro zmiňované země by ceny byly tedy následující: Spojené arabské emiráty a Maroko jsou začleněny do kategorie zájmových zemí – cena balíčku basic je 10 000 Kč a business 15 000 Kč; Rusko je v kategorii prioritních zemí – cena balíčku basic je 5 000 Kč a business 10 000 Kč; Saudská Arábie není ani v jedné z kategorií a na ní se ceník nevztahuje. Kategorizace zemí se řídí podle Exportní strategie České republiky pro období 2012 – 2020.

Při představení možností balíčků a služeb na základě rozhovorů s představiteli společnosti vyplynulo, že by při využití balíčků volili balíček Business. Balíček Basic vyhodnotili pro jejich situaci jako neaktuální – je vhodný spíše pro začínající vývozce, kteří nemají dostatečný přehled a zkušenosti pro vývoz do 3. zemích, proto by vybrali dražší avšak pro vývozce ze zkušenostmi vhodnější balíček. Od tohoto balíčku by očekávali dostatečné kvalitní kontakty, které CzechTrade slibuje poskytnout a to ve výši 20 obchodních kontaktů. Kdyby pouze jediný z nich byl kvalitní a obchod by se realizoval, zaplatil by náklady na tento balíček a ostatní služby s ním spojené: teritoriálně zaměřené analýzy (aktuální situace na trhu, daňový a finanční sektor, ekonomickou a politickou situaci); účast na 4 odborných seminářích pro 1 osobu; konzultace se zahraničními zástupci ministerstva průmyslu a obchodu; účast na Meeting Point CzechTrade (setkání zástupců firem se zástupci vybraných zahraničních kanceláří agentury). U balíčku představitelé zdůraznili jako výhodu, že agentura nejen, že nalezne

20 obchodních kontaktů, ale rovněž zajistí oslovení kontaktních osob a předání prezentace společnosti a je schopna zajistit obchodní jednání v daném teritoriu. Jelikož jeden balíček je určen pro jednu zemi, vybrali by si balíček pro teritorium Maroko, jelikož na trhu již realizovali několik obchodních případů, avšak nemají o tomto trhu ještě dostatek informací. Do Ruska zatím přímo sami neexportovali, ale všechen vývoz realizovali ve spojení s jinou českou společností, která má dostatečnou znalost místního prostředí. Zástupci společnosti dále uvedli, že pro případné nové trhy by zvažovali pořízení exportního balíčku při nepřehledné situaci na místním trhu.

Dále bylo konzultován a autorem práce hodnocen *adresář exportérů*. Adresář je dostupný online na webové adrese exporters.czechtrade.cz a je ve 13 jazykových verzích. Autor při hodnocení sledoval následující parametry: přehlednost, kvalitu a objem dostupných informací.

Adresář exportérů je autorem hodnocen jako přehledný (vzhled adresáře je přiložen v příloze č. 3). Horní část webového portálu tvoří výběr 13 jazykových verzí a ihned po umístěném logu adresáře je umístěn formulář, který funguje jako fulltextový vyhledávač. Prostřednictvím formuláře může návštěvník hledat informace umístěné v celém katalogu nebo může vyhledávání omezit na informace v katalogu firem nebo v katalogu produktů a služeb. Rovněž lze využít podrobnější vyhledávání a zadat kritéria: oborové zařazení a geografické zájmy (kontinenty, oblasti, konkrétní země). Pokud si návštěvník není jistý, co přesně hledá nebo neví jaká konkrétní klíčová slova má zadat, může využít manuálního vyhledávání a členění firem dle oborů nebo produktů a služeb. Katalog je řazen vždy abecedně. Adresář dále může firmě pomoci v optimalizaci svých vlastních webových stránek, jelikož při umístění společnosti do adresáře se může více zviditelnit její vlastní webová prezentace ve světových vyhledávačích (např. google.com). Dále nabízí snadné řešení jak prezentovat společnost na internetu hned v několika jazykových mutacích. Jednou z výhod při registraci je, že samotný adresář je prezentován pracovníky CzechTrade v zahraničí, kteří při poptávce ze zahraničí vybírají vhodné společnosti z adresáře.

Cena zápisu byla zjištěna na základě zaslání emailu – info@czechtrade.cz. Kontakt byl autorem nalezen na webu exportem.czechtrade.cz v sekci kontakty. Druhý den od odeslání dotazu byla zaslána odpověď s prezentací, ve které byly uvedeny všechny potřebné informace – cena, varianty zápisu a návod jak editovat zápis, dále informace proč zápis do adresáře využít. Zasláná prezentace poskytla ucelené a dostatečné informace podle kterých se mohla potencionální společnost rozhodnout, zda službu využije. Byla zde však absence jakýchkoli statistik webu, což může být právě důležitým argumentem proč se pro zápis rozhodnout. Zápis je rozdělen do dvou typů. Zápis BASIC obsahující základní prezentaci společnosti – oborové zařazení činnosti firmy, kontaktní údaje a základní anotaci o činnosti firmy v češtině a třech světových jazycích (angličtina, němčina a ruština) dle podkladů předaných klientem. Klient si tuto variantu může nastavit po registraci v Klientském rozhraní agentury CzechTrade (online na klient.czechtrade.cz). Autor hodnotí firemní profil jako zdařilý, jsou zde všechny potřebné informace, avšak stále je zachována jednoduchost a přehlednost webu. Příklad profilu společnosti je uveden v příloze č. 4. Cena tohoto zápisu je na 12 měsíců zdarma. Avšak cena po prvním roce zápisu již není v prezentaci uvedena.

Zápis BUSINESS je rozšířená prezentace firmy představující plné využití zápisu a obsahuje: úplné informace o firmě; 10 produktů nebo služeb; profesionální překlad do 6 jazykových verzí dle výběru z 12 možných; podrobné statistiky o návštěvnosti zápisu. Firemní profil obsahuje: rozšířené firemní informace včetně loga, kontaktní údaje, odkaz na web společnosti; anotaci popisu činnosti o délce 250 znaků a podrobný popis činnosti o rozsahu 900 znaků; začlenění do konkrétních oborů; kontakty na pracovníky společnosti a i na zahraniční zastoupení; informace o vývozních a zájmových teritoriích a ekonomické informace společnosti; rovněž je zde umístěn QR kód a zobrazení adresy prostřednictvím map Google. Cena zápisu je v prezentaci již uvedena a to ve výši 4 900 Kč (bez DPH) za 12 měsíců.

Pro zápis produktu nebo služby je nabízen balíček BUSINESS PLUS, který umožňuje prezentovat produkt nebo službu následovně: název a zařazení produktu, případně produktové řady nebo služby; anotaci totožnou v délce s firemním zápisem (250 znaků) a podrobný popis produktu (900 znaků); čtyři obrázky k produktu. Příklad produktu je umístěn v příloze č. 5. Cena je 2 900 Kč (bez DPH) za 12 měsíců. Je však nutné mít vždy zakoupen i zápis BUSINESS. V kombinaci zápisu BUSINESS A BUSINESS PLUS je cena 6 600 Kč (bez DPH) za 12 měsíců. Cena 2900 Kč (bez DPH) je za každý další produkt nebo službu.

Při představení adresáře exportérů představitelům společnosti ABC, ho hodnotili jako zdařilý a přehledný. Chybí zde však, dle jejich názoru, již výše autorem zmíněná informace návštěvnosti webu. Dále uvedli, že by využili pouze zápis BASIC a až na jeho základě a získaných zkušeností by zvažovali zápis BUSINESS, jelikož cenu za tento zápis hodnotí jako vysokou. Rozšiřující zápis BUSINESS PLUS označili jako drahý a takový to zápis by nevyužili. Představitelé i autor se shodli, že adresář je vhodný nástroj, který se dá využít pro optimalizaci v online vyhledávačích pro zvýšení návštěvnosti vlastních webových stránek. Jelikož web má vysoký PageRank (Google 6/10, Seznam 5/10 – údaje zjištěny přímo od společností Google a Seznam). PageRank je algoritmus pro ohodnocení webových stránek, čím vyšší číslo, tím je web v prostředí internetu důležitější a odkazy umístěné na něm zvyšují důležitost odkazovaných webů. V adresáři v oboru činnosti společnosti ABC „Software a ICT služby“ je ke dni 15. 4. 2014 zapsáno 39 společností.

Exportní vzdělání je rozděleno do čtyř kategorií a to: odborné a teritoriální semináře; kurzy pro exportéry; firemní školení na zakázku; exportní konference. Autor vybíral a následně představil možnosti exportního vzdělání relevantní pro společnost ABC. Probíhal průzkum aktuálně vypsaných událostí na webu agentury CzechTrade (www.czechtrade.cz) v sekci exportní vzdělání ke dni 15. 4. 2014. Z oblasti odborných a teritoriálních seminářů vybral autor ze sedmy vypsaných tři semináře: Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů; Chyby v praxi zahraničního obchodu; dále Daňové aspekty u exportujících společností.

Seminář „Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů“, konání dne 23. 4. 2014 MPO byl zdarma a obsahoval mimo jiné: exportní zájmy ČR; aktuální situaci v SAE; plánované veletrhy a mise českých podnikatelů; praktické zkušenosti při financování obchodu a exportu; kulturní specifika; prostor pro dotazy a diskuze. Další relevantní seminář byl zaměřen na „Daňové aspekty u exportujících společností“, konal

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

se dne 14. 5. 2014 agenturou CzechTrade, který se dotýká problematiky českých účetních a daňových předpisů při současném zohlednění mezinárodních smluv o zamezení dvojího zdanění a zřízení stále provozovny v zahraničí, převodů zisků ze zahraničí apod. Cena kurzu je již zpoplatněna a to ve výši 1 694 Kč včetně DPH. Poslední vhodný seminář na téma „Chyby v praxi zahraničního obchodu“ se zabýval koncepcí nabídky, stanovování ceny, komunikace, prezentace a jednání na veletrhu, platebních podmínkách atd. Seminář je v ceně 1 089 Kč včetně DPH.

Výše popsané semináře se konaly v Praze a pouze jeden ze sedmy vypsaných seminářů byl v Brně. Vývozci musí tedy pro exportní vzdělání dojíždět do Prahy. U společnosti ABC sídlící v Praze je tato však situace vyhovující. Po představení vybraných seminářů hodnotili zástupci společnosti velice kladně seminář „Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů“ a to z hlediska možnosti osvěžit si své vlastní informace získané praxí, možnou diskuzí a setkáním se s ostatními vývozci. Velmi kladně hodnotí i fakt, že je seminář zdarma. Seminář „Chyby v praxi zahraničního obchodu“ rovněž uvítali, a to díky jeho tématu a i přívětivou cenou. Seminář „Daňové aspekty u exportujících společností“ vyšel z rozhovorů jako neaktuální, jelikož společnost ABC neplánuje zřídit pobočku v zahraničí a ani nijak optimalizovat daně.

Kurzy pro exportéry a firemní školení na zakázku se jeví pro společnost ABC nadbytečné a drahé (šesti denní kurz „Právní minimum exportéra“ je v ceně 9 922 Kč včetně DPH, kurz „Začínáme s exportem“ v ceně 8 640 Kč včetně DPH a kurz „Úspěšný exportér“ v ceně 15 600 Kč včetně DPH). Samotný autor je hodnotí jako vhodné a užitečné pouze pro velké podniky, které jejich prostřednictvím mohou zaučit nové zaměstnance a tím zvyšovat svou kvalifikaci a odbornost.

Další nabízenou službou agentury CzechTrade jsou exportní konference. Ke dni 15. 4. 2014 byla vypsaná vhodná konference pro společnost ABC - „Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů“, která se konala dne 23. 4. 2014. a o které již bylo napsáno výše.

Agentura CzechTrade podporuje vznik *vývozních aliancí*, které podporuje formou prezentace na zahraničních webových stránkách agentury, dále je propaguje v tištěných materiálech určených pro zahraničí, poskytuje asistenční služby v zahraničí a institucionální záštitu a organizační podporu pro jejich zakládání a působení.

Ke dni 15. 4. 2014 bylo 18 vývozních aliancí podporovaných agenturou. Všechny podporované aliance lze nalézt na webu agentury a to jak v českém, tak v anglickém jazyce. Po průzkumu všech aliancí vyšla pro společnost ABC vhodná aliance Czech ICT Alliance. Právě o této alianci bylo zjištěno co nejvíc dostupných informací a proběhla i emailová komunikace.

K založení Czech ICT Alliance vedla pohnutka dostatečně silného a konkurenceschopného ICT prostředí v ČR. Aliance nabízí členům propagaci v zahraničí a funguje od září 2005 pod záštitou vládní agentury CzechTrade. Zároveň je aliance členem Unie malých a středních podniků, Hospodářské komory a Svazu průmyslu a dopravy. Cílem je získávat dotace na významné evropské a mimoevropské veletrhy zaměřené na IT společnosti a spolupráce s velvyslanectvím ČR na obchodních místech

v zahraničí. Rovněž se mohou prostřednictvím aliance její členové přihlašovat do tendrů, na které by jako jednotlivci nesplňovali podmínky k jejich zúčastnění.

Aliance nabízí ve spolupráci s agenturou CzechTrade: pomoc s vyhledáním odběratelů v zahraničí; informační servis o zahraničních ICT trzích; obchodní mise v zahraničí. Dále poskytuje pro české subjekty aktuální přehled IT veřejných zakázek v zemích EU a rovněž přehled dotací a fondů z EU; pořádá semináře o exportu na území ČR; tištěné katalogy, konference. Pro agenturu CzechTrade připravuje prezentace o českém ICT trhu a pomáhá agentuře vyhledat vhodné české společnosti pro uspokojení poptávky ze zahraničí.

Stát se členem aliance může jakákoli česká firma z oboru ICT. Musí vyplnit přihlášku, která je obsažena v příloze č. 6. V přihlášce se uvádějí údaje o firmě, dále je zde povinný členský příspěvek ve výši 2 000 Kč nebo může mít hrazeno členství zdarma. A to v případě uhrazení poplatku formou sponzorského příspěvku společnosti EU CONSLOT, s. r. o. Dále je zde nepovinný marketingový příspěvek a je nutno přiložit výpis z obchodního rejstříku nebo jiný doklad dokazující existenci subjektu.

Z uvedených informací nebylo však zjištěno, zda je příspěvek za členství roční nebo jednorázový, proto byl odeslán email na info@czechict.cz. Byly položeny následující otázky: „Je váš příspěvek roční nebo jednorázový?“ dále pak „Co nám můžete konkrétně nabídnout?“ a „Jsou plánovány nějaké konkrétní akce (veletrhy) v našem oboru, které by nás mohli zaujmout?“. Do dvou dní od odeslání dorazila odpověď od výkonného ředitele pana Michala Zálešáka. V odpovědi vyjasnil, že je příspěvek roční, avšak je zde možnost ho nechat proplácet jejich partnerem bez jakéhokoli závazku. Dále vyjádřil svůj názor s tím, že v oblasti Středního východu disponuje poměrně hodně kontakty a veletrhy může doporučit, zároveň zmínil potřebu vědět více informací o produktech společnosti ABC. Představitelé společnosti ABC hodnotí alianci jako zdařilou a zvažují její členství. Další komunikace již není zahrnuta do práce.

Dále bylo autorem zjišťováno zahraniční zastoupení agentury CzechTrade v teritoriích Spojených arabských emirátů, Saúdské Arábie, Maroka a Ruska. Zahraniční zastoupení je k dispozici v teritoriích Spojených arabských emirátů, Maroka a Ruska. Pro Saudskou Arábii nemá ČR žádné zahraniční zastoupení. Autor kladně hodnotí rozdělení kompetentních osob nejen podle teritorií, ale rovněž podle oboru zaměření. Rozdělení je následovné: stavebnictví, spotřební zboží a služby; elektor, ICT, dopravní a manipulační zařízení; energetika, zdroje, životní prostředí; živé vědy, chemie a plasty; strojírenství a kovovýroba.

3.8 Veletrhy a výstavy

Ministerstvo průmyslu obchodu a agentura CzechTrade nabízí podporu na zahraničních veletrzích a výstavách. CzechTrade konkrétně poskytuje zajištění výstavní plochy pro společný stánek CzechTrade s omezenou kapacitou nebo katalogovou prezentací na veletrhu. Osobní účast zpravidla zahrnuje pronájem výstavní plochy včetně výstavby stánku, přípojky na elektřinu a základní vybavení, průkaz opravňující vstup na veletrh, asistenční služby před a v průběhu veletrhu ve formě vyhledání kontaktů a pozvání potenciálních klientů, asistenci zástupce MPO na stánku a asistenci při obchodních jednáních, dále prostor pro vystavení produktů zúčastněných společností; zázemí včetně

kuchyňky; umístění loga a plakátu na sdíleném stánku; zařazení do katalogu vystavovatelů; občerstvení. Společnost účastníci se veletrhu dále obdrží seznam kontaktů, kterým byla zaslána pozvánka na veletrh. V ceně je vždy zahrnuta účast jednoho zástupce společnosti. Pokud by společnost chtěla přizvat zástupce dalšího, lze za příplatek tento požadavek umožnit.

Pokud se společnost rozhodne pro katalogovou prezentaci, bude uvedena v katalogu a zastupována na stánku zástupcem MPO. Výstupem je seznam s kontakty a požadavky poptávajících a potencionálních zájemců o produkt či službu. Zároveň je ve službě zahrnuto zpracování zprávy o průběhu akce včetně doporučujících kroků pro další možné kroky a činnosti v teritoriu.

Také lze sjednat asistenční služby, jejichž ceny jsou individuální a zahrnují akviziční akci a direct-mailing před veletrhem pro oslovení potenciálních obchodních partnerů. Dále je zde možnost osobní účasti pracovníků agentury CzechTrade, kteří mohou zastupovat společnost a prezentovat návštěvníkům daný produkt, a zároveň shromažďovat kontakty a podstatné informace pro účastníky katalogové prezentace. Výstupem je zaslání aktuálních poptávek a informací z daného regionu, a to i po skončení výstavy.

Pro využití služeb agentury je nutné vždy vyplnit závaznou přihlášku (příklad přihlášky je umístěn v příloze č. 7) a vybrat si jednu z výše uvedených služeb – osobní účast na veletrhu; katalogová prezentace; asistence podle individuálního konkrétního zadání. Aktuální seznam akcí konaných agenturou lze nalézt na jejich webových stránkách v sekci „Kalendář akcí – veletrhy a výstavy“. Vždy je limitována možnost počtu společností, které se mohou daného veletrhu zúčastnit. Zpravidla je uváděný omezený maximální počet pro osobní účast na veletrhu a to pro katalogovou prezentaci. Podmínky pro účast jsou jednoduché: zaslání závazné přihlášky, uhrazení poplatku ve formě zálohové faktury a včasné dodání požadovaných materiálů. Ceny se různí dle daných veletrhů, avšak osobní účast je výrazně vyšší oproti pouhé katalogové prezentaci.

Ministerstvo průmyslu a obchodu nabízí oproti agentuře CzechTrade možnost mít účast na veletrhu zdarma nebo za minimální náklady. Aktuální seznam veletrhů a výstav uvádí ministerstvo na svých webových stránkách v sekci „Zahraniční obchod – Podpora Exportu – Veletrhy a výstav“. Aktuálně vypsané podpory MPO spadají do kategorie podpory B – Společná expozice vystavovatelů. Podrobně kategorie B byla vypsaná v teoretické části práce. MPO zajistí a hradí za vystavovatele: prostor expozice včetně společného zázemí; základní stavbu české expozice včetně osvětlení; grafický koncept expozice; doprovodnou propagaci.

V kontextu společnosti ABC byly na základě rozhovorů vybrány vhodné veletrhy v zemích Spojené arabské emiráty, Saudská Arábie, Maroka a Ruska. Autorem byly nalezeny níže popsané veletrhy.

Gitex konaný v dunajském International Convention and Exhibition Centre je jedním ze tří nejvýznamnějších světových veletrhů zaměřených na ICT a nejvýznamnějším v regionu Blízkého Východu, Severní Afriky, Jihovýchodní Asie a dalších oblastí. Jsou

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

zde každoročně představovány nejnovější inovace, produkty a služby s nimi spojené v ICT oboru. Na veletrhu jsou zastoupeny všichni světový výrobci a společnosti. Každoročně je zde více jak 3 700 ICT společností z 61 zemí světa, které tvoří přes 80% zastoupení všech nejvýznamnějších celosvětových ICT značek. Veletrh se koná v Dubai World Trade Centre ve dnech 12. – 16. října 2014.

Gisec je největší veletrh zaměřený na bezpečnost konaný v regionu Blízkého Východu a Severní Afriky. Jsou zde zástupci společností představující zabezpečení pro obory IT, bankovníctví a finance, telekomunikace a rovněž pro vládní sektor. Veletrh umožňuje vystavovatelům proniknout na zdejší trh, který čelí nadměrnému množství útoků, a to zejména ohledně bankovního sektoru, vládních online služeb a telekomunikačních sítí. Dále je zde expanze leteckých společností, které potřebují dostatečnou ochranu pro své cestující. Veletrh se konal ve dnech 9. – 11. června v roce 2014 v Dubai World Trade Centre.

Infocomm-mea je určen pro dodavatele, výrobce a distributory zaměřené na region Střední východ a severní Afriku zabývající se prodejem a výrobou elektronických produktů určených jak pro domácnosti, tak pro společnosti a vládní sektor. Veletrh navštívilo v předešlém roce 14 770 návštěvníků a z toho 88% bylo tvořeno odborníky. Největší poptávku na veletrhu tvoří vládní sektor s 18,9 %, následuje retail s 12,4%. Veletrh se koná čtyři celé dny v Dubai World Trade Centre. V Evropě je nejbližší agent zajišťující prodej výstavního místa v Itálii. Veletrh bude uskutečněn ve dnech 13. – 16. října v roce 2014 v Dubai World Trade Centre.

Middle East Electricity je veletrhem, s jehož pomocí může vystavovatel nabídnout a představit své produkty a služby více jak 20 000 návštěvníkům z více jak 124 zemí světa. Umožňuje rovněž prezentaci vystavovatelů v podobě odborných seminářů. Veletrh dostatečně dobře cílí na specifický profil potencionálních zákazníků. Každoročně je zde na 1250 mezinárodních vystavovatelů. Veletrh se koná každý rok, letos proběhne 2. – 4. března v Dubai International Exhibition Centre.

TB Forum je výstava technologií určených pro projekty většího rozsahu. Cílem veletrhu a fóra je zprostředkovat setkání společností zaměřených na produkty a služby sloužící pro ochranu a bezpečnost. Veletrh umožní vystavovatelům získat i užitečné informace o aktuálních a plánovaných investicích v regionu Ruska, zároveň pořadatelé veletrhu poskytují pomoc pro správnou prezentaci vystavovávaných produktů. Je zde i podpora ze strany 20 federálních ministerstev a úřadů. Je to nejnavštěvovanější událost tohoto oboru v Rusku určeného pro B2B obchod s více jak 14 000 návštěvníky. Veletrh se koná vždy v první kvartálu roku. Další veletrh se uskuteční ve dnech 10. – 12. února 2015 v Moskvě v Crocus Expu.

Expocomm je mezinárodní veletrh zaměřený na obory telekomunikace, řídicí systémy, IT a komunikační služby a probíhá za oficiální podpory ruského ministerstva průmyslu a obchodu a dalších vládních institucí. Dle informací uvedených organizátory představuje 94% návštěvníků odborníky pro vše vypsane obory. Celkový počet unikátní návštěvníků byl 18 140 v roce 2013. Veletrhu se zpravidla účastí okolo 530 firem z více než 26 zemí světa. Veletrh se koná vždy v květnu. V roce 2014 se konal ve dnech 13. – 16. května v Expocentru Fairground v Moskvě.

Vybrané veletrhy byly porovnány s databází podporovaných veletrhů agenturou CzechTrade na jejich webových stránkách a dále s databází MPO uvedené rovněž na online na stránkách ministerstva. Z porovnání vyšlo, že žádná podporovaná účast v roce 2014 pro tyto veletrhy však není plánován. Byl tedy poslán email agentuře CzechTrade z dotazem, zda neplánují společnou účast nebo podporu na jednom z výše uvedených veletrhů. Reakce na email byla odpověď v podobě předání kontaktu na kompetentní osobu, konkrétně na paní Julii Malou a bylo předáno telefonní spojení 224 907 569.

Jelikož společnost ABC již v roce 2013 z vlastní iniciativy směřovala dotaz pracovníkům CzechTrade na podporu veletrhu Gitex, sám zástupce CzechTrade kontaktoval telefonicky společnost s nabídkou, zda by měli v roce 2014 zájem o účast na veletrhu za podpory agentury. Aktuální nabídka možnosti využití služeb agentury zástupce zaslal na email společnosti ABC. Cenová nabídka pro osobní účast na veletrhu je za 5m² 80 000 Kč (bez DPH) včetně poplatků a základního vybavení – informačního pultu, stolku se židlemi. Celková rozloha českého zastoupení na veletrhu by činila 30 m² a nabídka by byla aktuální při kladné reakci a souhlasu účasti 5 až 6 českých společností.

3.9 ČEB

Jelikož společnost ABC spadá do kategorie MSP lze sjednat u vybraných produktů rychlejší projednání a to do několika dnů od zaslání vstupních podkladů. Obvyklá doba vyřízení úvěru je do dvou měsíců. U komplikovanějších případů se daná doba prodlužuje, jedná se však o individuální záležitost. Je nutné vyplnit elektronické formuláře, čestné prohlášení k žádosti o financování SME, formulář vstupních dat pro rating SME v podobě rozvahy a doplňujících informací potřebných k analýze. Po obdržení kladného stanoviska banky ještě musí společnost dodat vyplněnou rozsáhlou žádost o podpořené financování, která nese údaje všech zúčastněných stran a podrobné parametry obchodu. Do programu podpory MSP je zahrnuto financování výroby pro vývoz (před exportní úvěr), krátkodobé financování vývozu, bankovní záruky. Základní podmínky pro poskytnutí financování jsou totožné s pojišťovnou EGAP. Žadatel tedy musí mít vyhovující vývozní kontrakt, celkový podíl na vývozu musí představovat nejméně 50% české výroby nebo přidanou hodnotu vytvořenou v ČR, dále musí mít vyrovnané závazky vůči státním institucím a nesmí být proti němu vedeno konkursní řízení. Produkty od ČEB musí být pojištěny proti vývozním rizikům, nejčastěji pojišťovnou EGAP, popřípadě jinou exportní pojišťovnou.

Poplatek za zpracování žádosti činí pro MSP 5 000 Kč a je ho nutné uhradit na účet ČEB se splatností v termín podání žádosti. Bez uhrazení poplatku nebude žádost zpracována. Poplatek za zpracování žádosti o vystavení bankovní záruky je 0,1% z částky a to nejméně 3 000 Kč a nejvýše 30 000 Kč. Další poplatky související s úvěrem nebo zárukou jsou individuální dle sjednané smlouvy. Sazebník je aktuální ke dni 15. 4. 2014. Samotná cena úvěru se člení metodiky podle toho, zda se jedná o financování krátkodobého charakteru nebo o financování dlouhodobé. Krátkodobé financování je úročeno pohyblivou úrokovou sazbou LIBOR nebo EURIBOR v daném období a dle smluvní měny. Dále je sazba navýšena o rizikovou přírážku, která je závislá na přiděleném ratingu dlužníkovi. Dále se ještě musí připočíst k ceně výše zmíněné poplatky za zpracování žádosti a individuální poplatek za vedení úvěru. U

dlouhodobého financování je pevná úroková sazba v minimální výši CIRR, dále poplatky za vedení úvěru a za přípravu smluvních dokumentů, popřípadě přímé náklady spojené s úvěrem. Sazbu CIRR vyhláší měsíčně OECD. Výše minimální úrokové sazby je odlišná pro každou měnu.

Úrokové sazby jednotlivých poskytovaných úvěrových produktů se skládají z pohyblivé sazby EURIBOR (případně LIBOR apod.) nebo pevné sazby CIRR, která je dále navýšena o 1,10 až 5,40 %. Sazba EURIBOR je evropská mezibankovní nabídková sazba za kterou si banky navzájem poskytují úvěry. Sazba CIRR je minimální pevná úroková sazba vyhlášená vždy 15. dne v měsíci, za kterou banka může poskytnout úvěr určený pro podporu vývozu, aniž by mohl být poskytnutý úvěr považován za nedovolenou státní podporu exportu podle mezinárodních pravidel. V období od 15. 4. 2014 do 14. 5. 2014 je výše sazby určena pro českou měnu 2,13%. EURIBOR je vyhlášená denně. Pro příklad - 3 měsíční sazba EURIBOR je ke dni 5. 6. 2014 0,337%.

Společnost ABC splňuje kritéria MSP, dle Nařízení Komise (ES) č. 800/2008 ze dne 6. srpna 2008, kterými se v souladu s články 87 a 88 Smlouvy o ES prohlašují určité kategorie podpory za slučitelné se společným trhem (obecné nařízení o blokových výjimkách). Byla sestavena tabulka zahrnující statistiky poskytnutých úvěrů, platebních záruk a odkoupených pohledávek podnikům z kategorie MSP do zemí Maroko, Spojené arabské emiráty, Saudská Arábie a Ruska. Uváděné informace jsou v časové řadě za posledních 5 let. V tabulce 1 jsou znázorněny počty uzavřených smluv dle jednotlivých zemí a produktů a to v letech 2009 – 2013. Do MSP nebyl do této kategorie zařazen takový vývozce, u kterého byly pochybnosti vzhledem k jeho nejasné vlastnické struktuře z pohledu kritéria samostatnosti.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 1 Počet smluv MSP v letech 2009–2013 ve vybraných zemích

Produkt / země	Počet uzavřených smluv (ks) dle roku				
	2009	2010	2011	2012	2013
Předexportní úvěr					
Ruská federace	1	0	1	1	0
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	0
Vývozní úvěr					
Ruská federace	2	1	0	0	0
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	1	0	0	0	0
Neplatební záruka					
Ruská federace	1	1	1	0	1
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	0
Odkoupené pohledávky					
Ruská federace	0	1	2	0	0
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	0

Zdroj: interní materiály ČEB, úprava autor

Z výše uvedeného vyplývá jasná orientace exportérů, kteří využívají služeb ČEB do Ruské federace. Za posledních pět let byly poskytnuty pouze 3 před exportní úvěry, 4 vývozní úvěry, 4 neplatební záruky a realizovány 3 odkoupené pohledávky. Jedná se však o podniky kategorizované do MSP.

Tabulka 2 zahrnuje údaje o výši jistin ke dnu 31. 12. 2013. a to v časové řadě pěti posledních let, tedy v letech 2009 – 2013. Stav jistin u před exportních úvěrů je celkem 7 mil. Kč, vývozních úvěrů 1 349 mil. Kč, neplatební záruky ve výši 25 mil. Kč a 52 mil. Kč představují odkoupené pohledávky.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 2 Stav jistin MSP k 31.12.2013 v letech 2009–2013 ve vybraných zemích

Produkt / země	Stav jistin k 31. 12. 2013 (v mil. Kč) dle roku				
	2009	2010	2011	2012	2013
Před exportní úvěr					
Ruská federace	0	0	3	4	0
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	0
Vývozní úvěr					
Ruská federace	182	374	344	254	193
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	1	0	0	0	0
Neplatební záruka					
Ruská federace	18	5	2	0	0
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	0	0	0	0	0
Odkoupené pohledávky					
Ruská federace	0	9	11	17	14
SAE	0	0	0	0	0
Saudská Arábie	0	0	0	0	0
Maroko	0	1	0	0	0

Zdroj: interní materiály ČEB, úprava autor

3.10 EGAP

Z rozhovorů se zástupci společnosti ABC vyplynulo, že mají zájem o pojistný produkt B – Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru. Produkt B umožňuje vývozci zajistit se proti případnému nezaplacení vývozní pohledávky ve stanoveném termínu. Vývozní dodavatelský úvěr nemá charakter bankovního úvěru a splatnost vývozní pohledávky musí být kratší než 2 roky. Výše pojistného je závislá na podmínkách domluveného platebního styku, charakteru dovozce (odběratele) a země – rizikovost a hodnocení. Diagram nutných smluv a vazeb je v příloze č. 8. Po konzultaci se zaměstnanci pojišťovny bylo doporučeno využít produkty pro MSP, tedy konkrétně „Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru proti riziku nezaplacení“ – je totožný s produktem B a je ve stejné cenové výši. Dále představitele společnosti ABC zajímal pojistný produkt Z (N) – Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond). Toto pojištění v praxi není využíváno, což potvrdil pracovník pojišťovny EGAP. Pojištěným je zde banka a předmětem pojištění je bankovní záruka vystavená pojištěnou bankou. Výše pojistného je závislá na celkové hodnotě a délce poskytnuté a pojištěné

záruky, hodnocení rizikovosti teritoria, vývozci a podmínkách výběrového řízení. Diagram celého procesu je v příloze č. 9.

Výpočet pojistného proběhl prostřednictvím nástroje interaktivní kalkulačky umístěné přímo na webových stránkách EGAP (www.egap.cz). Nutné vstupní údaje pro výpočet výše pojistného jsou získány od společnosti ABC.

Před samotným výpočtem autor práce zaslal email na info@egap.cz s dotazy pro pojišťovnu. Byla položena jednoduchá otázka na kalkulaci u pojistného produktu typu B – *pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru* a typu Z (N) – *Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond)* a dále uvedeny názvy odběratelů, které autorovi představitelé společnosti ABC předali. Odběratele autor vyžádal záměrně, aby kalkulace byla co nejpřesnější, jelikož výše pojistného se odvíjí nejen podle země odběratele, ale také podle hodnocení jeho samotného. Zahraniční obchodní partneři jsou členěni do šesti skupin a platí zde přímá úměra při výši pojistného, tedy čím rizikovější odběratel, tím vyšší cena pojištění.

Po zaslání emailu reagovala pojišťovna do čtyř pracovních dní v podobě telefonátu, kdy si pracovník pojišťovny ujasnil požadavky vyjádřené v emailu a předal kontakt kompetentní osobě v pojišťovně. Další kontaktování ze strany pojišťovny následovalo ihned druhý den již příslušným zaměstnancem. Na základě telefonátu byly ujasněny dotazy a autor byl ujištěn, že interaktivní kalkulačka umístěná na webu pojišťovny je do značné míry přesná pro tázané země. Dále pracovnice uvedla, že kalkulačku nelze využít pro země EU, jelikož zde platí konsensus OECD a jsou uplatňovány jiné podmínky při pojištění. Při telefonickém hovoru autor práce požádal o zaslání shrnutí vedeného rozhovoru na email. Do 20 minut od uplynulého rozhovoru autor práce obdržel email. Pracovnice se v něm zmínila o základní podmínce, kterou je, že podíl českého zboží a služeb na celkové hodnotě vývozu musí dosahovat minimálně 50%. Další podmínkou je bezproblémová kreditní historie subjektů, tedy že subjekt nemá záznam v Centrálním registru úvěrů vedeném ČNB nebo jiném podobném registru. Rovněž pracovnice vysvětlila, jakým způsobem pojišťovna člení potencionální odběratele do rizikových skupin. Pojišťovna každého jednotlivého odběratele podrobuje analýze a přiřazuje mu rating. Buď rating a podrobnou analýzu nakupuje z databází od partnerů, a pokud daná společnost není v databázi, vytváří analýzu a rating sama. Pro provedení analýzy musí vývozce zajistit výkazy zahraničního odběratele v podobě rozvahy a výsledovky za uplynulé tři roky zpětně a dále je nutné vyplnit vstupní tabulku ve formátu Excel, kterou pojišťovna vygeneruje po zaslání identifikace odběratele – jméno společnosti a jeho adresu. Dále požadují zaslání vyplněné Žádosti o pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru proti riziku nezaplacení (VPP typ B). Žádost obsahuje přílohy: č. 1 – Základní podmínky pojištění „B“; č. 2 Harmonogram fakturace dodávek a splácení dodavatelského úvěru dovozcem; č. 3 Prohlášení vývozce o podílu hodnoty vývozu; č. 4 – Prohlášení vývozce o dodržení zákonných ustanovení proti podplácení v mezinárodním obchodě a při trestním stíhání vývozce. Všechny formuláře jsou dostupné online na webu pojišťovny. Pracovnice ještě v emailu uvedla, co vše je nutné zjistit o zahraničním odběrateli. Jedná se o právní formu, adresu sídla, datum založení, vlastnictví, počty zaměstnanců, potvrzení o registraci, vymezení činnosti společnosti a uvedení prohlášení o závazcích. V prohlášení o závazcích je zahrnut: aktuální seznam podrozvahových závazků s uvedením typu závazku, včetně

doby splatnosti a ručení subjektu, za něhož je ručení vydáno; přehledy pronajatého majetku, závazků z leasingových smluv včetně doby splatnosti a roční výše splátek; aktuální seznam majetku, zatíženého právy třetích osob (příkladem je věcné břemeno) včetně tržní a účetní hodnoty majetku a výše zajištění tohoto závazku a zástavního věřitele; předložení případné pasivní a aktivní soudních, rozhodčích nebo arbitrážních sporů včetně mediace s vyčísleními možnými dopady na hospodářský výsledek subjektu.

Jelikož společnost ABC spadá do kategorie MSP, může využít nabídku právě určenou pro MSP. Zároveň pro širší portfolio a zaměření společnosti ABC musel autor zajistit informace, zda by vůbec společnost splňovala podmínku minimálně 50% českého podílu na zboží a službách z celkové hodnoty vývozu. Samotné portfolio produktů společnosti bylo již výše popisováno v kapitole Profil společnosti. Distribuce produktů od českého výrobce a vlastní výroba PLC soustruhů rozhodně splňují výše uvedenou podmínku. Avšak dovážené CNC obráběcí stroje ji nesplňují, a proto byly zmíněny při telefonickém rozhovoru s pracovníci pojišťovny. Z rozhovoru vyplynulo, že jediná možnost je, že by český software, který je dodáván k CNC strojům, a další přidaná hodnota a služby vzniklé a poskytnuté společností ABC přesáhly 50% ceny z celkové faktury, pak by i CNC stroje splnily podmínku možnosti pojištění.

V souvislosti podpory MSP ze strany EGAP je nutné zmínit, že na základě dohody s komerčními bankami sjednává rating vývozců, tedy EGAP nezkoumá bonitu klienta, ale může převzít již vytvořený rating zpracovaný bankou. Tím doba vyřízení pojištění klesá na co nejkratší míru. Zároveň se tím snižuje výše pojistného, jelikož část nákladů nutných na vynaložení vstupního auditu nezávislou inspekční společností. Dále po prvním bezeškodném obchodním případě může dojít k poklesu pojistné sazby a spoluúčasti vývozce. V současné době EGAP spolupracuje s následujícími bankovními institucemi: ČSOB, ČEB, Česká spořitelna, Komerční banka, LBBW Bank CZ, Commerzbank, UniCredit Bank a Citibank.

Společnost ABC poskytla autorovi vstupní data pro interaktivní kalkulačku z reálných obchodních případů (projektů), které řešila v minulosti. Konkrétně poskytla tři projekty řešené v zemích: Spojené arabské emiráty, Saudská Arábie a Maroko. Pro region Ruské federace byly vybrány fiktivní údaje.

Projekt

Název: DEWA tunnels monitoring project

Firma: Atlas Telecom pro DEWA

Typ firmy: Integrátor – Telekomunikace

Země: Spojené Arabské Emiráty

Způsob kontaktu:

Společnost Atlas Telecom pro DEWA kontaktovala firmu prostřednictvím webové stránky. Nejprve si objednala vzorek, který testovala. Následně hledala pro produkt odběratele v teritoriu Spojených Arabských Emirátů a realizovala jeho prodej v projektu DEWA tunnels monitoring project.

Popis projektu:

Projekt se týká zabezpečení přístupu do tunelů pro Dubai Electricity and Water Authority. Produkt zajišťuje komunikaci mezi IP kamerami a jejich systémem monitorování a signály pro otevření dveří. V případě, že by někdo otevřel otvor tunelu, zařízení spustí kamery, které začnou nahrávat a do monitorovacího systému dá razítko s datem a časem události, které je pak možno sledovat a zpětně se k němu vrátet, aby se nemusel přehrávat celý záznam.

Seznam zboží včetně cen:

Zařízení HWG-JUNO 101 v počtu 50ks v ceně 450 EUR/kus. Cena celkem 22 500 EUR.

Případová studie k EGAP

B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru

Cena pojištění při využití služeb pojišťovny EGAP u realizované dodávky u projektu DEWA tunnels monitoring project, konkrétně produktu B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru. Devizový kurz měny euro ke dni 15. 3. 2014 je 27,355 Kč dle ČNB. Cena projektu byla 22 500 EUR a pro zadání do online kalkulačky poskytnuté pojišťovnou EGAP na jejich webových stránkách je nutné provést konverzi na Kč. Po převodu je cena projektu 615 488 Kč. Tato částka je zadána do kalkulačky, jejíž výsledek je znázorněn v tabulce 3. Po rozhovorech se zástupci společnosti je délka úvěru zadána na 1 rok.

Spojené arabské emiráty jsou zařazeny do kategorie 2 – což značí nízký stupeň rizikovosti dle teritoriálního rizika. Díky tomu bude výše pojištění nižší, než kdyby to byla rizikovější oblast. Standardní spoluúčast při krytí komerčních rizik je stanovena na 10% z pojištěné částky a standardní spoluúčast při krytí teritoriálních (politických) rizik je rovněž 10%. Maximální doba pojištění tohoto typu úvěru je 24 měsíců, avšak do kalkulace byla zadána doba 1 rok.

Tabulka 3 Cena pojistného produktu typu „B“ - SAE

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
Riziková kategorie kupujícího SOV/CC0	3 201	0,52
Riziková kategorie kupujícího CC1	3 878	0,63
Riziková kategorie kupujícího CC2	4 432	0,72
Riziková kategorie kupujícího CC3	5 047	0,82
Riziková kategorie kupujícího CC4	5 909	0,96
Riziková kategorie kupujícího CC5	7 140	1,16

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Z (N) – Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond)

Spoluúčast pojištěné firmy ABC při využití pojištění bankovní záruky za nabídku u pojišťovny EGAP je dle cen uvedených v tabulce 4 níže. Spoluúčast při pojištění proti neoprávněnému čerpání je 5 % a spoluúčast u pojištění proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání je 10 %. Pojištění je v kalkulaci sjednáno na 12 měsíců, což je i maximální možná délka pojištění.

Tabulka 4 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) - SAE

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
NČ - proti neoprávněnému čerpání	554	0,09
NOČ - proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání	3 077	0,5

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

Projekt

Název: Licence plates monitoring project

Firma: Dallah Trans Arabia

Typ firmy: systémová integrátor – koncová firma není známa

Země: Saudská Arábie

Způsob kontaktu:

Společnost Dallah Trans Arabia kontaktovala firmu prostřednictvím webové stránky, přes kterou si objednala testovací vzorek již v minulosti. Zařadili ho do své nabídky nabízených produktů pro dané teritorium. Po získání objednávky od svých vlastních odběratelů, realizovala nákup od společnosti ABC.

Popis projektu:

Realizovaný projekt se týkal monitoringu parkoviště prostřednictvím IP kamer rozeznávající poznávací značky automobilů. Při příjezdu automobilu na parkoviště kamera rozpozná poznávací značku, která je na seznamu parkoviště, zadá dodávané zařízení signál bráně ke zvednutí závory a vpustí automobil na hlídané parkoviště. Pokud automobil, respektive poznávací značka není v seznamu zařízení, neprovede zdvižení závory.

Seznam zboží včetně cen:

Zařízení HWG-JUNO 404 v počtu 90ks v ceně 483 EUR/kus. Cena celkem 43 470 EUR.

Případová studie k EGAP

B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (vývozní pohledávky)

Výše pojištění při využití produktu B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru od pojišťovny EGAP u projektu Licence plates monitoring project je využita kalkulačka na webu pojišťovny. Pro nutný přepočet částky 43 470 EUR je použit devizový kurz ČNB vyhlášený ke dni 15. 3. 2014, který činí 27,355 Kč za EUR. Po převodu výše uvedené částky je cena projektu 1 189 122 Kč. Na základě rozhovorů se zástupci společnosti je stanovena doba pojištění na 1 rok.

Saudská Arábie je zařazena do 2. kategorie rizikovosti dle teritoriálního rizika. Je totožná se Spojenými arabskými emiráty. Standardní spoluúčast při krytí komerčních rizik je stanovena na 10% z pojištěné částky a standardní spoluúčast při krytí teritoriálních (politických) rizik je rovněž 10%. Výsledky z kalkulačky jsou zaznamenány v tabulce 5.

Tabulka 5 Cena pojistného produktu typu „B“ – Saudská Arábie

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
Riziková kategorie kupujícího SOV/CC0	6 183	0,52
Riziková kategorie kupujícího CC1	7 491	0,63
Riziková kategorie kupujícího CC2	8 562	0,72
Riziková kategorie kupujícího CC3	9 751	0,82
Riziková kategorie kupujícího CC4	11 416	0,96
Riziková kategorie kupujícího CC5	13 794	1,16

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

Spoluúčast pojištěné firmy ABC při využití pojištění bankovní záruky za nabídku u pojišťovny EGAP je dle cen uvedených v tabulce níže. Spoluúčast při pojištění proti neoprávněnému čerpání je 5 % a spoluúčast u pojištění proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání je 10 %. Pojištění je v kalkulaci sjednáno na 12 měsíců, což je i maximální délka možného pojištění.

Z (N) – Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond)

Při využití pojištění bankovní záruky za nabídku je spoluúčast při využití pojištění při zajištění se proti neoprávněnému čerpání 5% a spoluúčast u pojištění proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání je ve výši 10%. Opět do kalkulace bylo zadáno maximální možné období, na které lze pojištění sjednat a to na 12 měsíců. Výsledky jsou znázorněny v tabulce 6.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka 6 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) – Saudská Arábie

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
NČ - proti neoprávněnému čerpání	1 070	0,09
NOČ - proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání	5 946	0,5

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

Projekt

Název: Licence plates monitoring project

Firma: Gtel – koncový zákazník Maroc Telecom

Typ firmy: systémový integrátor – koncová firma není známa

Země: Maroko

Způsob kontaktu:

První kontakt byl přes webové stránky společnosti ABC. Společnost Gtel si objednala testovací vzorky produktů a následně je, po ověření kvality a zaučení po technické stránce prostřednictvím poskytnutých manuálů a poskytované podpory, zahrnula do svého portfolia nabízených produktů. Po nalezení projektu vhodného k využití nabízené techniky realizovala objednávku.

Popis projektu:

Projekt se týkal monitoringu datového centra pro největšího místního mobilního operátora v Maroku – Maroc Telecom. V datových centrech společnosti se nachází mnoho jiných místních firem a lidé chodí a stahují různá data z nezabezpečených racků. Cílem společnosti ABC bylo kompletní zajištění management softwaru pro správu přístupů přes RFID čtečky s RFID kartami. Technologie zajišťuje vstup pouze povolaných osob s přiděleným přístupem, zaznamenává, kdy a kdo otevřel chráněné dveře a umožňuje dveře otevřít na dálku nebo při zadání pinu. Dodáno bylo zařízení, které skrze RFID umožní ovládání kliky dveří racku a spravuje databázi přístupů.

Seznam zboží včetně cen:

Zařízení HWG-SH3 v počtu 60ks v ceně 978 EUR/kus

Software HWG-DCD 100 v ceně 1500 EUR

Cena celkem 60 180 EUR

Případová studie k EGAP

B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (vývozní pohledávky)

Je kalkulována výše pojištění při využití pojišťovny EGAP produktu B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru u projektu Licence plates monitoring project. Devizový kurz měny euro ke dni 15. 3. 2014 je 27,355 Kč dle ČNB. Cena projektu je ve výši 60 180 EUR a aby bylo možné využít online kalkulačky pojišťovny EGAP prostřednictvím oficiální webové stránky, je nutné nejprve učinit převod na Kč. Po převodu eura na české koruny je cena projektu 1 646 224 Kč. Při rozhovorech se zástupci společnosti je vyhovující délka úvěru a tedy i pojištění stanovena na 1 rok.

Maroko je zařazeno dle stupně rizikovosti teritoriálního rizika do kategorie 3. Výše pojištění bude nepatrně vyšší než u Spojených arabských emirátů. Standardní spoluúčast při krytí komerčních rizik je stanovena na 10% z pojištěné částky a standardní spoluúčast při krytí teritoriálních (politických) rizik je rovněž 10%. Maximální doba pojištění tohoto typu úvěru je 24 měsíců, avšak do kalkulace byla zadána doba 1 rok.

Tabulka 7 Cena pojistného produktu typu „B“ – Maroko

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
Riziková kategorie kupujícího SOV/CC0	10 865	0,66
Riziková kategorie kupujícího CC1	12 676	0,77
Riziková kategorie kupujícího CC2	14 322	0,87
Riziková kategorie kupujícího CC3	15 968	0,97
Riziková kategorie kupujícího CC4	18 602	1,13
Riziková kategorie kupujícího CC5	22 224	1,35

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

Z (N) – Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond)

Spoluúčast při neoprávněném čerpání záruky je totožná a to 5% a spoluúčast u pojištění proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání je 10%, avšak samotné pojištění je o něco vyšší a to z důvodu stupně rizikovosti země. Maroko spadá do kategorie 3. Pojištění znázorněné v tabulce 8 v modelovém případě bylo stanoveno na 12 měsíců.

Tabulka 8 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) – Maroko

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
NČ - proti neoprávněnému čerpání	2 140	0,13
NOČ - proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání	9 054	0,55

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Projekt

Jelikož společnost ABC ještě nikdy samostatně nevyvážela do regionu Ruské federace, pro porovnání cen a výše pojistného je vytvořen fiktivní příklad jednoduchého obchodní situace, kdy společnost ABC hodlá exportovat zboží českého původu v hodnotě 50 000 EUR.

Bude vymodelována cenová kalkulace pro pojistný produkt B – pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru (vývozní pohledávky) a produkt Z (N) - Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond). Devizový kurz měny euro ke dni 15. 3. 2014 je 27,355 Kč dle ČNB, tedy 50 000 EUR po převodu činní částku 1 367 750 Kč. Pro kalkulaci byl opět použit nástroj kalkulace pojištění na webových stránkách pojišťovny EGAP.

Rusko je zařazeno do 3. kategorie rizikovosti dle teritoriálního rizika. Je tedy totožné například s Marokem. Standardní spoluúčast při krytí komerčních rizik je ve výši 10% z pojištěné částky a standardní spoluúčast při krytí teritoriálních (politických) rizik je také 10%. Doba trvání pojištění byla zadána na období 1 roku. Výsledky z interaktivní kalkulačky jsou umístěny v tabulce 9.

Tabulka 9 Cena pojistného produktu typu „B“ – Maroko

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
Riziková kategorie kupujícího SOV/CC0	9 027	0,66
Riziková kategorie kupujícího CC1	10 532	0,77
Riziková kategorie kupujícího CC2	11 899	0,87
Riziková kategorie kupujícího CC3	13 267	0,97
Riziková kategorie kupujícího CC4	15 456	1,13
Riziková kategorie kupujícího CC5	18 465	1,35

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

Z (N) – Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond)

Rusko spadá do totožné kategorie dle rizika jako Maroko a to 3. Spoluúčast při neoprávněném čerpání záruky je 5% a při pojištění proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání je 10%. Výsledky jsou znázorněny v tabulce 10.

Tabulka 10 Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) – Rusko

Pojistné	Výše pojistného	
	v Kč	v %
NČ - proti neoprávněnému čerpání	1 778	0,13
NOČ - proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání	7 523	0,55

Zdroj: EGAP (2014), vstupní data autor

3.11 Závěrečná vyhodnocení a doporučení pro formy podpory exportu

Česká podpora exportu nabízí vývozci plnohodnotné a ucelené spektrum služeb a produktů. Neznalý vývozce může hledat prvotní informace prostřednictvím Zelené linky pro export, na které se dozví kompetentní osoby a instituce zabývající se oblastí ze které pocházejí jeho položené dotazy. Finanční služby jako jsou úvěry a bankovní záruky poskytuje ČEB, která umožňuje vývozci realizovat obchody, které by bez její pomoci byly, jen stěží proveditelné. Společně s ČEB působí pojišťovna EGAP, která zajišťuje pojištění komerčně nepojistitelných rizik. Poradenskou činnost zabezpečuje vládní agentura CzechTrade, která nabízí konání seminářů, organizování společných výstavních prostor na mezinárodních veletrzích a analýzy trhů. Zároveň pod její kompetenci spadají jednotlivé zastupitelské úřady v zahraničí. Celkový směr proexportní politiky zajišťuje vytvořená Exportní strategie České republiky pro období 2012 – 2020. Celkovou nabídku služeb a postoj k podpoře exportu hodnotí autor kladně a konkurenceschopně.

Ted' již podrobněji k jednotlivým produktům a službám z pohledu konkrétní společnosti ABC. MZV poskytuje kvalitní informace o vybraných trzích, které poslouží jako postačující základní údaje o vytvoření si přehledu o daných trzích a regionech. Informace povětšinou zpracovávají a sepisují jednotliví čeští zástupci v daném regionu, pocházejí tedy z praxe.

Zelená linka pro export slouží jako základní rozcestník pro začínající, ale i stávající vývozce. Svojí funkci z pohledu Exportní strategie ČR naplňuje dostatečně. Z provedeného průzkumu, lze vysledovat dva závěry. Pro konkrétní informace, je vždy vhodné použít emailovou komunikaci, než formu telefonního rozhovoru. Pokud se však vývozce potřebuje pouze zorientovat v dané problematice, v tomto případně je vhodná forma telefonátu.

Agentura CzechTrade nabízí exportní balíčky. Cena balíčků je přípustná, avšak zvláště u MSP a podnikající fyzické osoby by autor nedoporučoval zvyšovat jejich cenu, jelikož by jejich cena mohla být odrazující. Doporučením by bylo umístění konkrétního příkladu u každého balíčku, jelikož potencionální vývozci si hůře vytvářejí představu co vše a hlavně jak kvalitně jsou poskytnuté informace zpracovány. Alespoň jedna případová studie by pomohla a mohla zvýšit zájem o tuto službu. Dále z vybraných zemí nepatří Saudská Arábie ani do jedné z kategorií (prioritní země apod.) v cenových balíčcích, pro které je služba určena. Agentura se ovšem nezmiňuje, jak v daném případě pokračovat, či koho kontaktovat. Pozitivem u balíčku business je i akce prováděná agenturou CzechTrade a to ve formě vyhledání 20 obchodních kontaktů a jejich oslovení.

Adresář exportérů zpravovaný CzechTradem je přehledný a poskytuje všechny podstatné informace. Chybí však údaje o návštěvnosti a to, z jakých regionů návštěvníci web navštěvují. Bylo by vhodné je veřejně uvést. Jelikož právě návštěvnost rozhodne, zda daná cena za službu je drahá, či nikoli. Zároveň samotný adresář díky kladnému hodnocení vyhledávači, může umožnit umístění společnosti na tento web pozvednutím samotných webových stránek v umístění ve vyhledávačích.

Exportní vzdělání nabízené agenturou je dostatečné a velice vhodné a jako zdařilé jsou hodnoceny semináře „Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů“, které jsou zdarma a pod záštitou MPO. Zbylé placené semináře jsou cenově dostupné, avšak možnou výtkou by mohlo být organizování většiny seminářů v Praze. Samotné kurzy pro exportéry a firemní školení z pohledu malých společností, jakou je například i společnost ABC, je drahé a tedy autor považuje jejich vhodné využití spíše u velkých společností. Dále za podpory CzechTrade vzniklo množství vývozních aliancí, které slouží jako dobrý nástroj pro zjednodušení vstupu českých společností na zahraniční trhy. Spektrum aliancí je dostatečné a bylo by ze strany agentury vhodné vytvářet impulzy k jejich zkvalitňování.

Veletrhy a výstavy jsou často poptávané ze strany českých vývozců. MPO nabízí dostatečnou podporu ve formě kategorie B – Společné expozice vystavovatelů, která umožní vystavovat českému vývozci své výrobky a služby zdarma na vybraných mezinárodních veletrzích. CzechTrade rovněž podporuje vystavovatele, prostřednictvím společných výstav na mezinárodních veletrzích. Zde je však nutné dodat častou absenci jakéhokoli cenového zvýhodnění. Podporu uvítají spíše nezkušení vystavovatelé, které agentura zastřeší a vše zajistí. Zkušený vystavovatel spíše bude hledat přímou formu účasti na veletrhu. Z provedeného výzkumu nebyl žádný veletrh podpořen, vyjma možné podpory na veletrhu GITEX, o které agentura CzechTrade uvažuje. Avšak z rozhovorů s pracovníky společnosti ABC vyplynulo, že to cenově vyjde totožně, jako kdyby se veletrhu účastnili přímo sami.

Česká exportní banka nabízí širokou nabídku. Z výzkumu a interních informací, však lze usoudit, že MSP málo využívají její produkty a služby. Lze doporučit více se zaměřit na MSP. Více vysvětlit dané produkty a hlavně jejich cenu. U úvěrových produktů je absence veřejně dostupného a alespoň orientačního údaje RPSN. Zatím ČEB podporuje pouze velké podniky o velkých vývozních objemech, které by bez její pomoci byly často nerealizovatelné. Avšak bylo by zajímavé, pokud by se její podpora rozšířila i na drobnější vývozce.

Exportní a garanční pojišťovna pro MSP nabízí spolupráci nejen z ČEB, ale rovněž s komerčními bankami, což je pozitivní krok pro širší a snadnější využívání jejích služeb. Zároveň je dobrým nástrojem pro cenové zorientování vývozce interaktivní kalkulačka, která slouží dobře pro vývozce mimo země EU. Podobný nástroj by autor doporučil i ČEB. Ceny modelovaných pojištění autor hodnotí jako cenově přijatelné a rozhodně se tento dodatečný náklad vývozci vyplatí. Obecně je náklad z celkové pojištěné částky v rozmezí 0,1% do 1,2% dle rizikovosti teritoria, zvoleného pojištění a samotného kupujícího.

Celkově autor hodnotí jednotlivé formy podpory jako zdařilé a nastavené cíle Exportní strategií ČR pro období 2012 – 2020 jako reálné a proveditelné. Je důležité, aby nad jejich vykonáváním probíhala pravidelná kontrola. Lze však vylepšit podporu MSP u institucí ČEB a EGAP. CzechTrade by měl zvýhodnit službu Společné účasti na mezinárodních veletrzích.

3. 14 Závěrečné vyhodnocení a doporučení pro společnost ABC

Pro společnost ABC kategorizované jako MSP byly vybrány a doporučeny následující služby, které by mohla společnost podobného typu využít.

Od agentury **CzechTrade** byly vybrány služby: a) Adresář exportérů, u kterého je nejprve vhodné provést zápis basic, který je pro prvních 12 měsíců zcela zdarma. Po zanalyzování přístupů lze až posléze vyhodnotit, zda vyšší placená úroveň zápisu by pro společnost byla přínosem; b) Z exportních balíčků lze doporučit balíček Business (cena od 10 000 Kč do 20 000 Kč dle země), který je vhodný pro již zkušenější exportérů a může jim pomoci při vstupu na nové trhy. Pro již stávající trhy by autor využití daného balíčku nedoporučoval, jelikož by obsah všech služeb pro společnost nebyl cíleným užitekem; c) Z exportního vzdělání v aktuální nabídce (1. Čtvrtletí 2014) byly vybrány následující semináře: Jak úspěšně exportovat do Spojených arabských emirátů – zdarma; Daňové aspekty u exportujících společností – 1 694 Kč a Chyby v praxi zahraničního obchodu – 1 089 Kč; d) Z vývozních aliancí je vhodné vstoupit do Czech ICT Alliance, která sdružuje podobné společnosti jako je společnost ABC. Může to přinést mnohé usnadnění na vstupy na nové a stávající trhy, užitečné kontakty; Dále byly vybrány e) veletrhy a výstavy ve vybraných regionech. Podobného nebo stejného zaměření jako je předmět podnikání společnosti ABC, jsou následující veletrhy a výstavy: Gitex (SAE), Gisec (SAE), Infocomm-mea (SAE), Middle East Electricity (SAE), TB Forum (RF), Expocomm (RF). Pro vstup na trh Blízkého východu a Afriky je vhodné využívat veletrhů konaných právě v SAE.

Produkty a služby poskytované **ČEB** by prozatím společnost ABC v plné míře nevyužila a to z důvodu velikosti objemů vývozu, které nejsou natolik finančně náročné. Pokud by se však rozhodla využít jejích služeb či produktů, mohou její žádosti u vybraných produktů projít rychlejším ujednáním, jelikož podnik spadá do kategorie MSP. Konkrétně je rychlejší projednání nabízeno u produktů: financování výroby pro vývoz (předexportní úvěr), krátkodobé financování vývozu, bankovní záruky. Zároveň je poplatek za zpracování úvěru nižší než pro velké společnosti. Jeho výše je 5 000 Kč u úvěru a 0,1% z částky (min. 3 000 Kč, max. 30 000 Kč) za zpracování žádosti o vystavení bankovní záruky.

Pomocí interaktivní kalkulačky byly vypočítány orientační ceny pojištění u jednotlivých projektů. Jelikož v databázích dostupných **EGAP** nebyl zatím hodnocen ani jeden z odběratelů, nelze určit, do jaké rizikové studie by případný zahraniční odběratel patřil. Cena pojištění u pojistného produktu typu B – Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru se pohybuje v rozpětí u zemí v 2. kategorii rizika - Saudské Arábie a SAE 0,52% až 1,16% a u zemí ve 3. kategorii rizika - RF a Maroka 0,66% až 1,35% z pojištěné částky. Spoluúčast u tohoto typu je 10% u krytí komerčních rizik a ve stejné výši je spoluúčast při krytí teritoriálních rizik. U vybrané bankovní záruky, pojistný produkt Z (N) - Pojištění bankovní záruky za nabídku (Bind Bond) je cena pojištění u Saudské Arábie a SAE ve výši 0,09% u NČ a 0,50% u NOČ. U zemí RF a Maroka je cena pojištění ve výši 0,13% u NČ a 0,55 u NOČ. Spoluúčast při neoprávněném čerpání záruky je 5% a při pojištění proti neoprávněnému i oprávněnému čerpání je 10%.

4 Závěr

Vzhledem k velikosti trhu ČR jsou zahraniční trhy zdrojem nových příležitostí a umožní malé ekonomice dostatečný hospodářský růst. Na zvyšování vývozu se podílí právě proexportní politika. Hlavním cílem práce bylo poukázat na úroveň české podpory exportu na reálné společnosti ABC. Práce zkoumala využitelnost jednotlivých forem podpory exportu v souvislosti s reálnou společností ABC.

Současná podpora exportu v ČR je v mnoha ohledech dostatečná a snaží se zastupovat roli v podobě podpory informací, finančních a pojišťovacích služeb. Směr a inovace v proexportní politice jsou definovány v Exportní strategii ČR pro období 2012 – 2020. Jistě by bylo vhodné měřit plnění stanovených cílů zmíněné Exportní strategie, avšak vzhledem ke krátkému období plnění strategie, není tomuto tématu v práci blíže věnována pozornost. Avšak je třeba zmínit a zdůraznit jeden z důležitých stanovených cílů zmíněných ve strategii. Cílem je diverzifikace exportu do zemí mimo EU. Autor shledává tento cíl jako důležitý, jelikož přílišná a doposavad vysoká závislost na trzích v EU, a to hlavně na Německu, může znamenat budoucí hrozbu, pokud se EU bude dlouhodobě potýkat s nestabilitou a nízkým hospodářským růstem. Proto je nezbytné, aby se proexportní politika zaměřila na trhy mimo EU, tzv. třetí země.

Z pohledu společnosti kategorizované jako MSP bral autor práce její potřeby, jako kritéria při hodnocení jednotlivých institucí do jaké míry jednotlivé proexportní instituce jí budou užitečnými nástroji. Nejprve byly definovány čtyři vybrané trhy a na základě dostupných informací byl sestaven profil daných trhů. Český subjekt disponuje mnohými a detailními údaji o rozmanité části světových regionů. Dostatečné a kvalitní informace poskytuje MZV. Získané informace autor hodnotí kladně a mohou sloužit jako dostatečný základ pro vytvoření si představy a fungování daného zahraničního trhu.

Nejčastěji začínající vývozce může při nutnosti získání informací využít Zelenou linku pro export. Proto jako první zvolil autor kontakt s touto formou podpory exportu. Samotná linka je hodnocena kladně, je však doporučeno kontaktovat ji prostřednictvím emailové komunikace, jelikož je většina dotazů zodpovězena do jednoho pracovního dne. Z provedeného výzkumu lze usuzovat, že linka slouží jako kvalitní a rychlý rozcestník. Tedy naplňuje svojí funkci z pohledu Exportní strategie ČR. Avšak informovanost samotných operátorů není vždy plně uspokojivá při telefonické domluvě. Pro konkrétní informace, je vždy vhodné použít emailovou korespondenci, než formu telefonního rozhovoru. Pokud se však vývozce potřebuje pouze zorientovat v dané problematice, případně odkázat, kde může najít požadované informace, k tomu je vhodná forma telefonátu.

Poté následovalo spojení se s vládni agenturou CzechTrade. Autor vybral a hodnotil následující služby: exportní balíčky; adresář exportérů, exportní vzdělání, veletrhy a výstavy. Exportní balíčky jsou zajímavou možností jak získat informace o zahraničním trhu, avšak jsou vhodné převážně pro začínající vývozce. Zajímavou volbou je balíček Business, který nepřináší pouhé informace o daném trhu. Samotná agentura totiž také vyhledá a osloví 20 zahraničních obchodních společností. Cena balíčků je hodnocena

jako přiměřená a to hlavně u zemí prioritních a zájmových. Pro země EU je při současné informovanosti a provázanosti trhů vysoká. Adresář exportérů autor hodnotí jako přehledný a kvalitně zpracovaný, avšak je zde absence statistik návštěvnosti webu, jelikož právě to může rozhodnout a přilákat potenciální uživatele této služby. Vhodné tedy je nejprve vyzkoušet balíček Basic, který je pro první rok zdarma. Další službou je exportní vzdělání, které by bylo vhodné rozšířit i do jiných měst než jen do Prahy a Brna.

Podpora veletrhů a výstav je velmi důležitá, jelikož představují vysoký potenciál k získání obchodních případů. Autor hodnotí velice pozitivně přístup MPO, které nabízí, formou společných expozic, vystavovat českému vývozci své výrobky a služby zdarma, či za velice nízkých nákladů na vybraných zahraničních veletrzích. CzechTrade rovněž podporuje zahraniční veletrhy a výstavy, ale autor došel k závěru, že nedostatečně. Česká společnost musí vynaložit téměř totožné finanční prostředky, jako kdyby se rozhodla vystavovat na veletrzích samostatně. Zároveň je omezena povětšinou menším prostorem a musí dodržet stejný koncept, který stanovuje CzechTrade.

Činnosti České exportní banky lze na základě provedeného výzkumu vytknout nedostatečnou podporu MSP, což odráží statistiky ve vybraných regionech v pětiletém časovém horizontu. Měla by se více zaměřit na menší podniky a jím více zpřístupnit své služby a hlavně informace o nabízených službách a jejich cenách. Exportní a garanční pojišťovna pro MSP nabízí spolupráci nejen s ČEB, ale rovněž také s komerčními bankami. Tento krok autor hodnotí velice pozitivně, jelikož se její služby stávají snadněji využitelnějšími. Zároveň disponuje interaktivní kalkulačkou, která je dle pracovníků EGAP vcelku přesná. Samotné ceny modelované v jednotlivých případových studiích jsou přijatelné a nepředstavují vysoký náklad pro vývozce.

Autor na základě společnosti ABC identifikoval základní potřeby drobného vývozce a vytvořil následující doporučení, které by mohl takovýto podnik využít z jednotlivých forem podpory exportu: CzechTrade – adresář exportérů zápis – basic (zdarma), exportní balíček Business při vstupu na nové zahraniční trhy (cena od 10 000 Kč do 20 000 Kč dle země), exportní vzdělání – cyklus seminářů např. Jak exportovat do Spojených arabských emirátů (zdarma), Daňové aspekty u exportujících společností (1 694 Kč) a Chyby v praxi zahraničního obchodu (1 089 Kč), vstup do vývozní aliance (v konkrétním případě byla zvolena aliance Czech ICT Alliance); využití podpory veletrhů a výstav – sledovat stránky MPO, případně agentury CzechTrade. Služby ČEB většina společností vzhledem k vysoké administrativě a délce trvání (MSP často do 2 měsíců) u menších objemů vývozu pravděpodobně nevyužijí, avšak produkty pojišťovny EGAP jsou již daleko přijatelnější pro menší vývozce a to hlavně pojistný produkt typu B – Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Literatura

ANDRLE, Pavel. *Dokumentární akreditiv v praxi*. 4. zcela přeprac. vyd. Praha: Grada, 2008, 151 s. ISBN 978-80-247-2276-4.

JANATKA, František. *Organizace a řízení obchodu*. Praha: VŠEM, 2012. ISBN 978-80-867730-94-3.

ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 364 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4694-4.

Internetové zdroje

Bilaterální dohody s Ruskou federací. *Velvyslanectví České republiky v Moskvě* [online]. 2001 [cit. 2013-09-06]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/moscow/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_dohody_s_ruskou_federaci/index.html

CzechTrade. *CzechTrade* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz>.

ČEB. *ČEB* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz>.

EGAP. *EGAP* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.egap.cz>.

Export v kostce: Nabídka služeb státu pro exportéry II. pololetí 2013. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *BusinessInfo* [online]. 2013 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/app/content/files/dokumenty/exportvkostce.pdf>.

Exportní klub CzechTrade. *CzechTrade* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/kz-exportni-klub/>.

Exportní strategie ČR 2012 - 2020. MPO [online]. 2012 [cit. 2013-09-06]. Dostupné z: <http://download.mpo.cz/get/45705/51548/587267/priloha001.pdf>.

Exportní vzdělávání. *CzechTrade* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/exportni-vzdelavani/>.

Kalkulačka pojistného. *EGAP* [online]. 2014 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/kalkulacka-pojistneho/index.php>.

Malé a střední podniky. *Česká exportní banka* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/program-podpory-malych-a-strednich-podniku/>.

Maroko. *Ministerstvo zahraničních věcí ČR* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/afrika/maroko/.

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *ZÁSADY pro organizování a financování českých oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách v zahraničí v roce 2013* [online]. 2013 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: http://www.euroexpo.cz/upl/clanky/100723s_zasady.pdf.

O nás. *Česká exportní banka* [online]. 2014 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/content/view/92/35/>.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

O portálu. *BusinessInfo* [online]. 2014 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/specialni-stranky/o-portalu.html>.

O společnosti. *Exportní garanční a pojišťovací společnost* [online]. 2014 [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/o-spolecnosti/profil/index.php>.

Odborné a teritoriální semináře. *CzechTrade* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/exportni-vzdelavani/odborne-teritorialni-seminare/>.

Podmínky pro organizování a financování oficiálních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách. *BusinessInfo* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podminky-pro-organizovani-a-financovani-oficialnich-ucasti-na-mezinarodnich-veletrzich-a-vystavach-43065.html#!&chapter=3>.

Prezident HK ČR: „Oceňuji, že nová exportní strategie neupadla v zapomnění“. *Hospodářská komora ČR* [online]. 2012 [cit. 2013-09-07]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/zpravodajstvi-a-media/aktuality-4/obchod-cestovani-zahranici/ocenuji-ze-nova.aspx>.

Prezident podepsal novelu rozpočtu, navyšuje kapacitu EGAP. *Exportní garanční a pojišťovací společnost* [online]. 2013 [cit. 2013-09-06]. Dostupné z: http://www.egap.cz/o-spolecnosti/aktuality/zpravy/aktuality.php?aktuality_id=6.

Produkty. *Exportní garanční a pojišťovací společnost* [online]. 2013 [cit. 2013-09-06]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/pojistne-produkty/index.php>.

Příloha k Exportu v kostce: Interaktivní profily prioritních a zájmových zemí II. pololetí 2013. *Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR* [online]. 2013 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://download.mpo.cz/get/49043/55261/603097/priloha001.pdf>.

Rusko. *Ministerstvo zahraničních věcí ČR* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/rusko/.

Saúdská Arábie. *Ministerstvo zahraničních věcí ČR* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/blizky_vychod/saudska_arabie/.

Seznam hlavních produktů podpořeného financování ČEB. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-09-06]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/content/view/54/25/>.

Spojené arabské emiráty. *Ministerstvo zahraničních věcí ČR* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/blizky_vychod/spojene_arabske_emiraty/.

SVV 2013-2014. *CzechTrade* [online]. 2013 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/projekty-eu-2/svv-2013-2014/>.

VODNÁ, L. Prezident HK ČR: „Oceňuji, že nová exportní strategie neupadla v zapomnění“. *Hospodářská komora ČR* [online]. 2012 [cit. 2013-09-07]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/zpravodajstvi-a-media/aktuality-4/obchod-cestovani-zahranici/ocenuji-ze-nova.aspx>.

Zahraniční zastoupení Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a agentury *CzechTrade*. *CzechTrade* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/>.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Ústní prameny

Rozhovory jednatelem a obchodním zástupcem společnosti ABC vedený Statisem Damianidisem v Praze dne 14. 1. 2014., 16.4.2014 a 5.5.2014.

Ostatní – interní materiály

SPOLEČNOST ABC. *DEWA tunnels monitoring project*. Praha, 2013.

SPOLEČNOST ABC. *Licence plates monitoring project - Dallah Trans Arabia*. Praha, 2013.

SPOLEČNOST ABC. *Licence plates monitoring project - Gtel*. Praha, 2013.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Přílohy

Příloha 1 Ceník exportních balíčků

Příloha 2 Úročení zůstatků na běžném účtu vedeným u ČEB

Příloha 3 Vzhled webu Adresář exportérů

Příloha 4 Vzhled zápisu společnosti v Adresáři exportérů

Příloha 5 Vzhled zápisu produktu v Adresáři exportérů

Příloha 6 Závazná přihláška do sdružení Czech ICT Alliance

Příloha 7 Závazná přihláška na zahraniční veletrh s podporou agentury CzechTrade

Příloha 8 Diagram k Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru typu „B“

Příloha 9 Diagram u pojištění bankovních záruk

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 1 Ceník exportních balíčků

	MSP a PODNIKATELÉ (jen FO)		VELKÉ PODNIKY	
<u>Prioritní země</u>	5 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	20 000 Kč
<u>Zájmové země</u>	10 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	25 000 Kč
<u>Země EU</u>	15 000 Kč	20 000 Kč	20 000 Kč	30 000 Kč
	BASIC	BUSINESS	BASIC	BUSINESS

Zdroj: Ceník. *CzechTrade* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z:
<http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/cenik/>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 2 Úročení zůstatků na běžném účtu vedeným u ČEB

	Zůstatek běžného účtu	sazba ČEB
CZE	nad 25 mil. CZK	0,03%
	méně než 25 mil. CZK	0,01%
EUR	nad 1 mil. EUR	0,03%
	méně než 1 mil. EUR	0,01%
USD	nad 1 mil. USD	0,07%
	méně než 1 mil. USD	0,03%
JPY	nad 100 mil. JPY	0,01%
	méně než 100 mil. JPY	0,00%
GBP	nad 1 mil. GBP	0,15%
	méně než 1 mil. GBP	0,08%
SEK	nad 10 mil. SEK	0,30%
	méně než 10 mil. SEK	0,20%
DKK	nad 10 mil. DKK	0,01%
	méně než 10 mil. DKK	0,00%
RUB	nad 50 mil. RUB	3,50%
	méně než 50 mil. RUB	2,50%
PLN	nad 6 mil. PLN	1,50%
	méně než 6 mil. PLN	1,00%

Zdroj: Úrokové KBÚ. ČEB [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z:
<http://www.ceb.cz/co-delame/cenik-a-sazby/sazby-kbu/>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 3 Vzhled webu Adresář exportérů



Zdroj: Katalog firem. CZECHTRADE. *Adresář exportérů* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://exporters.czechtrade.cz/cs/katalog-firem/>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 4 Vzhled zápisu společnosti v Adresáři exportérů



Společnost Hrdlička se od založení v roce 1990 rozrostla z malé geodetické kanceláře v mezinárodní podnikatelskou skupinu Hrdlička Group, zastřešující společnosti v ČR, na Slovensku, v Maďarsku, Bulharsku a Polsku.

Tento profil je také dostupný v:  English,  Magyar,  Poliszczyna,  Srpski,  Български,  Русский язык.

[přidej do mého seznamu](#)

[Editovat firmu](#)



Zobrazte si firemní zápis v mobilu.
Co je to QR kód?

Popis činnosti společnosti

Hlavním oborem činnosti je pro nás geodézie v nejširším slova smyslu. Poskytujeme komplexní služby pro správu inženýrských sítí, státní správu a samosprávu, zahrnující sjednocení dokumentace, podporu projektové činnosti, pořizování dat do GIS, poradenství, apod. V oblasti geoprostorových dat poskytujeme služby od definice potřeb zákazníka, přes pořízení dat, jejich údržbu, publikaci a integraci s jinými systémy. Služby realizujeme s využitím technologie našeho mapového serveru MAWIS.

Vysokou operativnost našich služeb zajišťuje 12 regionálních pracovišť v ČR. Naše společnost se podílí i na řadě evropských projektů. Jsme držitelem certifikátů norem ISO 9001, 14001 a OHSAS.

IČ: 18601227
Rok založení: 1991
Počet zaměstnanců: 51 - 250

[Geografické zájmy](#) +

[Oborové zařazení](#) +

Kontaktní informace

Adresa: Za Lužnami 1084/33
Praha 5
158 00

Telefon: +420 235 521 822

Fax: +420 235 521 827

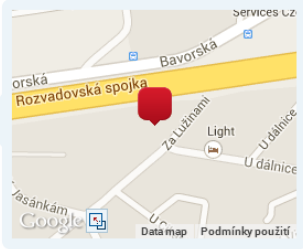
Mobil: +420 601 212 413

E-mail: vratislav.vorel@hrdlicka.cz

WWW: <http://www.hrdlicka.cz>

Jazyková vybavenost: Angličtina, Bulharština, Maďarština, Němčina, Polština, Ruština

Mapa



Kontaktní osoby

Vratislav Vorel
referent zahraničního obchodu

Telefon: +420 235 521 822

Mobil: +420 724 985 961

E-mail: vratislav.vorel@hrdlicka.cz

Jazyková vybavenost: Angličtina, Čeština, Ruština

Produkty/služby

Webové služby mapového portálu MAWIS



Zdroj: Katalog firem. CZECHTRADE. *Adresář exportérů* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://exporters.czechtrade.cz/cs/katalog-firem/>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 5 Vzhled zápisu produktu v Adresáři exportérů

Výkonová elektronika a řídicí systémy



Název firmy: Sigma Products, s.r.o.

Společnost Sigma Products, s.r.o. se zaměřuje na vývoj a výrobu výkonové elektroniky a řídicích systémů pro kolejová vozidla a průmyslové aplikace.

Tento profil je také dostupný v:  English,  Deutsch,  Русский язык,  Español,  Français,  Italiano.

přidej do mého seznamu

Editovat produkt



Zobrazte si firemní zápis v mobilu. Co je to QR kód?

Popis produktu/služby

Řídicí systémy:
Vytváříme a dodáváme aplikačně specifické mikroprocesorové řídicí systémy pro elektrické pohony / generátory s elektrickými motory jakéhokoli typu.

Elektrické měniče:
Specializujeme se na vývoj a výrobu elektrických měničů pro průmyslové i drážní aplikace. Nabízíme nabíječe baterií, jednofázové i třífázové střídače, stabilizátory a další typy měničů navržených dle specifických požadavků našich zákazníků. Měníče jsou procesorově řízené s možností vazby na další systémy pomocí logických vstupů a výstupů a pomocí rozhraní CAN, RS485/422 a Ethernet. Měníče pro drážní aplikace jsou konstruovány a testovány dle požadavků normy ČSN EN 50 155. Součástí dodávky našich produktů je vlastní diagnostický nástroj pro PC, který slouží pro nastavení, diagnostiku a servis zařízení a dále pro aktualizaci verze software, sledování proměnných a výpis záznamů při poruchových událostech.

Oborové zařízení +

Obrázky produktu/služby



Zdroj: Katalog firem. CZECHTRADE. *Adresář exportérů* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://exporters.czechtrade.cz/cs/katalog-firem/>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 6 Závazná přihláška do sdružení Czech ICT Alliance



2014 - ZÁVAZNÁ PŘIHLÁŠKA do sdružení Czech ICT Alliance

Obchodní jméno (dle obch. rejstříku):

Sídlo společnosti:

Poštovní adresa (pokud je odlišná od sídla firmy):

.....

IČ: Statutární zástupce:

Tel.: E-mail:

Podpisem této závazné přihlášky potvrzuji, že jsem se seznámil se stanovami sdružení Czech ICT Alliance a zavazuji se je respektovat a plnit.

Povinný členský příspěvek: (prosíme o označení preferované alternativy „X“)

a) Členský příspěvek **2000 Kč zaplatí společnost** (.....)

b) **Členství zdarma** - Členský příspěvek 2000 Kč hrazen přímo (.....)
ze sponzorského příspěvku EU Consult s.r.o.

Nepovinný marketingový příspěvek

(účelově vázaný dobrovolný příspěvek na fungování Aliance, fakturováno jako služba)

a) **Nechci** uhradit dobrovolný marketingový příspěvek (.....)

b) **Chci** uhradit dobrovolný marketingový příspěvek (.....)

Výše dobrovolného příspěvku:

Účel použití dobrovolného příspěvku:

.....

.....

Titul, jméno a příjmení

Statutární zástupce společnosti

Razítko

**Příloha: výpis z obchodního rejstříku,
příp. jiný doklad evidence subjektu**

Zdroj: Členství. *Czech ICT Alliance* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z:

<http://www.czechict.cz/clenstvi.htm>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 7 Závazná přihláška na zahraniční veletrh s podporou agentury CzechTrade



INDEX 2014

Místo konání: DUBAI, SAE

Datum konání: 19.-22.5.2014

ZÁVAZNÁ PŘIHLÁŠKA

Název firmy	
IČ, DIČ	
Ulice, číslo popisné	
Město	
PSČ	
Kontaktní osoba/funkce	
Telefon	
Mobil	
Fax	
E-mail	
Internetová stránka	
Hlavní činnost firmy	
Výrobky/služby k nabídnutí	

Prosím označte Vámi vybrané služby:

- ☐ Osobní účast na veletrhu 60 000,- Kč (+ DPH)
- ☐ Katalogová prezentace 15 000,- Kč (+DPH)
- ☐ Asistence podle individuálního konkrétního zadání

Místo, datum Podpis

Přihlášku je nutné zaslat i v originále, a to doporučenou poštou na adresu

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Jana Vápeníková

Dittrichova 21,

128 01 Praha 2

Upozornění: Podpisem této přihlášky klient stvrzuje, že se seznámil se zněním Všeobecných obchodních podmínek, které jsou dostupné v tištěné formě v sídle České agentury na podporu obchodu na adrese výše a elektronicky na:
http://www.czechtrade.cz/d/documents/01/4-nase-sluzby/VOP_pro_poskytovani_sluzeb_CzechTrade.pdf

Zdroj: Index 2014. CzechTrade [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z:

<http://www.czechtrade.cz/kalendar-akci/akce-index-2014/>

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha 8 Diagram k Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru typu „B“



Zdroj: B - Stručný popis pojistného produktu a kontakty. *EGAP* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/pojistne-produkty/produkt-b/strucny-popis-pojistneho-produktu-kontakty/index.php>

Příloha 9 Diagram u pojištění bankovních záruk



Zdroj: Z - Stručný popis pojistného produktu a kontakty. *EGAP* [online]. 2014 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/pojistne-produkty/produkt-z/strucny-popis-pojistneho-produktu-kontakty/index.php>