TRADE NEWS

2 / 2018 / VII. ročník

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

V THAJSKU JE ÚSMĚV NAKAŽLIVÝ

JIHOVÝCHODNÍ ASIE UMÍ PŘÍJEMNĚ PŘEKVAPIT

POVÝŠENOST SE V OBCHODĚ NEVYPLÁCÍ

LIKO-S international

ZELENÁ STŘECHA

Zelené střechy nám dávají širokou škálu přínosů a výhod. Jsou **krásné**, **funkční** a dokonce nám **pomáhají šetřit peníze**. Zelené střechy chrání hydroizolaci i konstrukci střechy před teplotními výkyvy, kroupami, klimatickými vlivy, a tím **prodlužují její životnost**.

- LEPŠÍ **MIKROKLIMA**
- VYUŽITÍ **DEŠŤOVÉ VODY**
- NÍŽŠÍ NÁKLADY NA **RENOVACI**
- NIŽŠÍ NÁKLADY NA **ENERGIE**
- **VÁŽE PRACH** A TOXICKÉ ČÁSTICE
- OCHRANA **PROTI HLUKU**
- ZVYŠUJE **ZADRŽOVÁNÍ VODY**
- VYTVÁŘÍ **ŽIVÝ PROSTOR**

ZEPTEJTE SE NÁS, JAK OŽIVIT I VAŠE BYDLENÍ

+420 **607 028 522**
info@zivestavby.cz

www.**zivestavby.cz**
www.**liko-s.cz**

Vážení čtenáři,

rodinné firmy směřují na vrchol. Každý den medializujeme konkrétní rodinný podnik, farmu nebo živnost, připravujeme ukotvení rodinných podnikatelů do právního řádu, na týdenní bázi se setkáváme s rodinnými klany u kulatých stolů v regionech a chystáme Toulavou kameru za rodinným stříbrem. Rok rodinného podnikání 2018 je v plném proudu a dobrá zpráva je, že na naše aktivity slyší i legislativci. Hospodářský výbor Poslanecké sněmovny Parlamentu přijal v uplynulých dnech na žádost AMSP ČR usnesení, kterým žádá příslušné rezorty, aby obratem zahájily legislativní kroky pro ukotvení rodinných firem v zákoně. Hlavní spouštěcí mechanismus pro revoluční změnu v postavení rodiny v byznysu byl tedy uveden do pohybu.

Na nic ale nečekáme a již připravujeme hlavní podnikatelskou aktivitu roku 2019: Rok digitálního podnikání. Již nyní chystáme desítky vzdělávacích a mediálních aktivit, ve kterých ukážeme moderní maloobchodní provozovny, digitalizaci řemesla a drobných služeb, nové technologie v malých farmách, trendy ve středním průmyslu, komunikační nástroje se státem a zaměstnanci v době 4.0 a revoluci ve finančních službách. Využívání chytrých přístrojů, aplikací, nové pojetí internetu, drony v malém podnikání, průmyslové roboty či agriboty, zvířata s čipy, financování s využitím sociálních sítí a digitalizace vztahu se zákazníky, to jsou jen některá témata, kterými dnes v asociaci žijeme a která přiblížíme již za pár měsíců podnikatelům v každé obci.

Do té doby ale ještě zahájíme aktivity již osmé významné skupiny malých firem a živnostníků, jež v asociaci zastřešujeme. K řemeslníkům, začínajícím podnikatelům, podnikavým ženám, rodinným firmám, pěstitelům, maloobchodníkům a malým restauracím otevíráme asociační zázemí pro segment, který jsme nazvali SILVER BUSINESS. Starší podnikatelé tak získají poprvé ucelenou podporu na informační, legislativní a ekonomické bázi. Fakt, že většina živnostníků bude během deseti let v důchodovém věku, znamená, že pro ně musíme již dnes začít vytvářet takové podmínky, které je budou motivovat k udržení podnikatelské činnosti. Postupný úbytek osob samostatně výdělečně činných by znamenal nejen snížení obslužnosti v regionech, ale měl by přímý vliv i na zvýšení nezaměstnanosti.

Neustáváme ani v podpoře středně velkých vývozců a tradičně na jaro chystáme doslova exportní informační smršť. Lídrem našeho vývozu mimo EU se stávají Spojené státy americké, jejichž historicky nejvýznamnější podnikatelskou delegaci v ČR přivítáme koncem května. Druhou pozici mimo země Unie drží rostoucí trh Ruska, kterému se budeme věnovat o pár dní dříve. Pokračujeme v invazi do Indie, kde připravujeme nový projekt, a chystáme velké izraelské překvapení. A u všeho bude pochopitelně i magazín TRADE NEWS, který vám už na následujících stránkách

předkládá ochutnávku zajímavých čísel a trendů a ukazuje lákavé mimoevropské destinace.

Jedeme ve strhujícím tempu a slibujeme, že neustaneme. Přejeme vám krásné jarní dny a příjemné čtení.

Karel Havlíček
předseda Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

TRADE NEWS

Magazín Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
www.amsp.cz

1. MÍSTO

www.itradenews.cz www.tradenews.cz

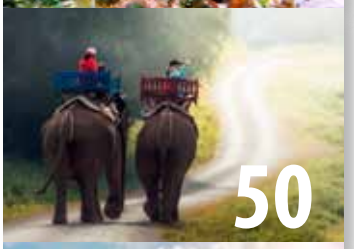
Redakční rada: Eva Svobodová, MBA, generální ředitelka AMSP ČR, doc. Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA, předseda představenstva AMSP ČR, generální ředitel společnosti SINDAT a děkan Fakulty ekonomických studií VŠFS, Ing. Libor Musil, člen představenstva AMSP ČR, předseda představenstva společnosti LIKO-S, Ing. Pavla Břečková, Ph.D., místopředsedkyně představenstva AMSP ČR a ředitelka společnosti AUDACIO

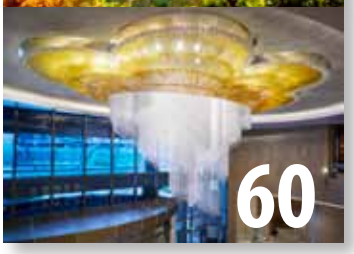
Šéfredaktorka: PhDr. Jana Jenšíková, jednatelka společnosti ANTECOM, která kromě magazínu TRADE NEWS vydává tituly AGE a TECH EDU
jensikova@antecom.cz www.antecom.cz

TRADE NEWS – vítěz soutěže Zlatý středník v kategorii Nejlepší B2B časopis a noviny v ČR

Vydavatel: ANTECOM
ANTECOM, s.r.o., Blatenská 2166/7, Praha 4 IČ: 2836 2926
Vydáno v Praze jako dvouměsíčník. MK ČR E 20842 / ISSN 1805-5397
Datum vydání: 23. 4. 2018 Náklad: 8200 výtisků
Magazín TRADE NEWS je zařazen do procesu pravidelného ověřování nákladů vybraných tiskovin Audit Bureau of Circulations (ABC ČR).

Z obsahu vybíráme





10 Rozhovor / Jihovýchodní Asie
Jiří Mlch: Povýšenost se v obchodě nevyplácí. Z Thajska si domů vozím pozitivní energii

13 Infografiky
Indonésie, Thajsko, Laos, Kambodža, Filipíny: perspektivy, ekonomika, příležitosti, srovnání, trendy

25 Zamyšlení
Jihovýchodní Asie umí příjemně překvapit. Žije svou budoucnost již nyní

26 Podpora exportu / Indonésie
Indonésie: Menší české firmy už ji objevily. Zůstanou ty velké pozadu?

34 Profiliga / Cayman Pharma
Petra Miketová: V Thajsku je úsměv nakažlivý

36 Úvaha / Jihovýchodní Asie
ASEAN není monolit. Kdo bude jeho lídrem?

38 Do světa za obchodem / Thajsko
Thajsko: Brána do jihovýchodní Asie. Zkuste být součástí thajského zázraku

46 Profiliga / TSE
Karel Fiedler: Vynalézavost máme v genech

50 Do světa za obchodem / Laos
Laos: Pozapomenutý partner, který na nás nezapomněl

54 Do světa za obchodem / Kambodža
Kambodža se staví na vlastní nohy

58 Rozvojová pomoc / Kambodža
Využijte renomé České rozvojové agentury v Kambodži

60 Do světa za obchodem / Filipíny
Tropické Filipíny: Z nemocného muže vycházející hvězdou

66 Anketa / Rodinné podnikání
Jak se podniká našemu rodinnému stříbru?

68 Podpora exportu / Analýza
Nová mapa menších exportérů: Po pěti letech je všechno jinak

70 Anketa / Start-upy
Dopřejte svému start-upu raketový start. CzechInvest vám v tom pomůže

72 Rozhovor / Nové technologie
Úspěšný stomatolog zítřka: Totální digitalizace s ručením omezeným a pacient v roli klienta

75 Personální rádce
Nesnažte se o pohádky, buďte autentičtí

76 Právní rádce / Pracovní právo
Když musíte dát sbohem svým zaměstnancům

PARTNEŘI MAGAZÍNU TRADE NEWS

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky
MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU
CzechTrade
CZECHINVEST
EGAP
Česká Exportní Banka
CZECH EXPORT BANK

Podporujeme český export

klientské centrum pro export

Afghánistán
Albánie
Alžírsko
Argentina
Arménie
Austrálie
Ázerbájdžán
Belgie
Bělorusko
Bosna a Hercegovina
Brazílie
Bulharsko
Černá Hora
Čína
Dánsko
Egypt
Estonsko
Etiopie
Filipíny
Finsko
Francie
Ghana
Gruzie
Chile
Chorvatsko
Indie
Indonésie
Irák
Írán
Irsko
Itálie
Izrael
Japonsko
Jižní Afrika
Jordánsko
Kambodža
Kanada
Kazachstán
Keňa
Kolumbie
KLDR
Korejská republika
Kosovo
Kuba
Kuvajt
Kypr
Libanon
Libye
Litva
Lotyšsko
Lucembursko
Maďarsko
Makedonie
Malajsie
Maroko
Mexiko
Moldavsko
Mongolsko
Myanmar/Barma
Německo
Nigérie
Nizozemsko
Norsko
Pákistán
Palestina
Peru
Polsko
Portugalsko
Rakousko
Rumunsko
Rusko
Řecko
Saúdská Arábie
Senegal
Singapur
Slovinsko
Spojené arabské emiráty
Spojené státy americké
Srbsko
Španělsko
Švédsko
Švýcarsko
Thajsko
Tchaj-wan
Tunisko
Turecko
Ukrajina
Uzbekistán
Vatikán
Velká Británie
Vietnam
Zimbabwe
NATO
OECD
OSN
Rada Evropy
UNESCO
Evropská unie

Jednotnou zahraniční síť tvoří zastupitelské úřady ČR a zahraniční kanceláře agentury CzechTrade

Jednotné
kontaktní místo
pro exportéry

služby ve více než 90 zemích světa prostřednictvím Jednotné zahraniční sítě

konzultace exportních a investičních záměrů v zahraničí

informace o exportních novinkách a příležitostech

více informací:
www.businessinfo.cz/kce

Adresa:
V sídle agentury CzechTrade,
Dittrichova 21, 128 01 Praha 2
Kontakt:
Telefon: +420 224 907 576
E-mail: kcexport@businessinfo.cz

ROK RODINNÉHO PODNIKÁNÍ 2018

AMSP ČR je vyhlašovatelem Roku rodinného podnikání 2018. Ten by se měl stát milníkem společenského, ekonomického a legislativního vnímání rodinného podnikání, rodinných firem, živností a farem. AMSP ČR si klade za cíl prosadit v rámci tohoto projektu zásadní legislativní změnu – ukotvit definici rodinného podnikání v občanském zákoníku.

O PROJEKTU

Záměrem Roku rodinného podnikání 2018 je vytvořit pozitivní celospolečenské vnímání rodinného podnikání. Význam rodinných firem pro ekonomiku státu potvrdila řada mezinárodních studií, které zdůrazňují jejich větší stabilitu, transparentnost, životní cyklus, sociální cítění a další důležité parametry.

ROK RODINNÉHO PODNIKÁNÍ 2018 NABÍZÍ RŮZNÉ AKTIVITY, např.:

- kulaté stoly rodinných firem v regionech se zaměřením na diskuzi o řízení nástupnické strategie a řízení konfliktů,
- setkání nástupníků,
- vzdělávací aktivity s tematikou HR, řízení financí, řízení marketingu, předcházení konfliktům atd.,
- medializaci příběhů ve veřejném prostoru, televizní pořad na ČT1 – „Toulavá kamera za rodinným stříbrem“,
- příběhy českých rodinných firem na zpravodajském portálu iHned.cz (https://byznys.ihned.cz/podnikani-zpravy-z-amsp/),
- soutěž rodinných firem,
- stáže nástupníků ve firmách,
- průzkumy, analýzy a praktické rady.

PROČ A JAK SE ZAPOJIT:

Právě dochází k zásadní změně vnímání rodinných firem – **buďte u toho!**

Zúčastněte se kulatých stolů a diskuzí, poučte se z chyb jiných a přispějte svými radami, tipy a doporučeními! Zviditelněte své úspěchy!

Registrujte se ZDARMA do našeho (nedotačního) projektu Rok rodinného podnikání 2018.

www.rodinnafirma.net

Generální partneři:

ŠKODA Deloitte. Equa bank

Mediální partneři:

TRADE e.conomia BusinessInfo.cz Oficiální portál pro podnikání a export

AMSP ČR zřizuje informační linku k pozastavení OPPIK

Na AMSP ČR se obracejí podnikatelé, kteří žádají aktuální informace k dalšímu čerpání z evropských strukturálních fondů. Evropská komise totiž 6. 4. 2018 informovala vedení Ministerstva průmyslu a obchodu o tom, že dočasně pozastavuje proplácení prostředků určených českým podnikům z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK). Důvodem je vysoká chybovost v kontrolovaných projektech, kterou odhalil Auditní orgán Ministerstva financí na konci roku 2017.

Ze závěrů kontrol vyplynula 14% chybovost, přičemž už 5 % se považuje za alarmující, standardem jsou pak 2 %. Podle aktuální informace MPO se toto opatření podniků zatím přímo nedotkne. Proplácení přislíbených dotací na účty žadatelů by i nadále mělo podle vyjádření zástupců rezortu průmyslu a obchodu probíhat standardním způsobem, a to z prostředků českého státního rozpočtu. Pozastavení OPPIK znamená pozastavení certifikace prostředků z rozpočtu EU do státního rozpočtu. Po odstranění chyb by mělo dojít k obnovení certifikace.

AMSP ČR celou situaci pečlivě monitoruje, je v denním kontaktu s příslušnými pracovníky rezortu průmyslu a je připravena obratem zajistit podnikatelům relevantní informace a odpovědi na otázky ke konkrétním výzvám. MPO okamžitě zřídilo monitorovací skupinu tvořenou hlavními zástupci podnikatelů, včetně AMSP ČR, která se průběžně schází a informuje podnikatele o všech změnách, opatřeních, dalším čerpání a očekávaném vývoji. Firmy mohou zasílat e-mailem dotazy na amsp@amsp.cz nebo přímo na vedení Výboru pro strukturální fondy AMSP ČR: kviz@amsp.cz. Veškeré dotazy vyřizujeme do 48 hodin, v případě, že se jedná o detailnější problematiku, zprostředkováváme všem členům AMSP ČR konzultace přímo s pracovníky ministerstva nebo jim zajistíme odborné poradenství. ■

Zdroj: AMSP ČR

Programy, které nabízí ČMZRB a které jsou financované z Operačního programu PIK, jsou i nadále otevřené. Příjem žádostí a poskytování úvěrů pokračuje dál v nezměněné podobě.

Na co se ptáte

- **Mám schválený projekt, bude proplacen?** Ano, bude proplacen ze zdrojů státního rozpočtu ČR.
- **Mám schválený projekt, ale zatím není podepsané rozhodnutí, mohu očekávat platbu?** Rozhodnutí o poskytnutí dotace budou standardně vydávána, následně budou platby propláceny ze státního rozpočtu ČR.
- **Jak se budou vyřizovat nové žádosti?** Žádosti budou vyřizovány standardním způsobem, nedochází k pozastavení hodnocení ani k jiným krokům s negativním dopadem na podnikatele.
- **Budou vyhlašovány nové výzvy?** Ano, MPO plánuje od června vyhlašovat nové dotační výzvy v OPPIK.

**Uvedené odpovědi vycházejí ze současného veřejně deklarovaného stanoviska vedení MPO. Nelze však kategoricky vyloučit, že pokud jednání s Evropskou komisí nepovedou k rychlým nápravným opatřením a obnovení certifikace, může MPO přistoupit k omezení vyplácení dotací, hodnocení projektů či vyhlašování nových výzev.*

AMSP ČR najdete i na sociálních sítích!

LinkedIn facebook twitter

GDPR: strašák, či realita?

Ochrana osobních údajů se za poslední rok stala mediálně velmi sledovaným tématem, které se dotýká téměř všech podniků. Den, kdy vejde v účinnost nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů, tzv. GDPR, tj. 25. květen 2018, se rychle blíží. Když se však zeptáte, co vlastně nového nařízení GDPR přináší oproti stávající úpravě, dostane se vám většinou velmi neurčité odpovědi. Základní zásady pro zpracování osobních údajů i případy, kdy lze osobní údaje zpracovávat, zůstávají stejné jako dosud. Nicméně většina společností podle těchto zásad nepostupovala, a proto je nařízení GDPR tak obávané. Typickým příkladem je monitorování pracoviště, které není GDPR výrazně dotčeno, a přesto zde mají společnosti často problémy s oprávněností zpracování osobních údajů.

GDPR samozřejmě přináší určité změny (nová práva subjektu údajů, aktivní souhlas se zpracováním osobních údajů apod.), nové instituty a povinnosti (pověřenec pro ochranu osobních údajů), ale též s sebou nese například menší administrativní zátěž ve vztahu k Úřadu pro ochranu osobních údajů (zrušení ohlašovací povinnosti).

Co však veřejnost trápí, je nejistota, která panuje ohledně výkladu nařízení, umocněná hrozbou vysokých likvidačních pokut. Zde je na místě se proti postupu odpovědných institucí u nás i na úrovni EU důrazně ohradit, neboť způsob, jakým byla přenesena odpovědnost na podnikatele bez výraznější podpory a závaznosti výkladových stanovisek, není spravedlivý. Nutno však podotknout, že na ukládání pokut se vztahují právní zásady pro správní řízení, a i u nás převládají právní závěry, že nelze ukládat likvidační pokuty, a naopak je nutné vždy přihlédnout k osobním a majetkovým poměrům daného subjektu.

Co je to osobní údaj?

Samotný pojem „osobní údaj" je v rámci nařízení GDPR i v související judikatuře vykládán velmi široce. Mohou jím být i adresy IP, cookies, či dokonce šifrovaná data. Podnikatelé budou navíc v řadě případů muset velmi pečlivě chránit osobní údaje subjektů, které tyto subjekty samy a dobrovolně zveřejňují na sociálních sítích a různých platformách. Smysl této ochrany se proto mnohdy příčí selskému rozumu a negativní reakce z řad podnikatelů jsou více než pochopitelné.

Jak se tedy k této problematice postavit a nejlépe postupovat? Úřad pro ochranu osobních údajů vydává nejrůznější stanoviska a výklady, nicméně příklady z praxe nejsou nikdy tak černobílé. Finální znění GDPR je zveřejněné již téměř dva roky, což je velmi vstřícná doba na zajištění souladu a též na adaptaci na české prostředí, které nařízení GDPR v určitých mezích dovoluje. Česká legislativa však ponechala přípravu souvisejícího zákona na poslední chvíli a před účinností GDPR zcela jistě přijat nebude. Vládní návrh adaptačního zákona nevyužívá žádnou možnost ke zpřísnění nebo rozšíření povinností dopadajících na podnikatelské prostředí ani nestanoví žádná další omezení v oblasti zpracování osobních údajů. Návrh naopak směřuje ke snížení maximální výše pokuty za porušení předpisů na ochranu osobních údajů na 10 milionů korun.

Malé firmě ve většině případů postačí, když se zaměří na to, zda osobní údaje zpracovává po celou dobu na základě oprávněného podkladu, subjekt údajů je vždy řádně informován o zpracování a údaje jsou v bezpečí. Základním pravidlem pak bezpochyby budiž, že GDPR nelze přehlížet a je třeba začít alespoň ta nejdůležitější opatření v jeho smyslu přijímat. I z hlediska případného správního řízení je vždy lepší být „na dobré cestě" ke správnému nastavení než se tvářit, že GDPR neexistuje. ■

Text: Zdeněk Tomíček
Foto: Shutterstock
JUDr. Zdeněk Tomíček je místopředsedou představenstva AMSP ČR

AMSP ČR spustila portál GDPR bez obav (www.gdprbezobav.cz), kde jsou praktické informace pro podnikatele, jak ke GDPR přistoupit, včetně možnosti odebírat newsletter obsahující novinky a doporučení v dané oblasti. AMSP ČR také pořádá pro podnikatele zdarma sérii seminářů na toto téma.

Vytváříme odrazový můstek pro naše firmy v Indii

AMSP ČR a Ministerstvo průmyslu a obchodu společně na projektu Českého industriálního parku v Bengalúru

Česká republika byla partnerskou zemí letošního ročníku největšího strojírenského veletrhu v indickém Čennaí – IESS, což se odrazilo i v počtu vystavujících českých společností. Ve společné expozici, na jejíž přípravě se podílela zahraniční kancelář CzechTrade v Bengalúru, našla místo více než dvacítka českých vystavovatelů. Prestižní mezinárodní akci slavnostně zahájil český ministr průmyslu a obchodu v demisi Tomáš Hüner spolu s O. Panneerselvamem, místopředsedou vlády indického státu Tamilnádu. Člen představenstva AMSP ČR Libor Musil a představitel indické Rady pro podporu strojírenského exportu (EEPC) na veletrhu podepsali memorandum o porozumění v oblasti aplikovaného vývoje a možnosti spolupráce mezi českými a indickými MSP.

„V tomto memorandu jde hlavně o to, že by indická a česká vláda společně podpořily vývojové a výzkumné projekty, na nichž by pracovali čeští i indičtí odborníci a jejichž výsledky by se pak v konečném stadiu mohly uplatnit v obou zemích. Z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že Indové mají velký zájem o spolupráci s českými malými a středními firmami, oceňují jejich vyšší vyspělost a know-how. Na druhé straně indický trh se dynamicky rozvíjí, je tam dostatek pracovníků, kteří jsou šikovní a jsou ochotní pracovat s velkým nasazením a za příznivé mzdy," říká Libor Musil.

Český industriální park v Bengalúru má první obrysy

V třetím největším indickém městě Bengalúru již působí indický inkubátor pro české podnikatele, na jehož vybudování se AMSP ČR podílela a v němž také sídlí kancelář CzechTrade. Na základě zkušeností z tohoto projektu představitelé Ministerstva průmyslu a obchodu a AMSP ČR považují za efektivní vybudování Českého industriálního parku v této oblasti.

„Indický trh je nasycený a indická cla na dovoz produktů jsou poměrně vysoká, a tak naše výrobky oproti vyráběným přímo v Indii nemohou být konkurenceschopné. Pokud tedy chceme podpořit náš export do tohoto regionu, musíme našim firmám vytvořit kvalitní odrazový můstek. A tak jsme společně s představiteli ministerstva průmyslu dospěli k myšlence Českého industriálního parku, vybudovaného za účasti indického developera, který by nesl většinu rizik s výstavbou spojených. Komplex kancelářských a výrobních budov by byl velmi flexibilní a jeho prostory by se snadno přizpůsobily potřebám jednotlivých konkrétních firem. V praxi by to pak fungovalo tak, že česká firma, která bude chtít v Indii vytvořit montážní či výrobní závod, mít sklad a tak podobně, bude moci tohoto zázemí za velmi příznivých cenových podmínek využít včetně lidských zdrojů, poradenství v oblasti místních zákonů, účetnictví a dalších nezbytností. To jí v počátcích expanze hodně pomůže a až po etablování na tamním trhu může přistoupit k budování vlastního objektu, které už je finančně daleko náročnější a může být také rizikové," informuje dále Libor Musil. Všechny zúčastněné strany včetně CzechTrade, ČEB a EGAPu na projektu pilně pracují a plánují představit ho veřejnosti už na konci června. ■

Na letošním mezinárodním strojírenském veletrhu v indickém Čennaí podepsal člen představenstva AMSP ČR Libor Musil (druhý zleva) memorandum o spolupráci s představiteli indické EEPC. Podpisu se zúčastnil také ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade v Bengalúru Ivan Kameník (první zleva)

Návrh projektu Českého industriálního parku v Bengalúru

Text: Libor Musil
Foto: archiv Liko-S
Ing. Libor Musil je členem představenstva AMSP ČR

Jiří Mlch:

Povýšenost se v obchodě nevyplácí

Z Thajska si domů vozím pozitivní energii

I když jste hodně dobří, nevyplatí se nosit nos nahoru. A v Asii to platí dvojnásob. „Do Linetu jsem nastoupil jako manažer pro Asii právě v době, kdy začal náš klíčový konkurent, americký Hill-Rom, ustupovat ze svých pozic. Měl pocit uspokojení a neporazitelnosti, podcenil dobře fungující poprodejní servis a ztratil respekt vůči lokálním partnerům, což vyústilo v zásadní změnu jeho distribuční politiky," vzpomíná na rok 2015 regionální manažer pro jihovýchodní Asii a Pacifik společnosti Linet Jiří Mlch.

Ing. Jiří Mlch

Vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze. V roce 1994 rozvíjel první zastoupení společnosti Motorola Computer Group pro střední a východní Evropu. V následujících letech pracoval na mnoha manažerských pozicích v nadnárodních společnostech Apple, Siemens, IBM, Anixter a Tesco. Od roku 2015 je regionálním manažerem pro jihovýchodní Asii, Austrálii a Nový Zéland společnosti Linet

Jaký byl největší problém?

Centralizace a podcenění systematické individuální péče o místní partnery. Hill-Rom se totiž pokusil sjednotit svou distribuční síť pro tak velký region a pracovat jen s jedním regionálním partnerem, který má svoji centrálu a velmi dobře etablovaný byznys v Singapuru, ale v ostatních zemích regionu není schopen dobře reagovat na specifika jednotlivých trhů. To ho připravilo o možnost rozložit riziko na více partnerů, a stabilizovat tak obrat i v případě výpadku některé ze zemí regionu, což se kvůli nestabilním politickým režimům v Asii děje poměrně často. Této situace se nám podařilo využít a část jeho partnerů oslovit, někteří se dokonce ozvali sami, navázat s nimi kontakt a rozvinout spolupráci.

Jaký obchodní model tedy preferuje Linet?

Jihovýchodní Asie představuje v geografickém portfoliu naší společnosti největší region. Zahrnuje Indii, Pákistán, Bangladéš, Srí Lanku, Thajsko, Vietnam, Laos, Singapur, Malajsii, Filipíny, Indonésii, Austrálii a Nový Zéland a v Linetu ji pracovně nazýváme APAC (Asie a Pacific). V tuto chvíli neuvažujeme o vytvoření přímého zastoupení a v budoucnu se jeví jako perspektivní zřízení reprezentativní kanceláře a vlastního showroomu v některé rozvinutější zemi jihovýchodní Asie, abychom se přiblížili našim partnerům a poskytovali jim ještě lepší zázemí a služby. Naším stávajícím obchodním modelem je pracovat prostřednictvím nezávislé distribuční sítě firem dobře etablovaných na místních trzích, které staví svůj byznys na distribuci našich lůžek. Jim poskytujeme maximální podporu v oblasti vzdělávání jejich prodejců, školení a klinických studií, přičemž klademe velký důraz na poprodejní servis a služby, což je klíč k udržení dobrých vztahů s našimi koncovými zákazníky. Všechny naše partnery pravidelně školíme a certifikujeme jak na znalost produktového portfolia Linetu, tak hlavně v oblasti technické podpory a servisu.

O region se staráte prakticky sám. Jak si organizujete práci, abyste zůstal se všemi partnery v pravidelném kontaktu?

Region řídím střídavě z České republiky a z Bangkoku a spolupracuji s našimi dvěma kolegy, kteří pro Linet pracují v Indii a teď nově i v Austrálii. V současné době mám v regionu devatenáct aktivních partnerů, mezi něž musím rozdělit svůj čas. Prioritu vždy kladu na nové partnery, s nimiž trávím delší dobu, případně na země, kde je aktuálně největší obchodní potenciál. V uplynulém roce se nám podařilo velmi úspěšně nastartovat spolupráci na Filipínách, letos chci více času věnovat Vietnamu a Thajsku. Věřím, že v těchto zemích by se nám v brzké době mohlo podařit získat zajímavý tržní

Prezentace lůžka Linet v Manile

podíl. Nicméně uřídit a navštěvovat takto velký počet partnerů na tak rozsáhlém území je někdy velkým oříškem. Je náročné správně a efektivně naplánovat návaznost jednotlivých cest a přitom vyšetřit čas na rodinu, která čeká v České republice.

POSILOVÁNÍ VZTAHŮ S MÍSTNÍMI PARTNERY

Tato část světa je pro českou firmu poněkud „z ruky" a podle výsledků to vypadá, že ke zdárnému obratu v expanzi došlo až po vašem nástupu. Jaká byla situace na trhu APAC, když jste ho převzal?

Linet se začal systematicky věnovat rozvoji tohoto regionu poměrně nedávno, v uplynulých třech letech se nám podařilo stabilizovat partnerskou síť, dát práci určitý systém, určit strategii rozvoje a přístupu k partnerům a stanovit reálné postupné cíle. Trpělivou a systematickou prací se nám povedlo zvýšit obrat čtyřnásobně ve srovnání s dobou, kdy jsem na pozici nastoupil, což pokládám za velký úspěch. Podílí se na něm velká spousta skvělých kolegů, kteří mi z České republiky pomáhají, aby se nám podařilo udržet tempo růstu a stát se jedním z klíčových hráčů i v této části světa. Je to pro mne velká motivace k další práci, na kterou se každý den těším.

Jaká je nyní vaše nejsilnější lokalita?

Byla a zůstává jí Indonésie, kde dosahujeme v rámci APACu největšího obratu. Podařilo se nám tam stát se jedničkou na trhu prémiových lůžek a v počtu prodaných lůžek přeskočit i našeho hlavního konkurenta Hill-Rom. Úzce spolupracujeme se společností DV Medika Group, silným a velmi dobře etablovaným partnerem s kancelářemi v Jakartě a v Denpasaru na Bali. Ale nutno dodat, že i přes velký úspěch v dodávkách lůžek do intenzivní péče zůstává na obrovském indonéském trhu lídrem s absolutním počtem lůžek a s celkovým obratem místní výrobce MAK podporovaný vládou.

A co další země?

Stabilizovali jsme distribuční síť na indickém subkontinentu, máme partnera v Pákistánu, Bangladéši a na Srí Lance. Objem obchodu v Indii každý rok roste, a i když stále nejsme na číslech, která bychom rádi v této části světa s rozvíjející se ekonomikou viděli, dodává nám to optimismus do dalších let. Podobným způsobem se nám daří rozvíjet další velmi perspektivní trh v Austrálii, kde pracujeme s dobře etablovanou společností se sídlem v Brisbane, se kterou úspěšně budujeme jejich vlastní subdistribuční síť pro celou Austrálii.

Úspěšný a téměř raketový start se nám zdařil na Filipínách, kde se nám během roku podařilo s naším partnerem získat poměrně velkou řadu menších projektů a vybudovat si pozici na ještě lepší výsledek v letošním roce. Velký úspěch měly naše prezentační roadshow v Manile a v Davao City, které navštívilo v každém městě přes sto významných zástupců veřejných i privátních nemocnic a ministerstva zdravotnictví. Na těchto kontaktech a příležitostech dále pracujeme a věřím, že se nám tento rok na filipínském trhu podaří zvýšit náš tržní podíl.

A jaká situace je v Thajsku?

I tady máme výkonného partnera z řad bývalých distributorů Hill-Romu, spolupráci rozvíjíme od loňského roku a věřím, že se nám už letos podaří realizovat dva větší projekty v privátních nemocnicích v hlavním městě. Osmnáctého dubna proběhla právě v Bangkoku ve spolupráci s naším velvyslanectvím prezentace výrobků Linet, TSE a MZ Liberec, které se zúčastnili reprezentanti velkých státních i soukromých nemocnic v Thajsku, Laosu, Vietnamu a Myanmaru. Velmi účinnou pomoc nám poskytli velvyslanec Marek Libřický a vedoucí ekonomického úseku Jan Špiler. Tuto společnou akci jsme koncipovali jako prezentaci jednotlivých společností a současně i jako kooperujícího potenciálního dodavatele špičkových komplexních řešení jak pro dětská oddělení, tak oddělení pro dospělé. Věřím, že to byl další velký impulz k naší úspěšné expanzi na tomto trhu.

A jaké jsou vaše další ambice?

Rozvinout distribuční síť na severu jihovýchodní Asie – v Myanmaru, Kambodži a Laosu, kde se nám v loňském roce společně s rakouskou společností Vamed podařilo realizovat poměrně velký projekt nemocnice ve Vientiane – Friendship Hospital. Jednalo se o dodávku více než 350 lůžek v celkové hodnotě přes půl milionu eur. Instalace lůžek a slavnostní otevření této nemocnice proběhne v nejbližších dnech a jsem přesvědčen, že v budoucích třech čtyřech letech se bude trh v této oblasti Asie dále rozvíjet a vznikne tam zajímavý tržní potenciál.

NEPRODÁVÁME, NASTAVUJEME OBCHODNÍ MODEL

Využíváte služeb státních institucí na podporu exportu?

Snažím se využívat podpory našich zastupitelských úřadů vždy na základě konkrétního a jasného požadavku a projektu, kdy si definujeme trh, cíl a cílovou skupinu, kterou se budeme společně snažit oslovit. Spolupráci se zastupitelským úřadem v Bangkoku už jsem zmínil a musím zdůraznit, že přístup a podpora jsou příkladné. Stejně tak vzpomínám na podobně příjemnou ▸▸

spolupráci v rámci prezentační roadshow Linetu pod záštitou našeho velvyslance Martina Pohla v Austrálii, kterou připravil a spoluorganizoval vedoucí zahraniční kanceláře CzechTrade v Sydney Vojtěch Helikar. Během ní jsme oslovili všechny významné nákupní organizace, které pracují pro velké státní nemocnice na východním pobřeží Austrálie.

Můžete prozradit něco ze své obchodní strategie?
Své aktivity koncipuji v souladu s firemní exportní strategií a řídím se především vlastní obchodní intuicí a zkušenostmi ze své téměř pětadvacetileté práce na mnoha pozicích, které jsem za svůj profesní život nastřádal u významných nadnárodních korporací.

Cílem naší firmy, která má za sebou řadu obchodních úspěchů a je natolik silná, že si může dovolit vyslat na teritorium svého člověka, není nalézt jednorázového odběratele pro své konkrétní produkty, ale vytvořit obchodní model pro dlouhodobý byznys. Tedy najít motivovaného partnera ochotného investovat do společných aktivit a vzít si produkt za svůj. To vyžaduje větší úsilí a jiný přístup než jednorázové prodeje a krátkodobé projekty. Aby se dalo mluvit o seriózním byznysu, nelze očekávat výsledky „přes noc", je třeba systematicky a dlouhodobě pracovat s jasnou strategií a cílem. Snažím se, aby se naši partneři ztotožnili s filozofií a mottem firmy „Be object of desire, not just a choice" a Linet se pro ně i pro jejich zákazníky skutečně stal „objektem touhy, ne pouhou volbou".

Aby distributoři posílili svou prestiž mezi potenciálními zákazníky, často se u dodavatelů ucházejí o exkluzivitu. Jak s tímto fenoménem nakládá vaše společnost?
Smluvně ji nedáváme nikomu. Je dobré podporovat distributory tři až pět let, sledovat jejich růst, motivaci, investice a tak podobně, a pokud se osvědčí, je možné uzavřít dohodu, že na trh nenominujeme nikoho jiného. V mnoha zemích regionu pracuji s více partnery, ať už z geografického důvodu, kdy jeden partner není schopen obsloužit tak velké teritorium, někde i z důvodu rivality mezi jednotlivými státy, jako například v Austrálii.

Jako jeden z největších světových producentů sofistikovaných zdravotnických lůžek se zaměřujete na nejnáročnější zákazníky. Jak na vás působí často omílané klišé „německá kvalita za české ceny"?
S tím se nemohu ztotožnit. Nabízíme nejvyšší možnou evropskou kvalitu vyrobenou v České republice, na kterou můžeme být právem hrdi, a tuto špičkovou světovou kvalitu prodáváme v konkurenčních světových cenách.

THAJSKO MÁM RÁD

Co se vám nejvíc hodilo z vašich dlouholetých zkušeností z působení v nadnárodních společnostech a čím vás obohatila práce v Linetu?
Styl práce s velkým důrazem na procesy, systematičnost a strukturovanost a důvěrná znalost mentality obyvatel jihovýchodní Asie, kde jsem mezi lety 2012 až 2014 působil. A v Linetu? Nejspíš poznání limitu vlastních možností a intenzita osobních vztahů.

Tak proto vás oslovila nabídka Linetu na pozici regionálního obchodního manažera pro jihovýchodní Asii?
Před pěti lety jsem s velkou pokorou odešel do Thajska a poznal tam vstřícné, velmi motivované, usměvavé a těžce pracující lidi. A uvědomil jsem si, že když se k nim chováte s respektem a vědomím, že oni znají místní trh lépe než vy, a mohou vám tak pomoci, vytvoří se mezi vámi silný vztah postavený na důvěře a přesvědčíte se, že v nich můžete mít loajální a spolehlivé partnery. Nesmíte je ale zklamat, pak je již téměř nemožné najít dál společnou řeč.

Asiaté jsou hrdí a mají být na co. Jsou často neprávem podceňováni, a přitom například thajská ekonomika roste tempem srovnatelným s Českou republikou, jejich chemický průmysl nebo automotive patří mezi vyspělé obory a velcí světoví výrobci přesouvají část své produkce právě do Thajska (BMW, Ducati, Ford…). Za ten čas, který jsem strávil v Asii, a především v Thajsku, jsem si tamější obyvatele zamiloval, moc rád s nimi pracuji a jejich pozitivní energie a věčný úsměv mě pokaždé nabijí. ■

S Jiřím Mlchem si povídala Věra Vortelová
Foto: archiv J. Mlcha

LINET GROUP

LINET Group je největším evropským dodavatelem inovativních, vysoce kvalitních zdravotnických lůžek, antidekubitních matrací, nábytku i kompletních řešení pro nemocnice a pečovatelská zařízení. Zaměstnává bezmála 1500 lidí. Své produkty vyrábí ve dvou závodech – v německém Wickede a ve Slaném, odkud je vyváží do více než sta zemí po celém světě. Od roku 2016 vlastní i většinový podíl ve společnosti BORCAD Medical, která vyrábí ve Fryčovicích.

V březnu 2018 expedoval LINET nejvíce lůžek v celé historii firmy – 7 tisíc v hodnotě nad 350 milionů korun. Podstatný růst výroby je umožněn otevřením nového závodu, který se nachází ve Slaném prakticky na dohled od prvního závodu v Želevčicích.

www.linet.cz

Tomáš Kolář,
výkonný ředitel LINET Group:

„LINET si váží dlouhodobé spolupráce s obchodními partnery. Jedním z klíčových je Komerční banka, která v devadesátých letech jako jediný peněžní ústav pomohla odstartovat náš úspěšný příběh. Komerční banka nadále zůstává naším hlavním finančním partnerem podporujícím aktivity v ČR i expanzi na zahraniční trhy."

Indonésie, Thajsko, Laos, Kambodža, Filipíny

perspektivy
ekonomika
příležitosti
srovnání
trendy

Foto © Jana Pešavová

do světa za obchodem do světa za obchodem do světa za obchodem do světa

Indonésie Země několika **nej**

Země se pyšní hned několika „nej" – je čtvrtá nejlidnatější na světě (261 milionů obyvatel), třetí na světě s největším počtem ostrovů (17 508), hned po Amazonii je druhým nejhustěji zalesněným místem na Zemi a oblastí, kde se nachází nejhustěji osídlené místo na Zemi – ostrov Jáva. Zároveň je největší zemí a ekonomikou jihovýchodní Asie. Indonésie je v současné době také 8. největší ekonomikou na světě a předpokládá se, že do roku 2050 bude čtvrtým největším hospodářstvím na světě (z hlediska parity kupní síly). Mezi silné stránky indonéského trhu patří rozvíjející se střední třída, silná domácí spotřeba, vysoký podíl obyvatel v produktivním věku a značné přírodní bohatství. Země je největším světovým výrobcem a vývozcem surového palmového oleje, druhým největším vývozcem uhlí, druhým největším výrobcem kakaa a cínu a čtvrtým největším vývozcem zemního plynu. Dále disponuje bohatými surovinovými zdroji, jako je nikl, zlato a káva. V zemi se plánuje řada projektů v rámci rekonstrukce a budování infrastruktury – letiště, přístavy, silnice a železnice, městská doprava. V hodnocení Světové banky Doing Business získala Indonésie 72. příčku ze 190 zemí.

Thajsko Země s otevřenou ekonomikou

Thajsko je po Indonésii druhou největší ekonomikou ve sdružení ASEAN. Jedná se o otevřenou ekonomiku s HDP ve výši 404 mld. amerických dolarů (2016) a s růstem HDP ve výši 3,2 %. Thajsko patří k nejnavštěvovanějším zemím světa a cestovní ruch hraje ve zdejší ekonomice velice důležitou roli – přispívá přibližně 10 % k HDP. V roce 2016 bylo evidováno více než 32 milionů příjezdů turistů, což představuje meziroční nárůst o téměř 9 %. Předpokládá se, že by thajská ekonomika měla v roce 2017 růst o 3,4 %. V letech 2015 až 2022 Thajsko plánuje investovat 66 miliard amerických dolarů do projektů strategické infrastruktury. V plánu jsou projekty modernizace národní železniční sítě, rozvoje letišť a přístavů, rekonstrukce silnic a mostů, vodohospodářské projekty. Výdaje vlády na infrastrukturu proto budou hlavním hnacím motorem hospodářství. Thajsko je zářným příkladem rozvojové země, která během posledních čtyř dekád udělala značný pokrok v sociálním a ekonomickém vývoji. V hodnocení Světové banky Doing Business se umístilo na 26. místě ze 190 zemí.

Laos Země s nejmenším počtem obyvatel

Laos, země s nejmenším počtem obyvatel z celého námi sledovaného regionu jihovýchodní Asie, je socialistickým státem s vedoucí úlohou jedné strany. Hospodářský model nese znaky jeho čínských a vietnamských protějšků, neboť uplatnil tržní ekonomické postupy a zároveň si udržel vysoký stupeň státní kontroly. Jeho ekonomika kvůli nízkému základu roste neuvěřitelným tempem, a proto není divu, že je země označována za jednu z nejrychleji rostoucích ekonomik nejen jihovýchodní Asie, ale zároveň tichomořského regionu i světa. Závazek vlády přistoupit k WTO a vytvoření hospodářského společenství ASEAN v roce 2015 vedly k zásadním reformám hospodářské politiky a předpisů zaměřených na zlepšení podnikatelského a investičního prostředí. Jako v mnoha ostatních zemích jihovýchodní Asie tu hraje z pohledu zaměstnanosti klíčovou roli zemědělství (na HDP se podílí 21 %, zaměstnává 73 % pracovní síly). Stát se chce zaměřit na využívání obnovitelných zdrojů energie, vodohospodářské projekty a přenosovou a distribuční infrastrukturu. Perspektivním oborem mohou být i zemědělské technologie. V hodnocení Světové banky Doing Business získal Laos 141. pozici ze 190 zemí.

letem světem! s CzechTrade

Kambodža Nejmenší země regionu

Kambodža je rozlohou nejmenším státem námi sledovaného regionu jihovýchodní Asie. Za poslední desetiletí zaznamenala rychlý hospodářský růst. V roce 2016 se stala zemí s nižším středním příjmem (podle metodiky Světové banky), s 1140 americkými dolary hrubého národního důchodu na obyvatele. Zajímavostí je, že téměř 50 % obyvatel je mladších 25 let. Kvůli nízkým pracovním nákladům mnoho celosvětově známých firem přesouvá svoji výrobu právě do této země. Mezi lety 1996–2015 tvořil průměrný roční růst HDP 7,6 %; nejvíce se na něm podílely export oděvů a turismus – tato odvětví jsou i hlavními zaměstnavateli. Navzdory silnému výkonu v oblasti výroby oděvů, cestovního ruchu a stavebnictví zůstává Kambodža agrární zemí. V hodnocení Světové banky Doing Business získala Kambodža 135. pozici ze 190 zemí.

Filipíny Země s rostoucí střední třídou

Filipíny jsou dvanáctou největší zemí na světě podle počtu obyvatel (více než 104 milionů) a čtvrtou největší anglicky mluvící. Navíc jsou jedinou zemí jihovýchodní Asie, kde je angličtina jedním z úředních jazyků. Mají jednu z nejmladších populací na světě, s téměř jednou polovinou mladší 25 let. Každoroční růst v období mezi lety 2010 až 2016 tu tvořil průměrně 6,3 %, což vytváří předpoklad, že se Filipíny dostanou mezi země s vyšším středním příjmem. V současné době se nacházejí mezi zeměmi s nižším středním příjmem. Zvyšující se úroveň urbanizace, rostoucí střední třída a silně zastoupená mladá generace vytvářejí silnou základnu pro domácí spotřebu. Filipíny, které původně byly španělskou kolonií, jsou jednou z nejdynamičtějších ekonomik nejen jihovýchodní Asie, ale i tichomořského regionu. V hodnocení Světové banky Doing Business získaly Filipíny 113. pozici ze 190 zemí.

Poznámka: Uvedené srovnání se týká pouze námi sledovaných zemí.

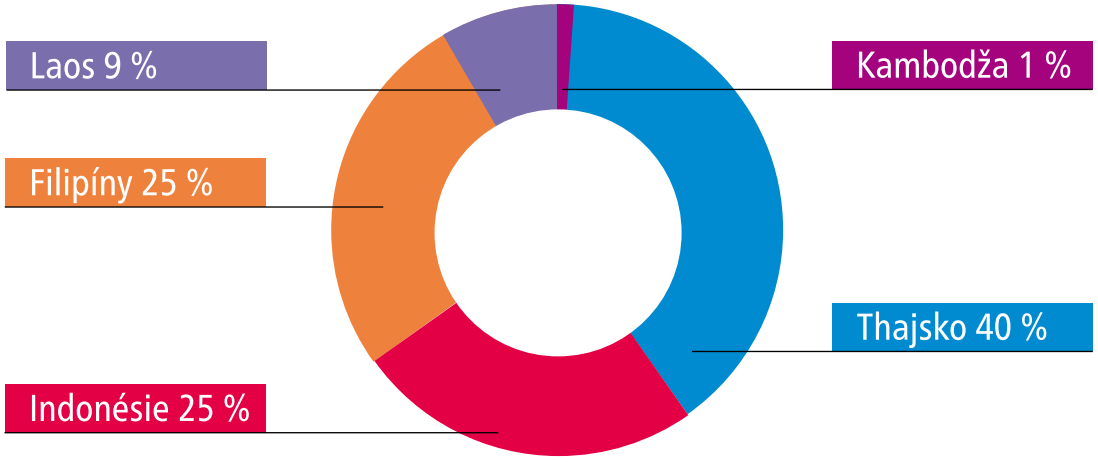
Připravili specialisté Centra informačních služeb CzechTrade
Centrum informačních služeb CzechTrade je analytické centrum, které exportérům zdarma nabízí informace, aktuality a analýzy zahraničních trhů
Foto: Shutterstock

Indonésie, Thajsko, Laos, Kambodža, Filipíny

top!obory českého exportu podle CzechTrade

Zdroje dat: Český statistický úřad / Zpracování dat: CzechTrade / Zpracování infografiky: ANTECOM

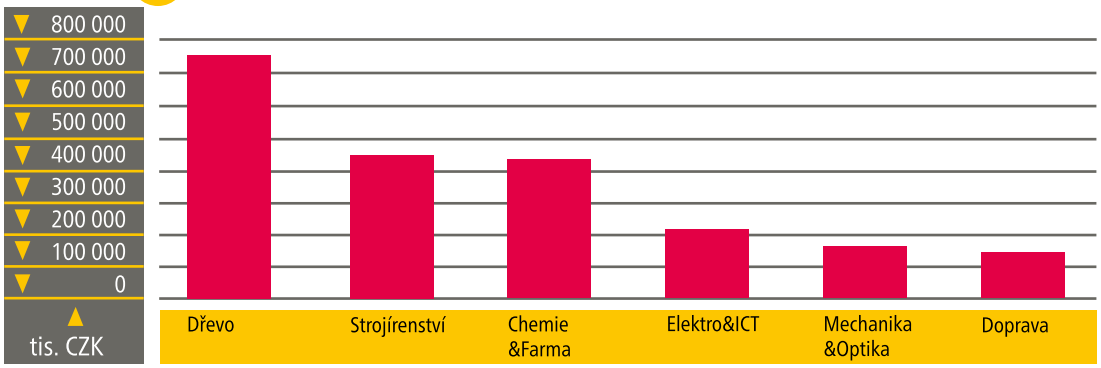
Rozložení vývozu ČR do zemí jihovýchodní Asie



Našim exportním trhům v této oblasti dominuje jednoznačně Thajsko. Téměř shodný podíl na našem exportu mají Indonésie a Filipíny. Nejméně čeští exportéři v roce 2017 vyvezli do Laosu a Kambodži.

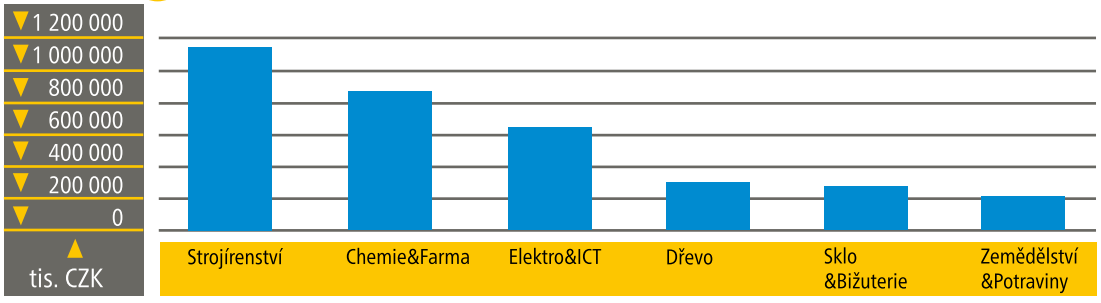
VŠECHNY ÚDAJE JSOU ZA ROK 2017

TOP! obory českého vývozu do Indonésie



V roce 2017 se Indonésie v žebříčku našich exportních partnerů umístila na 59. místě. Do země se vyvezlo zboží za 2,6 mld. Kč. Tato hodnota představuje meziroční pokles vývozů o 30 %. Mezi nejvíce vyvážené položky patří dřevná chemická buničina pro chemické zpracování, sloučeniny s aminovou funkcí, vrtulníky a letouny, zbraně a příslušenství z plastů jako trubky a hadice.

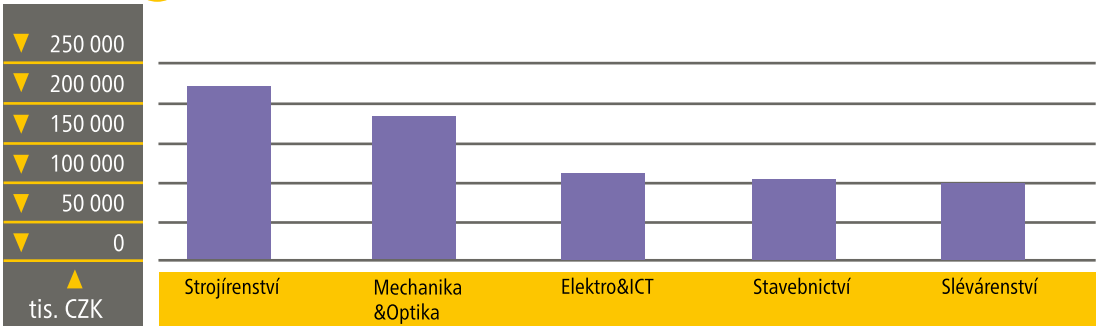
TOP! obory českého vývozu do Thajska



V roce 2017 se Thajsko v žebříčku našich exportních partnerů umístilo na 53. místě. Do země se vyvezlo zboží za 4,2 mld. Kč. Tato hodnota představuje meziroční růst vývozů o 18 %. Mezi nejvíce vyvážené položky patří příslušenství z plastu jako trubky a hadice, dále turbíny na vodní nebo jinou páru, kartonový papír, buničitá vata, drahokamy a polodrahokamy a elektrická zařízení ke spínání nebo ochraně elektrických obvodů.

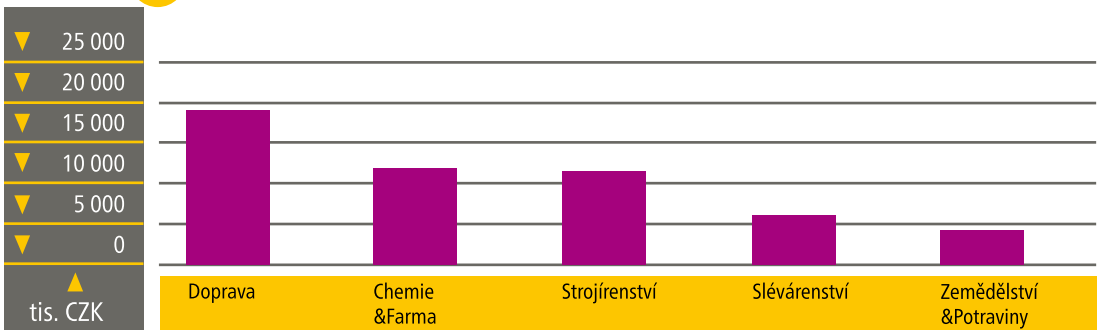
top!obory českého exportu podle CzechTrade

TOP! obory českého vývozu do Laosu



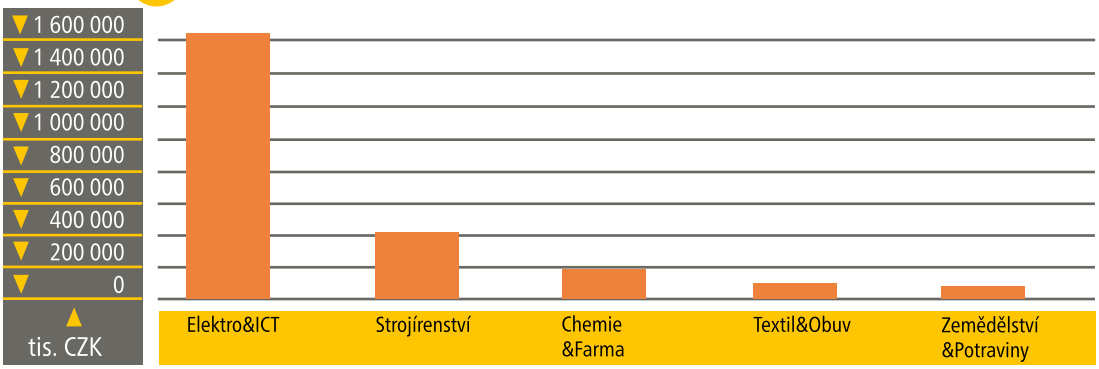
V roce 2017 se Laos v žebříčku našich exportních partnerů umístil na 86. místě.
Do země bylo exportováno zboží za 0,9 mld. Kč. Tato hodnota představuje meziroční růst vývozů o 536 %. Mezi nejvíce vyvážené položky patří lékařské a zvěrolékařské nástroje, výrobky ze sádry, přístroje pro mechanoterapii, masážní přístroje, hliníkové konstrukce a rentgenové přístroje a přístroje používající záření alfa, beta nebo gama.

TOP! obory českého vývozu do Kambodže



V roce 2017 se Kambodža v žebříčku našich exportních partnerů umístila na 139. místě.
Do země se vyvezlo zboží za 58 mil. Kč. Tato hodnota představuje meziroční růst vývozů o 37 %. Mezi nejvíce vyvážené položky patří osobní automobily, plastová příslušenství jako trubky a hadice, dále buldozery, hliníkové konstrukce, sušené chmelové šištice a pneumatiky vyrobené z pryže.

TOP! obory českého vývozu na Filipíny



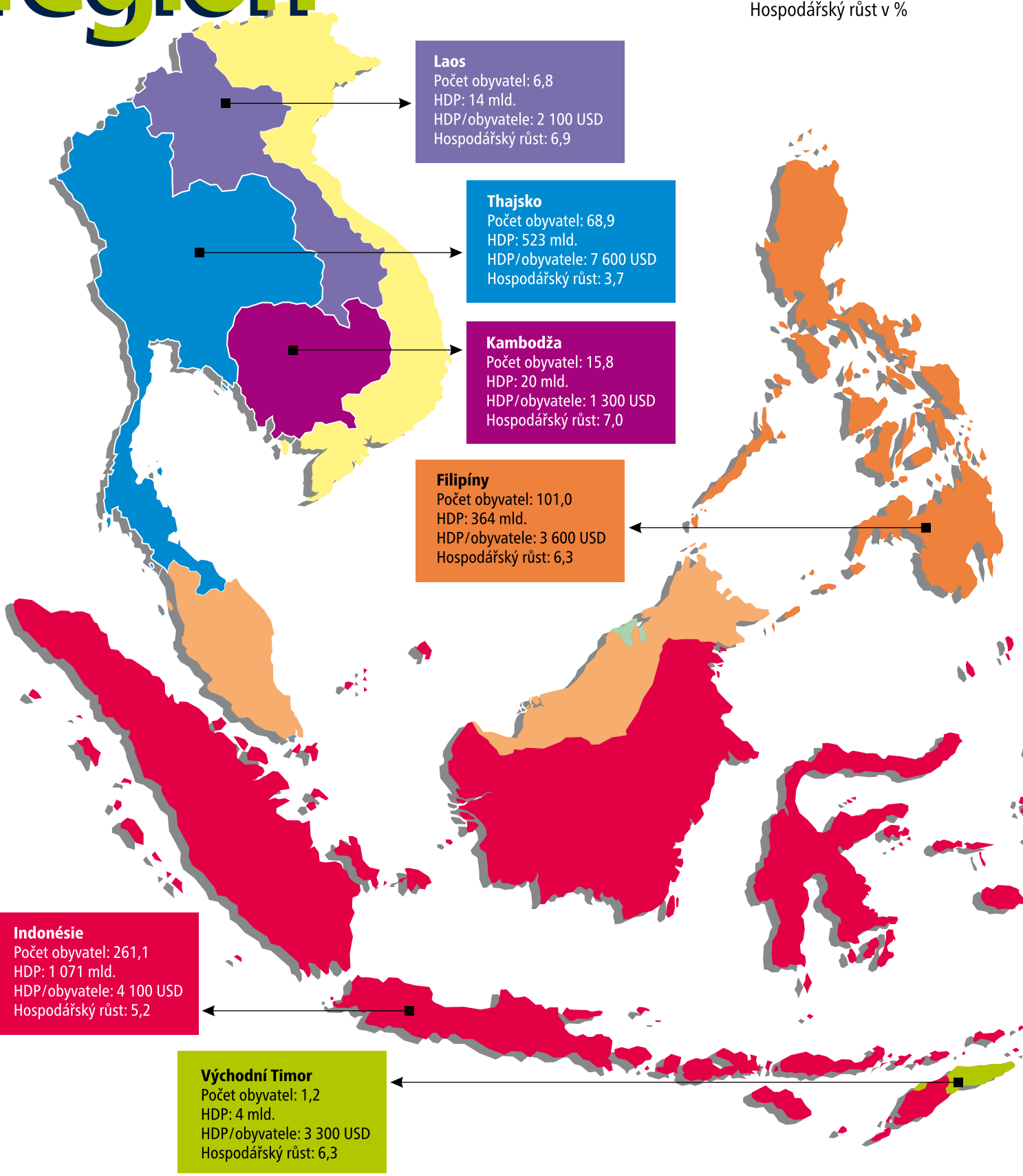
V roce 2017 se Filipíny v žebříčku našich exportních partnerů umístily na 60. místě.
Bylo tam vyvezeno zboží za téměř 2,6 mld. Kč. Tato hodnota představuje meziroční růst vývozů o 7 %. Mezi nejvíce vyvážené položky patří elektronické integrované obvody, elektrická zařízení k vypínání, spínání nebo k ochraně elektrických obvodů, buldozery, rypadla a stroje pro průmyslovou výrobu potravin.

VŠECHNY ÚDAJE JSOU ZA ROK 2017

Indonésie, Thajsko, Laos, Kambodža, Filipíny

region v číslech

Počet obyvatel v milionech
HDP ve směnných kurzech v mld. USD
Hospodářský růst v %



Laos
Počet obyvatel: 6,8
HDP: 14 mld.
HDP/obyvatele: 2 100 USD
Hospodářský růst: 6,9

Thajsko
Počet obyvatel: 68,9
HDP: 523 mld.
HDP/obyvatele: 7 600 USD
Hospodářský růst: 3,7

Kambodža
Počet obyvatel: 15,8
HDP: 20 mld.
HDP/obyvatele: 1 300 USD
Hospodářský růst: 7,0

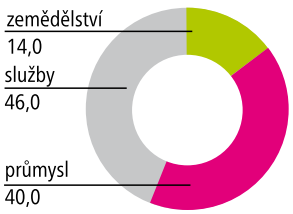
Filipíny
Počet obyvatel: 101,0
HDP: 364 mld.
HDP/obyvatele: 3 600 USD
Hospodářský růst: 6,3

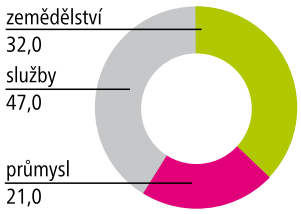
Indonésie
Počet obyvatel: 261,1
HDP: 1 071 mld.
HDP/obyvatele: 4 100 USD
Hospodářský růst: 5,2

Východní Timor
Počet obyvatel: 1,2
HDP: 4 mld.
HDP/obyvatele: 3 300 USD
Hospodářský růst: 6,3

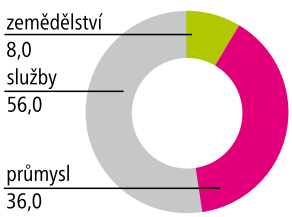
struktura hospodářství

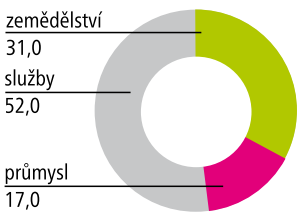
Indonésie



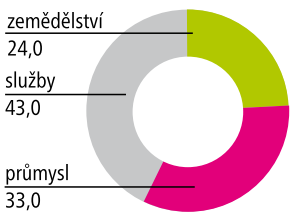


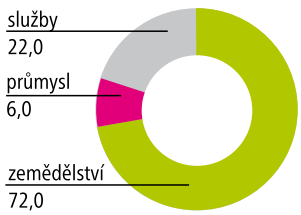
Thajsko



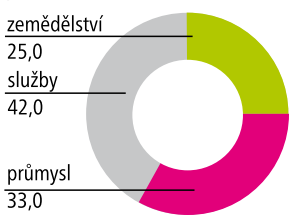


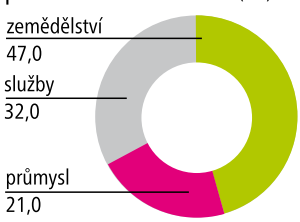
Laos



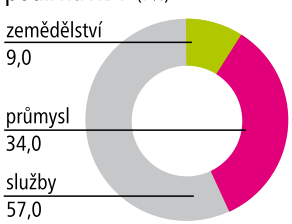


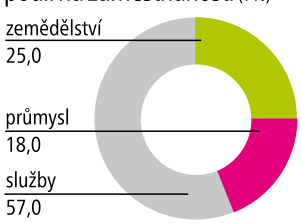
Kambodža

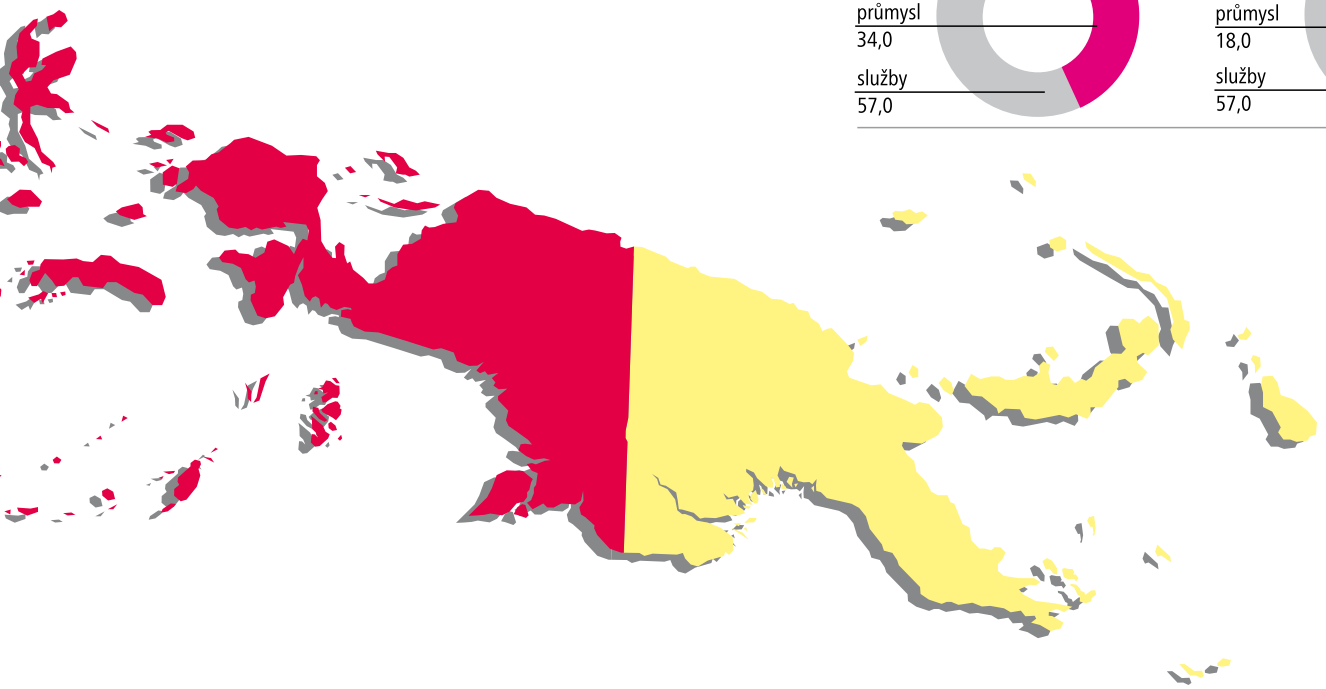




Filipíny







Zdroje dat:
Wikipedia;
CIA The World Factbook

Zpracování infografiky:
ANTECOM

obchodem do světa za obchodem do světa za obchodem do světa za obchodem

příležitosti pro české firmy v Indonésii

doprava a infrastruktura

Modernizace infrastruktury je v Indonésii potřebná prakticky ve všech oblastech především díky navýšení počtu automobilů a motocyklů v důsledku růstu ekonomiky a životní úrovně. Aktuální téma představuje také plán obnovy železnic a vozového parku státní železniční společnosti Kereta Api. Jednou z hlavních priorit současného vedení hlavního města Jakarty je řešení krizové situace městské hromadné dopravy vybudováním jak trasy metra, tak vnitřního městského okruhu nadzemní kolejové dopravy v nadcházejících pěti letech. Potřebný je rovněž systém na výběr elektronického jízdného.

letecký průmysl

Většina z 600 funkčních letišť v Indonésii překračuje v současné době kapacitu o 200 až 300 %. Vzhledem k růstu letecké dopravy je technická úroveň současného vybavení letišť nedostatečná. Vláda tak plánuje další navyšování investic do letištní infrastruktury a bezpečnosti leteckého provozu. V leteckém průmyslu existuje jak možnost přímých dodávek konečným zákazníkům, tak prostřednictvím subdodavatelů.

obranný průmysl

Relativní zaostalost ve výzbroji armády v porovnání s nejbližšími sousedy hodlá indonéská vláda řešit zásadní obnovou a rozšířením armádní výzbroje a výstroje. Plán současné vlády je navyšovat obranný rozpočet země v nadcházejících pěti letech na 1,5 % HDP. Specifikum Indonésie spočívá ve snaze orientovat se v oblasti obrany a obranného průmyslu více směry, a vyhnout se tak závislosti. Proto kombinuje například nákup vojenské techniky z USA a Ruska. Zařízení české a československé provenience má v zemi určité renomé a tradici, na které lze navázat.

energetika

Indonésie má aktuálně dva ambiciózní cíle, prvním je zvýšení výroby energie do roku 2020 o 35 tisíc MW, se kterým souvisí cíl druhý: téměř čtvrtina vyrobené energie do roku 2025 by měla pocházet z obnovitelných zdrojů. Nemalý podíl by měly tvořit i vodní elektrárny, tedy oblast s tradičně silným know-how českých firem. Součástí podpory obnovitelných zdrojů jsou i státní garance týkající se výkupu a cen elektrické energie.

Na základě Mapy globálních oborových příležitostí a informací ČRA text zpracoval Jakub Černý, obchodní rada a zástupce velvyslance Zastupitelského úřadu ČR v Jakartě
Foto: Jana Pešavová

příležitosti pro české firmy v Thajsku!

kolejová doprava

Thajská vláda klade velký důraz na vybudování dopravní infrastruktury a počítá s velkým podílem investic právě na železniční dopravu. Jedná se o budování nových, respektive zdvojení stávajících tratí, a to v délce minimálně 4 tisíc km. Počítá se také s postupným převáděním nákladní dopravy ze silnic na železnice. V plánu je i posílení mezistátních spojů. Země plánuje také rozvoj příměstských linek a systému metra a nadzemní dráhy v Bangkoku a jeho okolí.

zemědělství a potravinářství

V důsledku stoupající spotřeby pečiva roste v Thajsku poptávka po obilovinách. Dále také roste spotřeba masných výrobků, se kterou je spojená potřeba zajistit dostatečně stabilní dodávky jak zpracovaného masa, tak vlastních (domácích) chovů. Existuje zde tak prostor pro uplatnění našich zemědělsko-zpracovatelských a potravinářských technologií a zařízení.

energetika

Národní plán rozvoje energetiky, který byl schválen v roce 2015 a měl by platit až do roku 2036, cílí na výrazné snížení závislosti země na zemním plynu (maximálně 40 % oproti současným 65 % v energetickém mixu), a to především prostřednictvím zvýšení objemu alternativních zdrojů. Dále se počítá se zvýšením dovozů čisté energie z okolních zemí, což znamená nutnost postupné modernizace a rozšíření kapacit přenosové soustavy a napojení na okolní státy (především Laos). Plánují se také investice do kapacit spojených s LNG.

vodohospodářství

Kvůli častým záplavám je v Thajsku nutné investovat do protipovodňových opatření. Aktuální výše plánovaných investic se odhaduje na 8 mld. amerických dolarů. Stát plánuje také zvyšovat investice do výroby a distribuce pitné i průmyslové vody, čistíren odpadních vod, čerpadel a mobilních úpraven vod.

Na základě Mapy globálních oborových příležitostí a informací ČRA text zpracoval Jan Špiler, obchodní rada Zastupitelského úřadu ČR v Bangkoku
Foto: Shutterstock

Indonésie, Thajsko, Laos, Kambodža, Filipíny

příležitosti pro české firmy na Filipínách!

stavebnictví a infrastruktura

Vláda prezidenta Rodriga R. Duterta v roce 2017 alokovala 7 % HDP na infrastrukturu a zavázala se podporovat ekologická řešení zvláště ve filipínských městech. Ta dnes trpí obrovskou mírou znečištění. Očekávanými lídry ve stavebnictví jsou také projekty železniční a letecké dopravy stejně jako plán radikálního odlehčení dopravní situace v hlavním městě Manile.

sklářský průmysl

Sklo se na Filipínách především ve stavebnictví těší velké oblibě, a to díky svým ekologickým benefitům v rámci minimalizace solárního tepla a vysoké světelné prostupnosti. Sklo je využito také pro stavbu mnohých kancelářských komplexů stejně jako v rychle rostoucím farmaceutickém průmyslu. České firmy ve sklářském průmyslu na Filipínách dosahují výtečné pověsti již od 30. let. V rámci stavebního rozkvětu roste také poptávka po rozměrných sklářských instalacích jak pro soukromé rezidence, tak i nově budované hotely a kasina.

energetika

Energetika je jednou z priorit filipínské vlády. Stav infrastruktury a výrobních kapacit je v současnosti špatný, a Filipíny tak patří mezi země s jednou z nejvyšších cen elektrické energie. Do sektoru proto směřují rozsáhlé investice, a to jak do zdrojů zelené energie, které jsou vládou zvýhodňovány, tak do elektráren na pevná paliva. Filipínská vláda se také staví pozitivně k využití jaderných elektráren vlastněných soukromým sektorem. Ty je ochotna dotovat.

letecký průmysl

V zemi dochází k rozsáhlé modernizaci civilních i vojenských letišť a vládní modernizační programy aktuálně pokrývají prakticky každý významnější ostrov. Do roku 2035 se očekává navýšení celkového počtu cestujících v letecké dopravě na 140 milionů, přičemž bude vytvořeno 3,4 milionu pracovních míst v hodnotě 23 mld. amerických dolarů. Vzhledem k vysoké úrovni českého průmyslu v oblasti letištního vybavení a již dosaženým obchodním úspěchům se v této oblasti otevírají možnosti další spolupráce.

zdravotnictví

Rostoucí ekonomika a zvyšující se životní standard mají za důsledek narůstající poptávku po kvalitní zdravotní péči. Demografický vývoj nahrává stavbě nových nemocnic a vybavování těch starých. Díky tomu pokračují investice největších soukromých filipínských konglomerátů do sektoru zdravotnictví, což otevírá možnosti pro importéry. Téměř 100 % zdravotnického zařízení na Filipínách pochází totiž z dovozu. Země také očekává prudký růst informačních technologií a řízení obchodních procesů ve zdravotnictví, jako je konsolidace mezi plátci a poskytovateli, telemedicína, robotika, automatizace procesů a nové možnosti účtovacích modelů.

Na základě Mapy globálních oborových příležitostí a informací ČRA text zpracoval Benjamin Žiga, obchodní rada Zastupitelského úřadu ČR v Manile

Foto: Shutterstock

VELKÝ ÚSPĚCH NEMUSÍ BÝT VÝSADOU JEN TĚCH NEJVĚTŠÍCH

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

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

Na letadlech Bristell už trénují
i začínající piloti v Austrálii.
Milan Bříštěla, BRM AERO

CzechTrade EXPERT NA VÁŠ EXPORT www.czechtrade.cz

EGAP

Spolehlivý partner českého exportu

PODPORUJE ČESKÉ VÝVOZCE UŽ 25 LET,
POJISTIL EXPORT ZA 800 MILIARD KORUN

Jsme **státní exportní úvěrová pojišťovna**

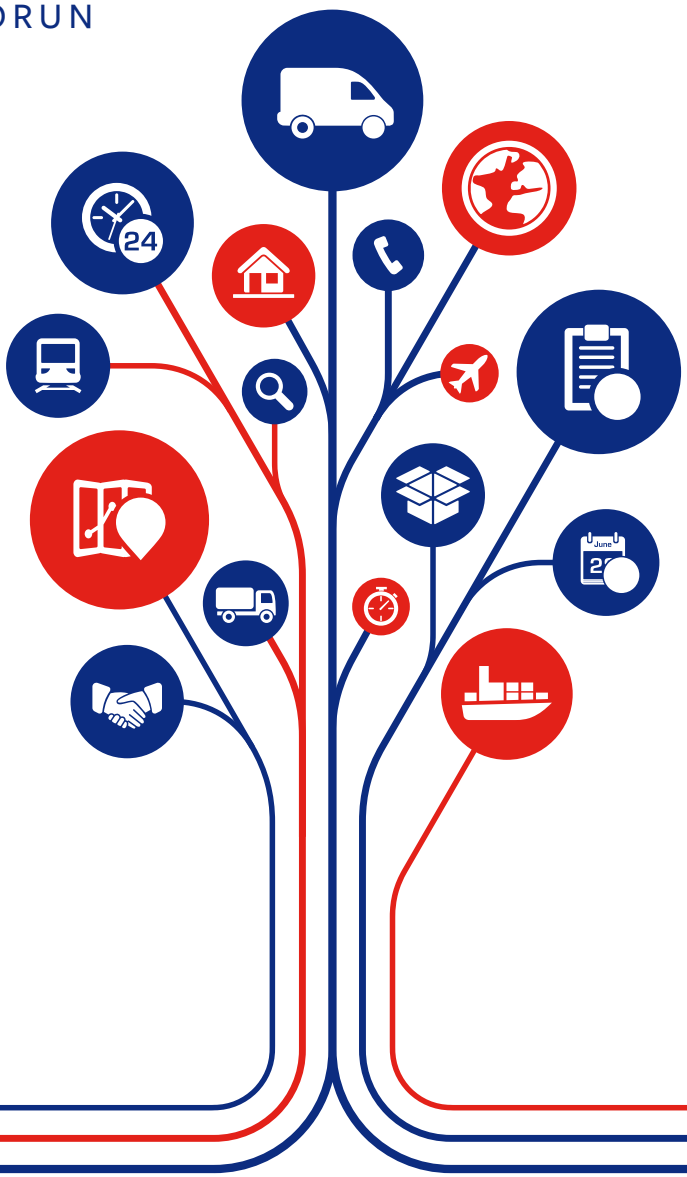
Pojišťujeme všechny **fáze obchodních případů**

Pojišťujeme do zemí, které jsou pro komerční pojišťovny **příliš rizikové**

Pomůžeme vám **obstát v mezinárodní konkurenci**

Pojišťujeme a podporujeme **malé a střední podniky**

Pojišťujeme zakázky **již od 100 000 Kč**



www.egap.cz

akvizice@egap.cz

Jihovýchodní Asie umí příjemně překvapit

Žije svou budoucnost již nyní

O některých zemích z kategorie rozvíjejících se trhů ekonomičtí analytici sarkasticky říkají, že „jsou to země budoucnosti a bohužel jimi také navždy zůstanou“. To však neplatí pro oblast jihovýchodní Asie. Její ekonomické výsledky ukazují, že svoji pozitivní budoucnost prožívá již nyní.

Z mapového zobrazení, které známe ze školních atlasů, se zdá, že jihovýchodní Asie v pravém dolním kvadrantu je malá a skoro na konci světa. Nenechme se tím odradit. Opak je totiž pravdou. Jihovýchodní Asie je region ve středu dění v mnoha ohledech. Kolem něj vzniká obrovský obchodní blok Transpacifického partnerství. Populace přes 600 milionů a rychle rostoucí střední třída nabízejí rapidně stoupající spotřebu. A většina zemí v této oblasti přitom může poskytnout příznivé podmínky pro investice a podnikání.

Nadějné vyhlídky na stabilní růst spotřeby, a tím i příležitost našeho vývozu potvrzuje důvěra investorů. Ta se v zemích ASEAN v roce 2017 zvýšila o tři procentní body, což je srovnatelné například se Severní Amerikou. Odhady průměrného růstu HDP v regionu pro rok 2018 se podle hlavních mezinárodních institucí pohybují mezi 5,1 až 5,3 procenta, což je o dvě procenta více než odhadovaný růst světové ekonomiky. To jednoznačně potvrzuje, že hledat exportní a investiční příležitosti v jihovýchodní Asii má smysl.

V tomto ohledu se na Ministerstvu zahraničních věcí snažíme být aktivní a českým firmám tyto příležitosti přiblížit, ať již prostřednictvím prezentačních akcí, sektorových či incomingových misí do České republiky. V roce 2016 se jich zde uskutečnilo celkem dvanáct, v loňském roce jich už bylo dvacet.

> Populace přes 600 milionů a rychle rostoucí střední třída nabízejí rapidně stoupající spotřebu.

V jihovýchodní Asii se českým firmám daří nejen navyšovat celkový vývoz, ale rovněž pronikat do technologicky náročnějších oborů. Zejména v oblasti zdravotnictví jsou velmi úspěšné. Více než dvacet českých výrobců zdravotnické techniky je například zapojeno do výstavby nového křídla nemocnice Mittaphab v laoském hlavním městě Vientiane. Objem zakázky dosahuje částky převyšující 110 milionů eur. Ale to je jen špička ledovce.

Firmy, které v jihovýchodní Asii podnikají nebo se tam teprve chystají, musí počítat s tím, že tento region si svojí kapitálovou expanzí stále více přitahuje Čína. Přestože můžeme konkurovat kvalitou i cenou, pravděpodobně budete zápolit s místní legislativou či náklady na logistiku. Jedno rčení ale praví, že pokud se bojíte budoucnosti, utíká vám přítomnost. Pokud chceme být úspěšní, neměli bychom přešlapovat na místě. Jihovýchodní Asie je příležitostí a zároveň výzvou, které bychom se neměli obávat. Je to region, který umí příjemně překvapit. A překvapeni budete – třeba kambodžský král mluví česky. ■

Text: Martin Tlapa
Foto: Shutterstock a archiv MZV

Ing. Martin Tlapa, MBA, je náměstkem ministra zahraničních věcí pro řízení sekce mimoevropských zemí, ekonomické a rozvojové spolupráce

Indonésie:

Menší české firmy už ji objevily. Zůstanou ty velké pozadu?

V Indonésii se ukazuje, že se naše menší české firmy umějí otáčet. Mnohdy jsou totiž vytrvalejší a pružnější než tradiční dodavatelé a velké renomované společnosti. Proto zde na realizaci velkých investičních celků stále ještě čekáme. Přitom čtvrtá největší země světa a největší člen Sdružení národů jihovýchodní Asie (ASEAN) s více než 250 miliony obyvatel, s ekonomikou, která dosahuje posledních několik let trvalého růstu HDP přes pět procent, nabízí obrovské příležitosti. V posledních zhruba pěti letech navíc prochází masivním rozvojem zejména v oblasti energetiky a infrastruktury, podporovaným současnou vládou a zejména „prezidentem budovatelem" Jokem „Jokowi" Widodem.

Indonésie je pro všechny exportéry zajímavá jako čtvrtá nejlidnatější země světa především velikostí trhu a neustále rostoucí středně příjmovou vrstvou obyvatel, která se odhaduje na čtyřicet milionů. A nejen střední třída je postupně připravena za kvalitní zboží zaplatit. Indonéské firmy a zákazníci jsou sice hojně obklopeni čínským zbožím, ale současně velmi pozitivně vnímají špičkové evropské produkty. Ovšem není radno podléhat iluzi, že průměrné výrobky „by pro Asii mohly stačit". Čínská konkurence je totiž velmi silná a náklady na dopravu z Evropy nejsou zrovna zanedbatelné.

Firmám, které projeví zájem o indonéské teritorium, se vláda snaží usnadňovat podmínky pro podnikání, o čemž svědčí zlepšení indonéské pozice v žebříčku Doing Business Index. Na něm se země vyšvihla ze 114. místa v roce 2014 na 72. místo v roce 2017. A Světová banka ji ocenila jako zemi s největším postupem v Asii a Pacifiku od roku 2005 a s největším počtem realizovaných ekonomických reforem podporujících podnikání a investice. Je třeba vzít v úvahu, že Indonésie si v některých odvětvích chce chránit svůj trh (např. dovoz alkoholu, cukru, textilu či potravin). Investice a podíly vlastnictví v rukách zahraničního kapitálu jsou vítány, ale regulovány podle sektorů.

NÁVRAT ČESKÝCH TURBÍN

V minulosti procházela česká exportní stopa zejména oblastí strojírenství, sklářských výrobků či energetiky. V povědomí veřejnosti přežívá značka Czechoslovakia zejména díky sentimentu starších lidí a Indonésanů, kteří studovali v tehdejším Československu, a váže se k povědomí o automobilech Škoda či motocyklech Jawa. Nyní tvoří největší objem českého vývozu organické chemikálie, telekomunikační zařízení a průmyslové armatury. Tyto položky vytlačily v posledních zhruba deseti letech především sklo a textilní stroje. Opět roste zájem o česká zařízení pro energetiku. Synonymem pro turbíny české provenience pro malé vodní elektrárny jsou především značky ČKD či Mavel nebo Strojírny Brno, o něž se zajímá každý druhý místní energetický konzultant či zprostředkovatel.

Komoditní změna souvisí se skutečností, že náš export do Indonésie je v poslední době a v nových podmínkách postaven na aktivitách menších a středních firem. Je velmi potěšující vidět, že jsou schopné proniknout na náročný indonéský trh a dlouhodobě obstát. Naopak poměrně dlouhou dobu se nám nepodařilo v Indonésii realizovat větší investiční celek typu stavby cukrovaru či elektrárny. Výjimkou z větších firem je působení skupiny PPF a jejich společnosti Home Credit, která patří k jedněm z nejvýznamnějších evropských zaměstnavatelů v Indonésii. Velkou dodávkou z poslední doby se může rovněž pochlubit firma Doosan Škoda Plzeň, která plní kontrakt na dvě velké turbíny pro elektrárny Grati a tři další pro elektrárnu Muara Tawar.

ENERGETIKA JE TREFOU DO ČERNÉHO

Indonéská vláda má ambiciózní plán vybudování 35 tisíc MW nových energetických zdrojů do roku 2020. Žádaná jsou zařízení pro uhelné, vodní či fotovoltaické elektrárny, jako například turbíny, bojlery, generátory či transformátory. V dopravním průmyslu je možné se ucházet o dodávky v projektech budování nových železničních tratí či při obnově a modernizaci vlaků a kolejových vozidel.

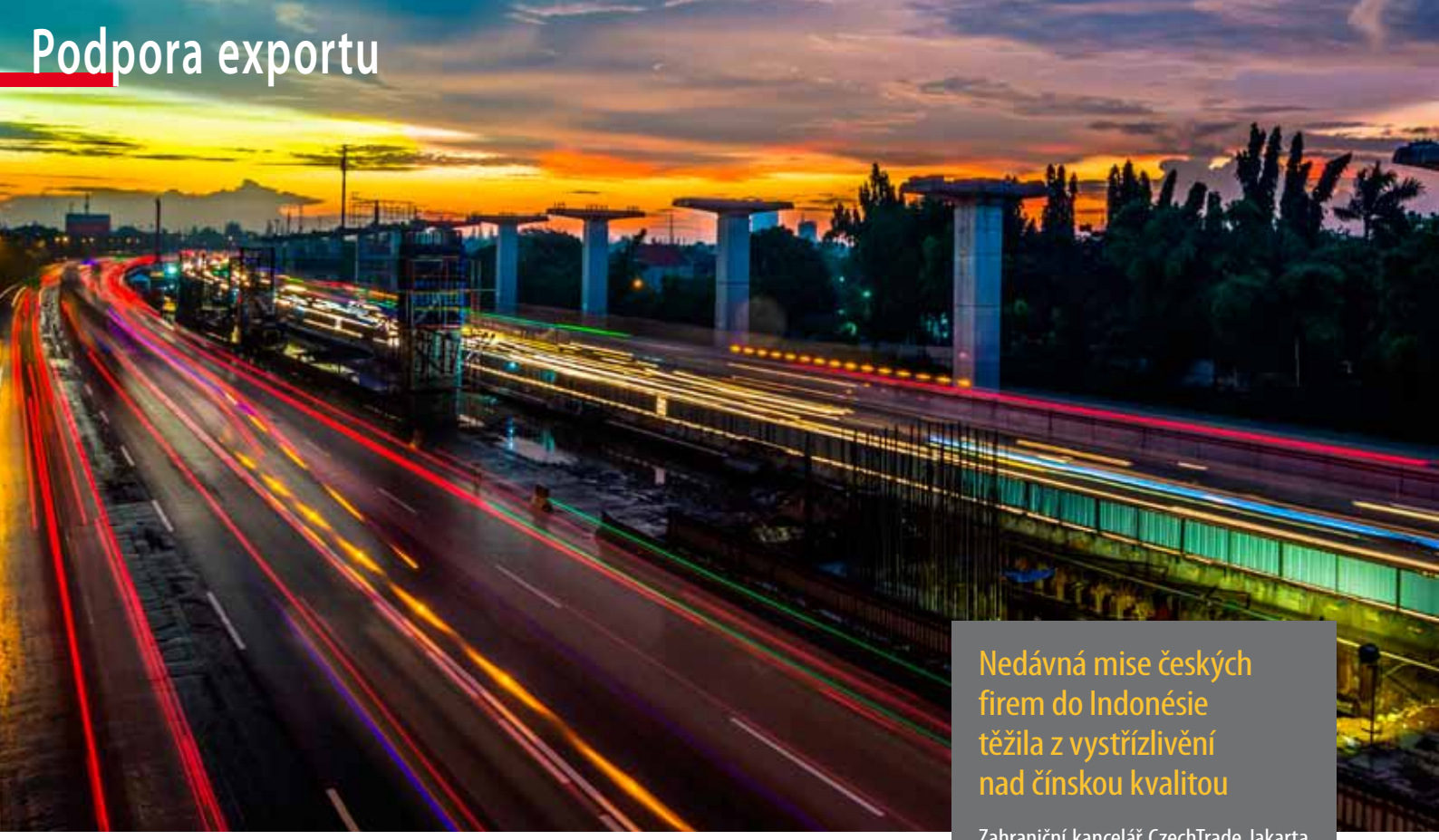
Indonésie patří mezi země s tradicí v těžbě uhlí, niklu a bauxitu. To přináší šanci dodavatelům technologií pro těžbu a zpracování kovů a uhlí.

Významnou část dovozu pro rozvíjející se technologickou základnu země tvoří strojírenská zařízení. Indonésie dováží až 80 % veškerého strojírenského zařízení, jako jsou obráběcí stroje, nářadí či nástroje.

Další velkou příležitostí jsou dodávky zdravotnických zařízení a techniky. Poptávka po špičkových evropských lékařských přístrojích a vybavení nemocnic je trvale vysoká. Jako dobrý příklad může posloužit skupina Linet, přední světový výrobce zdravotnických lůžek, který tu prodává polohovací lůžka ve vyšších cenových kategoriích.

Indonésie představuje tak velký trh, že je možné pokusit se dovážet na něj prakticky cokoliv. Je však třeba respektovat určitá pravidla a vyvarovat se některých úskalí:

1. Indonésie je ostrovní zemí, kde je logistika a doprava poměrně náročná.
2. Vše tu velmi dlouho trvá a obchody se neuzavírají na prvním setkání.
3. Setkávání a osobní poznání je velmi důležité. Pro úspěch je nutné se osobně kontaktovat s obchodními partnery a následně budovat vztah. Kvalita vztahu rozhoduje o úspěchu obchodu.
4. Je nezbytné si obstarat místního distributora či agenta.
5. Konkurence je veliká, zejména při dodávkách technologických výrobků. Argument „německá kvalita za české ceny" sice pořád platí, ale není samospasitelný. Musí se k tomu přidat i německá schopnost projekt profinancovat exportním úvěrem.



Nedávná mise českých firem do Indonésie těžila z vystřízlivění nad čínskou kvalitou

Zahraniční kancelář CzechTrade Jakarta spolu se zastupitelským úřadem v Indonésii uspořádaly minulý měsíc obchodní misi českých firem sdružených v Association of Czech Railway Industry (ACRI). Zástupci ACRI a českých firem Škoda Electric, GHH Bonatrans, AMIT, VZÚ Plzeň se během návštěvy veletrhu setkali na workshopu s reprezentanty Indonéského ministerstva dopravy a státních firem INKA, Kereta Api Indonesia či Kereta Commuter Indonesia. Zástupce CzechTrade zprostředkoval českým firmám informace o trhu a kontakty na výrobce kolejových vozidel INKA a Kereta Commuter Indonesia, se kterými probíhaly přípravné diskuze o možných formách spolupráce se Škoda Electric či jinými českými firmami. Další české firmy, které se v tomto oboru nacházejí na světové špičce, by mohly uspět v jiných oblastech dodávek pro železnice, kde po několikaletém ovládnutí trhu čínskými dodavateli dochází k vystřízlivění nad neuspokojivou kvalitou dodávek.

Stále opomíjenou oblastí ze strany českých exportérů je potravinářství. V posledních zhruba třech letech míří do Indonésie potraviny našich sousedů z Maďarska, Polska, ale také z Lotyšska. Zájem je například o sýry, dětskou výživu, sladkosti, džusy či šumivá vína typu prosecco.

DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA – VELKÉ PŘÍLEŽITOSTI

Zatímco se v předchozích letech zdálo, že Indonésie mírně zaspala nástup a rychlý rozvoj budování dopravní infrastruktury okolních států jihovýchodní Asie, prochází nyní obdobím mohutného rozvoje a obrovských investic.

V současné době stát disponuje pouze cca čtyřmi tisíci kilometry aktivních železničních tratí. Cílem vlády je vybudovat další železnice v délce přes tři tisíce kilometrů. Pětiletý národní program má být implementován do roku 2019, přičemž má být proinvestováno až osm miliard amerických dolarů. V rámci tohoto rozpočtu bude také postaveno několik strategických železničních uzlů, dodáno velké množství nových vlaků a vybudováno mnoho nových nádraží.

Pro další období 2020 až 2030 počítá vláda s investicemi přes 47 miliard amerických dolarů, a to na stavbu více než 12 tisíc kilometrů železničních tratí. Tím však její velkorysé plány nekončí. Indonésie vyhlásila ambiciózní program pro rozvoj železniční dopravy a logistických služeb s cílem zvýšit podporu turistiky, efektivitu distribuce zboží a přispět k palčivému problému dopravních zácp. Vláda má tedy za cíl vybudovat do roku 2030 asi 12 100 kilometrů nových železničních tratí ve 49 železničních projektech, jako je například Trans Sulawesi, Trans Sumatera, Trans Papua, Trans Kalimantan, Yogyakarta atd. Kromě nich existují další společné projekty státních firem a mezinárodních investorů, jež zahrnují deset LRT projektů (Light Rapid Train), MRT Jakarta (klasické metro) a vysokorychlostní vlaky (Jakarta, Bandung a Surabaja).

Všechny tyto plány a celková vládní politika rozvoje infrastruktury jsou obrovskou příležitostí i pro české dodavatele pro železniční sektor. Jedná se zejména o kolejové komponenty, železniční technologie, interiéry vlaků, kolejovou infrastrukturu a výhybky či subdodávky pro výrobu vlaků a mnohé další. Navíc máme tu výhodu, že Indonésané již znají některé podobné české kvalitní produkty, například výhybky od DT – Výhybkárna a strojírna či železniční dvojkola od evropské „jedničky“ GHH Bonatrans.

Indonéský trh a příležitosti nejen v železniční dopravě jsou obrovské. Zároveň se jedná o trh poměrně náročný nejen pro svou vzdálenost. Česká firma se neobejde bez kvalitního místního

Tipy na velké železniční projekty

- Privátní podnikatelská skupina Ratu Prabu Energi plánuje vybudovat velký LRT projekt v Jakartě s celkovou investicí přes 30 mld. amerických dolarů. Jedná se o výstavbu 400 km dodatečné kolejové tratě LRT v letech 2020 až 2025.
- Projekt LRT Bandung, Makasar, Medan a Surabaja bude budován pomocí PPP schématu a s jeho zahájením se počítá již v letošním roce. Investiční náklady se odhadují na 2,2 mld. amerických dolarů.
- Dalším letošním projektem je druhá fáze MRT (Mass Rapid Transit) Jakarta, která bude započata v říjnu 2018. Půjde o vybudování další linky metra v koridoru jih–sever. Rozpočet na 8,4 kilometru trati se odhaduje na 1,7 mld. amerických dolarů. Projekt bude realizován ve spolupráci s japonským investorem.

zástupce, který hájí firemní zájmy a zejména získává nové zakázky. V zemi bez firemních databází, kde je vše založeno na kultuře osobních kontaktů, je úvodní fáze nalezení obchodního partnera to nejtěžší. České firmy se musí na začátku obrnit určitou dávkou trpělivosti a věnovat úsilí, energii a zdroje pro vyhledání správného distributora či partnera. Pomoc s tímto úvodním krokem zprostředkovává zahraniční kancelář CzechTrade, která českým firmám vyhledává indonéské obchodní partnery a zároveň využívá svých dobrých kontaktů na největší státní firmy, jako jsou INKA nebo Kereta Api Indonesia. ■

Text: Michal Sontodinomo
Foto: Shutterstock, Jana Pešavová a archiv CzechTrade

Mgr. Michal Sontodinomo je vedoucím zahraniční kanceláře CzechTrade v Jakartě

Rady do kapsy pro obchodování s Indonésií podle Michala Sontodinomo

1. **Alfou a omegou je navázat osobní vztah.** To se samozřejmě nepovede na první schůzce, ale všichni zde počítají s tím, že se uvidíte vícekrát. Většina obchodů se uskuteční přes osobní kontakty.

2. **Pokuste se na schůzky chodit včas,** i když obvykle začínají později, než bylo domluveno. Indonésané očekávají ze strany svých evropských obchodních partnerů dochvilnost, nicméně zejména v Jakartě mají všichni porozumění pro zdržení způsobené obrovskými dopravními zácpami.

3. **Jazykem v zahraničním obchodním styku je angličtina.** Nicméně místní partnery vždy velmi potěšíte pár frázemi v indonéštině. Je obvyklé oslovování křestním jménem, což není neuctivost, ale místní zvyk.

4. **Vizitku podávejte oběma rukama a stejně tak podávanou vizitku přijímejte.** Vizitka by měla být prezentována každé osobě, která se účastní jednání, a po obdržení se pečlivě studuje a drží oběma rukama. Nikdy se na ni nesmí psát a neměla by se uschovávat v zadní kapse kalhot.

5. **Obrňte se trpělivostí a počítejte s tím, že jedno setkání nestačí.** Indonésané jsou zvyklí o cenách smlouvat. Od obchodníka, který chce v Indonésii uspět, to vyžaduje velkou trpělivost a většina obchodních jednání o smluvních podmínkách trvá déle, než se plánovalo.

6. **Indonéská kultura upřednostňuje tlumený způsob vyjadřování.** Hluční lidé bývají považováni za agresivní. Snažte se být trpěliví, přátelští a optimističtí. Indonésané moc neumí říkat přímé „ne" a raději nechají věci plynout.

7. **V zemi je bezpečněji než v mnoha evropských městech,** i když je tu jako všude na světě nutné čelit kapesním a jiným zlodějům zejména v turistických oblastech. Pokud si chráníte své cennosti a jste opatrní, je málo pravděpodobné, že budete okradeni.

8. **Pečlivě si předem prověřte bonitu, seriózност, případně i reference partnerských indonéských firem.** Jen tak je možné včas se vyhnout případným problémům. Tyto služby nabízí zahraniční zastoupení agentury CzechTrade v Jakartě. Spoléhejte se na osobní kontakty a ověřené informace českých proexportních institucí.

Drtivá většina firem v Indonésii je rodinných

Indonéské rodinné podniky hrají v ekonomickém růstu Indonésie významnou roli – 95 % místních podniků je totiž rodinných. Podle údajů společnosti Boston Consulting Group mají pod kontrolou přibližně 40 % tržní kapitalizace v zemi a značný vliv v širokém spektru klíčových odvětví včetně nemovitostí (91% podíl na trhu), zemědělství (74%), energií (65%) a na trhu spotřebního zboží (45%). Zahraniční subjekty vstupující na indonéský trh by proto měly důkladně znát povahu a druhy místních rodinných podniků – vzhledem k jejich celkovému počtu totiž existuje vysoká pravděpodobnost, že budou právě s tímto typem firmy úzce spolupracovat.[1]

Většina současných indonéských rodinných firem je ovládána první nebo druhou generací. Obdobně jako v České republice je tak aktuální téma prvního mezigeneračního předání. Podívejme se například na průzkum mezi podnikateli v odvětví pohostinství. Plány nástupnictví nemají zpracovány písemně, své potomky na podnikání připravují neformálně odmala. Děti se naprosto přirozeně učí vařit rodinné speciality, pomáhají při úklidu, počítají tržbu, učí se základům řízení, ve starším věku jsou posílány do obchodních a hotelových škol, na pracovní stáže. První dítě (nehledě na to, zda se jedná o dceru nebo o syna) je předurčeno k převzetí podniku, ostatní mají za úkol mu pomáhat, každé v oblasti, kterou nejlépe, s vášní a s nadšením zvládá. Nástupníci musí získat širokou škálu dovedností: od řízení provozu přes finanční a marketingové aspekty až po zvládnutí konfliktů a interní a externí komunikaci ve světových jazycích.[2]

RODINA HARTONŮ: JEDNI Z NEJBOHATŠÍCH INDONÉSKÝCH MAGNÁTŮ

Rodina Hartonů, která vlastní skupinu Djarum, je třetím největším výrobcem cigaret. Robert Budi Hartono má také se svým bratrem Michaelem podíl v jedné z největších bank v Indonésii, Bank Central Asia. Jeho syn Martin je internetový investor s vlastním podnikem Global Digital Prima Venture, který vlastní nejpopulárnější internetovou stránku Kaskusu.

Historie rodinného podnikání začíná v okamžiku, kdy zakladatel – Oei Wie Gwan – koupil malou firmu jménem Djarum Clove Gramophon. V roce 1951 změnil její název na Djarum a pod touto značkou začal na trh uvádět cigarety. Po požáru, který společnost v roce 1963 téměř zničil, továrnu zdědili bratři Michael a Robert (Robertovi bylo 22 let). Investovali do modernizace provozu, v roce 1972 začali své výrobky exportovat. Dnes společnost Djarum vyváží na trhy celého světa. Mezi klíčové exportní destinace patří Austrálie, Belgie, Kanada, východní Evropa, Japonsko a Dálný východ, Blízký východ, Nizozemsko, Rusko, Saúdská Arábie, jihovýchodní Asie a Spojené státy, kde nyní drží 70 % trhu s hřebíčkovými cigaretami.[3]

1 http://www.gbgindonesia.com/en/main/why_indonesia/2016/family_matters_a_guide_to_family_owned_businesses_in_indonesia_11459.php

2 Nyayu LathifahTirdasari, Wawan Dhewanto. Family Business Succession in Indonesia: A Study of Hospitality Industry. Procedia - Social and Behavioral Sciences. Volume 57, 9 October 2012, Pages 69-74.

3 https://www.djarum.com/brands/overview/

NAGASAKTI KURNIA TEXTILE MILLS: SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST JAKO SOUČÁST FIREMNÍ KULTURY

Společnost byla založena jako textilní továrna se 150 zaměstnanci v roce 1982 během zlatého období textilního průmyslu. V průběhu let se pod vedením zakladatele těšila značnému růstu, stala se vertikálně integrovanou textilní firmou s více než tisícovkou zaměstnanců a s průměrnou měsíční produkcí více než 2 miliony metrů textilu. Druhá generace, zastoupená ředitelem Alexandrem Foem, ředitelkou pro HR a systém řízení kvality Verou Foe a obchodním ředitelem Agustinem Foe, která nyní firmu řídí, se však musí potýkat s dnešní realitou tvrdé konkurence ze zemí, jako je Čína a Vietnam. Stojí před nimi nelehký úkol zefektivnit produktové portfolio, investovat do rozvoje ekologicky šetrné výroby, hledat nové technologie pro oblast textilní výroby i důkladně pochopit a prezentovat vlastní konkurenční výhody.[4] Od srpna 2015 společnost zahájila nový stipendijní program, kterým demonstruje podporu rozvoje lidských zdrojů, přispívá ke společenské odpovědnosti a podporuje vyšší kvalitu života prostřednictvím vzdělávání. Díky tomuto programu bude Nagasakti Kurnia Textile Mills každoročně pokrývat náklady na vzdělávání dětí zaměstnanců, které prokázaly vysokou úroveň studijních schopností. Celkově společnost vyplatila v prvním roce této aktivity 98 milionů indonéských rupií 37 žákům, kteří navštěvovali základní, střední nebo vysokou školu.[5]

LANGGENG JAYA: ENVIRONMENT V PRAXI A PŘÍBĚH JAKO Z POHÁDKY

Společnost zahrnující pět dceřiných firem založila Christine Halim v roce 2006. Ta tvrdí, že podnikala už od základní školy, když prodávala spolužákům tužky a gumy. Podnikat začala v době, kdy byla její dvojčata dostatečně velká (v současnosti studují, aby byla připravena na řízení rodinné firmy). Postupně získávala informace o způsobech zpracování plastového odpadu. Předsevzala si, že jeho recyklací nejen ušetří ropu, ze které jsou plasty vyráběny, ale že také pomůže chránit životní prostředí. Začátky nebyly jednoduché. Navázala spolupráci se „sběrači" odpadu, ten skladovala v garáži malého pronajatého domu. Vlastníma rukama odpad třídila, umývala lahve a plastové galony. Koupila si stroj na jeho zpracování a v relativně krátkém čase se jí podařilo vyvážet použitý plastový odpad do Číny, Koreje, Thajska, Vietnamu, Japonska a Austrálie. Jednoho dne v roce 2007 přišel za Christine majitel recyklačního závodu na plasty v Makassaru, jemuž se nedařilo – jeho továrna neprosperovala. Slovo dalo slovo a Christine továrnu koupila. Za pouhých šest let úspěšně otevřela další sklady a továrny v Makassaru, Surabaji, na Bali, v Jemberu, Medanu a Tangerangu. Od roku 2013 začala vyrábět vlastní recyklované výrobky – není divu, že o dva roky později byla zvolena předsedkyní indonéské Asociace pro recyklaci plastů.[6]

LIPPO: INVESTICE DO TECHNOLOGIÍ A START-UPŮ

Indonéská skupina **Lippo Group** podniká už šest desítek let v oblasti nemovitostí, maloobchodu – národní prodejny Matahari, pohostinství, zdravotnictví, vzdělávání, médií a zpravodajství, telekomunikací, digitálních technologií a finančních služeb.[7] Skupina uskutečnila několik dalších technologických investic, ale nejvýraznějším krokem, který se dosud odehrál, byla investice 150 milionů dolarů ve fondu Venturra Capital pro začínající podniky v Indonésii a jihovýchodní Asii. ■

Text: Naděžda Petrů
Foto: archivy firem

Ing. Naděžda Petrů, Ph.D., vedoucí katedry řízení podniku VŠFS, a. s. Text vznikl s využitím institucionální podpory na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace Vysoké školy finanční a správní, studentského projektu s názvem Evaluace vitality rodinného podnikání

4 http://www.gbgindonesia.com/en/manufacturing/directory/2015/nagasakti_kurnia_textile_mills-uniform_fabrics/introduction.php
5 http://www.gbgindonesia.com/en/manufacturing/directory/2015/nagasakti_kurnia_textile_mills-uniform_fabrics/news/2015/0825.php
6 Tina Savitri. Berkah Sampah Plastik bagi Christine Halim. Dostupné z http://www.pesona.co.id/life/berkah-sampah-plastik-bagi-christine-halim-
7 https://lippogroup.com/about-lippo-group/

Země kruhu ohně

I tak se říká Indonésii, protože prstenec jejích tisíců ostrovů a ostrůvků byl v dávné minulosti vytvořen vulkanickými erupcemi. Dodnes se tu nachází více než 150 činných sopek, což z ní dělá vulkanicky nejaktivnější region na Zemi. A tak jsou tu přírodní katastrofy prakticky na denním pořádku, a to nejen ty sopečné, ale také zemětřesení či vlny tsunami. Mimochodem, až tam jsme v hotelech poprvé viděli evakuační plány pro případ blížící se vlny tsunami namísto obvyklých propozic pro případ požáru. Ale kupodivu jsme se i přesto všude cítili bezpečně.

Navštívili jsme hned tři známé sopky, ovšem nejsilnějším zážitkem bylo setkání s vulkánem Kawah Ijen na východě Jávy. To není totiž „obyčejná" sopka, ale i místo, kde se unikátním a velmi nebezpečným způsobem těží přírodní síra.

Vylézt na sopku není nic nezvladatelného. Po překonání asi dvou kilometrů docela strmého stoupání máte to nejhorší za sebou a k úžasnému výhledu a cíli vás čeká už jen asi kilometr téměř po rovině. Během stoupání jsme průběžně potkávali indonéské nosiče, kteří ve dvou proutěných koších zavěšených na jakémsi dřevěném vahadle snášeli dolů vytěženou síru. S ohledem na věk a svou kondici měli v těch „košících" něco mezi sedmdesáti až sto kily. Přitom sami vážili významně méně. Nahoře se nám otevřel pohled na ohromné a nádherné modrozelené sirné kyselinové jezero, které leží uvnitř kráteru.

Ne nadarmo se tomuto místu říká žluté peklo. Ve vzduchu je cítit zápach a všechno kolem vás je pokryto žlutou sírou. Sirné výpary vás dusí a často kvůli nim nevidíte na krok. Na dně kráteru probíhá těžba. Dělníci odlamují pláty zkondenzované síry a plní si jimi koše, ve kterých síru vynášejí nejprve na vrchol kráteru a pak postupně dolů. Třicet minut s těžkým nákladem na zádech nahoru a další hodinu dolů na sběrné místo, kde je síra nakládána a odvážena. Ještě podivuhodnější je, že celou cestu absolvují v obyčejných „žabkách" nebo o několik čísel větších holínkách. Ti nejvytrvalejší dříči zvládnou celou trasu dvakrát až třikrát za den.

S jedním z nich jsem se potkala na úzké pěšině při svém sestupu do kráteru. Snažil se mi uvolnit místo, až jsem měla strach, že ho jeho náklad převáží a spadne dolů. Balancuje se svým obřím nákladem těsně nad srázem, s úsměvem mi nabídnul zářivě žluté figurky želvičky a Mickeyho Mouse, výrobky ze síry určené turistům. Jako správný obchodník si za ně řekl na místní poměry astronomickou částku – deset dolarů za obě. Želvičku mám stále ještě pečlivě schovanou doma. Mickey Mouse se mi nelíbil, ale deset dolarů jsem mu věnovala celých.

Přestože je zdejší způsob těžby síry velice tvrdou a nebezpečnou prací, patří k prestižním a relativně dobře placeným. Za celodenní dřinu si dělníci vydělají jen něco kolem našich tří stovek korun. I přesto by se jí nevzdali. Často finančně podporují celé rodiny, a to i za cenu toho, že kvůli chemicky agresivnímu prostředí a tvrdým pracovním podmínkám jich většina umírá, už když jim je něco kolem čtyřiceti. Tady si teprve člověk uvědomí, v jakém přepychu a pohodlí žije doma. ■

Text a foto: Jana Pešavová

Jana Pešavová vystudovala FEL ČVUT a již sedmnáct let pracuje v pojišťovnictví. Je nadšenou cestovatelkou a amatérskou fotografkou. Má ráda přírodu a půvab málo civilizovaných míst stejně jako zajímavé historické památky

Petra Miketová:

V Thajsku je úsměv nakažlivý

„Jednání s thajskými klienty začínáme vždy pečlivě zabaleným drobným dárkem, který zafunguje spolehlivě jako spouštěč další komunikace. To je pro nás velkým zážitkem, protože u svých protějšků vidíme až dětskou radost. Pak nastane obřadné fotografování na mobilní telefony všech zúčastněných, a tím myslím skutečně všech. Až po tomto rituálu začne jednání plné úsměvů a zdvořilostí. Oč méně jednoznačných odpovědí, o to více úsměvů. Vše zakončí pozdrav wai, mírný úklon se sepnutýma rukama v oblasti hrudníku. Po několika setkáních jsme se takto s kolegyní z firmy již běžně zdravily i při snídani a odchodu na pokoj," vypráví své zážitky Petra Miketová, výkonná ředitelka společnosti Cayman Pharma, která tráví na obchodních cestách mnoho času.

EXKURZ DO CHEMIE

Víte, co jsou to prostaglandiny? Jde o důležité hormony, které mohou vznikat prakticky ve všech orgánech těla a mají mnoho různých fyziologických funkcí. Chemicky jsou odvozeny od kyseliny arachidonové a změnou chemických skupin a substituentů získávají specifické farmakologické vlastnosti, kterých se aktivně využívá v humánní i veterinární medicíně. Jsou například schopny ovlivňovat srážení krve, prokrvení, svalové stahy děložní stěny, snižování intraokulárního tlaku a celkovou imunitu organismu.

Společnost Cayman Pharma je jedním z mála světových výrobců aktivních farmaceutických substancí právě na prostaglandinové bázi. A jak se ocitly exotické Kajmanské ostrovy v názvu firmy, kterou najdete v Neratovicích v chemickém areálu Spolany? „Jméno je odvozeno od mateřské společnosti Cayman Chemicals v Ann Arboru v americkém státě Michigan. Vlastník skupiny Cayman, lékař Kirk Maxey, získal po ukončení studií na medicíně povolení k potápěčské expedici na Kajmanských ostrovech. Během ponorů se mu podařilo najít korál Plexaura homomalla (rohovitka) obsahující prostaglandin PGA_2, který využívá jako chemickou zbraň proti predátorům," vysvětluje spojitost korálů se svou firmou její ředitelka.

Právě z těchto korálů, které jsou velmi pestré a připomínají podmořské keříky, se podařilo přírodní prostaglandiny izolovat a charakterizovat. „Přírodní zdroje však nemohou uspokojit poptávku po těchto fascinujících molekulách, a tak ke slovu přišla pokročilá syntetická chemie, která vedla k vývoji jednoho z technologicky nejkomplexnějších

Petra Miketová (blondýnka uprostřed) se svou kolegyní Terezou Zítkovou na konferenci Pharmex/FAPA v Bangkoku, které se Cayman Pharma zúčastnila ve spolupráci s místní kanceláří CzechTrade

procesů v České republice, zahrnujícího více než dvacet syntetických kroků," dozvídáme se.

ČTYŘICETILETÁ TRADICE

Úspěch neratovické firmy je postaven na zkušenostech a technologickém know-how získaných v průběhu uplynulých čtyř desetiletí, kdy se dařilo uskutečňovat výzkum a syntézu veterinárních prostaglandinů pro všechny země tehdejšího východního bloku.

Devadesátá léta minulého století pak charakterizovalo rozšíření portfolia o humánní prostaglandiny s postupným exportem do USA. V roce 2006 proběhla akvizice společnosti, která do té doby vyráběla pod jménem NeraPharm, skupinou Cayman Chemicals a změna jména na Cayman Pharma. „Po ní se naše firma orientovala na výzkum a vývoj prostaglandinů pro humánní medicínu. Například produkt Epoprostenol se používá na léčbu plicní hypertenze, která je charakterizována vysokým krevním tlakem v plicním oběhu," upřesňuje Petra Miketová a dodává, že bez farmaceutické intervence mohou klinické příznaky rychle gradovat do fatálního stadia nemoci.

Dnes se firma zaměřuje hlavně na výrobu oftalmických prostaglandinů, které se používají ke snižování nitroočního tlaku spojovaného s diagnózou glaukomu, lidově řečeno zeleného zákalu. „Při zeleném zákalu dochází k poškození optického nervu zvýšením tlaku uvnitř oka. Tato diagnóza je druhým nejčastějším důvodem ztráty zraku. Prostaglandiny jsou schopny progresi nemoci při jejím včasném odhalení zpomalit," ujišťuje nás Petra Miketová.

V JIHOVÝCHODNÍ ASII VRACÍME LIDEM ZRAK

Aktivní farmaceutické substance Cayman Pharma exportuje do celého světa, nicméně aktuální snahou společnosti je získat pevnou pozici i na trhu jihovýchodní Asie. „Naše produkty tam mají obrovské opodstatnění. Důvodem je genetická predispozice populace v této oblasti k formě zeleného zákalu, který se označuje jako prostý glaukom s otevřeným úhlem. Naprosté většině pacientů s touto chronickou diagnózou můžeme pomoci očními kapkami, které obsahují prostaglandiny, jejichž účinkem dojde ke snížení nitroočního tlaku," věří představitelka úspěšné farmaceutické firmy v ocenění na tamním trhu. A nenechává nic náhodě. „Ve spolupráci s agenturou CzechTrade jsme se již zúčastnili výstav, konferencí a seminářů včetně setkání s místními firmami nejen v Thajsku, ale i v Indii, Malajsii, Číně a Jižní Koreji. Navázali jsme spoustu užitečných kontaktů, které nyní rozvíjíme. Víme, že na skutečný úspěch si v tomto regionu musíme opravdu počkat." ■

Cayman Pharma s.r.o.

Společnost Cayman Pharma exportuje svoje produkty do 57 zemí po celém světě (na všechny kontinenty s výjimkou Antarktidy), přičemž 99 % z nich je zpracováno na finální léčivou formu mimo ČR. Široké spektrum zákazníků je složeno nejen z renomovaných nadnárodních či státních farmaceutických firem, z rodinných farmaceutických podniků i dalších zpracovatelských společností pro aktivní farmaceutické ingredience, ale podílí se na něm i nové technologické start-upy a referenční organizace. Ačkoliv se prodaná množství indikují v gramech, vyrobený materiál má velkou přidanou hodnotu vzhledem ke komplexním výrobním postupům.

Společnost v současné době zaměstnává 140 pracovníků z celé republiky a dosahuje ročního obratu téměř 400 milionů Kč. Její činnost je certifikována v systému ISO a schválena v režimu správné výrobní praxe Státním ústavem pro kontrolu léčiv a americkou Food and Drug Administration (FDA).

Text: Jana Jeníková
Foto: Shutterstock a archiv společnosti Cayman Pharma

ASEAN není monolit
Kdo bude jeho lídrem?

Není žádnou novinkou, že se těžiště ekonomického dění posouvá do Asie a že jedním z center je jihovýchodní Asie a sdružení ASEAN. To samo o sobě není zrovna sourodým celkem, natož monolitem. A je jedno, zda se na to díváme pohledem ekonomických charakteristik nebo třeba politicky. Ambici být lídrem – nebo za něj být alespoň považován – má oprávněně řada zemí, ale v pevninské části ASEAN je jím určitě Thajsko patřící k nejsilnějším hráčům i obecně. Naopak Kambodža a Laos leží na opačném konci pomyslného žebříčku.

THAJSKO JE VÝZNAMNĚJŠÍ, NEŽ SI MYSLÍME

Tomu odpovídá také rozsah a intenzita našich obchodně-ekonomických vztahů s těmito zeměmi. Thajsko je výrazně významnějším obchodním partnerem, než je tradičně v obecném povědomí. Obratem našeho vzájemného bilaterálního obchodu je s 1,5 miliardy amerických dolarů na úrovni Indie, Izraele, Tchaj-wanu a některých členských zemí EU. Co do importu je přinejmenším srovnatelné s Tchaj-wanem, Švédskem, Švýcarskem, Tureckem, Ukrajinou nebo Dánskem.

V rámci ASEAN Thajsko soupeří s Malajsií o pozici největšího obchodního partnera, přičemž je největším dovozcem do ČR a dlouhodobě třetím až čtvrtým nejvýznamnějším exportním trhem. Loni jsme do Thajska vyvezli zboží za rekordních 180 milionů amerických dolarů, přičemž Thajsko si je vědomo dovozu zboží českého původu dokonce za 203 miliony. Skutečný přímý a nepřímý pohyb zboží z ČR do Thajska by se tak mohl pohybovat až okolo 270 milionů amerických dolarů. Z pohledu thajských statistik jsme osmým největším exportním trhem z EU (při použití našich dovozních statistik bychom se posunuli dokonce na páté místo poměrně blízko za Francii a Itálii) a třináctým největším dovozcem z EU do Thajska. Když se k tomu připočte přibližně 50 tisíc thajských turistů navštěvujících ročně ČR a asi 34 tisíc Čechů cestujících do Thajska, tak to vůbec není špatná vizitka.

Někdo by si proto mohl pomyslet, že obchod s Thajskem jde přirozeně sám o sobě a že není třeba se v daném směru nějak zvlášť angažovat. Bohužel to není pravda. Stále je třeba pracovat na obou frontách. Přestože obecné povědomí o Thajsku je v ČR velmi vysoké a pozitivní, jen málokdo vnímá Thajsko jako byznysovou destinaci. Převažuje image dovolenkového ráje. A totéž bohužel platí i obráceně. Obě strany tak přicházejí o jiné příležitosti, které si navzájem nabízejí. Tím spíše v době, kdy se našim exportérům daří na jiných, tradičnějších nebo bližších trzích a kdy na obou stranách omezené povědomí o příležitostech nedokáže dostatečně motivovat jít za hranice obvyklého nebo mimo svou komfortní zónu. Naštěstí se ale situace postupně mění a objevují se

nové impulzy, včetně prvních úspěchů našich start-upů na thajském trhu v tzv. nových oborech. Na druhé straně potěší první thajské investice do výrobních kapacit v ČR.

LAOS A KAMBODŽA ZATÍM OPOMÍJENÉ

Oproti tomu spolupráce s Laosem a Kambodžou trochu zaostává, ačkoliv nelze tvrdit, že by byla bez potenciálu. Ten zde jednoznačně je, jen ho je třeba objevit, jak se to stalo v případě zdravotnictví a Laosu. Naše snahy by určitě neměly být plošného, kobercového typu, ale spíše cílené a připravené, aby byly i přiměřené. Podmínky pro to existují, v obou zemích máme velmi dobré jméno z minulosti a také svou „kolonu" v podobě někdy dříve pozapomenutých absolventů našich vysokých škol. Tato aktiva a nostalgie samy o sobě samozřejmě nestačí, ale všichni si jsou nakonec naštěstí vědomi, že spolupráce musí být založena na jiném modelu než před třiceti nebo čtyřiceti lety.

Stejně tak je i na naší straně si uvědomit, že se Kambodža a Laos změnily a že jsou standardními exportními trhy a nikoliv spíše vývozními teritorii, jak tomu bývalo dříve. To platí i pro vnímání naší rozvojové spolupráce, která se týká především Kambodže. Ale ani Laos nemusí být stranou a nabízí se jako vhodné místo pro využití třeba nástrojů programu B2B rozvojového partnerství pro soukromý sektor.

Cestou k prosazení se na méně rozvinutých trzích regionu může být spolupráce s thajskými partnery. Ti nám díky svým tradičním vazbám i pozici klíčových obchodních partnerů a investorů mohou poskytnout – a v některých případech již poskytli – nutné know-how a kontakty a v neposlední řadě i financování. Toto může ostatně platit především v Laosu a Kambodži také pro partnery z Číny a Vietnamu, přičemž bychom se neměli bát hledat příležitosti ani v tolik diskutovaném projektu Nové hedvábné stezky.

Svou spolupráci s Thajskem na třetích trzích ale neomezujme jen na Kambodžu a Laos. Thajci jsou velmi aktivní a silní tradičně také v Myanmaru/Barmě a stále více se prosazují také ve Vietnamu. V rámci snahy o vedoucí až dominantní roli v tzv. oblasti CMLV (Cambodia, Myanmar, Laos, Vietnam). Stranou ale nezůstávají ani další země ASEAN, Čína nebo třeba SAE.

Samotné Thajsko je perspektivním partnerem, často významnějším než řada zemí, které se i díky zažitým stereotypům těší větší pozornosti. Je velice konkurenčním a vyspělým, ale i bonitním trhem, o který bezesporu stojí za to se nejen zajímat, ale i starat. Starat v nedokonavém vidu a osobně. Na osobním přístupu nic nemění ani ambice Thajska posunout se do své verze 4.0 nebo směrem k digitální společnosti. ■

Text: Marek Libřický
Foto: Shutterstock a archiv MZV

Ing. Marek Libřický, velvyslanec v Thajsku, Laosu a Kambodži se sídlem v Bangkoku

Thajsko: Brána do jihovýchodní Asie

Zkuste být součástí thajského zázraku

Když se řekne Thajsko, většině se vybaví především skvělá dovolená. Zatím ve stínu nádherných pláží, divoké džungle, historických památek a oblíbené kuchyně totiž zůstává jeho nesmírný ekonomický potenciál pro české exportéry a podnikatele. Země patří mezi nově se rozvíjející ekonomiky se stabilním makroekonomickým prostředím, atraktivními podmínkami pro zahraniční investory a s 36% podílem výrobního sektoru na HDP i mezi nejprůmyslovější ekonomiky na světě. Budete-li se rozmýšlet, zda v ní investovat čas a peníze do rozvoje podnikání, navštivte jedno z bangkokských luxusních obchodních center a následně vyjeďte do některého z vyhlášených střešních barů, odkud můžete pozorovat panoráma metropole s nesčetnými mrakodrapy a jeřáby při západu slunce. Dýchne na vás opravdové bohatství a řeknete si: „Tady musím obchodovat.“ V Thajsku je hodně peněz a obchodních příležitostí, záleží především na vás a vašem úsilí, zda se vám podaří je proměnit v prosperující byznys.

THAJCI SE DOKÁŽOU PROSADIT

Zdroje thajského bohatství spočívají v příznivých klimatických podmínkách pro zemědělství, vlastních zásobách ropy a plynu snižujících závislost na dovozu, přímých zahraničních investicích, strategické poloze uprostřed Indočíny a v neposlední řadě i ve vyjednávacích schopnostech Thajců, díky nimž jsou schopni si ukrojit velký krajíc z každé přidané hodnoty a úspěšně prosazovat své národní zájmy.

Vlhké tropické klima umožňuje produkci zemědělských komodit – především rýže, cukrové třtiny, kaučuku, manioku a palmového oleje, které jsou základem potravinářského průmyslu a jedním z hlavních exportních artiklů. Celková zemědělská plocha představuje téměř trojnásobek rozlohy České republiky a obrovské množství vyprodukované biomasy se stalo významným alternativním zdrojem elektrické energie i surovinou pro rozvoj biotechnologií.

Objevení nalezišť ropy a zemního plynu v Thajském zálivu a zahájení jejich těžby počátkem osmdesátých let minulého století stálo u zrodu moderní industrializace Thajska. Domácí zdroje pokrývají přibližně 40 % poptávky po zemním plynu a 20 % poptávky po ropě, rozdíl je pokrýván dovozem plynu z Myanmaru a ropy a CNG ze zemí Perského zálivu. V současné době se připravuje tendr na obnovení koncesí pro ropná a plynová pole, jejichž stávající platnost vyprší v letech 2022 až 2023. Po udělení nových koncesí lze očekávat zvýšení investic do průzkumu a těžby ropy i plynu, které nabídnou nové příležitosti i českým dodavatelům například průmyslových armatur. Největší státní ropná a plynárenská společnost PTT patří mezi sto největších společností na světě a její investice najdeme vedle asijsko-pacifického regionu i v Africe, USA nebo Kanadě. Na těžbu ropy a plynu navazují rafinerie, petrochemické závody a chemický průmysl.

V osmdesátých letech minulého století se přední japonské firmy rozhodly umístit automobilovou výrobu pro trhy jihovýchodní Asie do Thajska a některé americké a evropské automobilky a investoři z dalších oborů je následovali. Postupně se Thajsko stalo významnou regionální průmyslovou základnou s moderními výrobními závody umístěnými v průmyslových zónách vybavených veškerou infrastrukturou. Tyto zóny jsou soustředěné do centrálního Thajska a propojené dálnicemi s Bangkokem, leteckými cargo terminály i exportními přístavy v Thajském zálivu, odkud se strojírenské výrobky, auta, elektrotechnické komponenty, chemikálie, potraviny a další komodity vyvážejí do celého světa. Země ročně vyveze strojírenské výrobky za 100 miliard amerických dolarů, k tomu však potřebuje dovézt strojařinu za 70 miliard. To potvrzuje intenzivní zapojení Thajska do mezinárodních hodnotových řetězců a silnou poptávku po zahraničních vstupech.

I STRATEGICKÁ POLOHA SE DÁ ZHODNOTIT

Thajsko má velké předpoklady maximálně vytěžit ze své strategické polohy uprostřed regionu širšího Mekongu, který zahrnuje země Indočíny, jihočínskou provincii Jün-nan a autonomní oblast Kuang-si s tržním potenciálem více než 300 milionů obyvatel. Již dnes je hlavní město Bangkok nejvýznamnějším obchodním, finančním i kulturním centrem této oblasti. Thajská burza, na které je kotováno na 750 společností, je s tržní kapitalizací 18,7 trilionu thajských bahtů (600 miliard amerických dolarů; únor 2018) po burze v Singapuru druhou největší v regionu jihovýchodní Asie.

Zároveň země představuje atraktivní vstupní bránu na trhy zemí ASEAN v rámci jednotného hospodářského prostoru AEC (ASEAN Economic Community) se 620 miliony obyvatel. Přístup na rychle rostoucí trhy jihovýchodní Asie významně rozšiřuje vlastní potenciál samotného thajského trhu, který se svými 69 miliony obyvatel a rostoucí střední třídou je sám o sobě velmi atraktivní. Thajské společnosti využívají robustního ekonomického růstu okolních zemí Indočíny, ve kterých zakládají pobočky a mohutně investují. Řada z nich se však neomezuje pouze na Indočínu a ASEAN, ale setkáte se s nimi v celém asijsko-pacifickém regionu. Jedná se o firmy z nejrůznějších průmyslových odvětví, zejména energetiky, důlního průmyslu, strojírenství, stavebních materiálů, potravinářství, hotelnictví, zdravotnictví a maloobchodu.

V PLÁNU JE VYMANIT SE Z PASTI

V současné době se Thajsko nachází na určitém rozcestí, kdy se potřebuje dostat mezi výkonnější ekonomiky poháněné inovacemi a vymanit se z takzvané

pasti středně příjmové země. Na oživení hospodářského růstu vláda iniciovala projekt vybudování tzv. Východního ekonomického koridoru (EEC – Eastern Economic Corridor) v provinciích Chachoengsao, Chonburi a Rayong východně od Bangkoku, kde je již dnes koncentrována velká část thajského průmyslu a zahraničních investic. Vláda se snaží pomocí atraktivních investičních pobídek přilákat do této nové hospodářské zóny investice do deseti preferovaných odvětví, kterými jsou auta nové generace, chytrá elektronika, turistické, zdravotní a wellness služby pro majetnou klientelu, zemědělství a biotechnologie, potravinářství, robotika pro průmysl, logistika a letecký průmysl, biopaliva a biochemie, digitální ekonomika a zdravotnické služby.

Součástí projektu je také rozšíření místního letiště, zvýšení kapacity námořních přístavů a vybudování vysokorychlostní železnice propojující EEC s Bangkokem a dalšími novými železničními trasami. V rámci EEC vznikají centra pro vědu, výzkum a inovace. Vláda se snaží přilákat i zahraniční univerzity a odborná učiliště. Východní ekonomický koridor by se měl stát součástí čínského projektu nové pozemní i námořní Hedvábné stezky. Nová hospodářská politika thajské vlády zahrnuje rovněž podporu průmyslu 4. generace Thailand 4.0. V loňském roce Thajsko dovezlo systémy pro robotizaci a automatizaci v hodnotě 270 miliard thajských bahtů (8,7 miliardy USD) a zároveň jich vyvezlo za 134 miliard thajských bahtů (4,3 miliardy amerických dolarů).

SPOLUPRÁCE VE VÝZKUMU A VÝVOJI

Nové přístupy v podpoře hospodářství a nové koncepce Thailand 4.0 či konkrétních projektů jako například Východního ekonomického koridoru s sebou pochopitelně přinášejí nové výzvy v podobě reorientace vládní podpory jednotlivých průmyslových odvětví. Znamená to zároveň odklon od některých v Thajsku historicky tradičních, z hlediska přidané hodnoty a relativní konkurenceschopnosti méně atraktivních oblastí výroby, především pak těch náročných na levnou pracovní sílu. Na tento trend reaguje vcelku zřetelně i podnikatelské prostředí. Na druhou stranu zahraničním dodavatelům a partnerům, kteří mají co nabídnout v oblasti špičkových technologií, služeb a nových výrobních postupů, přináší zcela nové příležitosti, neboť poptávka v této oblasti bude do budoucna jen růst. Zároveň se otevírají nové možnosti ve výzkumu a vývoji, společných projektech a joint ventures s thajskými partnery za účelem získání kompetitivních výhod v rámci širšího regionu jihovýchodní Asie. Při jednáních s thajskými partnery se na přetřes stále častěji dostává otázka transferu technologií a lokalizace výroby nebo alespoň její části (např. montáž/kompletace) v Thajsku.

BEZ POŘÁDNÉ DÁVKY ČASU I PENĚZ NEUSPĚJETE

Při uvažování o tom, zda vstoupit na thajský trh, je třeba se nenechat odradit informacemi o vysoce konkurenčním a protekcionistickém prostředí ani neexistencí dohody o volném obchodu mezi Thajskem a EU. Při správném uchopení příležitosti se jedná pouze o okrajový problém. Důkazem je, že přes vysokou konkurenci lze najít téměř v každém odvětví skulinu pro evropské, a potažmo i české, zboží. K thajskému trhu je třeba přistupovat systematicky, důkladně zmapovat jeho velikost a dynamiku, konkurenční prostředí, právní a regulační rámec a následně zvolit optimální strategii.

A neexistuje jeden optimální model, jak zde obchodovat. Každé odvětví a segment trhu vyžadují individuální přístup, šitý na míru. Záleží na tom, ve kterém odvětví podnikáte, a i v rámci jednotlivých odvětví narazíte na velmi odlišné firemní kultury. Vždy je však třeba alokovat dostatek finančních zdrojů a manažerského času na rozvoj podnikání v Thajsku, které je dlouhodobou záležitostí. Často může trvat i několik let, než se firma na trhu prosadí.

Osobní jednání v místě jsou v této souvislosti nenahraditelná. Zcela zásadním prvkem je postupné budování důvěry. Odměnou může být nejen objem potenciálních prodejů, ale většinou i zajímavé marže. S velkou pečlivostí je nutné přistupovat k výběru místního partnera. Potřebujete ho k tomu, abyste dostali zboží na trh, ale nelze spoléhat na to, že za vás vše odpracuje. Je tedy zapotřebí přistupovat aktivně k otevírání příležitostí na trhu ve spolupráci s místními partnery, pravidelně Thajsko navštěvovat a dát partnerům i potenciálním zákazníkům najevo, že jsou pro vás důležití. Můžete se spolehnout i na podporu naší ekonomické diplomacie. ■

Text: Jan Lembas a Jan Špiler
Foto: archivy autorů a Shutterstock

Ing. Jan Lembas, vedoucí zahraniční kanceláře CzechTrade v Bangkoku

Ing. Jan Špiler, vedoucí ekonomického úseku velvyslanectví ČR v Bangkoku

Rady do kapsy pro obchodování s Thajskem Jana Lembase a Jana Špilera

1 **V Thajsku má vše svůj čas a tempo.** Neočekávejte podepsání obchodního kontraktu při prvním jednání. Obecně jsou Thajci velmi opatrní při jednání nejen s novým partnerem (firmou), ale i v případě nového představitele již zavedeného zákazníka.

2 **V souladu se svou filozofií považují Thajci v kontaktu s ostatními za nejdůležitější souhlas a soulad.** Za všech okolností je proto nutné předcházet konfrontacím, Thajci velmi dbají na to, aby zachovávali dekorum. Nikdy proto nevystavujte svého partnera přímé konfrontaci nebo mu veřejně nedokazujte, že se mýlí, byť je to pravda. Diplomatické svedení viny na „třetí stranu" nebo nepříznivé okolnosti a pomoc při zachování tváře bývají obvykle náležitě oceněny.

3 **Všechny vztahy v tradiční thajské společnosti, i v té moderní, jsou určované společenským postavením, které vyplývá z věku, majetku, prestiže a osobního či politického statusu.** Složitá osobní hierarchie často znemožňuje spolupráci, zvláště mezi osobami s rozdílným postavením.

4 **Thajci obecně velmi dbají na svůj zevnějšek a stejným způsobem hodnotí i své zahraniční partnery.** Nezbytností je oblek s kravatou pro muže a střízlivý oděv zakrývající ramena pro ženy. Nejrůznější doplňky (pravé šperky, hodinky, spony a zlato obecně) jsou rovněž vhodné.

5 **Důležitou zásadou je včasný příchod na sjednané schůzky,** ačkoli to zvláště v Bangkoku není jednoduché kvůli častým dopravním zácpám. Na druhou stranu nesmí cizího obchodníka překvapit, musí-li na své thajské partnery čekat.

6 **Soukromé a profesionální aspekty života se u mnoha Thajců vzájemně prolínají,** tj. nejlepším způsobem, jak na svou stranu získat thajského partnera, je osobně se s ním spřátelit. Vzájemná osobní důvěra je pro Thajce velice významná. A naopak, důvěryhodný thajský partner je nezbytný pro jakoukoli zahraniční firmu s ambicemi na místním trhu.

7 **Vhodným počátkem kontaktů je pozvání thajských partnerů na večeři do kvalitní restaurace.** K „zakázaným" tématům konverzace patří jakákoli kritika Thajska (snad s výjimkou dopravní situace), krále a královské rodiny a samozřejmě náboženství. Nevhodné je rovněž hovořit o prostituci a známých centrech thajského sexuálního průmyslu. Účet zásadně platí hostitel a pouze jedna (obvykle nejvýše postavená) osoba. Nejrůznější dárky jsou většinou velmi kladně přijímané, zásadně by však měly být zabaleny v kvalitním papíře. Dárky se obvykle nerozbalují bezprostředně v přítomnosti dárce.

8 **Thajsko si vyvinulo vlastní, zcela specifický právní systém, který je pouze vzdáleně příbuzný právu západnímu.** Kvůli tomu je třeba se až na výjimky spolehnout na služby místních právníků, tzn. přizpůsobit se jejich stylu a především tempu práce, které není vždy nejrychlejší.

9 **Při pozvání do soukromého domu si nezapomeňte před vchodem zout boty.** Nikdy se na nikoho nebo na něco neukazuje nohou (nohy jsou považované za „nejnižší" část těla) a není slušné sedět s překříženýma nohama před starší osobou. Dále není přípustné se dotýkat něčí hlavy (zvláště ne starších osob), neboť hlava je v buddhismu považovaná za sídlo duše. Za neslušné je rovněž ukazování na někoho prstem a upřené „zírání" do tváře.

10 **Důležitou zásadou jednání s thajskými partnery je pozorné „naslouchání" tomu, co nebylo řečeno.** Jinými slovy, z drobných náznaků a poznámek je třeba si vyvodit správnou odpověď. Thajci totiž málokdy něco přímo odmítnou, spíše naznačují a kolem skutečného problému pouze obcházejí.

Industrializace Thajska je spjata s rodinnými podniky

Na industrializaci Thajska mají hlavní zásluhu rodinné firmy, které začínaly především v oblasti textilního průmyslu. Nyní většina z nich přechází do rukou třetí generace. Je reálná naděje, že všechny přežijí?

Tímto tématem se zabývají zástupci tamních rodinných firem stejně jako u nás na společných setkáních, konferencích a panelových diskuzích. Konstatují, že ve třetí generaci je už „rodinný klan" určitou konfederací sourozenců, bratranců, širokého příbuzenstva. Je velmi složité, aby se mnoho příslušníků rozvětvené rodiny shodlo na společných cílech a hodnotách, aby byly naplňovány a spravedlivě řešeny jejich individuální potřeby. Problém spočívá v rozmanitých zájmech a v různé intenzitě zapojení do vlastnické a řídicí struktury rodinného podniku.

Aby se zabránilo konfliktům, je třeba vyslechnout všechny názory a poté musí být demokraticky a svobodně odhlasována ta nejlepší strategie pro budoucnost firmy i rodiny. Transparentní řízení je nutno předat do rukou představenstva, které bude složeno z klíčových členů rodiny a nerodinných odborníků. Diskuze se také zabývá vnějšími problémy, které by mohly rodinné podniky zničit. Generace Y totiž vyhledává nové směry podnikání, a pokud v práci není spokojena, nemá problém ji opustit.[1]

Pár příkladů za všechny

TPI: Učebnicový případ toho, kdy třetí generace firmu „položila"

Dědeček zakladatelů skupiny thajského petrochemického průmyslu (TPI) začal před druhou světovou válkou vyrábět v centrálním Thajsku rýžové mlýnky. Po válce se jeho syn Phorn Leaophairat přestěhoval do Bangkoku a založil tradiční obchod – exportoval rýži a importoval textilní zboží. Své podnikání úspěšně rozšířil a jeho společnost Hang Hong Yiah Seng se v 60. letech minulého století stala jedním z pěti největších thajských vývozců rýže. Phornovi tři synové, třetí generace rodiny Leaophairatů, získali vzdělání v oboru obchodní správy a chemického inženýrství v USA. Po návratu do Thajska v roce 1978 společně vytvořili novou ambiciózní petrochemickou firmu Thai Petrochemical Industry (TPI). K ní přibývaly další úspěšné společnosti, takže se skupina mezi lety 1978 až 1996 skládala ze 44 firem. Tato rychlá expanze byla finančně podpořena rozsáhlými úvěry od domácích i zahraničních finančních institucí. Do prosince 1997 dosáhl externí dluh 14,46 miliardy amerických dolarů. Bratrům se už společnost nepodařilo zachránit a v roce 2000 proběhl konkurzní soud.

1 Achara Deboonme. Why do most Thai family businesses die in the third generation? Dostupné z http://www.nationmultimedia.com/news/opinion/achara_deboonme/30288067

CENTRAL GROUP: DOBRÁ STRATEGIE A VYTRVALÝ RŮST

Zakladatel skupiny Tiang Chirathivat emigroval z čínského ostrova Chajnan do Bangkoku v roce 1925. Zatímco mnoho dalších čínských přistěhovalců se rozhodlo začít podnikat v Čínské čtvrti, on založil svůj první obchod ve čtvrti Thonburi blízko velkého chrámu, který postavila královská rodina. Prodával občerstvení a poskytoval lodní parkovací službu návštěvníkům. Do podnikání zapojil nejstaršího syna Samrita, jenž v roce 1956 založil první obchodní dům v Central Department Store v bangkokské oblasti Wangburapha. Otec i syn, zakladatelé skupiny, se plně podíleli na chodu podniku a pomáhali jim i ostatní členové rozsáhlé rodiny. V roce 1990 otevřeli první megastore, v roce 1994 první hypermarket, v roce 1996 první specializovaný prodej.

Nejdůležitějším úkolem pro centrální skupinu, pokud jde o top management, je, jak ji převést z úzce rodinou ovládané skupiny na otevřenější a profesionálnější skupinu. *„Společnost roste rychleji než naše děti. Abychom rostli, potřebujeme externisty, kteří se o tuto skupinu postarají,"* říká Tos Chirathivat, současný CEO.[2,3]

C.P. GROUP: OD MALÉHO OBCHŮDKU K 300 TISÍCŮM ZAMĚSTNANCŮ

Společnost založili dva bratři Chiové, kteří přišli do Thajska z Číny v roce 1919. Ze své rodné země začali dovážet osiva a v roce 1921 založili malý obchod v Čínské čtvrti v Bangkoku. Původní název firmy zněl Chia Thai Co. Postupně přidali k importu také zeleninu, vyváželi prasata a vejce. V 50. letech minulého století se do podnikání zapojily jejich děti. V roce 1954 společnost zahájila aktivity své první dceřiné společnosti Charoen Pokphand Feedmill. Do konce desetiletí se stalo jejím prioritním prodejním artiklem krmivo pro hospodářská zvířata, koncem šedesátých let byla již předním výrobcem a prodejcem krmiv v Thajsku. Dhanin Chearavanont, syn zakladatele, byl nejmladší ze čtyř bratrů, kteří se na podnikání podíleli, ale jednoznačně projevoval nejvíc energie a již jako pětadvacetiletý začal od roku 1964 řídit rozvoj společnosti. V roce 1970 se stal jejím prezidentem a založil svůj první společný podnik, s americkou společností Arbor Acres, která byla průkopníkem v selektivním chovu rychle rostoucích kuřat.[4]

Přeskočíme několik desetiletí – dnes je C.P. Group jednou z největších rodinných společností v Thajsku působící v oblasti agrobyznysu, potravinářství, maloobchodu a distribuce, financí a investic, telekomunikací a médií, farmacie a developmentu, s investicemi ve více než 30 zemích světa a zaměstnávající více než 300 tisíc lidí. Silně podporuje thajskou komunitu a hraje aktivní roli v řadě iniciativ v oblasti sociálního rozvoje a vzdělávání.[5] ■

Text: Naděžda Petrů
Foto: Shutterstock a archivy firem

Ing. Naděžda Petrů, Ph.D., vedoucí katedry řízení podniku VŠFS, a. s. Text vznikl s využitím institucionální podpory na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace Vysoké školy finanční a správní, studentského projektu s názvem Evaluace vitality rodinného podnikání

2 http://www.centralgroup.com/about-us/
3 https://asia.nikkei.com/Features/Asian-family-conglomerates/For-Thailand-s-retail-giant-Central-Group-it-is-no-longer-all-in-the-family
4 Charoen Pokphand Group. Company-Histories.com. Dostupné z http://www.company-histories.com/Charoen-Pokphand-Group-Company-History.html
5 http://www.bangkokbank.com/BangkokBank/AboutBangkokBank/Pages/Default.aspx

Malá země s velkou duší

Východní Timor je tečkou na mapě jihozápadní Asie. Ukrývá však nečekané poklady. Mladá země s dlouhou dramatickou historií boje za nezávislost a s rozlohou menší než Morava (s pouhými 15 tisíci km^2) patří k těm posledním oblastem téměř nedotčeným moderní civilizací. Jeho populace, počtem srovnatelná s Prahou, je přátelská a k cizincům přistupuje většinou s milou zvědavostí.

Desetiletá přítomnost mírové mise OSN (do roku 2012) dala Timořanům jedinečnou příležitost poznat celou paletu kultur a národností spolu s jejich rozmanitým životním stylem. Stejně tak sousední Austrálie nabídla mnoha mladým lidem z různých regionů Timoru atraktivní možnosti vzdělání. Portugalsko pak už několik let ostrov zásobuje tisíci učiteli portugalštiny ve snaze udržet svůj dávný kulturní vliv. Kuba zase zajišťuje lékaře, kteří jsou často jediným zdrojem lékařské péče v těžko dostupných oblastech. Proto je dnešní Timor neobvykle pestrou mozaikou panenské přírody, archaického zemědělství a mladé dynamické populace s vysokým povědomím o vzdáleném moderním světě. Navíc timorská politická elita je bez výjimky světaznalá a vesměs dobře vzdělaná zejména díky svému dlouholetému exilu v Portugalsku, Mosambiku či Angole během boje za nezávislost na Indonésii. Trumfem v rukávu jsou pak velmi bohatá ložiska ropy a zemního plynu v Timorském moři, o které se nezávislý Timor posledních deset let hrdě přes Austrálii až v Haagu. Na druhé straně s nízkým skóre indexu Doing Business (178. místo) bude muset země urazit ještě velký kus cesty k vybudování atraktivní investiční destinace.

Nicméně kilometry divokého pobřeží s panenskými plážemi pod zelenými vrcholky hor utopenými v tropickém lese skýtají obrovský a dosud nepatrně využitý potenciál pro turismus. Navíc obyvatelstvo Timoru dnes stále ctí a aktivně praktikuje své tradiční rituály, a to v nerušené symbióze s katolictvím. Rituály jsou dokonce nedílnou součástí prezidentských kampaní a voleb.

Cestovní ruch byl v posledních letech orientován především na členy zahraničních misí sloužících na ostrově (v jeho východní části). V některých regionech se stihly rychle rozvinout malé hostely, průvodcovské i dopravní služby a v hlavním městě Dili pak nečekaně pestrá nabídka dobrých restaurací. K růstu nejen turismu přispěla také timorská dolarizovaná ekonomika, která zemi zajišťuje četné výhody, jako je jednoduchost zahraničních transakcí, nulové kurzové riziko či cenová stabilita. V ulicích Dili je proto k dostání téměř vše.

Učitelem konzumismu na Timoru se stala hlavně Čína, která na místní trh dodává veškerý sortiment produktů, od gumiček na vlasy až po masové konzervy. Ne všichni si civilizační luxus ale mohou dovolit. Mimo hlavní město je kupní síla nižší a život daleko střídmější, nikoli však chudý. Usměvaví Timořané žijí z drobného obchodu, zemědělství a pěstování kávy a jsou zvyklí na jednoduchost, která se dnes však neobejde bez mobilu a televizní antény. ■

Text a foto: Nina Stredel

Východní Timor

Nina Stredel působila například v Delegaci EU ve Venezuele jako politický atašé a vedla oddělení zahraničních služeb v Německo-venezuelské obchodní komoře (AHK) v Caracasu. Pracuje jako obchodní a ekonomický atašé v Delegaci EU v Kolumbii

Karel Fiedler:

Vynalézavost máme v genech

„Přednostní našich techniků vždycky byla dlouholetá zkušenost a vynalézavost, jež u nich po čtyřiceti letech fungování socialistické ekonomiky západní konkurence nepředpokládala. Někdy svým spolupracovníkům říkám, že talent pro vývoj a konstrukci jsou také duševním dědictvím vyplývajícím z historie firmy, která sahá až do roku 1958. Zdravotnická zařízení tvoří sice jen zhruba třetinu našeho výrobního portfolia, ale jako žádané výrobky pro koncové zákazníky představují zajímavou část naší ekonomiky," poznamenává většinový vlastník a spoluzakladatel společnosti TSE Karel Fiedler. Do závodu Tesly Karlín, předchůdce TSE, nastoupil hned po vysoké škole v roce 1966.

Ve světě působí mnoho výrobců zabývajících se vývojem a výrobou novorozeneckých inkubátorů, z nichž nejvýznamnější jsou společnosti Dräger, Atom, GE, Weyer, Fanem, Natus či Olidef. Českobudějovická TSE je jedinou českou firmou, která se na tento sortiment a další zdravotnickou techniku pro neonatologii zaměřuje. Její hlavní činností je však osazování desek plošných spojů, jak pevných, tak flexibilních, které dodává hlavně zákazníkům z automobilového průmyslu, ale i do ostatních průmyslových oborů. „Naše výrobky se uplatňují zejména u prestižních značek, jako je Alfa Romeo, Jaguar, VW a Volvo. Co jsme ale museli složitě dohánět, byla efektivita nákupu a hlavně umění prodat," říká Karel Fiedler po šestadvaceti letech působení ve vedení převážně exportní společnosti.

Mezi největší tuzemské odběratele zdravotnické techniky patří nemocnice v Českých Budějovicích, jež byla současně také prvním zákazníkem a konzultantem, v Hradci Králové,

TSE s.r.o

Společnost vznikla v roce 1991. Po úspěšné privatizaci závodu Tesly Karlín v Českých Budějovicích zahájila činnost v roce 1992. Tvoří ji větev automotive, výroba zdravotnických přístrojů a městského mobiliáře. Zaměstnává 200 pracovníků a její roční obrat dosahuje až 600 milionů korun.

Brně a Pardubicích. Minimálně devadesát procent inkubátorů však míří do zahraničí.

STÁT BY MĚL PODPOROVAT PŘEDEVŠÍM ČESKÉ VÝROBCE

Dalo by se očekávat, že stát bude na domácím trhu podporovat především kvalitní tuzemské firmy. Podle Karla Fiedlera je však realita jiná. V první polovině devadesátých let TSE získala ocenění Czech Made v oboru elektrotechniky za nejnovější typ inkubátoru. Jenomže brzy poté dorazilo v rámci švýcarské charitativní pomoci do českých a slovenských nemocnic zdarma 140 inkubátorů konkurenční zahraniční značky. Tento výrobce tak získal a dosud si na tuzemském trhu udržuje větší podíl. „Tato událost a tehdejší jen velmi vlažná podpora státu nás rozladila. V posledních letech se sice služby státu na podporu exportu zvýšily, jsou víc konkrétní a cílené, ale stále ještě máme na tomto poli co závidět třeba Němcům nebo Francouzům, kteří si před konkurencí domácí trhy pečlivě chrání. I proto jsme se víc zaměřili na mimoevropské trhy, což je nákladnější a složitější.

V současné době stojíme před závažným problémem v souvislosti s vystavením certifikátu, který schvaluje vývoj a výrobu našich novorozeneckých inkubátorů z hlediska kvality a bezpečnosti. Jediné dvě naše notifikované osoby mají od orgánů EU vystavené negativní nálezy z auditů. Ale příslušné ministerstvo jako zřizovatel zatím moc nespěchá s nápravou. Přitom cesty k získání certifikačních dokumentů jsou již dnes časově neúnosné. U zahraničních subjektů navíc ještě ceny přesahují i sedminásobek tuzemských cen," líčí problémy kolem náročných certifikací majitel firmy.

Mezi destinace s největším prodejním potenciálem patří pro TSE nástupnické státy bývalého Sovětského svazu. „Po hubených letech klopotného pronikání na mimoevropské trhy se nám v poslední době podařilo získat dva šikovné distributory pro Ruskou federaci, státy Střední Asie a Bělorusko, kde jsme si našli výrobce, který by měl finalizovat naše produkty pro běloruský trh. Díky dlouhodobému a usilovnému hledání partnerů se nám začíná dařit již i na jihoamerických a afrických trzích. Vyvážíme zejména do Tuniska, Mexika, Indonésie a Saúdské Arábie. V dubnu jsme prezentovali své produkty a komplexní řešení v Bangkoku, spolu s výrobcem zdravotnických lůžek Linet a výrobcem rozvodů medicinálních a technických plynů MZ Liberec a za podpory našeho velvyslanectví," pochvaluje si Karel Fiedler akci, od níž si slibuje posílení přítomnosti TSE na asijském teritoriu.

OBCHODNÍK NESEDÍ NA CENTRÁLE, ALE JE U KLIENTŮ

Základem prodeje je promyšlená exportní strategie a důkladná znalost místního prostředí, ale řada obchodních případů zpočátku stojí na náhodných osobních setkáních. „Tak tomu bylo také s naší expanzí do Ruské federace, když se na nás obrátili ruští distributoři s nabídkou svých služeb, a podobný scénář se odehrál i v případě jihoamerických zemí. Na jedné z odborných konferencí jsme se setkali s německým obchodníkem trvale žijícím v Jižní Americe, který nám vytipoval asi třicet lokalit. Investovali jsme do příprav poměrně hodně peněz, než jsme si uvědomili, že je třeba vzít v potaz nejen stav tamější ekonomiky, ale i politickou stabilitu konkrétní země a její hospodářský cyklus. Nyní se však rozjíždí obchod i tam," vysvětluje Karel Fiedler.

Českobudějovický inkubátor v čase

Do začátku osmdesátých let se v zemích RVHP novorozenecké inkubátory nevyráběly. Lékaři z českobudějovické nemocnice však v osmdesátých letech projevili zájem o mobilní inkubátor pro převoz rizikových pacientů ze vzdálených nemocnic. Úkol vyvinout takové zařízení dostal jediný elektrotechnický podnik ve městě – Tesla Karlín. Znalosti získané z této konstrukční příležitosti využila společnost v 90. letech k vývoji a výrobě prvního modelu klasického inkubátoru. V současné době dodává na trh již jeho pátou generaci a ročně vyrobí kolem 400 zařízení. Pro příští rok počítá se zdvojnásobením objemu produkce.

Za největší nedostatek značné části českých obchodníků považuje malou ochotu cestovat za příležitostmi. „Úspěšný obchodník musí do terénu a trávit většinu času s potenciálními i stávajícími zákazníky, ne v centrále u počítače. TSE hledá obchodní talenty nejen mezi českou populací, ale vítáme i šikovné zahraniční pracovníky nejen na obchodní pozice." ■

Text: Věra Vortelová
Foto: archiv TSE

CZECHINVEST
Agentura pro podporu podnikání a investic

CzechInvest
podporuje start-upy!
Jak vás můžeme podpořit?

Termíny přihlášek: 22. březen – 26. duben 2018

+ 7měsíční mentoring a poradenství
+ poradenství v oblasti financí, marketingu, PR a práva
+ navazování kontaktů s partnery a odborníky z oboru
+ 2týdenní camp v Silicon Valley

Czech Starter
MENTORING

+ podnikání v zahraničním inkubátoru
+ Silicon Valley, New York, Londýn, Singapur
+ 3měsíční mentoring a poradenství
+ networking a workshopy

Czech Accelerator
AKCELERACE

Termíny přihlášek: 2. května – 4. června 2018

+ matchmaking v zahraničí
+ Silicon Valley, New York, Londýn, Singapur
+ prezentace před investory
+ workshopy a mentoring
+ networking

Czech Match
MATCHMAKING

Termíny přihlášek: 2. května – 4. června 2018

+ účast na akcích – Slush, TechCrunch Disrupt, CES, Web Summit, RISE Hong Kong, unbound London
+ prezentace produktu či služby v zahraničí
+ networking

Czech Demo
PREZENTACE

www.podporastartupu.cz

Komerční banka je „doma“ i v Indonésii a Thajsku Využijte toho

Sdružení národů jihovýchodní Asie (ASEAN) a jeho členské státy představují pro české firmy významný trh s velkým potenciálem obchodní spolupráce. Export z České republiky do zemí ASEAN v posledních letech převyšoval 20 miliard korun ročně a možnosti tohoto regionu nejsou ještě zdaleka vyčerpány. Komerční banka, člen finanční skupiny Société Générale, má bohaté zkušenosti s podporou českých vývozců v jejich exportních obchodních aktivitách po celém světě. Díky široké mezinárodní síti poboček mateřské společnosti má přímý přístup k hlubší a podrobnější informaci o lokálním trhu a podnikatelském prostředí v zemi kupujícího. V teritoriu jihovýchodní Asie je přítomna prostřednictvím poboček Société Générale například v Indonésii a Thajsku.

POMŮŽE VÁM EXPORTNÍ ODBĚRATELSKÝ ÚVĚR

Komerční banka má zkušený tým specialistů exportního financování, který je připraven navrhnout a posoudit vhodné možnosti jednotlivých obchodních případů. Pro financování vývozních kontraktů je jedním z nejčastěji využívaných produktů tzv. exportní odběratelský úvěr (export buyer's credit). Jedná se o středně až dlouhodobé financování, jehož hlavním specifikem je skutečnost, že úvěr se poskytuje zahraniční společnosti, a to buď přímo kupujícímu (pokud je dostatečně bonitní), nebo jeho bance (tzv. bank-to-bank buyer's credit).

Exportní odběratelský úvěr je možno poskytnout až do výše 85 % hodnoty vývozního kontraktu. Jako zajištění návratnosti poskytnutého úvěru banka využívá pojištění EGAP, případně pojištění nabízené renomovanými privátními pojišťovnami. V případě pojištění úvěru u EGAPu je většinou nezbytné, aby alespoň polovina hodnoty vývozního kontraktu byla českého původu.

Financování vývozu prostřednictvím odběratelského úvěru má celou řadu výhod i pro českého vývozce. Kromě nesporného zvýšení konkurenceschopnosti jeho zboží díky nabídnutí možnosti atraktivního dlouhodobého financování zahraničnímu kupujícímu je to i zvýšení jistoty zaplacení ze strany zákazníka. Tuto jistotu dává vývozci prostý fakt, že obdrží od banky finanční prostředky přímo na svůj účet ihned po splnění podmínek sjednaných v exportním kontraktu a předložení odsouhlasených dokumentů nutných pro čerpání úvěru.

Závěrem je dobré připomenout rovněž skutečnost, že odběratelský úvěr neblokuje exportérovi jeho úvěrové limity v bankách, jelikož dlužníkem, který nese úvěr ve své finanční bilanci, je jeho zahraniční protistrana. ■

Text: Lenka Truijensová
Foto: Shutterstock
Lenka Truijensová je ředitelkou Exportního financování KB

I přes značnou vzdálenost mezi Českou republikou a státy jihovýchodní Asie skýtají tyto země významné možnosti pro vzájemnou obchodní spolupráci. Komerční banka je připravena podpořit české exportéry při aktivitách v těchto teritoriích a nabídnout financování jejich zahraničním obchodním partnerům.

Laos:

Pozapomenutý partner, který na nás nezapomněl

Co nás napadne, když se řekne Laos? Možná není troufalé si myslet, že některé možná Luang Prabang nebo válka v Indočíně, ale naprostou většinu asi nic. Určitě nic, co by mělo spojitost s podnikáním nebo byznysem. Ostatně, proč také? O Laosu se dlouhá léta příliš nemluví. Leží většinou ve stínu větších, silnějších nebo z různých důvodů atraktivnějších sousedů a působí dojmem malé, ospalé země žijící si svým pravidelným a nepříliš rychlým „lidově demokratickým“ tempem. Je tedy nějaký důvod se o Laos zajímat? Určitě ano.

POTICHU ROSTOUCÍ TYGŘÍK

Laos sice zůstává členem skupiny nejméně rozvinutých zemí (LDCs) a potýká se s problémy obvyklými pro tuto kategorii, ale díky přibližně desetiletí růstu HDP okolo 7 až 8 % a řadě významných ekonomických reforem a změn vládních politik v posledních několika letech se situace mění. Zlepšení makroekonomické situace, podnikatelského prostředí s důrazem na rozvoj exportních odvětví (s využitím preferenčních režimů pro vstup na vývozní trhy) a v neposlední řadě členství ve Sdružení států jihovýchodní Asie (ASEAN) a integrace v jeho rámci znamenají, že země je i podle hodnocení OSN na velmi dobré cestě naplnit svou ambici vystoupit z klubu LDCs snad už do roku 2024.

Laoský ekonomický model a nedávné reformy vycházejí ze zkušeností silných a v řadě případů úspěšných komunistických sousedů a spojenců, Číny a Vietnamu. To přes poměrné uvolnění poměrů znamená přetrvávající silný vliv až kontrolu určitých odvětví ze strany státu. Na druhou stranu to přináší míru politické stability, která je řadě zemí v oblasti cizí.

Dědictví minulosti je stále vidět ve struktuře HDP a zaměstnanosti. Přestože většina pracovní síly (cca 70 %) je zaměstnána v zemědělství (primárně malovýrobě) a návazných oborech, podíl sektoru na tvorbě HDP je přibližně 20 % a meziroční tempa růstu výroby i produktivity jsou zde nejnižší. Až třetinová oproti průmyslu a službám, jejichž podíl na HDP je přibližně dvojnásobný. Laoská populace je velmi mladá, z téměř sedmi milionů obyvatel je více než polovina mladší 25 let a 70 % je méně než 35 let.

Z HENDIKEPU KONKURENČNÍ VÝHODA

Charakteristikou, kterou máme kromě podobného počtu obyvatel s Laosem společnou, je, že se jedná o vnitrozemský stát. Zatímco ČR je dopravně a jinak na své sousedy silně napojena a je s nimi výrazně integrována, v případě Laosu jde o velký hendikep. Řídká a nekvalitní silniční síť a její omezené napojení na sousední země, dosud de facto neexistující železnice, omezená splavnost Mekongu nebo hornatý charakter velké části země určitě nejsou na první pohled pozitiva. Ale mohou znamenat i příležitosti a současně jsou něčím, čemu Laosané dokáží nejen čelit, ale dokonce to i obrátit ve svou konkurenční výhodu.

Příkladem může být fakt, že přibližně polovina hospodářského růstu vychází z rozvoje zdrojových odvětví – energetiky a těžebního průmyslu. Zatímco zužitkování nerostného bohatství je stále ve fázi rozvoje, v oblasti energetiky Laos maximálně využívá jinak omezující přírodní podmínky k výstavbě nových a nových vodních elektráren a rozvodných sítí. Po zásluze tak získal označení „baterie jihovýchodní Asie". Vývoz velké části ze 30 miliard kWh vygenerované elektrické energie do sousedních států, a především Thajska, se stal jedním ze základních kamenů hospodářsko-sociálního rozvoje a přispívá k další integraci Laosu do regionální ekonomiky a spolupráce. A o poptávku má postaráno i do budoucna. Thajská energetická politika například předpokládá další nárůst dovozu energie z laoských vodních elektráren. To vše v rámci rostoucího tlaku na zvýšení podílu obnovitelných zdrojů na energetickém mixu.

Dalšími odvětvími, která přispívají k růstu hospodářství, jsou stavebnictví a textilní a oděvní průmysl, který zaměstnává ke 30 tisícům pracovníků a jehož export roste každoročně o 15 až 20 %. Stále silnější postavení získává také sektor služeb v čele s cestovním ruchem – cílem letošní kampaně „Visit Laos Year 2018" je překročení počtu pěti milionů zahraničních turistů přijíždějících do země a současně hranice 900 milionů amerických dolarů z příjmů z cestovního ruchu.

ROSTOUCÍ ZÁJEM ZAHRANIČNÍCH PARTNERŮ

Podobně jako v jiných centrálně řízených ekonomikách i v Laosu jsou hlavní vládní priority, představy a politiky zahrnuty v řadě plánů a strategií. V této době se realizuje 8. národní plán sociálně-hospodářského rozvoje (NSEDP) na léta 2016–2020. Z něho vycházejí roční plány obecné i sektorové a jiné, včetně plánu rozvoje malých a středních podniků. Ten má sedm priorit, mezi nimiž pro nás může být nejzajímavější snaha o zvýšení produktivity a technologické úrovně.

Zlepšení situace na podnikové úrovni si laoská vláda slibuje samozřejmě také od zahraničních investorů a partnerů. Mezi nimi hrají dominantní roli Thajsko, Čína a Vietnam, které jsou hlavními obchodními partnery i zdroji investic. K těmto tradičním partnerům se ale stále více přidávají i další, například Japonsko, Singapur, Malajsie, Nizozemsko, Velká Británie nebo Korea. Evropské investice v posledních letech směřovaly především do vodních elektráren, cestovního ruchu, oděvního průmyslu nebo potravinářství. K dalšímu zvýšení atraktivity pro zahraniční investory přispívá i zřízení řady zvláštních ekonomických zón po celé zemi a výhledově zlepšení dopravního spojení v čele se železnicí mezi Čínou, Laosem a Thajskem.

PROBOUZEJÍCÍ SE ČESKO-LAOSKÉ VZTAHY

Také česko-laoské vztahy se po letech poměrně hlubokého spánku probouzejí k životu. Především díky ▸▸

projektu výstavby nové části nemocnice Mittaphab v hlavním městě Vientiane, na kterém participuje více než dvacítka českých firem (včetně malých a středních) a česká část komerčního financování je pojištěna ze strany EGAP. Ale vývoz spojený s tímto projektem není jediný, který se v posledních letech zvýšil. Při pohledu do statistik zjistíme, že pravidelně do Laosu vyvážíme stavební a důlní stroje nebo součásti turbovrtulových pohonů. Objevují se také zařízení na výrobu elektrické energie, především pro vodní elektrárny.

Naším cílem by mělo být, aby nárůst našeho vývozu s aktuální kulminací na více než 43 milionech amerických dolarů v loňském roce nebyl jednorázovou záležitostí spojenou s jedním projektem. Základním předpokladem je zvýšení naší vlastní aktivity přímo na místě a navazování kontaktů a vztahů. Laoský centrální systém řízení má výhodu v tom, že lze řadu projektů získat přímo. Nezbytnou podmínkou jsou ale – kromě jiného – dobré vztahy. Zde můžeme čerpat ze spolupráce v 70. a 80. letech a podpory Laosu ze strany Československa, na které partneři nezapomínají a stále jsou za ně vděčni. Totéž platí pro významnou skupinu absolventů našich vysokých škol, z nichž řada je na zajímavých postech. Na rozdíl od jiných zemí jde o aktivní a organizovanou skupinu mající zájem o rozvoj vztahů i podporu našich firem. Ačkoliv tyto faktory nelze přeceňovat, lze na nich stavět. S vědomím, že jejich „trvanlivost" se s postupem času snižuje.

NOVÉ IMPULZY

Také proto musíme přicházet s novými impulzy, když si obě strany jsou dobře vědomy, že formát dřívější spolupráce již není použitelný. Jednou ze základních podmínek je zvyšování povědomí o možnostech vzájemné spolupráce na obou stranách. Podnikatelský seminář o možnostech obchodování s Laosem, který uspořádala Hospodářská komora ČR ve spolupráci s MZV ČR v rámci loňského Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně, byl prvním úspěšným počinem v daném směru. Přímo v Laosu pak k připomenutí dobrého jména ČR přispěly i návštěvy náměstka ministra obrany ČR Tomáše Kuchty s podnikatelskou misí a delegace senátního Výboru pro zdravotnictví a sociální politiku vedená místopředsedou Senátu Ivo Bárkem.

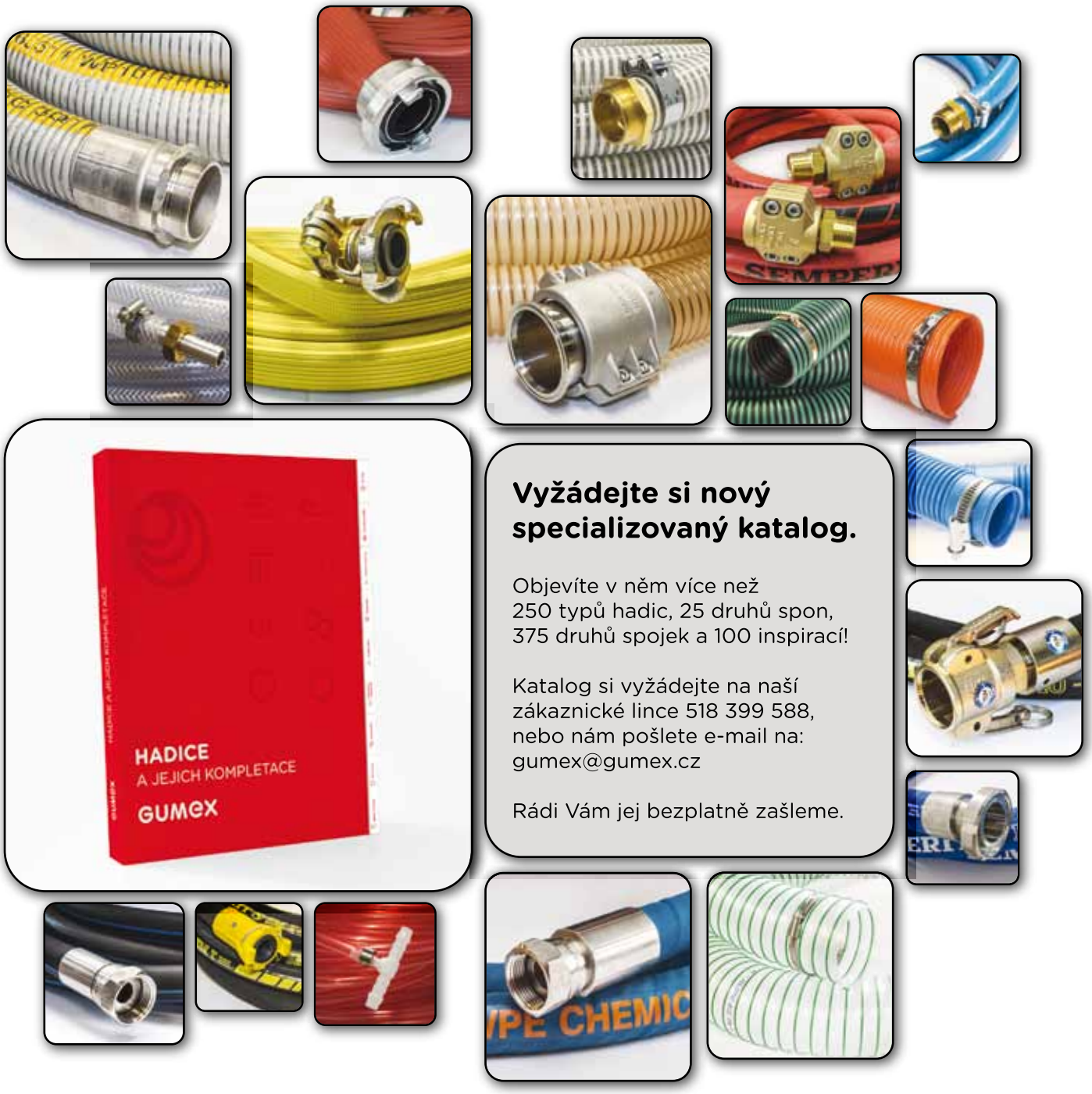
Laos zvaný „země milionů slonů" asi nebude „zemí milionu příležitostí", ale jak ukazuje příklad výstavby nemocnice ve Vientiane, i země jako tato může překvapit a nabídnout nečekanou šanci, která nepřichází jen z vlastních laoských zdrojů. O to důležitější je hledat v širších souvislostech a řada našich firem je v daném směru úspěšná. Kromě spojení s evropskými partnery máme příklady spolupráce například s thajskými nebo vietnamskými investory, kteří profinancovali náš vývoz do Laosu. Spolupráci při hledání příležitostí na laoském trhu a při pronikání na něj nabízí nejen Velvyslanectví ČR v Bangkoku, ale i Evropská obchodní a průmyslová komora v Laosu (ECCIL – European Chamber of Commerce and Industry in Laos; eccil.org), která se aktivně podílela na říjnovém semináři v Brně. ■

Text: Marek Libřický
Foto: Shutterstock
Ing. Marek Libřický je velvyslancem ČR v Thajsku, Laosu a Kambodži (se sídlem v Bangkoku)

Příležitosti pro české firmy v Laosu

- zemědělství, potravinářství,
- zpracování kaučuku a výroba pneumatik,
- energetika, zvláště vodní elektrárny, obnovitelné zdroje,
- infrastruktura,
- stavebnictví,
- vodohospodářství, likvidace odpadů a čističky vod,
- environmentální technologie,
- těžební průmysl včetně geologického průzkumu,
- civilní letectví.

O hadicích nemusíte vědět nic. Stačí vědět, na koho se obrátit.



Vyžádejte si nový specializovaný katalog.

Objevíte v něm více než 250 typů hadic, 25 druhů spon, 375 druhů spojek a 100 inspirací!

Katalog si vyžádejte na naší zákaznické lince 518 399 588, nebo nám pošlete e-mail na: gumex@gumex.cz

Rádi Vám jej bezplatně zašleme.

„Když jsem v roce 1994 založil v moravské Strážnici naši firmu, ani ve snu mě nenapadlo, že o dvacet let později budeme předním dodavatelem pryžových a plastových výrobků. Naše služby poskytujeme na nejvyšší možné technické úrovni, abychom našim odběratelům umožnili bezproblémově používat nebo vyrábět svá zařízení. Poctivost, systém, firemní řád i neustálý vývoj jsou naše základní hodnoty. Díky nim se snažíme měnit svět i sebe k lepšímu. Jsem rád, že i 2. místo v soutěži Vodafone Firma roku 2017 za Jihomoravský kraj potvrzuje kompetenci všech našich zaměstnanců.“ Jan Sedláček - zakladatel firmy.

GUMEX

www.gumex.cz
pružné partnerství

Kambodža se staví na vlastní nohy

Dnešní Kambodža stále patří mezi chudé země, i když nedávný vývoj naznačuje, že by se to mohlo změnit. Hlavní ekonomickou výzvou království bude vypořádat se s populační nerovnováhou. Občanská válka a její dozvuky totiž zásadně poznamenaly věkovou skladbu Kambodžanů – zhruba polovina z nich je mladší pětadvaceti let. A jak staří, tak mladí postrádají vzdělání a pracovní zkušenosti. K relativně normálnímu stavu se země vrátila až v roce 1993 s volbami a novou ústavou.

Kambodža je příjemce pomoci ze zahraničí. Země se doposud vyrovnává s následky občanské války, kdy byla kompletně zničena její infrastruktura. Asi polovina obyvatelstva pracuje v zemědělství, kde se pěstuje hlavně kukuřice a rýže. Hlavní exportní složkou jsou dřevo a dřevěné výrobky, dále se vyváží textilní látky, oblečení a kaučuk. Úspěšně se rozvíjí chov zemědělských zvířat. Země nemá výrazné zásoby nerostného bohatství, proto se je snaží ve spolupráci se zahraničními odbornými firmami objevit a rozšířit tak možnosti pro jejich vývoz, ale současně i pro domácí zpracování. V Kambodži není rozvinutý průmysl a objem zahraničního obchodu je stále nízký. Mezi její hlavní obchodní partnery patří Čína, USA, Singapur, Thajsko, Vietnam a další asijské ekonomiky. Ze zemí EU to jsou Velká Británie a Německo. Důležitým zdrojem devizových příjmů je rozvíjející se cestovní ruch.

Na začátku 21. století kambodžská ekonomika prudce rostla v průměru o 7%, v některých letech až o 10% ročně, což dává předpoklad solidního makroekonomického růstu země do budoucna. Krize roku 2009 růst zpomalila, ale turistika a zvýšený vývoz pomohly zemi opět se postavit na nohy. Nejvíce obyvatel je sice zaměstnáno v zemědělství, export ovšem živí především oděvní průmysl a výroba surové gumy. V roce 2005 byly v Kambodži objeveny ropné zásoby. Vláda navíc vidí zejména v severní části země možnosti těžby bauxitu, zlata, železné rudy a drahých kamenů. Příslibem je rovněž atraktivita země pro zahraniční turisty – každoročně jich za kambodžskou kulturou a památkami přijíždí přes pět milionů, z toho přes milion z Číny.

Země usiluje pokračovat v ekonomické transformaci, zapojit se do sofistikovanějších trhů, zdrojově se více osamostatnit a dosáhnout výhledově statusu středně příjmové ekonomiky. Evropská unie rozvíjí hospodářské vztahy s Kambodžou na základě dohody o spolupráci mezi EU a zeměmi ASEAN (1980), která podporuje rozvoj obchodu a investic. Členem WTO je Kambodža od roku 2004.

Evropská unie nejčastějším cílem pro kambodžské zboží

I když v roce 2016 byla EU největším vývozním trhem pro kambodžské zboží, v dovozech jí náleží až páté místo po Číně, Thajsku, Vietnamu a Singapuru. Kambodža patří do skupiny nejméně rozvinutých zemí (LDC), a využívá tak systému všeobecných celních preferencí (GSP) „Everything But Arms“ (EBA).

Vzájemná obchodní bilance EU–Kambodža je výrazně nevyrovnaná. V roce

2016 sice meziročně vzrostl kambodžský dovoz z EU o 38 % na 641 milionů eur, nicméně kambodžský vývoz i přes pomalejší růst (12,1 %) dosáhl 4,58 miliardy eur. Obchodní deficit se tak prohloubil na 3,9 miliardy eur.

Objem nejvýznamnější kambodžské vývozní komodity – textilu, který tvoří cca 75 % z celkového vývozu do EU, vzrostl v roce 2016 o 15 %. Dalšími vývozními položkami jsou strojní zařízení, dopravní prostředky a zemědělské produkty.

ČESKO-KAMBODŽSKÝ OBCHOD ROSTE

Objem česko-kambodžského obchodu za posledních osm let vzrostl téměř dvanáctinásobně (z 18,6 milionu amerických dolarů v r. 2010 na 223,7 milionu v roce 2017), a to díky prudkému nárůstu českého dovozu (221,1 mil. amerických dolarů v roce 2017). Z Kambodže do ČR směřují především oděvy, oděvní doplňky a obuv, rýže, cukr a jízdní kola. Naopak potenciál kambodžského trhu zůstává z pohledu českých vývozců nedoceněn. Český export do teritoria tvoří přibližně jen setinu kambodžských dovozů. Mezi hlavní položky českého vývozu do Kambodže se řadí motorová vozidla a jejich součástky, hliník a výrobky z hliníku, mechanické přístroje, plasty a výrobky z nich.

Potenciálně zajímavou oblastí je dynamicky se rozvíjející sektor služeb cestovního ruchu. Počet zahraničních turistů, kteří navštívili Kambodžu v roce 2016, vzrostl o 5 procent na pět milionů, což znamenalo veřejné příjmy přibližně ve výši 3 miliard amerických dolarů. Počet turistů má v roce 2020 vzrůst na sedm milionů, což má zemi přinést 5,5 miliardy amerických dolarů a vytvořit 800 tisíc pracovních míst. Cestovní ruch proto patří k hlavním vládním rozvojovým prioritám. Kambodža se snaží budovat si image země s atraktivním kulturním dědictvím a přírodními zajímavostmi. Omezením je nedostatečná infrastruktura v cestovním ruchu a dopravě.

Perspektivní je především oblast zemědělství a návazných zpracovatelských odvětví včetně potravinářství, ochrana životního prostředí či zdravotnictví. Další příležitosti pak nabízí těžební sektor a obranný a bezpečnostní průmysl. Rozmach cestovního ruchu v zemi v posledních letech by mohl přinést příležitosti ve zlepšování infrastruktury civilního letectví. Obecně se nacházejí příležitosti pro české exportéry v Kambodži tam, kde mohou pomoci s rozvojem infrastruktury a nabídnout zkušenosti a know-how, včetně možností tréninku a školení odborných specialistů. ■

Příležitosti pro české firmy v Kambodži

- technologie v oblasti životního prostředí (čistírny odpadních vod, spalovny odpadků),
- zdravotnická infrastruktura a vybavení nemocnic,
- balicí stroje a zařízení pro zpracování potravin a zemědělských produktů,
- zemědělská technika a zpracovatelské technologie,
- obalová technika,
- modernizace infrastruktury civilního letectví,
- obranný a bezpečnostní průmysl,
- mini- a mikropivovary,
- zařízení pro energetiku (obnovitelné zdroje – malé vodní elektrárny),
- těžební průmysl a geologický průzkum,
- čerpadla a zavlažovací zařízení,
- farmaceutické výrobky,
- telekomunikační a informační technologie,
- stavební průmysl – stavební stroje a technika.

Text: Jaromír Dudák
Foto: Shutterstock
Ing. Jaromír Dudák, MBA,
odbor zahraničně ekonomických politik II,
sekce zahraničního obchodu, MPO

Kambodžské kontrasty a proměny

Málokterá pohlednice z Kambodže se obejde bez impozantního Angkor Vatu. Tento chrámový komplex je často jedinou zastávkou zahraničních turistů na cestě po nijak zvlášť rozsáhlé, ale přesto rozmanité zemi. Kulturní dědictví Angorské říše je zároveň symbolem pro většinu Kambodžanů. Teror Rudých Khmerů v 70. letech pak jako by vytvořil naprostý kontrast k této zašlé slávě. Více než tři dekády poté je situace zcela jiná. Kambodža zažívá silný růst ekonomiky a rychle se mění. Pořád je zemí kontrastů, ale také příležitostí, jak k jejich smazávání přispět.

Foto: Štěpán Vojnár

Většina obyvatel pracuje v zemědělství a textilním průmyslu. Téměř sedmdesáti procentům z nich je méně než třicet let. Právě mladá generace má největší potenciál přispět k diverzifikaci rostoucí, ale stále tradičně orientované ekonomiky. Té by pomohl rozvoj zpracovatelských odvětví a infrastruktury. O její zlepšení ve vodohospodářství se pokoušejí i české firmy. Partnery jim pomáhá hledat Program B2B České rozvojové agentury.

Foto: Štěpán Vojnár

Ještě před čtvrt stoletím pracovalo v zemědělství 80 % obyvatel, nyní již jen polovina. Hlavní vývozní komoditou ale stále zůstává rýže, přestože agrární sektor tu může nabídnout víc, a to jak pro Kambodžu, tak i zahraniční firmy. Příležitosti jsou v modernizaci zpracovatelských odvětví navázaných na zemědělství nebo v dodávkách obalových technologií. Dovozce zemědělské techniky pak země láká na nulovou dovozní sazbu.

Foto: Štěpán Vojnár

Dojmem ospalé vesnice v srdci jihovýchodní Asie již hlavní město Kambodže nepůsobí. Čilý stavební ruch doprovází množství nedávno vybudovaných nákupních galerií, obchodů a restaurací. Phnompenh se pomalu stává motorem rodící se nové spotřební ekonomiky. Zatím je to ještě malý trh, ale jeho růst a nezaplněný prostor lákají.

Foto: Jana Gašparíková

Na Česko a bývalé Československo si v Kambodži stále pamatují. Zmínka o studiích hlavy státu krále Norodoma Sihamoniho v Praze a o jeho plynulé češtině si tu na úvod jednání snadno získává sympatie partnerů. Dobrou referencí jsou i předchozí dodávky našich technologií. Sem patří i tato lokomotiva z dílny ČKD Praha, která stále slouží na hlavním nádraží v Phnompenhu. Nelze rovněž opomenout řadu našich bývalých stipendistů. Ti dnes působí na významných postech na ministerstvech i v soukromé sféře a stávají se zdrojem důležitých kontaktů.

Text: Štěpán Vojnár

Štěpán Vojnár je vedoucím obchodně-ekonomického úseku Velvyslanectví ČR v Phnompenhu

Využijte renomé České rozvojové agentury v Kambodži

Za své aktivity získala státní vyznamenání

V posledních letech se Kambodža otevírá turistům i byznysu. Rychlý rozvoj nových odvětví ale většinu zdejších měst zaskočil, mají nevyhovující infrastrukturu, která odrazuje další návštěvníky i investory. Mnoho obcí například vypouští své odpadní vody buď do nejbližšího vodního toku, nebo rovnou do moře. S podporou České rozvojové agentury (ČRA) a jejího dotačního Programu B2B se české firmy pustily do projektů, které ve vytipovaných kambodžských lokalitách nabízejí řešení pro čištění místních odpadních vod. Sektorů, kde mohou české firmy pomoci se svým know-how a zároveň se prosadit na místním trhu, je však mnohem víc.

POMOZME VYČISTIT KAMBODŽSKÉ ŘEKY

Z původně ryze batůžkářské destinace se z kambodžského Sihanoukville stalo mezinárodní letovisko a neustále se rozvíjí. Jeho atraktivitu však ohrožuje absence účinného čištění odpadních vod, které z domácností i hotelových komplexů vtékají přímo do moře. „Situace již dospěla do bodu, kdy si místní samospráva uvědomuje, že pokud nepřistoupí k řešení tohoto problému, bude v budoucnu čelit poklesu turistů, kteří představují výrazný zdroj financí," uvádí obchodní ředitel firmy G-servis Jakub Kubálek.

Tato firma v loňském roce zažádala u ČRA o dotaci na studii proveditelnosti v rámci Programu B2B. „Tento program se liší od klasické rozvojové spolupráce tím, že požadujeme, aby vybrané projekty byly finančně udržitelné, neboť jen tehdy je pro firmy v cílových zemích smysluplné dlouhodobě investovat.

Vybrány jsou proto ty projekty, které mají vyjasněné návazné financování, ať už formou investora, vlastního vkladu či úvěru," vysvětluje Ludmila Leškovská, která má v ČRA Program B2B na starosti. V případě projektu společnosti G-servis šlo o zpracování analýzy stavu vodního hospodářství zaměřené na oblast úpravy a čištění vody ve zmíněném přístavu Sihanoukville, který byl vybrán na základě zjišťování potřeb místních samospráv.

Pomoci Kambodži s čištěním odpadních vod se rozhodla i firma Dekonta, která vloni získala dotaci pro vypracování podnikatelského plánu na rozšíření služeb v oblasti kořenových čistíren odpadních vod. Ty totiž představují ekonomicky a technologicky atraktivní alternativu ke standardním mechanicko-biologickým čistírnám odpadních vod a jsou vhodné především pro menší obce, sídla či rekreační zařízení. „Velká část populace zejména ve venkovských oblastech doposud nepoužívá splachovací záchody a zásobování kvalitní užitkovou a pitnou vodou je také problematické. Tento fakt může představovat riziko pro mechanicko-biologické čistírny odpadních vod, které jsou citlivé na nepravidelnost v provozu. Pro tyto případy je rovněž vhodná extenzivnější technologie, jako jsou právě kořenové čistírny, které lépe snášejí výkyvy v zatížení," říká Ondřej Urban z firmy Dekonta.

NEVYUŽITÝ POTENCIÁL EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ I GUMÁRENSTVÍ

Pro české společnosti, které nabízejí konkurenceschopné technologie v oblasti čištění odpadních vod, tedy představuje Kambodža zajímavou obchodní příležitost. Řadu zahraničních firem, a zvláště ty malé, rozvojové země přesto odrazují tím, že na uplatnění jejich výrobků není v dané zemi kapitál a podnikatelské prostředí se tu zdá být příliš komplikované. Přestože Kambodža disponuje levnou pracovní silou i surovinami, pro expanzi dalších odvětví s dlouhodobou udržitelností jí navíc chybějí zkušenosti a technické zázemí.

Ať už se jedná o zmiňovaná řešení v čištění odpadních vod nebo jiné technologie a zařízení, mohou je tu nabídnout další české firmy. Třeba v zemědělství.

Program B2B České rozvojové agentury má za cíl podpořit české projekty v rozvojových zemích. Firmy mohou žádat o dotaci pro vytvoření podnikatelských plánů, studií proveditelnosti či realizaci projektů až do výše 5 milionů korun při padesátiprocentním spolufinancování. Jen za rok 2017 podaly české podnikatelské subjekty 170 žádostí o dotaci v tomto programu a letos se v jeho rámci realizuje 42 projektů ve 27 různých rozvojových zemích.

Mezi plodiny, z nichž mohou profitovat místní farmáři i zahraniční firmy, patří například stále vyhledávanější kambodžský pepř. Podobně je tomu u ostatních speciálních plodin nebo produktů ekologického zemědělství. Místním pěstitelům však často chybějí efektivnější zařízení a technologie pro zkvalitnění a zvýšení produkce. Nové zpracovatelské technologie by se tu mohly více uplatnit i v gumárenském průmyslu. Kambodža je významným producentem kaučuku, jen minimum jeho produkce je ale na místě zpracováno. Příležitosti se nabízejí i v mechanizaci zemědělství.

PROGRAM B2B POMŮŽE ZMÍRNIT RIZIKA

Další oblastí, kde se mohou české firmy uplatnit a využít podpory ČRA při rozpracování svého podnikatelského záměru, je energetika obnovitelných zdrojů. Elektroenergetická soustava je v Kambodži velmi fragmentovaná a řada venkovských oblastí stále čeká na připojení k národní přenosové síti. Elektřina je dostupná jen 60 procentům populace, což je jedno z nejnižších pokrytí v regionu. Právě venkovské oblasti, kde se počítá s dokončením jejich elektrifikace až ve 20. a 30. letech, nabízejí příležitosti pro malé vodní elektrárny, ale i solární projekty. Zajímavé je také zpracování biomasy a využití bioplynu pro zdejší menší obce a domácnosti.

Jak už jsme zmínili, ke snazší identifikaci místních partnerů, rozpracování podnikatelského plánu s následným etablováním firmy v místě včetně zmírnění s tím spojených rizik přispívá stále oblíbenější Program B2B. „Tento program není jen o poskytování dotace, snažíme se firmám ukázat i další možnosti podpory, včetně spolupráce se zastupitelskými úřady. K omezení rizik přispívá i úzká spolupráce s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou, ČEB i EGAP. Společně s těmito partnery jsme českým firmám schopni nabídnout širší paletu nástrojů podpory, a zvýšit tak jejich motivaci na rizikové trhy vstupovat," vysvětluje ředitel České rozvojové agentury Pavel Frelich. Ta si zde mimochodem vybudovala skvělé renomé a za své aktivity byla koncem loňského roku oceněna vysokým kambodžským státním vyznamenáním. ■

Text: Filip Šebek, Štěpán Vojnár
Foto: Shutterstock a archiv ČRA

Filip Šebek je manažerem externí komunikace České rozvojové agentury
Štěpán Vojnár je vedoucím obchodně-ekonomického úseku velvyslanectví ČR v Phnompenhu

Čistota odpadních vod je v Kambodži prioritním úkolem

Tropická Filipíny:

Z nemocného muže vycházející hvězdou

Kvalitní pracovní síla stejně jako spolehlivý zahraniční partner má v dnešní době pro české firmy téměř cenu zlata. Poptávka po mladých a vzdělaných pracovnících roste vzrůstajícím tempem společně s frustrací firem nad složitou byrokracií, které čelí v rámci náboru zahraničních pracovníků. Evropský trh je nasycený a firmy hledají nová neprobádaná odbytiště pro své služby a produkty daleko za hranicemi Evropy, kde naráží na často nepřekonatelné jazykové a kulturní rozdíly. Odpovědí na tyto frustrace může být přes sedm tisíc ostrovů v pacifickém oceánu – Filipíny. Tamní pracovní trh disponuje vzdělanou anglicky mluvící populací o průměru 23 let, jež z valné většiny vyznává křesťanskou víru. Už dobrá dvě desetiletí je nelze považovat za nemocného muže Asie, což bývala nevábná přezdívka ostrovního státu. Dnes je lze naopak klidně označit za vycházející hvězdu díky jejich robustnímu makroekonomickému růstu.

NEJVYŠŠÍ RŮST HDP V JIHOVÝCHODNÍ ASII

V posledních sedmi letech došlo k výraznému snížení zahraničního dluhu a meziroční ekonomický růst přes šest procent HDP je nejen nejvyšší v jihovýchodní Asii, ale jeden z největších na světě. Ve třetím čtvrtletí loňského roku HDP Filipín rostlo dokonce o 6,9 % a přiblížilo se 310 miliardám amerických dolarů, a to i přes slabou zahraniční poptávku a snížení zemědělské produkce způsobené extrémním suchem.

Ekonomický růst je veden především silnou domácí spotřebou, boomem v oblasti outsourcingu podnikových procesů (BPO), rapidním zvýšením výdajů na infrastrukturu a stabilním přílivem peněz téměř deseti milionů Filipínců, kteří pracují v zahraničí. Množstvím svých OFWs neboli overseas foreign workers se Filipíny řadí na bronzový stupínek z hlediska velikosti HDP ihned po Indonésii a Thajsku. Je však nutno upozornit, že jde sice o silný růst 5,4 % HDP na obyvatele, nicméně v tomto ukazateli se Filipíny s pouhými 3020 americkými dolary naopak řadí mezi nejchudší v rámci členských zemí ASEAN.

Míra inflace se ustálila na 3,5 % v posledním čtvrtletí loňského roku. Inflační růst je způsoben především cenovým nárůstem potravin a nealkoholických nápojů společně se stoupajícími cenami realit, služeb, dopravy, vzdělávání a menší mírou také cenou alkoholu, tabáku a služeb ve zdravotnictví. Od roku 2016 se země těší minimálnímu investičnímu ratingu tzv. velké trojky. Filipínské exportéry podporuje zvláštní pobídkový režim, který poskytuje úplné odstranění celních sazeb na dovoz více než dvou třetin vybraného filipínského zboží do EU.

V současné době tvoří DPH na Filipínách 12 % a daně z příjmu právnických osob jsou 30 % jak pro zahraniční, tak i rezidenční společnosti. U fyzických osob se jedná o 5 až 32 % zdanitelného příjmu. Počátkem letošního roku vstoupila v platnost daňová reforma, tzv. TRAIN (Tax Reform for Acceleration and Inclusion), která je prvním balíčkem z tzv. Comprehensive Tax Reform Program – CTRP.

Komplexní program daňové reformy patří k ekonomickým pilířům vlády prezidenta Duterta, jehož cílem je úprava nevyrovnaného daňového systému, který se má stát jednoduchým, spravedlivým, ale především efektivním. Hlavním důvodem reformy je zjednodušení a snížení daní z příjmů fyzických osob, které výrazně ulehčí nízkopříjmovým domácnostem. Tyto úpravy budou následně využity k vyrovnání růstu cen vyplývajících z úprav ve spotřebních daních. Paralelně by měl systém více zatížit vysokopříjmové segmenty filipínské společnosti. Vybrané finanční prostředky by měly být zpětně investovány především do projektů v oblasti infrastruktury, vzdělávání, zdravotnictví a sociálních služeb. V případě vyšší spotřební daně na slazené nápoje a paliva je hlavní argumentací nutnost státu zamezit negativním důsledkům konzumace cukrů společně s ochranou životního prostředí.

Jeden z manilských hotelů zdobí monumentální svítidla české společnosti Lasvit, která už má na Filipínách skvělé jméno

BUILD BUILD BUILD

Hospodářský růst a rostoucí filipínská populace neustále zvyšují tlak na současnou infrastrukturu, jež ve srovnání se sousedními zeměmi značně zaostává. Vláda prezidenta Duterta slíbila alokovat až sedm procent HDP na její budování, které hodlá realizovat svým stěžejním programem s výstižným názvem „Build Build Build". Program zahrnuje

celou škálu projektů, od modernizace letišť přes rozšíření kolejové dopravy po masivní výstavbu dálniční sítě.

České firmy by tedy měly na Filipíny pohlížet jako na modernizátora, který se chce přiblížit západním standardům, ekologickým a moderním řešením. Není pochyb, že české dopravní technologie mají nejen na Filipínách velice dobrou pověst. Manilu už dvě desetiletí let brázdí české tramvaje ČKD Tatra, které lze využít jako referenci pro projekty v kolejové a železniční dopravě, ale také například jako „icebreaker" pro další dopravní řešení, jako jsou elektrické trakční motory nebo dopravní elektrotechnické celky.

V rámci těchto projektů je třeba si uvědomit specifika trhu, tedy nutnost spolupráce s některými z dominantních skupin ovládajících dceřiné společnosti schopné financovat, budovat, dodávat a provozovat infrastrukturní projekty napříč sektory. Zahraniční společnosti v odvětví dopravy se primárně podílejí na financování, poradenství nebo dodávání technologií a zařízení, zatímco domácí firmy se starají o stavbu a provoz.

ZEMĚDĚLSTVÍ HRAJE STÁLE PRIM

Přes veškerý rozvoj země je to ale zemědělství, které je stále jedním z nejdůležitějších sektorů filipínské ekonomiky, kde generuje přibližně 10 % HDP a zaměstnává cca 25 % pracovní síly. V roce 2015 poskytl zemědělský sektor zaměstnání přibližně jedenácti milionům osob. Při průměrně pětičlenných filipínských rodinách lze odhadovat, že přímo či nepřímo je do tohoto sektoru zapojeno přibližně 56 milionů osob, což představuje více než polovinu celkové populace.

Vývoz zemědělských a potravinářských produktů z České republiky na Filipíny sice v poslední době poklesl, přesto celkový obrat přesáhl částku 65 milionů korun. Nejvýznamnější vývozní položkou jsou i nadále syrovátka a další výrobky z mléka, které tvoří přes 55 % zemědělského vývozu. Nicméně existuje značný potenciál dalších klíčových produktů, a to především mléčných výrobků, nápojů, pekařské a cukrářské výroby, rostlinných produktů a živočišných výrobků. Vzhledem k historicky dobré spolupráci se v současné době nabízí jako perspektivní také vývoz české zemědělské techniky a zpracovatelských technologií. Brandingovým produktem českého potravinářského exportu by se i na Filipínách mohlo stát české pivo, když se na tamní trh vůbec poprvé v historii před několika málo měsíci dostala piva jak z Plzně, tak z Českých Budějovic.

Především ve městech dusí Filipíny neefektivní hromadná doprava často řešená využitím tzv. jeepneys, tedy podomácku vyráběných vozů pro cca dvanáct osob, které sice mají veselý design opřený o legendární americký Ford Willys-Overland, nicméně nesplňují téměř žádné standardy městské hromadné dopravy. V roce 2017 vydala vláda nařízení o modernizaci dopravy s názvem „Public Utility Vehicle Modernization Program" se zcela revolučním dopadem na hromadnou dopravu v zemi.

RÝSUJE SE ZAPOJENÍ DO MODERNIZACE OZBROJENÝCH SLOŽEK

I přesto, že Filipíny čelí řadě vnějších a především vnitřních bezpečnostních hrozeb (islamistické skupiny, maoističtí partyzáni, nevyřešené teritoriální spory v Jihočínském moři), tvoří současné výdaje na obranu pouze kolem jednoho procenta HDP. V regionu se v průměru jedná o dvojnásobek.

V květnu 2016 byl novým prezidentem zvolen Rodrigo Duterte, jenž se netají záměrem diverzifikovat dodávky výzbroje pro ozbrojené složky Filipín (AFP) také mimo rámec tradičního partnera, Spojených států. I proto 29. května 2017 náměstci Ministerstva obrany ČR Jakub Landovský a Ministerstva národní obrany Filipín Ricardo A. David v Praze podepsali meziministerskou dohodu o spolupráci v této oblasti. Jedná se o důležitou platformu pro účast českých firem na tendrech filipínského Ministerstva národní obrany, která dává tradičním českým exportérům unikátní šanci zapojit se do modernizace ozbrojených složek.

ŠANCE V ENERGETICE I ZDRAVOTNICTVÍ

České firmy mají silnou pozici i v oblasti energetiky, a to především v rámci elektrotechnických celků, turbín a obnovitelných zdrojů. Energetika je další

z priorit místní vlády a do sektoru směřují rozsáhlé státní investice. Stav jak infrastruktury, tak i výrobních kapacit přitom v současnosti není dobrý, což nahrává rostoucím cenám na trhu a akcentování místních vlád v rámci státní energetické politiky. Filipíny jsou zemí s jednou z nejvyšších cen elektrické energie a zásadním nedostatkem v oblasti instalace nových zdrojů. Budování nových elektráren více než pokulhává v porovnání s celkovým růstem země a její ekonomiky a stávající zařízení se blíží ke konci životnosti. V zemi přitom také stoupá environmentální povědomí a zájem o zelené zdroje energie. Od roku 2008 platí zákon o obnovitelných zdrojích (Renewable Energy Law) zvýhodňující projekty obnovitelné energie formou „feed in" tarifů, nižší spotřební daně a bezcelního dovozu technologií na stavbu infrastruktury pro obnovitelné zdroje. V posledních dvou letech došlo k instalaci více než 1000 MW kapacity z obnovitelných zdrojů. Zároveň jsou nadále budovány elektrárny na pevná paliva, kde má uhlí stále největší podíl na trhu.

Stejně tak mají české firmy šanci ve zdravotnictví, v němž téměř sto procent zařízení a přístrojového vybavení pochází z dovozu a místní produkce se spíše omezuje na jednorázové produkty, jako jsou jehly či gumové rukavice. Filipínské zdravotnictví odráží pozitivní ekonomický a demografický růst, kdy rostoucí kvalita života vyžaduje lepší úroveň péče. Mnohé společnosti objevují sektor zdravotnictví a spolupracují se zahraničními firmami na budování soukromých zdravotnických zařízení i přesto, že se jedná o cenově citlivý trh s nelehkými registračními procesy jednotlivých produktů.

Realitní boom, který mění filipínská města v moderní asijské metropole, vzbudil zájem o kvalitní české sklo a zvyšující se turistický ruch také o individuální instalace jak pro hotely a kasina, tak i rezidenční projekty. České světelné instalace patří k absolutní světové špičce, což si začíná uvědomovat stále více filipínských developerů a architektů, kteří hledají exkluzivní zboží.

NENÍ TO MOC DALEKO?

Cesta na Filipíny bezpochyby patří k těm delším a časově náročným letům. Existuje také celá řada argumentů stavějících zemi do negativního světla oproti konkurenci v rámci ASEAN. Ať už je to restrikce ve formě omezení zahraničního vlastnictví na domácím trhu nebo absolutní upřednostňování místních subjektů ve veřejných zakázkách, které tradičně patří k procesně nejsložitějším. Nepřehledná legislativa při registraci potravin nebo omezení maloobchodu patří k častým tématům diskuzí evropských obchodních diplomatů, kteří chtějí přispět k dalšímu otevírání filipínského trhu. Velké zdejší infrastrukturní projekty se mohou zdát často jako nedosažitelné, i vzhledem k regionálnímu konceptu rozvojové pomoci, který je de facto napojen na přímou finanční podporu japonských, korejských nebo čínských firem. Nelze také opomenout časový posun, teritoriální roztříštěnost či složité cestování mezi jednotlivými městy.

V případě skutečného zájmu o toto teritorium je třeba vzít výše zmíněné skutečnosti v potaz, akceptovat je a především se obrnit trpělivostí vůči filipínské mentalitě, pro kterou čas není to hlavní. Poté lze na tento ostrovní stát nahlížet reálnou a pozitivní optikou jako na mezinárodně integrovanou zemi s celou řadou dohod o volném obchodu, včetně dohody o hospodářské spolupráci mezi Českou republikou a Filipínami, a zároveň obrovský trh hnaný rostoucí spotřebou ve stabilním makroekonomickém prostředí.

Na Filipínách se běžně domluvíte anglicky a evropské výrobky budou vždy představovat kvalitní alternativu dovozu z regionálních mocností. Filipínské společnosti tradičně spolupracují s evropskými firmami formou subdodávek a není nereálné uspět s technologiemi pro velké projekty. Zájem o teritorium je však nutno podpořit častými návštěvami, nikoliv pouhou e-mailovou korespondencí. Poté lze navázat skutečně kvalitní obchodní kontakty založené na vzájemné důvěře.

V tomto ohledu vřele doporučuji spolupráci s českým zastupitelským úřadem v Manile, jenž prostřednictvím obchodního úseku podporuje české firmy v rámci svých kompetencí a často zajišťuje propagace českých výrobků v médiích, na seminářích a přednáškách. Skutečnost, že v Manile lze ochutnat dva druhy pravého českého piva přímo z českého skla, dokazuje, že Filipíny mohou být naším kvalitním obchodním partnerem. ■

Text: Benjamin Žiga
Foto: Shutterstock, autor článku a archivy společností Lasvit a Pilsner Urquell

Benjamin Žiga, M.A., je obchodně-ekonomickým radou Velvyslanectví ČR na Filipínách

V Manile se úspěšně čepuje české pivo

Jihovýchodní Asie

v obrazu anamorfních map

Region zahrnuje země, které se nacházejí jižně od Číny a východně od Indie. Obě sousední velmoci pochopitelně oblast silně ovlivňovaly; Barma byla dříve součástí Indie a Vietnam pod čínskou nadvládou.

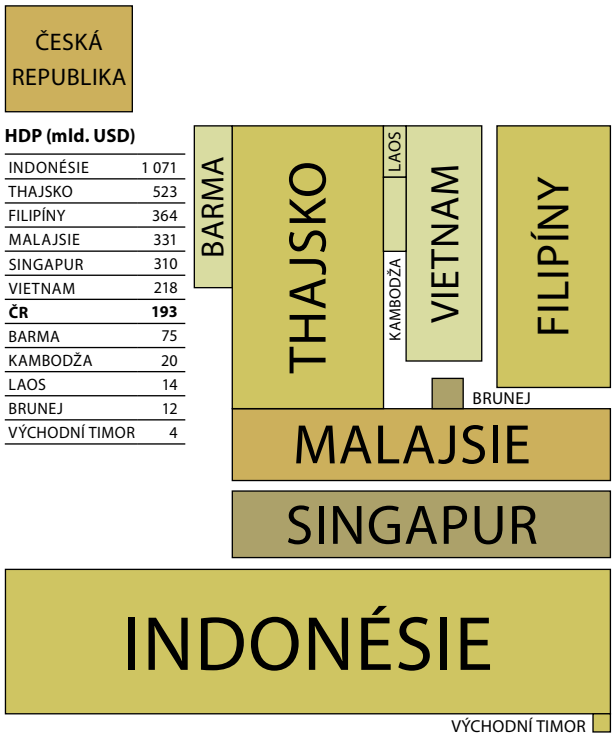
Místní trh s kořením prostřednictvím indických a arabských obchodníků přilákal i Evropany. Region začali v 16. století kolonizovat Španělé (Filipíny) a Portugalci (Moluky, Timor), později Nizozemci (Indonésie), kteří byli následováni Brity (Barma, Malajsie, Singapur, Brunej) a Francouzi (Kambodža, Laos, Vietnam). Kolonizaci se ubránil jen Siam, dnešní Thajsko.

Ekonomika regionu dlouho závisela na zemědělství. Rýže a kaučuk byly po řadu let hlavními exportními komoditami. Dnes se podle vývozního artiklu číslo jedna dá rozdělit region do tří skupin: ropa, zemní plyn a uhlí (Indonésie, Barma, Brunej, Východní Timor), textilní a dřevěné výrobky (Vietnam, Kambodža, Laos) a elektronika (Malajsie, Singapur, Thajsko, Filipíny).

Jihovýchodní Asie je s podílem populace 8,5 % třetím nejlidnatějším regionem světa. Počtem obyvatel se blíží celé Evropě! Ve srovnání velikosti hospodářství je však starý kontinent 6,5krát větší. Ovšem přírůstky HDP i obyvatelstva má jihovýchodní Asie několikanásobně vyšší.

Četná populace s rostoucí životní úrovní představuje vyšší poptávku po medikamentech a lékařském vybavení. I proto některé z nich zobrazujeme na mapkách vedlejší stránky.

HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT



HDP (mld. USD)	
INDONÉSIE	1 071
THAJSKO	523
FILIPÍNY	364
MALAJSIE	331
SINGAPUR	310
VIETNAM	218
ČR	**193**
BARMA	75
KAMBODŽA	20
LAOS	14
BRUNEJ	12
VÝCHODNÍ TIMOR	4

LEGENDA

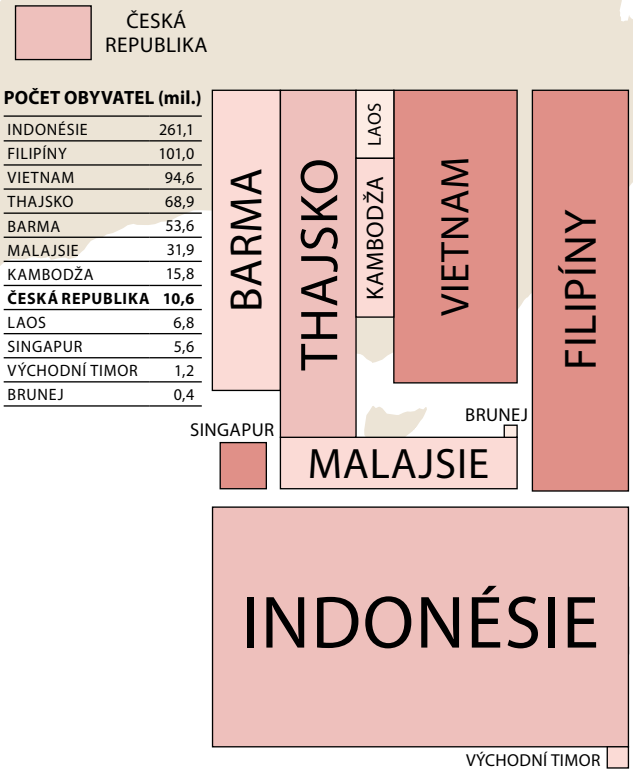
4 mm² odpovídají 2,8 mld. USD

HDP/obyv. (v tis. USD)

do 3 | 3–10 | 10–25 | nad 25

Zdroj dat: Wikipedia *Infografika: ©ANTECOM*

POČET OBYVATEL



POČET OBYVATEL (mil.)	
INDONÉSIE	261,1
FILIPÍNY	101,0
VIETNAM	94,6
THAJSKO	68,9
BARMA	53,6
MALAJSIE	31,9
KAMBODŽA	15,8
ČESKÁ REPUBLIKA	**10,6**
LAOS	6,8
SINGAPUR	5,6
VÝCHODNÍ TIMOR	1,2
BRUNEJ	0,4

LEGENDA

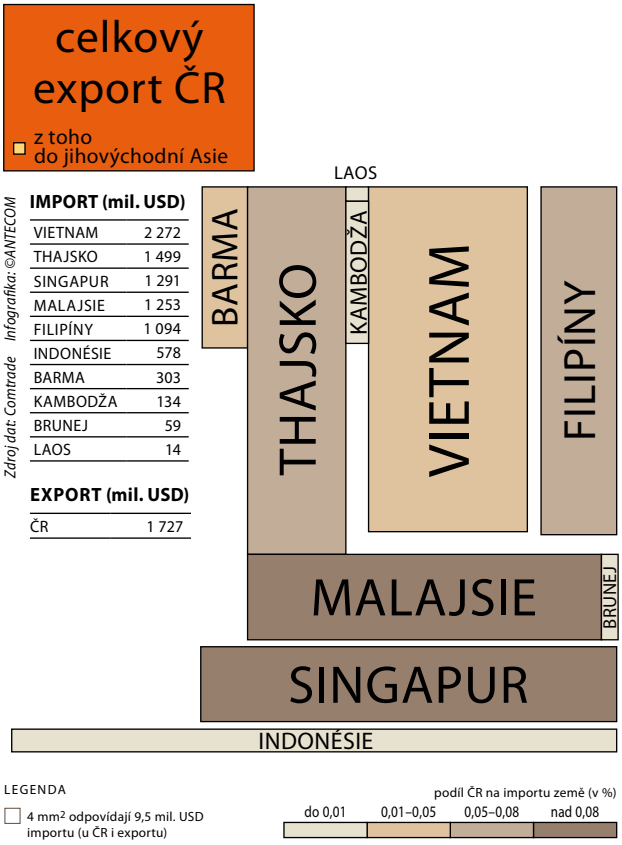
4 mm² odpovídají 600 tis. obyvatel

hustota zalidnění (obyv./km²)

do 75 | 75–100 | 100–200 | nad 200

Zdroj dat: Wikipedia *Infografika: ©ANTECOM*

IMPORT LÉKŮ SESTÁVAJÍCÍCH ZE DVOU NEBO VÍCE SLOŽEK V BALENÍ PRO DROBNÝ PRODEJ



IMPORT (mil. USD)	
VIETNAM	2 272
THAJSKO	1 499
SINGAPUR	1 291
MALAJSIE	1 253
FILIPÍNY	1 094
INDONÉSIE	578
BARMA	303
KAMBODŽA	134
BRUNEJ	59
LAOS	14

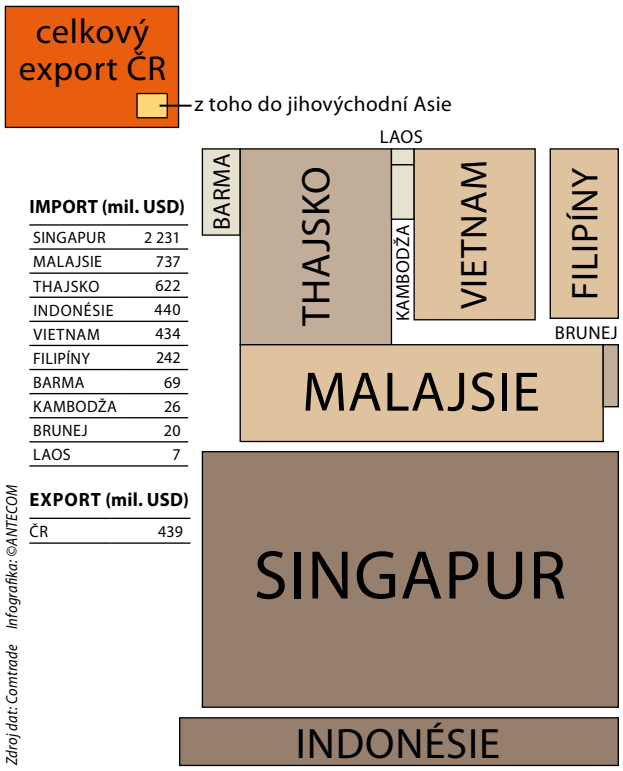
EXPORT (mil. USD)	
ČR	1 727

Infografika: ©ANTECOM
Zdroj dat: Comtrade

LEGENDA
4 mm² odpovídají 9,5 mil. USD importu (u ČR i exportu)

podíl ČR na importu země (v %)
do 0,01 | 0,01–0,05 | 0,05–0,08 | nad 0,08

IMPORT CHIRURGICKÝCH, ZUBOLÉKAŘSKÝCH, LÉKAŘSKÝCH NEBO ZVĚROLÉKAŘSKÝCH NÁSTROJŮ



IMPORT (mil. USD)	
SINGAPUR	2 231
MALAJSIE	737
THAJSKO	622
INDONÉSIE	440
VIETNAM	434
FILIPÍNY	242
BARMA	69
KAMBODŽA	26
BRUNEJ	20
LAOS	7

EXPORT (mil. USD)	
ČR	439

Infografika: ©ANTECOM
Zdroj dat: Comtrade

LEGENDA
4 mm² odpovídají 4,8 mil. USD importu (u ČR i exportu)

podíl ČR na importu země (v %)
do 0,01 | 0,01–0,1 | 0,1–0,3 | nad 0,3

IMPORT STERILIZAČNÍCH PŘÍSTROJŮ PRO LÉKAŘSKÉ, CHIRURGICKÉ NEBO LABORATORNÍ ÚČELY

IMPORT (mil. USD)	
INDONÉSIE	23,2
MALAJSIE	19,4
THAJSKO	19,3
VIETNAM	17,1
SINGAPUR	11,5
FILIPÍNY	6,1
KAMBODŽA	1,0
BRUNEJ	0,4
BARMA	0,4
LAOS	0,1

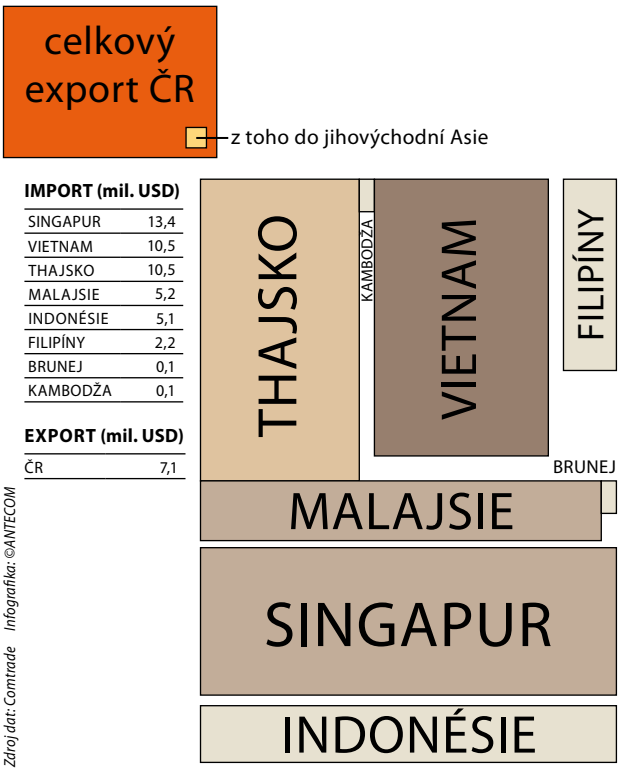
EXPORT (mil. USD)	
ČR	15,1

Infografika: ©ANTECOM
Zdroj dat: Comtrade

LEGENDA
4 mm² odpovídají 100 tis. USD importu (u ČR i exportu)

podíl ČR na importu země (v %)
do 0,01 | 0,01–0,2 | 0,2–1 | nad 1

IMPORT ZUBNÍCH CEMENTŮ A JINÉ ZUBNÍ VÝPLNĚ



IMPORT (mil. USD)	
SINGAPUR	13,4
VIETNAM	10,5
THAJSKO	10,5
MALAJSIE	5,2
INDONÉSIE	5,1
FILIPÍNY	2,2
BRUNEJ	0,1
KAMBODŽA	0,1

EXPORT (mil. USD)	
ČR	7,1

Infografika: ©ANTECOM
Zdroj dat: Comtrade

LEGENDA
4 mm² odpovídají 50 tis. USD importu (u ČR i exportu)

podíl ČR na importu země (v %)
do 0,01 | 0,01–0,05 | 0,05–0,5 | nad 0,5

Pozn.: Mapa neobsahuje země s importem pod 50 tis. USD.

Jak se podniká našemu rodinnému stříbru?

ROK RODINNÉHO PODNIKÁNÍ 2018

Představitelům tří úspěšných českých rodinných firem jsme položili pětici stejných otázek:

1. **Co vám pomáhá v zahraniční expanzi? Spolupracujete jako rodinná firma snadněji s tamními rodinnými firmami?**
2. **Jakou formu volíte při vstupu na zahraniční trh?**
3. **Jak se chráníte před exportními riziky?**
4. **Co vás nejvíce brzdí v rozvoji?**
5. **Co považujete za svůj největší úspěch?**

Miroslav Krištof, zakladatel a jednatel společnosti Lorika CZ

1 V oblasti exportu jsme v současné době na počátku. V první fázi jsme se zaměřili na země EU, kam jako obchodní firma dodáváme produkty pro průmyslovou hygienu (např. utěrky, rukavice), které si necháváme vyrábět pod vlastní značkou v Asii. Naší výhodou je především dobrá cena a kvalita dodávaných produktů. Spolupracujeme jak s koncovými zákazníky, tak s místními distributory. Firma rodinného charakteru mezi nimi zatím není, ale ze zkušenosti s našimi dodavatelskými rodinnými firmami určitě takové firmy preferujeme. Obchodování probíhá vzhledem ke stejné rozhodovací úrovni svižněji a nezřídka přináší trvalé přátelské vztahy.

2 Našimi zákazníky jsou především firmy, které mají výrobu v České republice a doporučují nás svým zahraničním kolegům. Sami vyhledáváme distributory s obdobným portfoliem výrobků s nabídkou spolupráce. Zahájili jsme rovněž spolupráci s vládní agenturou CzechTrade.

3 U prověřených partnerů s minimální rizikovostí probíhají platby standardním fakturačním způsobem, u nových partnerů požadujeme platby předem. Součástí přepravy našich produktů je vždy jejich pojištění.

4 Rozvoj zahraničního obchodu je prozatím limitován z naší strany časem, který jsme schopni do projektu investovat.

5 Nejvíce mě těší, že jsme konkurenceschopní jak kvalitou, tak cenou a že naši partneři oceňují naši spolehlivost.

Libor Musil, zakladatel a předseda představenstva společnosti LIKO-S

1 V zahraniční expanzi nám pomáhá hlavně to, že nám funguje byznys na domácím trhu. Bez toho není možné se do expanze pustit. Řadu let jsme hledali nějakou podporu či oporu ve státních organizacích, ale nenašli jsme ji. Až v posledním roce se nám podařilo efektivně využít služeb agentury CzechTrade. Po letech i v těchto vládních agenturách vyrostli odborníci.
Rodinné firmy všude na světě najdou spíše společnou řeč. Spolupráce s rodinnou firmou v zahraničí není snadnější, nároky jsou vysoké, ale je příjemnější a efektivnější.

2 Ve většině exportních destinací máme místní firmu, která nás zastupuje. Na trzích, kde chceme opravdu vyniknout, máme svoje vlastní pobočky.

3 Využíváme pojištění pohledávek. Nejlepší ochranou před riziky je však tvrdá práce na exportním trhu a minimalizace obchodních rizik kvalitními smlouvami a hlavně dobrou prací exportního manažera. Ten si v zahraničí musí vytvořit kvalitní vztahy s minimem rizik. Export nesmí být loterie.

4 Hlavní brzdou rozvoje exportu je nedostatek českých manažerů s exportní mentalitou. Tím, jak si nás naši zákazníci zde v Česku tak trochu sami našli, tak naši manažeři nejsou hnáni nutností cestovat a dobývat zahraniční trhy. Neúměrně výkonům zde rychle vyrostly mzdy a mladé lidi nic nežene vydělat si pořádné peníze za hranicemi. Bohužel málo z nich vyrůstá s vizí dosáhnout svých úspěchů v zahraničí.

5 Za svůj největší úspěch považuji to, že jsme naše děti vychovali a byli jim příkladem tak, že si svoji profesní a životní budoucnost spojily s rozvojem naší rodinné firmy. A doufám, že tento úspěch bude korunován úspěšným předáním firmy další generaci vlastníků.

Jan Slovák, obchodní ředitel společnosti KOMFI

1 Naší expanzi v zahraničí napomáhá především síť kvalitních a spolehlivých dealerů a velmi důsledná práce s nimi. Cílem obchodního oddělení Komfi není primárně samotný prodej koncovým zákazníkům, ale dlouhodobá soustavná práce s distributory, jejich vyhledávání, motivace a předávání informací o produktech. Velkou výhodou je existence kvalitního produktu, který na jednotlivých trzích dělá společnosti dobré jméno, a ta je pak vnímána jako dobrý potenciální partner. Dealer potom neprodává pouze na základě ceny zařízení, ale hlavně na základě kladných referencí.
Rodinná firma je v různých částech světa vnímána různě. V zemích, kde má rodinné podnikání dlouhou tradici, je spolupráce s rodinnou firmou s dlouhou historií vyhledávána a v některých případech ji zákazníci dokonce preferují. Jedná se zejména o státy západní a severní Evropy a USA. Naopak v zemích, kde rodinné podnikání tradici nemá a kde je rodinných firem v klasickém pojetí (jako Komfi) málo, vyvolává někdy taková potenciální spolupráce spíše obavy.

2 Jak už jsem zmínil, v drtivé většině případů vyhledáváme spolehlivého obchodního partnera – dealera, který nás bude na příslušném trhu na základě smlouvy zastupovat a jehož prostřednictvím budeme prodávat. Pokud má trh dostatečný potenciál a je vhodný pro větší expanzi, zaměstnáváme přímo místního prodejce a následně zakládáme vlastní pobočky.

3 Před exportními riziky se chráníme nastavením platebních podmínek tak, aby případné problémy neměly dramatické důsledky. Dále důsledně dbáme na dodržování platební morálky a už při prvních náznacích problémů přijímáme opatření. V některých případech využíváme pojištění pohledávek (USA, Řecko…). Dopravu pojišťujeme bez výjimky, pokud je součástí dodávky zařízení.

4 Jako hlavní problém řešíme nedostatek zaměstnanců. V současnosti nejsme schopni navýšit produkci právě z tohoto důvodu. Nejasná legislativa a administrativní zátěž nás v některých ohledech brzdí, způsobují časové, a tím i finanční ztráty, ale nelimitují náš rozvoj.

5 Největším naším úspěchem původně malé rodinné firmy je získání výrazné pozice na světovém trhu a vybudování dobrého jména značky. Stroje Komfi jsou dnes v polygrafickém světě skutečně známé a vnímané jako high-end zařízení. Jako obrovský úspěch dále vnímáme vstup na americký trh. Zákazníky z USA od spolupráce s evropskými firmami obvykle odrazuje obrovská vzdálenost, která ztěžuje dostupnost náhradních dílů a servisní zabezpečení. Přesto jsme se zde během jednoho roku etablovali a získali několik velmi respektovaných zákazníků patřících do světové polygrafické špičky, a tím velmi dobrou referenci.

Dvoustranu připravily: Jana Jenšíková a Věra Vortelová
Foto: archivy firem a Shutterstock

Nová mapa menších exportérů: Po pěti letech je všechno jinak

Největším trhem mimo Evropskou unii není Rusko, ale Spojené státy americké. Nejrychleji roste Mexiko a Izrael. Malé a střední podniky (MSP) v posledních pěti letech zásadně překreslily mapu cílových zemí svého vývozu.

FIRMY SE NEBOJÍ VZDÁLENÝCH TRHŮ

Analýza AMSP ČR a České exportní banky ukazuje, že vývoz do neunijních zemí roste stejným tempem jako vývoz do států Evropské unie. U státem podpořeného vývozu, který v segmentu loni překonal rekord, přitom směřovala většina financovaných obchodů zcela mimo Evropu.

Od roku 2013 vzrostl objem vývozu malých a středních firem do USA o téměř 27 % a do Ruské federace za stejnou dobu o 29 % klesl. Spojené státy americké tak sesadily z první pozice Rusko. Podobně Čína přerostla Turecko, které odsunula na čtvrté místo. Největší procentuální nárůst objemu vývozu za posledních pět let ovšem zaznamenaly Mexiko (+106 %) a Izrael (+96 %). Tedy trhy s větší mírou rizika v porovnání s tradičními partnery tuzemských exportérů.

„Malé a střední firmy se stále častěji pouštějí do vývozů mimo region EU. Dosahují tam poměrně dobré přidané hodnoty, což znamená, že se jim vyplatí i relativně menší objemy exportů, a podniky si tím rovněž diverzifikují riziko závislosti na blízkých trzích," vysvětluje předseda představenstva AMSP ČR Karel Havlíček.

NEJVÍCE PODPOŘENÝCH MALÝCH A STŘEDNÍCH VÝVOZCŮ V HISTORII BANKY

Česká exportní banka loni překonala rekord ve financování vývozu malých a středních podniků. V roce 2017 s nimi uzavřela 100 smluv v objemu cca 552 milionů korun. To je nejvíc v historii banky co do počtu obchodních případů i objemu poskytnutého financování. Víc než polovina (54 %) podepsaných smluv přitom financovala vývoz do neevropských zemí.

„Malé a střední společnosti se i loni dokázaly prosadit na trzích, které ve statistikách českého vývozu patří mezi netradiční, a proto tolik žádané z hlediska diverzifikace tuzemského vývozu. Česká exportní banka tak v loňském roce vůbec poprvé financovala český vývoz do zemí, jako jsou Peru, Bahrajn, Kyrgyzstán či Katar. Právě na méně dostupných trzích je potřeba české firmy podpořit," vysvětluje předseda představenstva a generální ředitel ČEB Jaroslav Výborný.

Podle analýzy právě i drobní čeští exportéři mají apetit a zároveň sílu získat zákazníky v zemích, které patří z pohledu byznysu mezi rizikovější. Nejvíc smluv totiž ČEB uzavřela s exportéry vyvážejícími na Kubu (30 %) a vysoké zastoupení má i Kyrgyzstán (10 %) či Peru (8 %). Celkově tak v roce 2017 zrychlilo meziroční tempo růstu veškerého vývozu MSP do neevropských zemí z -0,1 % na +5,3 %, a je tak prakticky stejné jako v případě exportu do EU (+5,8 %).

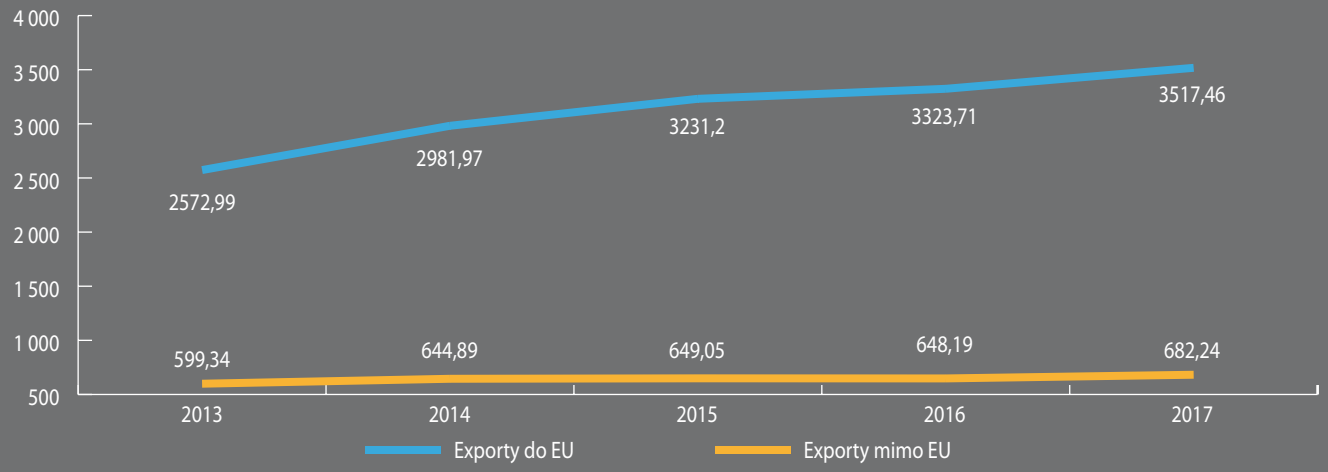
„Otevírání dálných trhů je ale pro menší podnikatele daleko náročnější, a proto státní podpora exportu ve formě marketingových a finančních nástrojů je pro ně v těchto zemích dvojnásob důležitá," dodává Karel Havlíček. ■

Zdroj: ČEB, AMSP ČR

Zájem o trhy SNS, Blízkého východu a Číny

V pětileté analýze sice Rusko a Ukrajina měly mezi všemi trhy nejhlubší propad, v obou zemích však za poslední rok malé a střední podniky zaznamenaly oživení. Ukrajina se navíc opětovně dostala do TOP 5 destinací mimo EU. Statistika tak potvrzuje trend obnovení zájmu o trhy SNS v čele s Ruskem, ale také o destinace Blízkého východu a Číny.

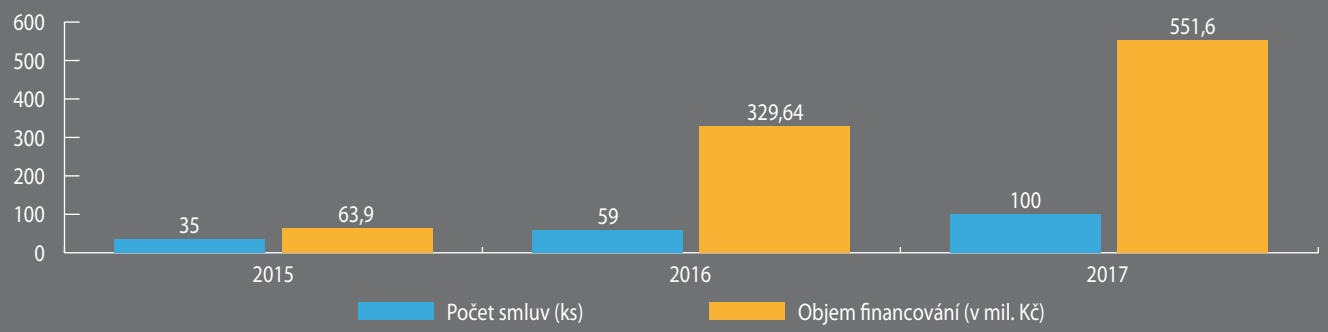
Vývoj exportů do EU a mimo EU za posledních 5 let



Exporty do deseti nejvýznamnějších zemí mimo EU

Pořadí zemí (vztaženo k roku 2017)		2013 (mil. Kč)	2014 (mil. Kč)	2015 (mil. Kč)	2016 (mil. Kč)	2017 (mil. Kč)	Nárůst/pokles 2013–2017
1.	USA	69 128	81 186	92 053	86 461	87 688	+26,8 %
2.	Rusko	116 188	113 018	78 812	75 210	82 164	-29,2 %
3.	Čína	37 587	42 460	45 611	46 874	56 243	+49,6 %
4.	Turecko	43 236	44 739	47 123	53 351	53 135	+22,9 %
5.	Ukrajina	32 368	20 597	15 287	21 757	27 991	-13,5 %
6.	Izrael	12 343	13 751	17 232	23 642	24 224	+96,2 %
7.	Mexiko	9 435	13 276	16 284	16 949	19 452	+106,1 %
8.	SAE	13 494	16 608	19 951	19 378	19 385	+43,6 %
9.	Japonsko	17 084	21 251	21 336	22 761	18 121	+6,0 %
10.	Indie	10 987	12 313	13 446	15 237	15 560	+41,6 %

Vývoj financování MSP Českou exportní bankou



Dopřejte svému start-upu raketový start CzechInvest vám v tom pomůže

Projekt CzechStarter agentury CzechInvest pomáhá majitelům českých start-upů specializovaným mentoringem a poradenstvím, kdy každý z nich může čerpat zvýhodněné služby v hodnotě až přes jeden milion korun. Start-upisté mají možnost absolvovat pod vedením zkušeného mentora sedmiměsíční tréninkový program v Česku zaměřený na rozvoj svých podnikatelských aktivit a komercionalizaci produktu. Prvních devět z nich, kteří jsou do tohoto projektu od září loňského roku zapojeni, bude moci v blízké době vycestovat na dvoutýdenní program do Silicon Valley, kde načerpají další cenné zkušenosti.

Čtyř z nich jsme se zeptali:

1 Jak hodnotíte projekt CzechStarter, v čem vám dosud nejvíce pomohl?

2 Představte čtenářům TRADE NEWS stručně svůj projekt/produkt. V čem je podle vás jeho přidaná hodnota?

Agentura CzechInvest pro start-upisty zároveň připravila akci zvanou Speed Dating mentor vs. start-up, kde majitelé start-upů dostali možnost poznat přes dvacet mentorů a vybrat si tak toho svého, se kterým následně rozvíjeli své prezentační dovednosti, byznys plán nebo marketing.

Eva Jozová, jednatelka společnosti PlasmaAgro

1 Díky projektu CzechStarter máme možnost spolupráce s mentorem, který nás provází úskalím podnikání. Člověk, který se v dosavadním profesním životě věnoval pouze vědě, zjistí, že k úspěchu nestačí pouze skvělý nápad, ale že musí být i dobrým ekonomem, obchodníkem a manažerem. Jsme proto velmi vděční, že můžeme spolupracovat s člověkem, který nás dokáže v těchto směrech posunout tak, abychom mohli být úspěšní na trhu.

2 Firma PlasmaAgro využívá plazmového výboje k fyzikálnímu ošetření a stimulaci osiva. Dochází tak k významné eliminaci patogenů a v kombinaci s biologickým ošetřením lze tuto technologii zavádět jak do klasické semenářské či pěstitelské praxe, tak zejména do ekologického zemědělství, kde je chemické ošetření zakázáno. Naše technologie je škálovatelná, takže ji lze přizpůsobit podle druhu a typu osiva. Velmi důležitá je pro nás spolupráce na vědecko-výzkumné úrovni s vysokými školami i šlechtitelskými stanicemi, díky níž můžeme své výsledky opřít o několikaleté laboratorní i maloparcelkové pokusy.

Pavel Kučera, jednatel společnosti NadKov

1 CzechStarter nám usnadnil vstup do světa byznysu. Díky spolupráci se zkušenými mentory se nám podařilo získat množství kontaktů, zpětnou vazbu k našemu projektu a zviditelnili jsme se na start-upové scéně. Několik měsíců jsme sbírali cenné zkušenosti s rozvojem firmy, obchodem a marketingem. Konkrétně se nám podařilo připravit kompletní prezentaci na veletrh TechAgro letos v dubnu. Setkali jsme se s několika investory, pracovali jsme na finančním a obchodním plánu. V rámci projektu CzechStarter jsme si vytvořili kvalitní vizi rozvoje naší firmy, ověřili zájem o naše produkty, připravili se na růst firmy i produkční kapacity a nyní jsme v pozici krátce před vstupem strategického partnera nebo investora.

2 Naše společnost primárně uvádí na trh produkty z vlastní vývojové dílny v Orlických horách. Jde o stroje na zpracování dřeva a dostali jsme se k nim díky vlastní potřebě vytápět své domovy. Podařilo se nám vyvinout, vyrobit a začínáme prodávat špalíkovač Axer, který z odpadního dřeva vyrábí ekologické palivo. Jeho unikátní konstrukce umožňuje produkovat materiál délky 10, 20 a 40 cm. NadKov totiž vyrábí stroje, které lze díky stavebnicové koncepci flexibilně přizpůsobit individuálním potřebám zákazníků. Konstrukce strojů zajišťuje vysoký stupeň bezpečnosti pro obsluhu a spolu s moderním designem je stroj připraven konkurovat nejlepším výrobkům na trhu. Nezůstaneme jen u jednoho produktu, portfolio strojů plánujeme rozšířit o zařízení, která najdou uplatnění ve strojírenství, stavebnictví a zpracování dřeva. Ve sdílené ekonomice vidíme prostor pro uplatnění našich strojů díky naší půjčovně. Dále našim zákazníkům dokážeme pomoci s realizací jejich nápadů, nabízíme zakázkový vývoj od návrhu po zajištění výroby.

Tomáš Vychodil, ředitel společnosti Langino

1 Díky projektu CzechStarter se náš start-up Langino.com posunul rapidně kupředu. Dotáhli jsme spolupráci se zajímavými klienty (Škoda Auto, Student Agency), připravili se na investora a získali jsme ho a konečně začínáme fungovat jako opravdová firma. Je to nejen díky skvělému přístupu samotných lidí v CzechStarteru, ale i díky skvělým profesionálním mentorům. Ukázali nám, na co se přesně zaměřit, jak si nastavit firemní procesy a jak lépe obchodovat.

2 S projektem Langino.com vstupujeme na tvrdě konkurenční trh s jazykovým vzděláváním. Zde se nabízejí hlavně „jedinečné" a „zaručené" metody výuky. My se ale soustředíme na něco jiného – na slovíčka a fráze. A v tom se snažíme být nejlepší. Přinášíme jedinečný nástroj, jímž pomocí pár kliků vytvoříte z textu výukový materiál – slovíčka provázaná s frázemi. Ta lze ozvučit, provázat se slovníkem, doplnit o videa, řízeně sdílet a učit se je ve výukových nástrojích. Řešíme tak dlouhodobý problém nedostatečné odbornosti v cizím jazyce. To oceňují nejen nadnárodní firmy nebo firmy, které komunikují se zahraničím, ale Langinem jsme zaujali i vysoké školy, které mají akutní nedostatek odborných jazykových učebnic.

Martina Spáčilová, projektová manažerka společnosti Frou Frou

1 Program CzechStarter nám pomohl realizovat mentoring s odborníkem, který se vyzná ve start-upovém a byznysovém prostředí. I díky mentorovi Davidu Kovalskému jsme mohli objevit úskalí a příležitosti našeho projektu, modelovat finance a lépe odhadnout vývoj.

2 Vyvinuli jsme profesionální produkční systém Videodrome zaměřený na výrobu typizovaných videí. Budoucnost tvorby korporátních videí je v transparentnosti videoprodukce, schopnosti tvůrců videí poskytnout záruku kvalitního výsledku klientům a snadné komunikaci mezi klientem a produkcí. Videodrome uskutečňuje tvorbu typizovaných videí (např. minutová kreslená videa s pevným termínem dodání za fixní cenu). Díky standardizaci a automatizaci procesu umožňuje tato videa produkovat levněji a rychleji při zachování vysoké kvality. Produkční systém ověřujeme v reálném prostředí na projektu 60seconds.

Více informací o podpoře start-upů agenturou CzechInvest najdete na www.podporastartupu.cz.

Dvoustranu zpracovali Daniel Libertin a Jana Jenšíková

Foto: archivy firem a Shutterstock

Úspěšný stomatolog Zítřka: Totální digitalizace s ručením omezeným a pacient v roli klienta

Nejnovější technologie medicínu bezesporu (z)mění, lidský faktor ale bude vládnout dál. Lékaři a podnikatelé v oboru se totiž musí řídit fundamenty trhu; pracují nicméně s klientem, který má strach a je třeba mu pomoci, což vyžaduje notnou dávku člověčenství. Stávající i budoucí výzvy tohoto hybridního modelu diskutovali v rámci projektu Alter Eko emeritní rektor VŠE Richard Hindls a vedoucí lékař a odborný garant soukromé stomatologické kliniky DCM, první český zubař, který přednášel na Harvardově univerzitě, Radek Mounajjed. Otázky pokládal Richard Hindls.

Prof. Ing. Richard Hindls, CSc., dr. h. c., emeritní rektor Vysoké školy ekonomické v Praze

Narodil jste se v Česku, vyrůstal nicméně v Sýrii, kde jste také vystudoval vysokou školu. Jak těžké i proto bylo začít podnikat v Česku, zvládnout specifika místního podnikatelského prostředí – a to navíc ve velmi náročném oboru, jakým medicína bezesporu je?

S podnikáním v Česku jsem se poprvé setkal v roce 1999, kdy jsem začal na částečný úvazek působit v jedné privátní ordinaci. Poté jsem si založil svou vlastní praxi a nakonec jsem v roce 2001 odešel do soukromé sféry úplně. V té době mě nejvíce zaujalo, možná bych řekl překvapilo, že zde nebyl pacient vnímán jako zákazník. Na člověka se nahlíželo tak, že je třeba ho ošetřit, dostat do nějakého stavu, ale nebyl to partner. Rozhodovalo se tak o něm jaksi potají. Pacient řekl, co ho trápí, a poté se „o nás bez nás" rozhodlo o tom, jak ho léčit. To následně musel formálně odsouhlasit, ale jeho názor nebyl podstatný. To se sice mění, pozůstatky tohoto vztahu jsou nicméně stále kolem nás vidět.

O co konkrétně jde?

Mnohokrát například přijde pacienta ošetřit lékař, který se nepředstaví, nepodá mu ani ruku. Často dokonce pacient ani neví, jestli před ním stojí lékař, zřízenec a nebo zdravotní bratr. Stručně, na kultuře v této oblasti je v Česku stále třeba zapracovat, je třeba ji změnit. Strávil jsem dlouhou dobu na stážích a stipendijních pobytech ve Spojených státech a tam je to mnohem lepší. Někdy je mi přitom vyčítáno, že o této zkušenosti stále mluvím, ale pro mě je Amerika, co se medicíny týče, prostě obrovský vzor. Mám tam shodou okolností bratra, který jako lékař-internista pracuje na Madisonské univerzitě, a když vidím tamní postupy, tak se vždycky snažím něco zpátky přenést. A je to, upřímně, obtížné.

> Když lidé v ordinaci platí, očekávají servis na úrovni.

Náš pacient – náš klient

Jak jste zmínil ve své úvodní odpovědi, i vztah pacient–lékař se postupně mění. Lze to brát jako jeden ze signálů stvrzujících proměnu, respektive dospívání, sektoru a možná celé společnosti?

Za těch bezmála dvacet let, co podnikám, se toho určitě změnilo hodně. A to do značné míry proto, že stomatologie ušla velký kus cesty. Do oboru se musí výrazně investovat. Potřebné peníze přitom nelze čerpat z veřejného zdravotního systému, na to nemají politici vliv, vše platí pacient, takže lékař mu prodává

MUDr. Radek Mounajjed, D.D.S., Ph.D., vedoucí lékař a odborný garant soukromé stomatologické kliniky DCM

produkt s obrovskou přidanou hodnotou, kterou on či ona hradí. Lékař právě proto musí k pacientovi přistupovat jako ke klientovi, se kterým chce udělat určitý proces. To determinuje jeho chování, což je dobře vidět na nové generaci, která v posledních pěti letech prošla v tomto smyslu obrovsky pozitivním vývojem.

ORDINACE DVANÁCT HODIN DENNĚ VE DVOUSMĚNNÉM PROVOZU

Jak se zažité pořádky mění?
Trendem začíná být slučování ordinací, vytváření společného zázemí a virtuální recepce. Tradiční model, kdy lékař dělal sám a jeho sestřička velkou část dne v podstatě lelkovala, jen občas někoho objednala nebo pro něco došla, ten postupně mizí. Když totiž lidé v ordinaci platí, očekávají servis na úrovni. A není možné, aby jakákoli část zaostávala.

Podle dostupných zpráv má teď stomatologie v Česku problémy. Mluví se mimo jiné o nedostatku zubařů, zejména v menších obcích, kam se i přes zvýhodněné podmínky mnoha lidem nechce. Osobně si pamatuji období, kdy byl dokonce nedostatek studentů zubního lékařství. Jak i proto vnímáte současnou situaci – a tím nemám na mysli z hlediska podnikání, ale všeobecně?
Podle mě je nedostatek zubařů mýtus. Je tu nedostatek zubařů, kteří jsou ochotni slepě přijmout podmínky pojišťoven a plně ošetřovat lidi podle jejich not. To je fakt, jen se to mnozí bojí říct. Zároveň je třeba si uvědomit, že nedávno na vybavení ordinace stačilo obyčejné křeslo a několik nástrojů za pár desítek tisíc. Dnes vybavení ordinace mikroskopem a dalšími vymoženostmi přijde na tři miliony. Když si přitom otevřu ordinaci na vesnici, kam mi za den přijde dvacet lidí, kteří chtějí jen zákroky hrazené pojišťovnou, což znamená obrat okolo pěti tisíc, musím zkrachovat. Pokud nemám na obnovu vybavení, pokud ordinace stojí a neprodukuje, je přežití čistou utopií. Proto se budou tyto služby stahovat do větších měst. Dám vám příklad z mé praxe: když jsme se rozhodli, že zainvestujeme do drahých vybavení, 3D tiskáren a podobně, bylo nám jasné, že musíme denně ordinovat dvanáct hodin v dvousměnném provozu. Bez toho bychom nezvládali obměňovat vybavení a jít s dobou.

ZDRAVÍ JAKO PRIORITA

Do jaké míry si změny v oboru vynucuje také pacient-klient? Život se prodlužuje, medicína se neuvěřitelným způsobem mění, ale změnili jsme se i my – a nebo přijímáme věci tak, jak jsou, a nesnažíme se na sobě pracovat? Stručně, sledujete i v této oblasti za těch necelých dvacet let podnikání nějaký posun nebo vývoj, který kliniky nejen v Česku musí reflektovat?
Velká část populace začíná své zdraví vnímat jako prioritu. Uvědomuje si, že starat se není povinností státu, že se o sebe musíme starat sami. Já s oblibou říkám pacientům: „Jestli věnujete svému autu víc péče než sami sobě, doporučuji vám najít nejbližší psychiatrickou léčebnu a tam se nechat vyšetřit." V tomto kontextu bych opět odkázal na Spojené státy, kde lidé o své zdraví dbají, protože jsou si vědomi toho, že jde o jejich záležitost a zodpovědnost. Nicméně v poslední době je možné něco podobného ve stále větší míře sledovat i zde. Investujeme sami do sebe a neplatí to jen o lidech s vysokými příjmy. Střední vrstva, vzdělaná vrstva, která je také schopna vidět věci v souvislostech, to bere jako prioritu.

Jako člen vědecké rady Univerzity Karlovy opakovaně s úžasem poslouchám přednášky lidí pohybujících se v oboru medicíny. Neuvěřitelným způsobem se zdokonalují materiály, přístroje, technologie. Zároveň se stále hlasitěji mluví o kmenových buňkách nebo genetickém inženýrství. Nejen toto bráno v potaz, kam se stomatologie, respektive medicína, bude ubírat?
Podle mě přinese hlavní změnu digitalizace. Systémy budou kontrolovat lékaře, aby nedocházelo k chybám, které lidé udělají z nedbalosti nebo kvůli tomu, že si něčeho nevšimnou. I nadále nicméně bude muset přetrvávat lidský faktor, instinkt a empatie. Ne všechno lze totiž zaškatulkovat, což je právě specifikum podnikání v této oblasti. Jako lékař musíte ekonomicky splnit nějaké normy, ale zároveň před sebou máte člověka, který má strach a určité potíže, a vy se mu snažíte co nejlépe pomoci. Jinými slovy, je dobré, když vám přístroje pomohou, ale nahradit vás jako lékaře podle mého názoru nezvládnou. ■

Text: Roman Chlupatý
Foto: archiv P. Hindlse a R. Mounajjeda

EXPORTNÍ CENA DHL UNICREDIT

pod záštitou agentury CZECHTRADE

EXPORTUJETE?

ZVIDITELNĚTE SVÉ EXPORTNÍ ÚSPĚCHY
PODPOŘTE SVÉ PODNIKÁNÍ

Bezplatná online registrace
www.exportnicena.cz

ZAKLADATEL

GENERÁLNÍ PARTNER

PARTNEŘI

ODBORNÝ GARANT

ZÁŠTITA

POŘADATEL

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

SPOLUPRÁCE

Nesnažte se o pohádky, buďte autentičtí

Je zřejmé, že firmy stále bojují s tím, jak získat víc kandidátů. Stává se poměrně často, že i když nějakého pracovníka přijmou, ten brzy pozici opustí třeba kvůli jiné nabídce. A opakované hledání a zaškolování nemá rád asi nikdo. Existuje ale něco, co sice nepřitáhne davy, ale pomůže najít ty, kteří za chvíli zase nezmizí jinam. A je to něco, na co často zapomínáme.

Nedostatek lidí čím dál víc firem řeší tím, že se snaží lákat na koláče bez práce nebo jen neustálou zábavu. Ač se to zdá jako dobré řešení, takto formulované inzeráty přitáhnou právě ty, kdo velmi brzy z firmy zase odcházejí.

Paradoxem je, že produktivní lidé, tedy ti, kteří jsou zaměřeni na práci a jsou zvyklí pracovat, lákavým nabídkám stejně neuvěří, protože hledají opravdovou, reálnou práci, a ne pohádku. A ti, které to naopak nadchne, budou později nepříjemně překvapeni, že je realita trochu jiná, a stejně odejdou. Přišli totiž za tím pozlátkem, ne kvůli práci samotné.

Existuje tedy velmi zásadní rozdíl mezi lidmi v jejich přístupu k práci. Jedni se snaží práci zvládat, druzí se jí vyhnout. A jako zaměstnavatel rozhodně potřebujete první typ. Když máte tým, který skvěle zvládá svou práci, dokážete to ocenit. Dobrá nálada, podporující šéf a přátelský kolektiv s tím tak nějak souvisí a přichází pak přirozeně.

Inzerce plná benefitů opravdu nepomáhá

V oblasti takzvaného HR marketingu je dnes – trochu pochopitelně, ale nepříliš úspěšně – patrná snaha doslova prodat pracovní místa za každou cenu. Z inzerátů, fotek i videí se uchazeč dozvídá, jak skvělé kolegy získá, kolik benefitů dostane jen proto, že se přidal k týmu, a často není ani zřejmé, jakou práci bude vlastně odvádět.

Zajímavé je, že i když je prioritním zájmem takto inzerujících firem přilákat ty pracovně schopné, často se tak neděje a na tyto „pohádkové“ pozice se hlásí stále více těch, kteří se práci v zásadě vyhýbají. Ti nemají problém uvěřit, že s minimem práce si odnesou hromadu koláčů.

Co znamená být autentický? Být tím, kým jsem, být pravdivý. Obsahuje vaše práce hodně potenciálního selhání nebo se na zaměstnance může zákazník často zlobit? Musíte to říct. Je 85 % pracovního času spojeno s prací na počítači, která má rutinní charakter? Řekněte to také. Samozřejmě, ukažte i to, co je na dané pozici či ve firmě pozitivního a jedinečného, ale nezamlčujte ani stinné stránky. A už vůbec se nechlubte něčím, co není tak úplně pravda. Nejen že vám pak nováček může brzy zase odejít, ale ještě vám to může udělat špatné PR zaměstnavatele, což vám v situaci hledání lidí moc nepomůže.

Ale jak na to?

Ono se to lehce řekne, ale jak být opravdu autentičtí? Nejprve musíte pochopit, kdo jste. Oproštěni od současných potřeb a tlaků se na svou firmu nebo oddělení podívat novýma, tak trochu cizíma očima. Nebude to snadné, ale hodně to pomůže. Možná uvidíte nové věci, budete příjemně i nepříjemně překvapeni. Ale to je dobře.

Dalším krokem bude posílit všechno to, co se vám líbí a co dává smysl. Doladit to, dotáhnout nebo udržet při životě. Pokud už několik let říkáte, že máte přátelský tým, podívejte se, zda je tomu opravdu tak, jestli se to po několikaleté expanzi nevytratilo a už jen vy si nemyslíte, že je přátelský. Pokud zjistíte, že není až tak čím se chlubit, neváhejte a začněte na tom prostě pracovat. Pokud přátelský opravdu je, zeptejte se sami sebe, co pro takové prostředí prakticky děláte.

Jakmile si takto „uklidíte“ a uvidíte všechny opravdové plusy i minusy, můžete vytvořit efektivní a funkční kampaň. Autentickou a pravdivou, která přiláká ty, kteří budou chtít hrát vaši hru. Vyprávějte reálné příběhy svých nejlepších pracovníků, nechte ostatní nakouknout do zákulisí a ochutnat běžný pracovní den u vás. Řekněte jim, jaké bariéry je čekají a co získají, pokud je překonají, a jak jim v tom vy můžete pomoct.

Uvidíte, že tak získáte více kandidátů, kteří u vás zůstanou třeba velmi dlouho.

Text: Lucie Spáčilová
Foto: Shutterstock a archiv Performia

Lucie Spáčilová je výkonnou ředitelkou společnosti Performia Česká republika
www.performia.cz

Když musíte dát sbohem svým zaměstnancům aneb Co je a co není hromadné propouštění

Ať chceme či ne, potkat to může každého. Ukončujeme nebo omezujeme podnikání, což s sebou také přináší nutnost propustit zaměstnance. Pokud je jich větší počet a jako zaměstnavatel jim dáváte výpověď z důvodu tzv. organizačních změn na vaší straně, může se jednat o tzv. hromadné propouštění.

O hromadné propouštění se jedná v případě skončení pracovních poměrů **v období 30 kalendářních dnů** na základě **výpovědí** daných zaměstnavatelem z důvodů uvedených v § 52 písm. a) až c) zákoníku práce (tzv. **organizační změny**) nejméně

a) 10 zaměstnancům u zaměstnavatele zaměstnávajícího od 20 do 100 zaměstnanců,
b) 10% zaměstnanců u zaměstnavatele zaměstnávajícího od 101 do 300 zaměstnanců, nebo
c) 30 zaměstnancům u zaměstnavatele zaměstnávajícího více než 300 zaměstnanců.

Pokud alespoň pěti zaměstnancům byla z organizačních důvodů dána výpověď, započítávají se do celkového počtu zaměstnanců uvedených v písmenech a) až c) i zaměstnanci, s nimiž zaměstnavatel rozvázal pracovní poměr v tomto období z týchž důvodů dohodou.

Podstatné souvislosti

Ne každé ukončení pracovního poměru s větším počtem zaměstnanců spadá pod hromadné propouštění. Z hlediska existence důvodů pro ukončení pracovního poměru se musí jednat o tzv. organizační změny na straně zaměstnavatele. Nejčastěji jde buď o **rušení zaměstnavatele** nebo jeho části podle písm. a) ustan. § 52 (nemusí se přitom jednat o zrušení a zánik samotného subjektu (společnosti) zaměstnavatele, ale postačuje ukončení jeho podnikání v daném oboru), nebo o snižování stavu počtu zaměstnanců z důvodu jejich **nadbytečnosti** podle písm. c) ustan. § 52 (v této souvislosti je třeba upozornit na nutnost skutečného zrušení pracovního místa, jež by se mělo promítnout v úpravě organizační struktury zaměstnavatele, což v důsledku vede k nemožnosti přijetí jiného zaměstnance na takto zrušené pracovní místo).

Aplikace pravidel ohledně hromadného propouštění představuje jakousi nadstavbu povinností při ukončení pracovního poměru, když však **základní zákonná pravidla ohledně ukončení pracovního poměru** stanovená v § 52 a násl. zákoníku práce zůstávají **i nadále v platnosti**. To se týká i pravidel ohledně **zákazu dát výpověď** v případech stanovených v § 53 a 54 zákoníku práce, když ani při hromadném propuštění není možné dát výpověď z důvodu nadbytečnosti podle písm. c) § 52 a propustit například dočasně práce neschopné, těhotné zaměstnankyně, zaměstnankyně na mateřské dovolené či zaměstnance čerpající rodičovskou

dovolenou. Naopak u rušení zaměstnavatele nebo jeho části podle písm. a) ustan. § 52 toto možné je, když zákaz výpovědi je u tohoto výpovědního důvodu u těchto zaměstnanců prolomen. I vzhledem k těmto skutečnostem je tedy třeba pečlivě zvažovat, jaký výpovědní důvod bude i v případě hromadného propuštění využit, a pro vyloučení jakýchkoliv pochybností by měl zaměstnavatel již na samém počátku o tomto důvodu učinit tomu odpovídající rozhodnutí o organizační změně.

Důsledkem skutečnosti, že hromadné propuštění se spojuje s ukončením pracovních poměrů z důvodu organizačních změn, je i to, že v rámci tohoto procesu se vždy zaměstnancům vyplácí **odstupné**.

POVINNOSTI SPOJENÉ S HROMADNÝM PROPOUŠTĚNÍM

Pokud je u zaměstnavatele ustavena nebo působí **odborová organizace či rada zaměstnanců**, vykonává zaměstnavatel informační povinnosti vůči zaměstnancům, jichž se hromadné propuštění týká, prostřednictvím komunikace s těmito subjekty. Pokud však u zaměstnavatele není ustavena nebo nepůsobí odborová organizace či rada zaměstnanců, je zaměstnavatel povinen plnit informační povinnosti **vůči každému zaměstnanci**, jehož se hromadné propouštění týká, **jednotlivě**.

Z **věcného hlediska** přináší proces hromadného propouštění zejména následující povinnosti:
Před dáním výpovědí jednotlivým zaměstnancům je zaměstnavatel povinen o svém záměru včas, **nejpozději 30 dnů předem, písemně informovat** (§ 62 odst. 2) odborovou organizaci a radu zaměstnanců nebo, pokud nejsou zřízeny, každého jednotlivého zaměstnance.

Zaměstnavatel má **povinnost jednat** (§ 62 odst. 3) s odborovou organizací a radou zaměstnanců nebo, pokud nejsou zřízeny, s každým jednotlivým zaměstnancem, a to za účelem dosažení shody zejména o opatřeních směřujících k předejití nebo omezení hromadného propouštění, zmírnění jeho nepříznivých důsledků pro zaměstnance, především možnosti jejich zařazení ve vhodném zaměstnání na jiných pracovištích zaměstnavatele.

Zaměstnavatel je současně povinen **písemně informovat příslušnou krajskou pobočku Úřadu práce** (§ 62 odst. 4) o splnění a obsahu informační povinnosti vůči odborové organizaci a radě zaměstnanců, případně jednotlivým zaměstnancům, a o jednání s nimi. Jedno vyhotovení této písemné zprávy musí přitom zaměstnavatel doručit odborové organizaci a radě zaměstnanců, a pokud nejsou zřízeny, každému jednotlivému zaměstnanci.

Příslušné krajské pobočce Úřadu práce musí zaměstnavatel rovněž doručit **konečnou písemnou zprávu** (§ 62 odst. 5) o svém rozhodnutí o hromadném propouštění a výsledcích jednání s odborovou organizací a s radou zaměstnanců, případně jednotlivými zaměstnanci. Jedno vyhotovení této zprávy doručí odborové organizaci a radě zaměstnanců, případně jednotlivým zaměstnancům, kteří mají právo se ke zprávě u Úřadu práce vyjádřit, když jim zároveň zaměstnavatel sdělí datum doručení této zprávy Úřadu práce.

Z hlediska **časové souslednosti** je podstatné, že a) **výpovědi** jednotlivým zaměstnancům může zaměstnavatel dát **nejdříve 30 dnů** poté, co vůči nim (případně odborové organizaci a radě zaměstnanců) **splnil informační povinnost** podle § 62 odst. 2, a b) pracovní poměr hromadně propouštěného zaměstnance **může skončit výpovědí nejdříve po uplynutí doby 30 dnů od doručení konečné písemné zprávy** zaměstnavatele **Úřadu práce** (ledaže zaměstnanec prohlásí, že na prodloužení pracovního poměru netrvá).

Nedodržení povinností v souvislosti s hromadným propouštěním sice nezpůsobuje samotnou neplatnost výpovědí či dohod o skončení pracovního poměru, avšak **závažným důsledkem** ohledně ukončení pracovního poměru výpovědí je skutečnost, že v případě nesplnění povinnosti doručit konečnou písemnou zprávu Úřadu práce dochází **k prodloužení trvání pracovního poměru** zaměstnance, a to až do doby uplynutí 30 dnů od doručení této zprávy Úřadu práce.

ZÁVĚREM

V případě, že se při propouštění více zaměstnanců vztahují na zaměstnavatele pravidla o hromadném propuštění, je vhodné již na samém počátku, před započetím celého procesu, provést přesné **naplánování kroků**, jež je nutné uskutečnit, a to jak z hlediska formálně-věcného, tak i z hlediska časového, aby daný proces proběhl co nejrychleji a zbytečně nedocházelo k jeho prodlužování a zvyšování mzdových i dalších souvisejících nákladů.

U zaměstnavatelů, zejména s nižším počtem zaměstnanců, lze rovněž doporučit **pokusit se s propouštěnými zaměstnanci dohodnout** (např. i za cenu zvýšení zákonem stanovené minimální výše odstupného) a uzavřít s nimi dohody o skončení pracovního poměru (namísto výpovědí) tak, aby nebyly naplněny pojmové znaky hromadného propuštění a tomu odpovídající pravidla nemusela být aplikována. V této souvislosti může být, především pro zaměstnavatele, kteří pro zaměstnance již nemají práci ani pro období výpovědní doby, výhodnější výplata vyššího než zákonem stanoveného minimálního odstupného než zaměstnancům vyplácet či nahrazovat mzdu (v případě překážek v práci na straně zaměstnavatele) v období výpovědní doby, a to i vzhledem k tomu, že výplata odstupného nepodléhá na rozdíl od mzdy platbám sociálního zabezpečení. ■

Pravidla ohledně hromadného propouštění jsou obsažena v ustanovení § 62 a násl. zákoníku práce a představují implementaci evropské směrnice 98/59/ES o sbližování právních předpisů členských států týkajících se hromadného propouštění.

Text: Robert Šulc
Foto: Shutterstock a Marek Jenšík

JUDr. Robert Šulc, Ph.D., je advokátem a partnerem advokátní kanceláře KVAPIL & ŠULC sídlící v Praze

MEDIÁLNÍ PARTNER

TRADE NEWS

OCL

OCENĚNÍ ČESKÝCH LÍDRŮ

BYZNYS
VÝSLEDKY
TRANSPARENTNOST

www.oceneniceskychlidru.cz

ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA
CZECH EXPORT BANK

ČESKÁ BANKA PRO ČESKÝ EXPORT

- Státní specializovaná bankovní instituce, součást systému státní podpory exportu a ekonomické diplomacie.
- Financuje český export, pomáhá budovat povědomí o České republice v zahraničí, posiluje konkurenceschopnost českých firem.
- Zaměřuje se na teritoria s velkým potenciálem, na těžko dostupné, ale rychle rostoucí trhy. Napomáhá diversifikaci českého exportu.
- Umožňuje financování exportu všech typů výrobků, služeb a technologických celků. Poskytuje českým firmám know-how o zahraničních trzích.
- Individuálně přistupuje k potřebám exportérů a nabízí široké portfolio finančních produktů. Dokáže vyhovět potřebám malých firem.
- Pomáhá českým firmám od roku 1995.

PRODUKTY

PŘEDEXPORTNÍ ÚVĚR
- Předexportní úvěr na vývoj
- Úvěr na financování výroby pro export

TRADE FINANCE
- Odkup pohledávek s regresem
- Odkup pohledávek bez regresu s pojištěním
- Bankovní záruky
- Dokumentární platby

DODAVATELSKÝ/ODBĚRATELSKÝ ÚVĚR
- Vývozní dodavatelský úvěr
- Vývozní odběratelský úvěr

ÚVĚR NA INVESTICE
- Úvěr na investice v zahraničí
- Vývozní odběratelský úvěr

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

EXPO Lesní lom
19. – 21. 6. 2018

Uzávěrka přihlášek: 1. 3. 2018.

12. Mezinárodní demonstrační veletrh strojů a zařízení pro těžební průmysl, úpravnický průmysl a stavebnictví

www.expolesnilom.cz
+420 602 226 305
konickova@tezebni-unie.cz

inzerce

inzerce

DENTÁLNÍ HYGIENA
GGCE, spol. s r. o.

FIREMNÍ BENEFITY NEJSOU VÝSADOU VELKÝCH PODNIKŮ. PŘISPĚJTE KE SPOKOJENOSTI SVÝCH ZAMĚSTANCŮ I VY!

Dopřejte jim preventivní dentální hygienu v rámci pracovních benefitů. Zdravotní pojišťovny tento úkon nehradí, ačkoli má velký význam pro zdravý chrup.

Dentální hygienu lze zařadit do stávajících benefitních programů.

Nabízíme
- smluvní spolupráci s firmami
- kompletní dentální hygienické ošetření v ordinaci v centru Prahy
- nadstandardní služby včetně bělení zubů

ggdent.com ordinace@ggdent.com 295 565 607

Petr Zelík:

TRADE NEWS usiluje o rovnováhu

„Vysoká česká hospodářská politika dlouhodobě upřednostňuje spíše zájmy velkých firem a jejich jasně viditelné projekty, které jsou pro voliče dobře uchopitelné. Časopis TRADE NEWS podporuje malé a střední podniky, a to nanejvýš profesionálním způsobem. Uhlazený spisovný jazyk, skvělá grafika a podložené hodnotné informace z něj dělají magazín evropského formátu.

TRADE NEWS vytváří podhoubí pro vznik zdravé smíšené ekonomiky, kde mají své místo malí i velcí a zároveň se vhodně doplňují. Svou troškou do mlýna přispívá k rozmělňování koncentrace hospodářství na velké průmyslové projekty (viz přílišná váha automobilového odvětví), a tím i k ochraně před různými strukturálními krizemi. V tom všem spočívá jeho významná zásluha."

Petr Zelík je zakladatelem a majitelem společnosti Oxalis

Jan Vejmelka:

Spolupráce s redakcí byla velmi příjemná

„Pokud chcete získat aktuální informace o Kolumbii, Ekvádoru a zemích Střední Ameriky včetně obchodní perspektivy v kostce, je pro vás první letošní číslo TRADE NEWS nepostradatelným pomocníkem. Musím ocenit skvělou až analytickou práci redakce i pěknou grafiku. A navíc spolupráce s ní byla velice příjemnou záležitostí. Osobně mám radost, že jsme jako velvyslanectví dostali prostor více představit Ekvádor, o němž se jinak tolik nemluví a kde teď plánujeme konkrétní akce."

Ing. Jan Vejmelka je tajemníkem pro ekonomickou, rozvojovou a kulturní spolupráci Velvyslanectví ČR v Limě

Milan Jakobec:

TRADE NEWS je čtivý a má šmrnc

„Díky letošnímu číslu TRADE NEWS věnovanému Kolumbii, Ekvádoru a zemím Střední Ameriky jsem s radostí konstatoval, že obchodní periodikum může být nejen daty a statistikami vybavenou inspirací k obchodní expanzi, ale i zajímavým čtením pro neobchodní komunitu. Nelze než pochválit vysokou kvalitu článků, grafickou úpravu a reprezentativní ‚šmrnc' časopisu, který by neměl chybět na stolech obchodníků ani diplomatů."

Milan Jakobec, diplomat, bývalý vedoucí zastupitelských úřadů ČR v Kostarice a na Kubě

Připravujeme

Foto: Shutterstock

Balkán je pro české zemědělce a potravináře obrovská příležitost. V příštím čísle rozebereme s odborníky a znalci prostředí, jaké bonusy i rizika s sebou může expanze přinést.

Foto: Marek Jenšík

Víte, že čeští farmáři by mohli využít levnějších bulharských strojů, například ke kontrole jakosti mléka? Nebo že Bulhaři jednoznačně preferují kvalitní potraviny? Také o tom jsme si povídali s Georgim Stoilovem, obchodním radou bulharského velvyslanectví v ČR.

Foto: archiv CzechInvest

O dalším směřování agentury CzechInvest budeme hovořit s její novou generální ředitelkou Silvanou Jirotkovou.

TRADE NEWS

Šéfredaktorka
PhDr. Jana Jenšíková

Redakce
PhDr. Věra Vortelová
Ing. Mgr. Daniel Libertin
Roman Chlupatý, M.A.
Ing. Vlasta Piskačová
PhDr. Jozef Gáfrik, CSc.

Grafická úprava
Ing. Valeria Ashhab

Korektury
PhDr. Milena Gillová

Produkce
Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis
Ing. Tereza Gulánová

Právní servis
Advokátní kancelář Kvapil & Šulc

Foto
Isifa Image Service
www.profilepictures.cz

Distribuce
V.R.V. s.r.o.

Tisk
Akontext s.r.o.

Vydavatel
ANTECOM s.r.o.
Blatenská 2166/7
148 00 Praha 4
produkce@antecom.cz
Tel./fax: +420 272 935 558
Redakční servis: +420 602 313 176
www.antecom.cz

Titulní foto
Shutterstock

Za obsah inzerce zodpovídá inzerent. Žádné části textu nebo fotografie z Trade News nesmí být používány, kopírovány nebo jinak šířeny v jakékoliv formě či jakýmkoliv způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz

JEDNÍM TAHEM POJIŠTĚNO VŠE ŠMAHEM

SLEVA 500 Kč

DOMEX+

Pojištění majetku a odpovědnosti
s nejširším rozsahem na trhu

ČPP
VIENNA INSURANCE GROUP

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ

KB

Banka roku 2017