



# EXPORT MALÝCH A STŘEDNÍCH FIREM

## Závěrečná zpráva

Květen 2015

# Výzkumné pozadí

**AMSP ČR** sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé České republiky.

Ve spolupráci se svými partnery AMSP ČR průběžně realizuje projekty cílené na aktuální otázky ve své oblasti působení, podporované výzkumy trhu. Cílem je získání validního obrázku o dané problematice a možnost další práce s těmito výstupy.



Hlavním cílem výzkumu bylo zmapovat **export a exportní oblasti mezi malými a středními firmami, znalost a využívání CzechTrade a ČEB a poskytnout doporučení, jak zájem o služby CzechTrade a ČEB zvýšit.**





**Výzkumná  
metoda**

**CATI telefonické dotazování ve dnech  
13-24.4.2015**



**Cílová skupina**

**503 firem  
Malé a střední exportující firmy  
(5-250 zaměstnanců)**



**Výzkumný  
nástroj**

**Dotazník o délce 10 minut**



**Výstupy**

**Závěrečná zpráva v ČJ**

# Shrnutí výsledků

## Oblasti exportu



**EU je stále dominantní oblastí exportu pro malé a střední firmy.** Do zemí EU exportují téměř všechny firmy v tomto segmentu.

**Téměř polovina firem ale exportuje i mimo oblasti EU.** Nejčastěji do zemí SNS, na Blízký východ a do dalších asijských zemí.

## Potenciální rozšíření exportu



**Téměř polovina firem plánuje budoucí rozšíření svých exportních oblastí.**

Spontánně firmy uvádějí jako nejčastější země pro potenciální rozšíření exportu USA a Rusko.

## Podpora při vstupu na trhy



Mezi nejčastější formy externí výpomoci při vstupu na nový trh patří využití služeb CzechTrade, zástupců podnikatelů a bank.

**Služeb ČEB pak využilo 3 % dotazovaných exportérů.**

# Výsledky v detailu

## Export obecně



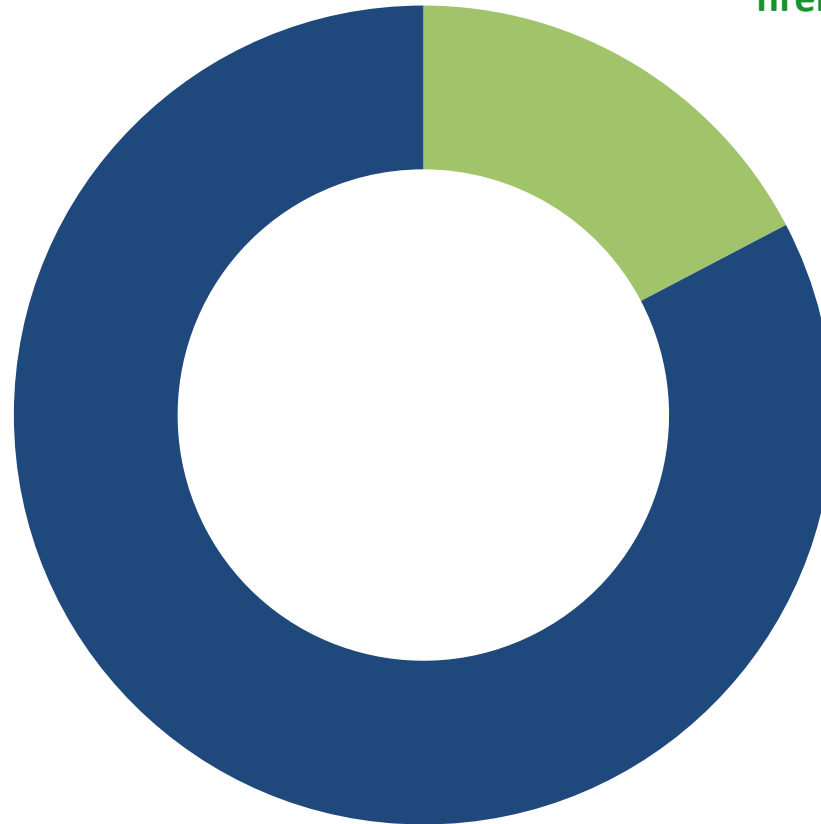
# Do zemí EU jde v průměru 83 % objemu exportu malých a středních firem.

Q2. Kolik % objemu vašeho exportu jde: Do zemí EU/mimo oblast EU

Průměrně **17 %** exportu firem jde do oblasti mimo EU

Oblasti exportu  
v %

Průměrně **83 %**  
exportu firem jde  
do zemí EU



U větších firem je podíl exportu do oblastí mimo EU o něco vyšší.

8 % firem nevedlo rozdělení exportu mezi země EU a oblast mimo EU.

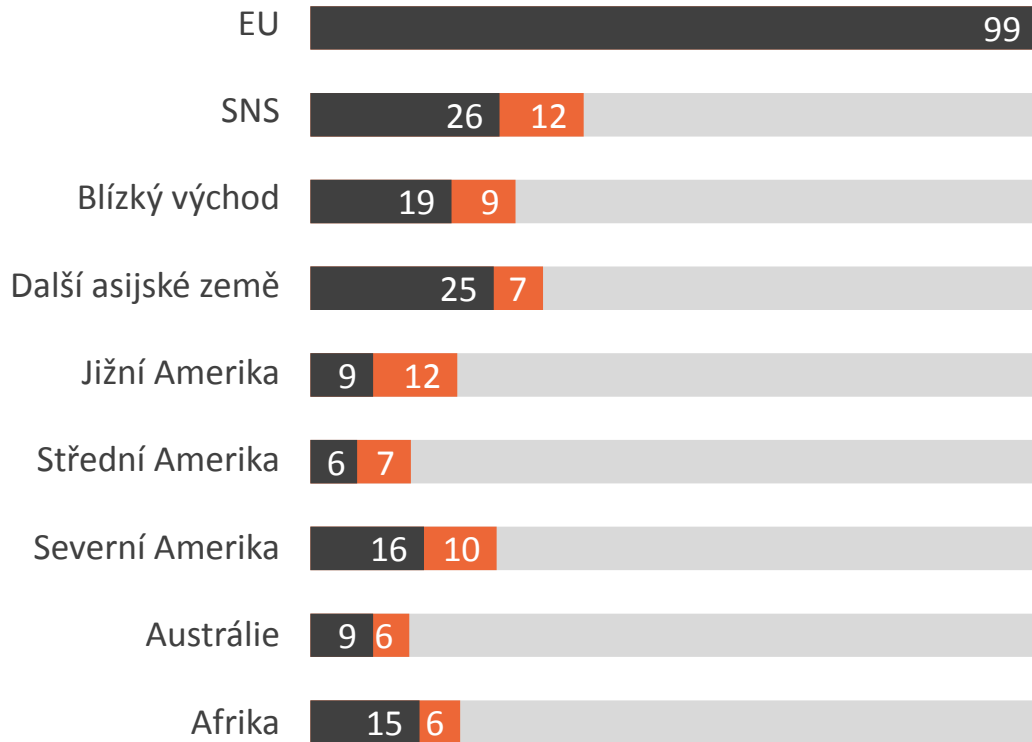
Exportní aktivity tvoří průměrně 45 % obrátu firem.

*n=463 (firmy, které byly schopny rozdělit své exportní aktivity na EU a oblast mimo EU)*

# Kromě EU patří mezi populární exportní oblasti SNS, Blízký východ a další asijské země.

Q4. Do kterých z následujících oblastí v současnosti exportujete? Q5. A zvažujete do budoucna exportovat i do dalších oblastí?  
Q6. Do kterých z následujících oblastí plánujete v budoucnu začít exportovat?

## Oblasti exportu v %



### Názor AMSP ČR:

Zajímavým zjištěním je trvalý zájem o SNS trhy, a to přes problémy v Rusku a na Ukrajině. Potvrzují se dlouhodobé a tradiční vztahy na těchto trzích. Další zajímavostí je rostoucí zájem o Severní Ameriku.

- Exportují do této oblasti
- V budoucnu do této budoucnosti plánují exportovat

47 % firem plánuje v budoucnu rozšiřovat své exportní oblasti. Širší exportní pokrytí i plány na budoucí export mají větší firmy.

**49 % firem exportuje mimo EU.**

n=503



# Navzdory současné politické situaci je Rusko stále nejpopulárnější zemí pro plánované rozšíření exportu.

Q7. Můžete uvést konkrétní země, do kterých plánujete v budoucnu začít exportovat?

## Země pro plánované rozšíření exportu v %



Rusko:  
15 %



USA:  
11 %



Čína:  
9 %



Brazílie  
8 %



Ukrajina:  
7 %



Kazachstán:  
6 %



Austrálie, Kanada, Indie  
5 %

4 % : Chile

3 % : Bělorusko, Argentina, Uzbekistán, Mexiko, SAE, Vietnam, Rakousko

2 % : Peru, Turecko, Norsko, Německo, Španělsko, JAR

1 % : Maroko, Srbsko

Ostatní země méně než 1 %

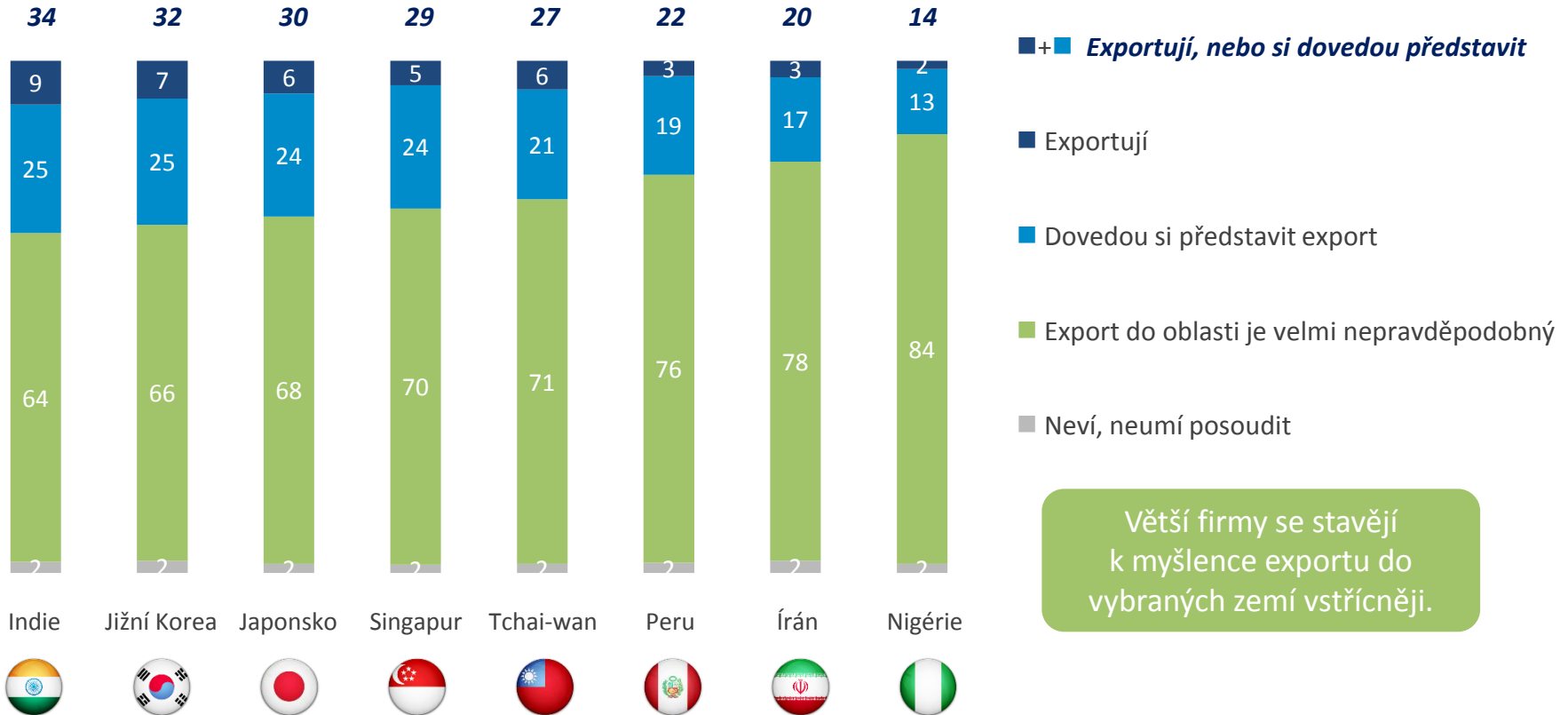
*n=234 (firmy plánující rozšířit export do dalších zemí)*

# Ze zkoumaných zemí mají nejvyšší očekávání pro export Indie, Jižní Korea, Japonsko a Singapur.

Q7a. Vyberte výrok, který nejlépe odpovídá postoji vaší firmy.

**Názor AMSP ČR:**  
Velmi zajímavé je očekávání MSP od trhů Jižní Koreji či Japonska. Jedná se přitom spíše o uzavřené ekonomiky, odkud se spíše dováží zboží.

## Země pro plánované rozšíření exportu – detail na vybrané země v %



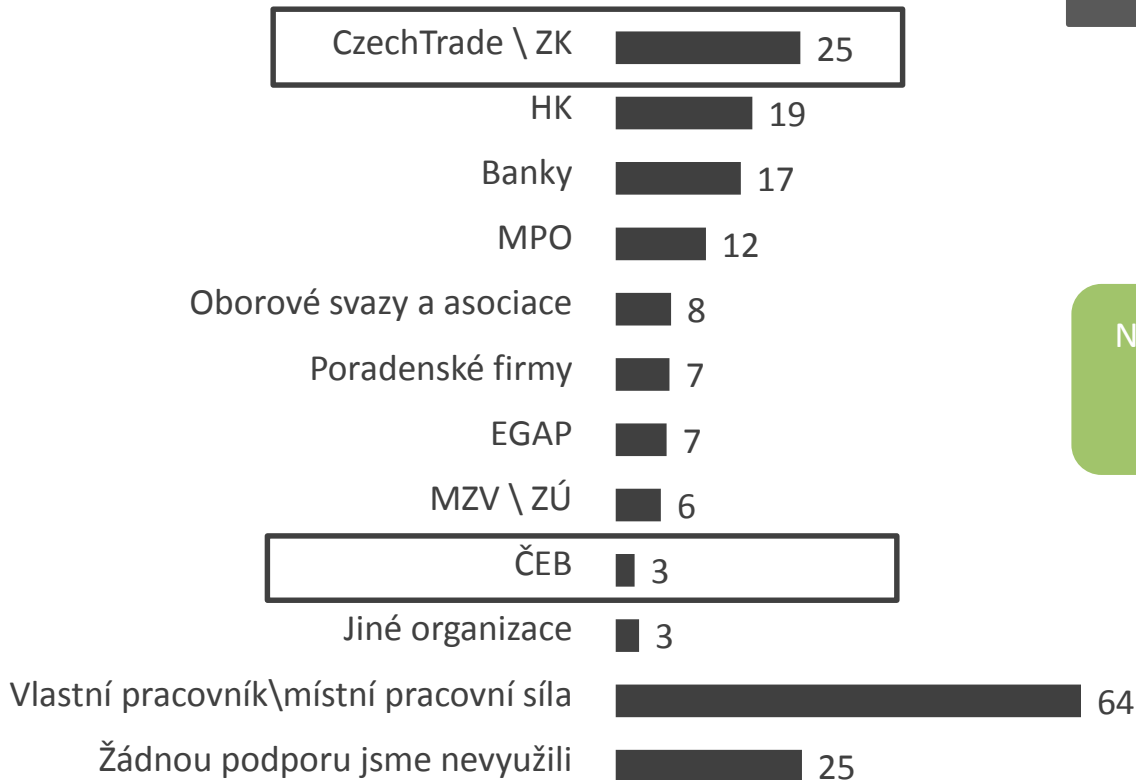
Větší firmy se stavějí k myšlence exportu do vybraných zemí vstřícněji.

n=503

# Pro podporu exportních aktivit využívaly firmy kromě vlastních kapacit nejvíce CzechTrade, komory a asociace.

Q3. Jakou formu pomoci jste využili při podpoře vašich exportních aktivit? Pokud jste využili více možností z nabídky, vyberte prosím všechny, které jste využili/a.

## Podpora využitá pro export v %



### Názor AMSP ČR:

Potvrzuje se, že CzechTrade je tradičním a využívaným nástrojem. Zajímavé je očekávání od zástupců podnikatelů, jejichž služby využilo 22 % firem a silná poradenská pozice bank.

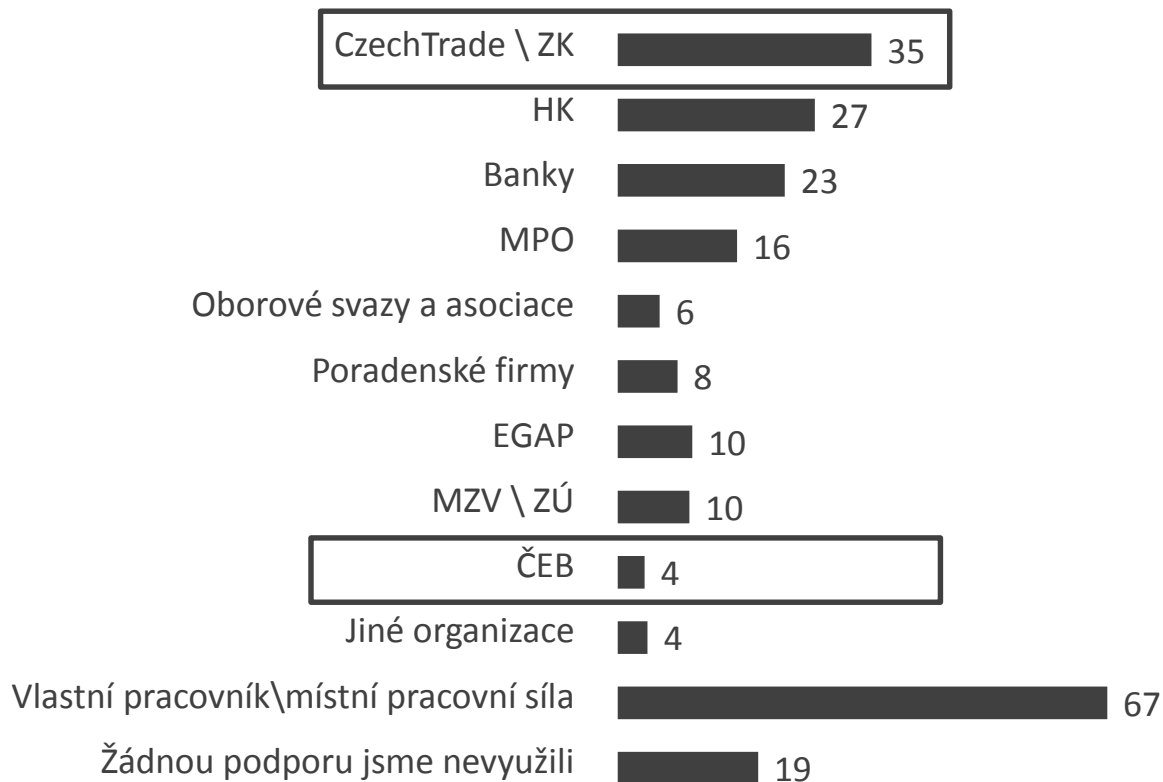
Na CzechTrade se častěji obracují větší firmy a firmy exportující do oblastí mimo EU.

n=503

# Firmy exportující do oblastí mimo EU taktéž často využívají služeb CzechTrade, komor a asociací.

Q3. Jakou formu pomoci jste využili při podpoře vašich exportních aktivit? Pokud jste využili více možností z nabídky, vyberte prosím všechny, které jste využil/a.

## Podpora využitá pro export mezi těmi, kteří exportují do oblastí mimo EU v %

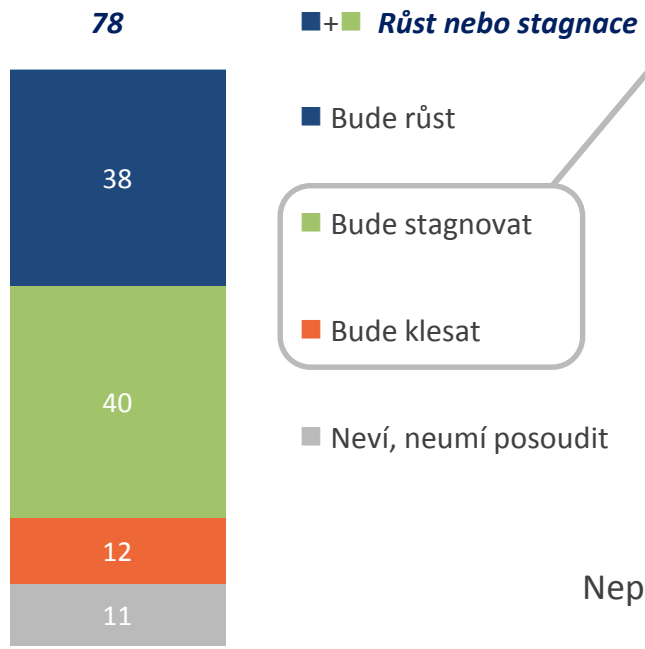


n=245 (exportují mimo EU)

# Nárůst či stagnaci exportu do Ruska očekávají čtyři pětiny firem, navzdory politické situaci tak panuje mírný optimismus.

Q20. Exportujete do Ruska? Pokud ano, jaký očekáváte v příštích letech vývoj vašich exportů do Ruska? Q21. Připravujete si vzhledem k tomuto vývoji alternativní exportní trhy?

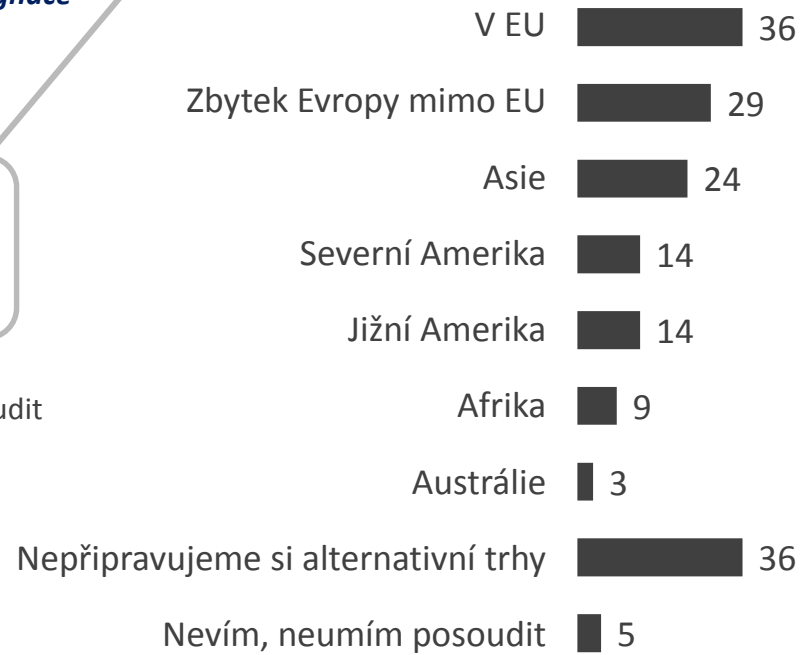
## Očekávaný vývoj ruského exportu mezi exportéry do Ruska v %



n=112 (exportují do Ruska)

Do Ruska exportuje 22 % firem.

## Plánování alternativních trhů místo Ruska v %

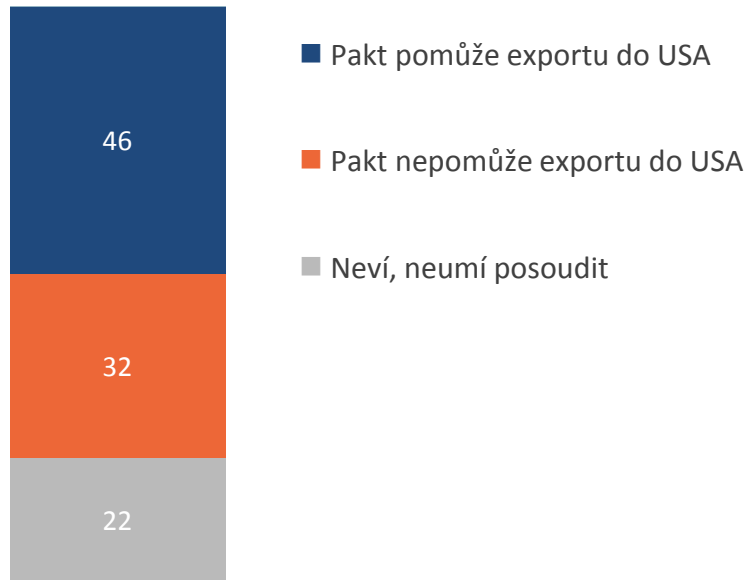


n=58 (exportují do Ruska, očekávají stagnaci či pokles)

# Přibližně polovina exportérů do USA se domnívá, že pakt TTIP pomůže jejich exportu do této oblasti

Q22. Domníváte se, že tzv.TTIP, tedy euro-americký pakt o volném a bezbariérovém obchodu Vám umožní zvýšit exporty do USA?

## Názor exportéru do USA na TTIP pakt v %



n=69 (exportují do USA)

### Názor AMSP ČR:

Mírný optimismus spojený s připravovaným bezbariérovým obchodem mezi EU a USA svědčí o určité konzervativnosti a opatrnosti ve vstupu na daleký americký trh. Svoji roli může sehrávat i zatím nevýrazná tuzemská diskuse o TTIP a podmínkách spojených s exportem do USA.

Do USA exportuje 14 % malých a středních firem.

# Výsledky v detailu: CzechTrade



# Velká část firem s CzechTrade nespolupracuje, protože jejich služby nepotřebují. Dalšími důvody jsou nevýhodnost nabídky a špatné zkušenosti.

Q8. Znáte agenturu CzechTrade? Q9. Byli byste do budoucna ochotni využití služeb CzechTrade zvažovat?

Q10. Z jakého důvodu vaše firma nevyužila služeb CzechTrade?

**96 % firem zná společnost CzechTrade.**

**74 % z těchto firem ovšem nevyužilo služeb této společnosti pro podporu exportu.**

### Názor AMSP ČR:

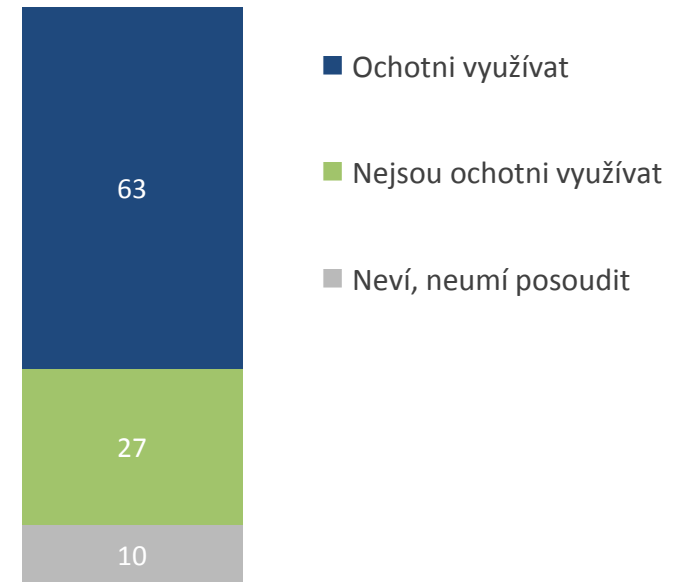
Znalost značky CzechTrade je zřejmá, nicméně vyplývá potřeba intenzivněji komunikovat i produkty CT. Například to, že 17% podnikatelů je považuje za nevýhodné je překvapivé zjištění.

### Příčiny nevyužívání v %



n=354 (znají CT, ale nevyužívají)

### Ochota využívat CzechTrade v %



n=354 (znají CT, ale nevyužívají)



# Drtivá většina firem využila služeb pražské centrály, služeb zahraniční kanceláře CzechTrade využila přibližně polovina firem.

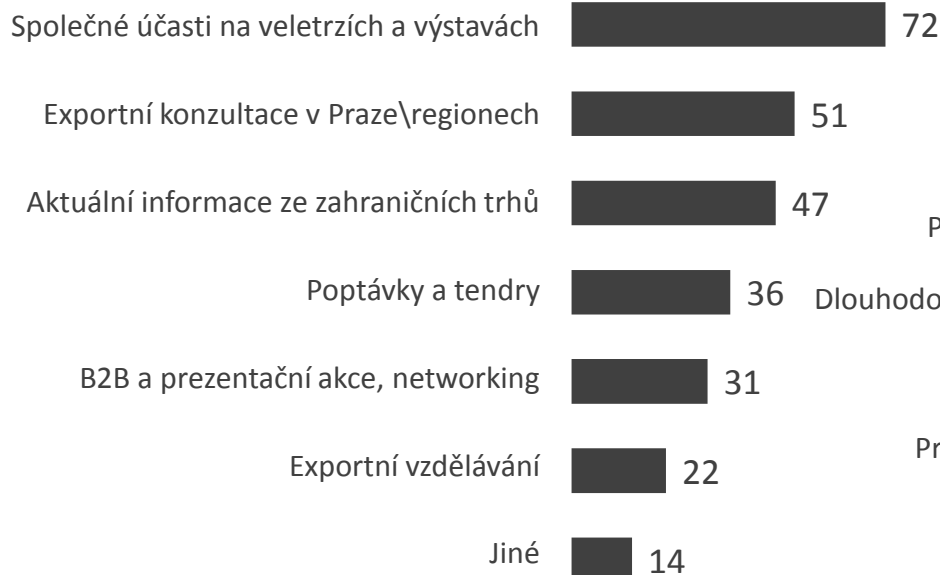
Q11. Spolupracovali jste s CzechTrade centrálou v ČR nebo s CzechTrade zahraniční kanceláří mimo ČR? Q12. Které z následujících služeb CzechTrade centrály (CzechTrade Praha) jste využili? Q13. Které z následujících služeb CzechTrade zahraniční kanceláře jste využili?

**91 % zákazníků CT využilo služeb pražské centrály.**

n=127

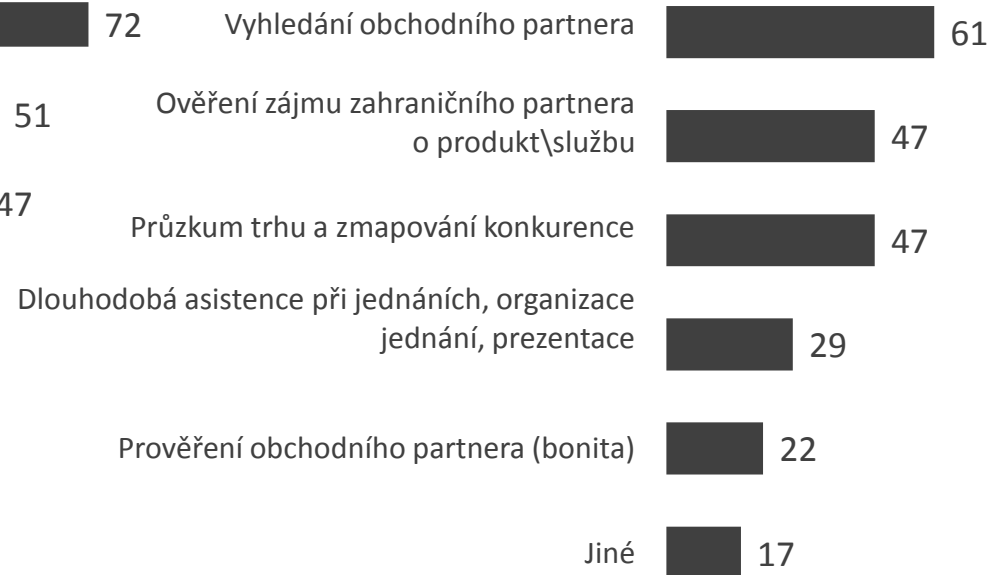
**46 % zákazníků CT využilo služeb zahraniční CT kanceláře**

## Využité služby centrály v %



n=116 (využili služeb centrály)

## Využité služby zahraniční kanceláře v %



n=59 (využili služeb ZK)

# Hlavní přínos CzechTrade vidí firmy ve fyzické přítomnosti zahraničních zástupců v teritoriích.

Q14. Co je podle vás největším přínosem spolupráce s CzechTrade? Q14b. Co konkrétně nejvíce oceňujete na fyzické přítomnosti zahraničních zástupců CzechTrade v teritoriích?

## Hlavní přínos služeb CzechTrade v %



**Na fyzické přítomnosti zástupců firmy nejvíce oceňují znalost prostředí a know-how (61 %) a obchodní kontakty (31 %)**

Statut vládní agentury a ověřené informace z první ruky více oceňují firmy exportující do oblastí mimo EU.

### Názor AMSP ČR:

Potvrzuje se dlouhodobý požadavek MSP na to, aby byla přítomnost státem garantovaných zástupců v konkrétních teritoriích. Je patrné, že firmy věří státní agentuře a považují CT za nákladově přijatelné řešení.

n=481 (znají CzechTrade)

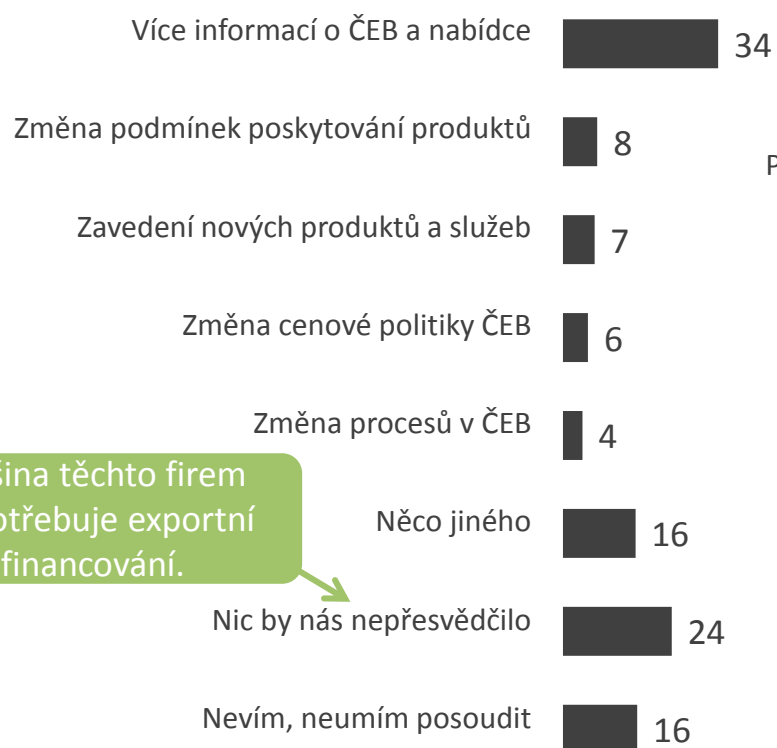
# Výsledky v detailu: ČEB



# MSP nevyžívají ve větší míře nabídku ČEB proto, že obecně exportní financování nepotřebují, nebo jim ho poskytuje jejich vlastní banka.

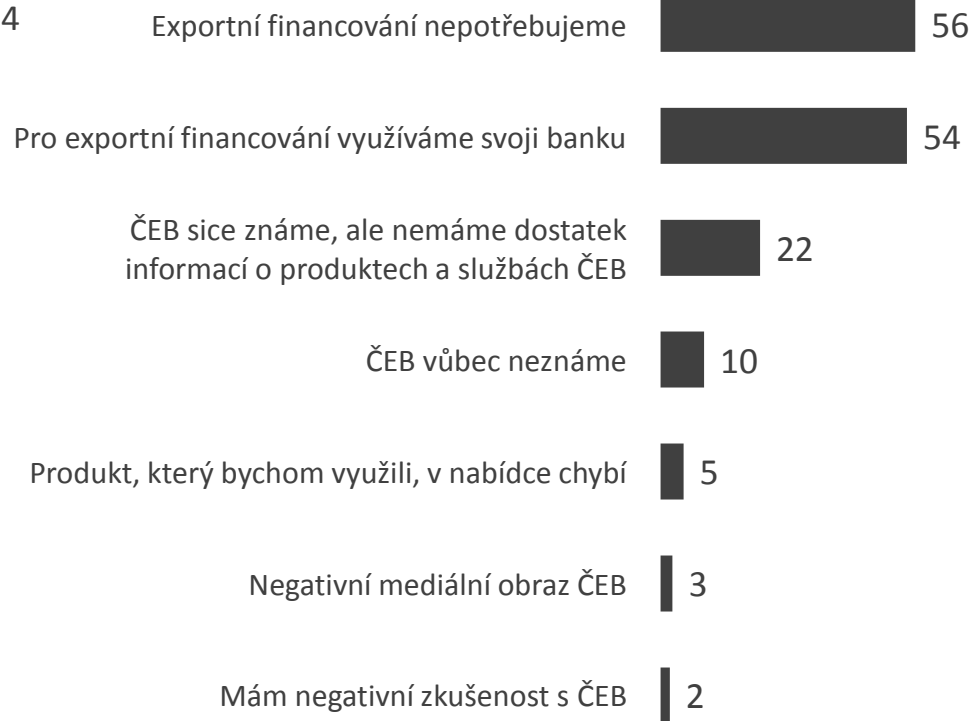
Q18. Z jakého důvodu nespolupracujete s ČEB? Q19. Co by vás mohlo přesvědčit ke spolupráci s ČEB?

## Co by přesvědčilo využívat služeb ČEB? v %



Většina těchto firem nepotřebuje exportní financování.

## Příčiny nevyžívání ČEB v %



### Názor AMSP ČR:

Firmy považují ČEB spíše za alternativní řešení k běžným bankovním produktům. Současně se ukazuje, že zdaleka ne všechny exportní firmy jsou dostatečně s produkty státní ČEB seznámeny.

n=490 (nevyžívají ČEB)

Q15. Kolikrát jste v minulosti využil\a konkrétní produkty ČEB? Q16. Ohodnoťte prosím různé aspekty vaší spolupráce s ČEB  
Q17. Jaké informační zdroje jste využívali při hledání informací o ČEB?



Výsledky indikují, že nejčastěji využívanými produkty jsou **bankovní záruky** (56 % klientů ČEB) a **předexportní úvěr** (44 % klientů ČEB)



Oslovení klienti jsou spokojeni s **profesionalitou zaměstnanců** (69 %), nejvíce výhrad mají **naopak k rychlosti vyřízení** (zde je spokojeno jen 38 % oslovených klientů).



Hlavním informačním zdrojem je pro klienty **osobní doporučení** (54 % oslovených klientů takto čerpalo informace).



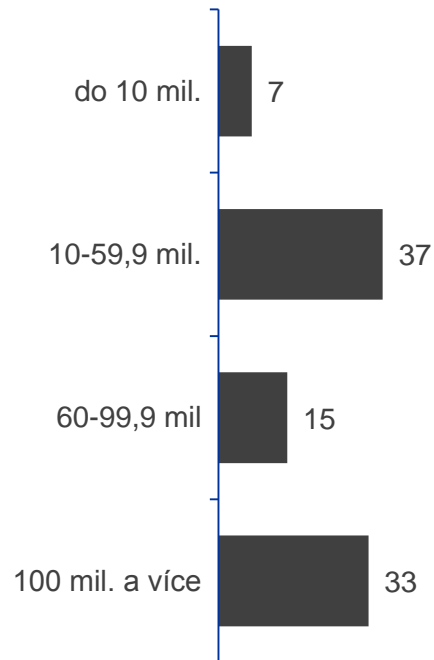
Dotazovaní klienti ČEB mají obvykle **obrat nad 100 mil. Kč** (69 % klientů) a rekrutují se z oborů typu energetika, výroba, obchod a zprostředkování obchodu.

#### Názor AMSP ČR:

ČEB si zdržuje velmi dobrou pozici mezi většími a středními exportéry, očekávané je využívání záruk, zajímavý je požadavek téměř poloviny firem na předexportní úvěry.

*n=13 (využili služeb ČEB, vzhledem k nízké bázi jsou výsledky pouze indikativní povahy)*

## Obrat



Exportní aktivity tvoří průměrně 45 % obratu

## Počet zaměstnanců

