



NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ



OBCHODNÍ VZTAHY S ČÍNOU

Výsledky výzkumu

29.3.2016

Čína v posledních měsících navázala s ČR bližší obchodní vztahy a stále více se hovoří o další možné spolupráci. AMSP zajímalo, jaký přístup k obchodu zaujmají SME podniky a jaké jsou jejich další plánované kroky ve spolupráci s Čínou a čínskými investory.



Metoda sběru

Telefonické dotazování respondentů



Cílová skupina

Firmy do 249 zaměstnanců, které aspoň částečně exportují do zahraničí – dotazování jednatelů/obchodních/finančních ředitelů/ředitelů exportního nebo importního oddělení



Velikost vzorku

260 firem



Termín sběru dat

24.2.2016 – 7.3.2016



Výzkumný nástroj

Standardizovaný dotazník o délce 15 minut



HLAVNÍ ZÁVĚRY



Malé a střední podniky (MSP) v ČR se v následujících měsících chystají navyšovat spíše export než import. Podporuje to stále nižší kvalita zboží, které Čína do ČR dováží. Čínské investice na českém trhu jsou vnímány neutrálně, ale jen malé procento MSP by je přivítalo pro svou společnost.

EXPORT

Do Číny exportuje 10 % malých a středních exportérů. Vývoz do Číny pro ně přitom představuje 8 % celkového objemu exportu. V následujících 12 měsících plánuje do Číny exportovat až 17 % firem. Firmy, které nyní do Číny exportují, plánují objem exportu v blízkých měsících navyšovat.

IMPORT

Většina exportujících MSP firem zároveň importuje (87 %). 1/4 z nich přitom dováží z Číny. Import z Číny pro ně představuje 13 % z celkového objemu importu. Kvalita zboží dovezeného z Číny není stále vnímána pozitivně.

INVESTICE a PŘÍLEŽITOSTI

Čína je jako investor na českém trhu vnímána neutrálně. Pozitivním aspektem je příliv kapitálu a vznik pracovních pozic. Pro pětinu MSP exportérů představují čínské investice pro českou ekonomiku hrozbu. Stejný počet podniků by ale naopak čínský kapitál přivítal.

Obchodní vztahy s Čínou mezi SME exportéry

10 %
exportujících SME
exportuje do Číny



**8 % celkového
objemu exportu**



**34 % z nich chystá
navýšení exportu**

22,5 %
exportujících SME
importuje z Číny



**13 % celkového
objemu importu**



**13 % vnímá čínské
produkty jako kvalitní**



obecné vnímání čínských investic v ČR je
neutrální (56 %), pro svoji firmu by ale:



**63 % exportujících SME
investice
z Číny neuvítalo**



**21 % exportujících SME
tyto investice
uvítalo**





EXPORT



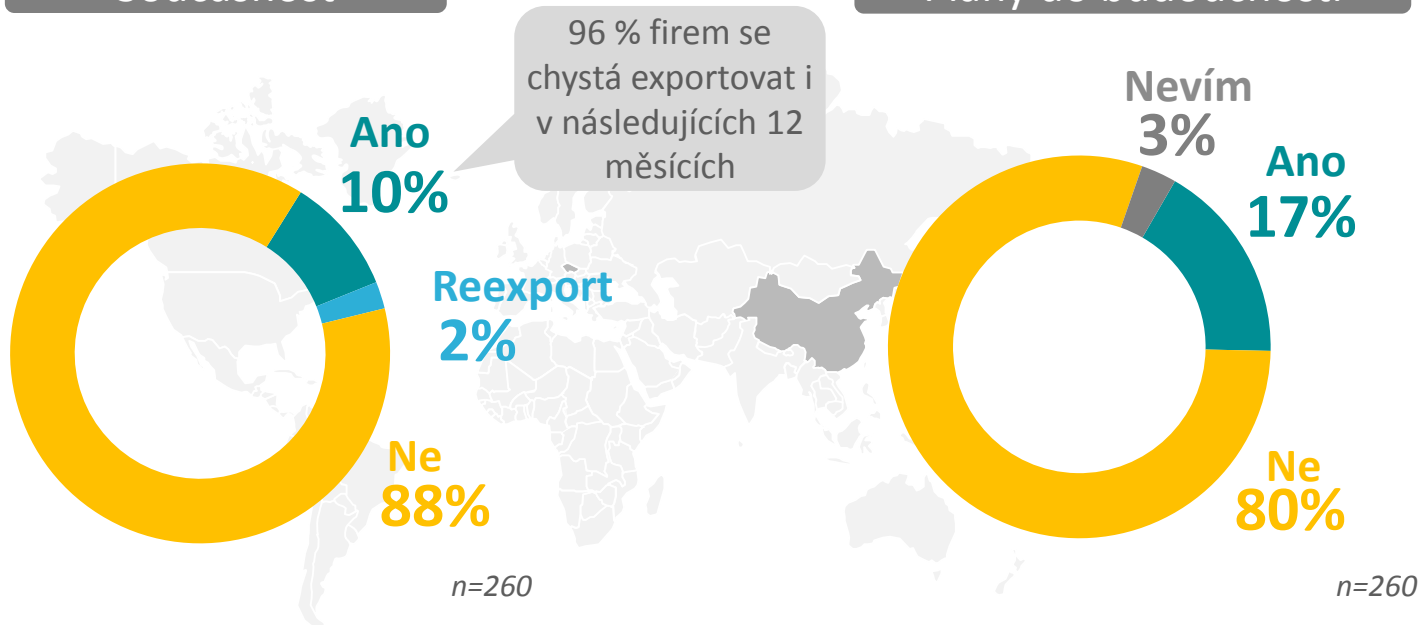
V současné době do Číny exportuje 1 z 10 exportujících SME firem. V následujících 12 měsících firmy plánují exportovat o něco více.

E1. Exportuje Vaše firma v současné době zboží do Číny? E2. A chystáte se (i nadále) v následujícím roce vyvážet zboží do Číny?

EXPORT DO ČÍNY

Současnost

Plány do budoucnosti



Komentář AMSP ČR:
Čína začíná být z pohledu exportu MSP na vzestupu. Podíl deset procent ze všech exportujících firem, které čínská teritoria drží není vůbec špatné číslo, s ohledem na rizika a specifičnost vyvážených produktů.

Největší bariérou exportování do Číny je nezkušenost s čínským trhem, hrozba nekalých praktik a riziko, že nebudou spláceny pohledávky.

E3. Co pro Váš podnik představuje největší bariéru/bariéry pro vyvážení zboží do Číny?

Jaké jsou bariéry pro export do Číny

Nezkušenost s trhem
49 %

Hrozba nekalých obchodních praktik
48 %

Jazyková bariéra
30 %

Celní bariéry
24 %

Riziko nesplácení pohledávek
48 %

Složitost nalezení vhodného obchodního partnera
39 %

Měnová rizika
25 %

*n=208
(44 % uvedlo „Něco jiného“)
(firmy, které neexportují, ani se nechystají exportovat do Číny)*

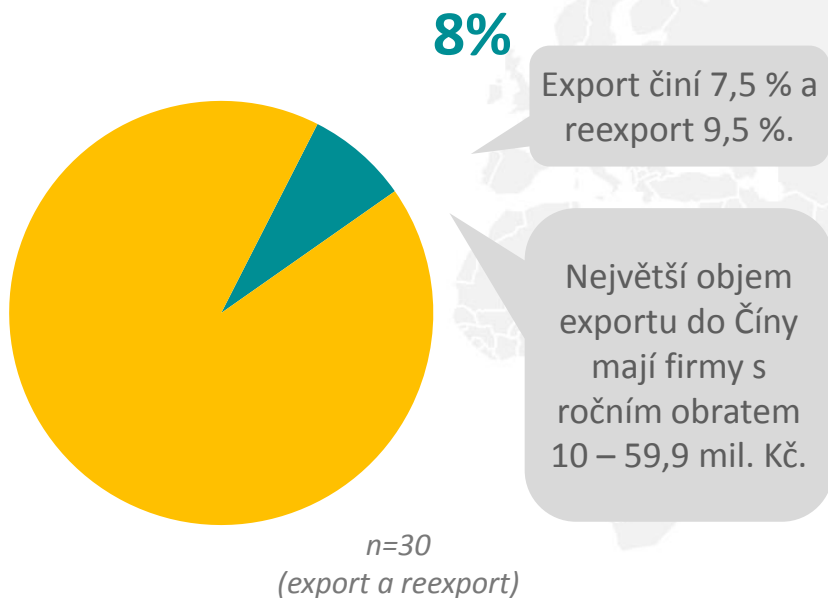
Komentář AMSP ČR:

Je patrné, že menší a střední firmy stále vnímají Čínu jako rizikového partnera. Výsledky potvrzují, že naše firmy mají stále obavy z určité neseříznosti a nespolehlivosti čínských odběratelů. Tato obava převažuje dokonce i nad tím, jak komplikovaně vidí podniky sehnat zajímavého obchodního partnera.

Z celkového objemu exportu vyvezou SME firmy do Číny průměrně 8 %. Největší objem exportu jdoucího do Číny vykazují střední firmy.

E4. Jaké procento z celkového objemu Vašeho exportu do zahraničí vyvážíte do Číny (včetně reexportu)?

Objem re/exportu do Číny z celkového objemu vyvezeného zboží



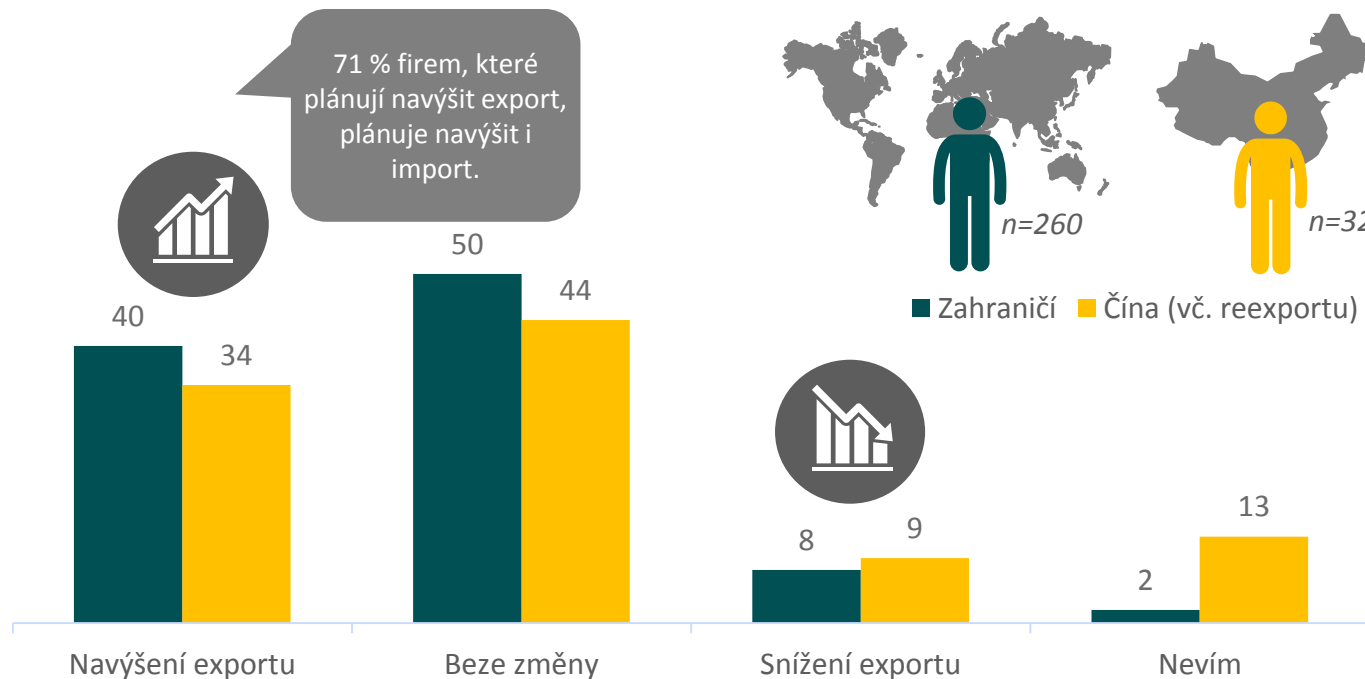
Komentář AMSP ČR:

Velmi zajímavý údaj, který s ohledem na výsadní postavení evropských destinací řadí Čínu k poměrně důležitým obchodním partnerům i s ohledem na udržení stability dotčených exportérů.

4 z 10 firem plánují navýšení exportu. Podobně by se měl navyšovat i export do Číny.

E5./E5a. Jaké máte očekávání ohledně exportu do zahraničí/Číny v následujících 12 měsících?

Očekávání ohledně exportu v následujících 12 měsících



Komentář AMSP ČR:
 České vývozní firmy mají nebývalou chuť dále exportovat, mají sebevědomí a nebojí se komplikovaných teritorií a výzev.



IMPORT

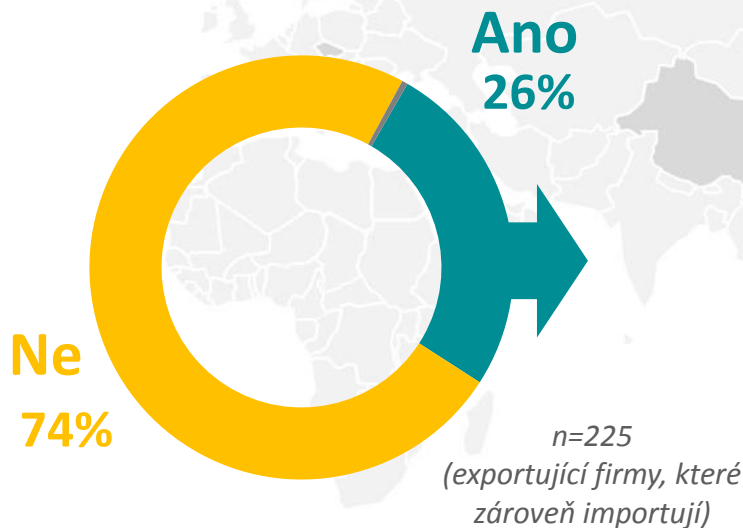


Mezi exportujícími SME firmami, které zároveň importují, je 26 % těch, které importují z Číny. Import z Číny přitom činí 13 % celkového objemu dováženého zboží.

I1. Importuje Vaše společnost z Číny? I1a. Jaké procento z celkového objemu Vašeho importu dovážíte z Číny?

Kolik firem importuje z Číny

Jaký je objem importu z Číny



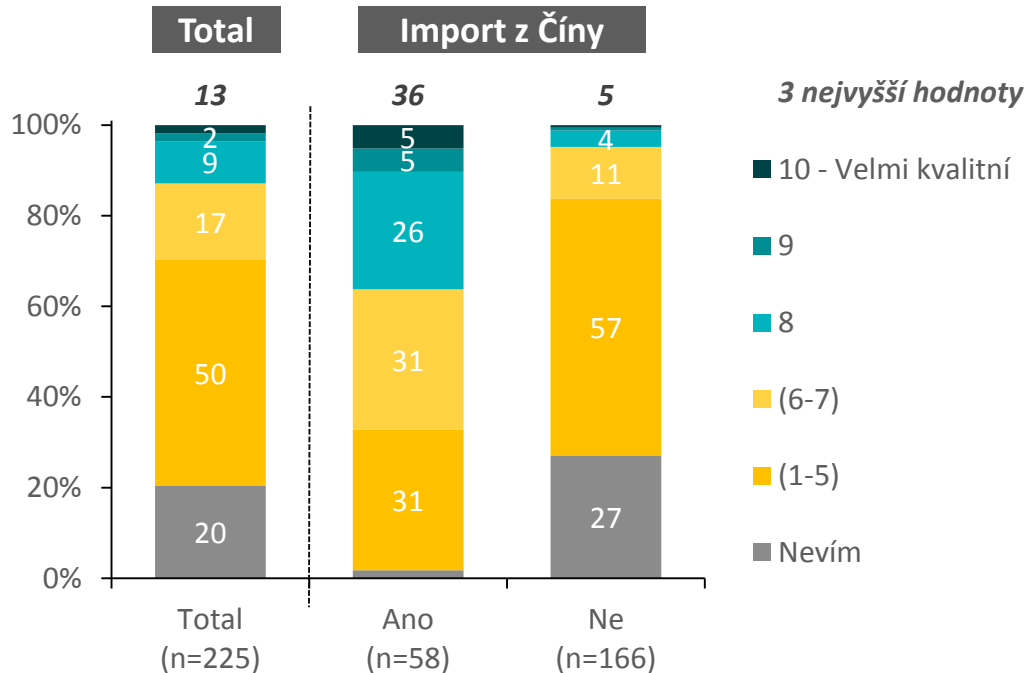
Komentář AMSP ČR:

To, že každý čtvrtý dovozce importuje zboží z Číny odpovídá tomu, že Čína je stále brána jako země, kde se vyplatí nakupovat. Je ale patrné, že se firmy nespolehají pouze na zboží ze země středu a že si dokáží rozkládat nákupní rizika mezi dodavatele s více zemí.

Celkově není kvalita čínských výrobků vnímána příliš pozitivně. Výrobky za kvalitní považují především firmy, které je dováží a mají s nimi zkušenost.

12. Jak vnímáte zboží importované z Číny z hlediska kvality?

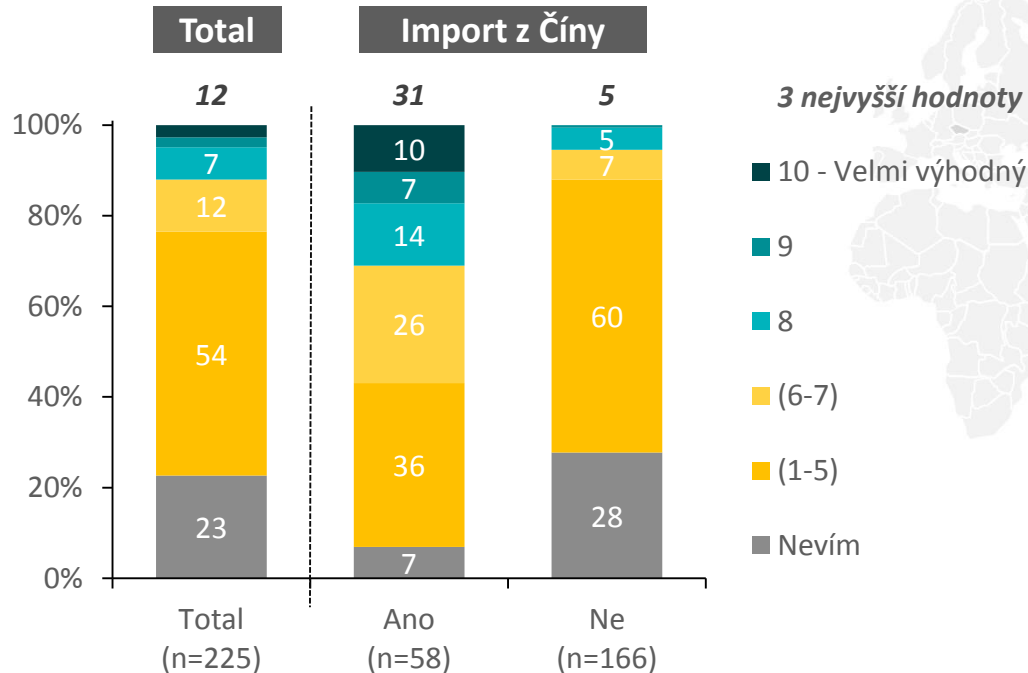
Jak je vnímána kvalita čínského zboží



Komentář AMSP ČR:
Stále převládá názor, že zboží z Číny neodpovídá zcela požadavkům na kvalitu. Spíše negativně hodnotí kvalitu dováženého zboží skoro polovina importérů.

13. Do jaké míry je nebo by byl pro Vaši společnost finančně výhodný dovoz čínských výrobků?

Jak je vnímána finanční výhodnost čínského zboží



3 nejvyšší hodnoty

- 10 - Velmi výhodný
- 9
- 8
- (6-7)
- (1-5)
- Nevím

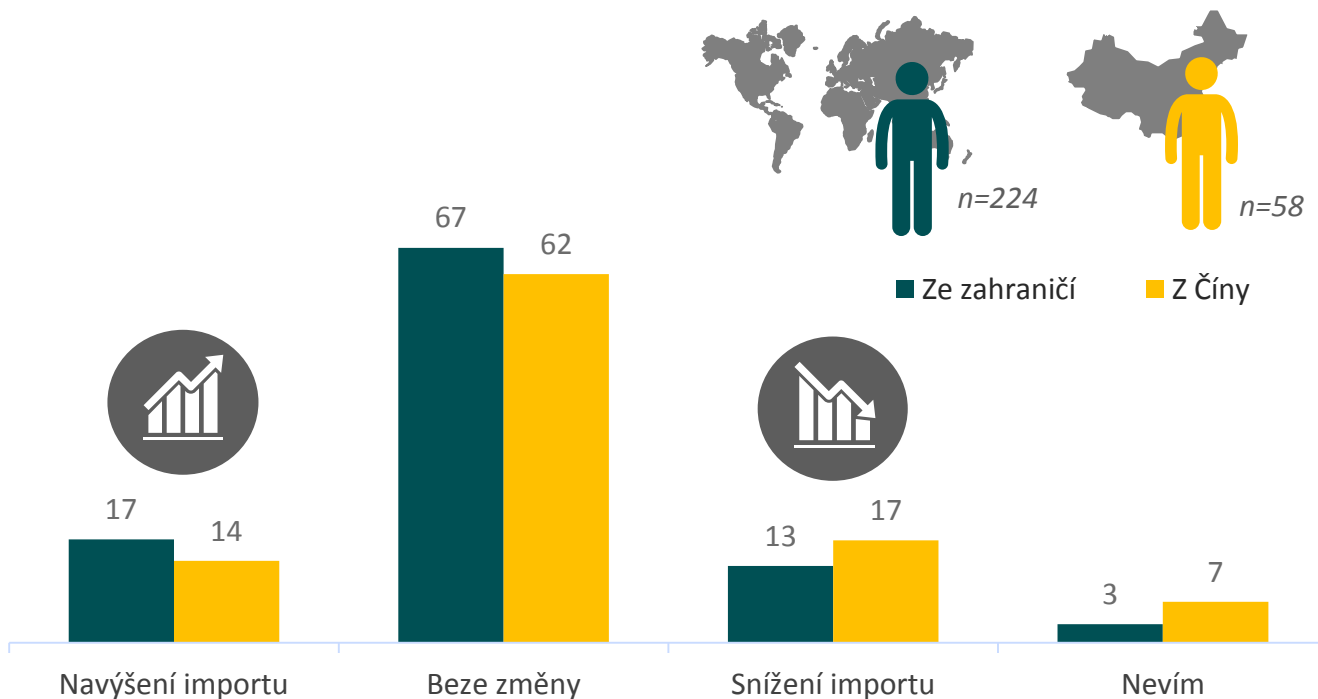
Komentář AMSP ČR:

To je překvapivá informace, která jasně naznačuje, že Čína se přestává stávat destinací s levnými produkty.

Firmy obecně neplánují v následujících 12 měsících měnit objem dováženého zboží. Tentýž předpoklad platí i pro import z Číny.

14. Jaká máte očekávání ohledně importu čínských výrobků/výrobků ze zahraničí v následujících 12 měsících?

Očekávání ohledně importu v následujících 12 měsících



Komentář AMSP ČR:
Je patrné, že firmy neplánují v dovozech žádnou revoluci, přesto je vidět trend nepatrného ústupu od importů z Číny.



ČÍNSKÉ INVESTICE



Investice Číny na českém trhu jsou vnímány neutrálně. Pozitivně je vidí pětina dotázaných exportujících SME firem, stejně tak ale firmy nevidí v čínských investicích zásadní hrozbu.

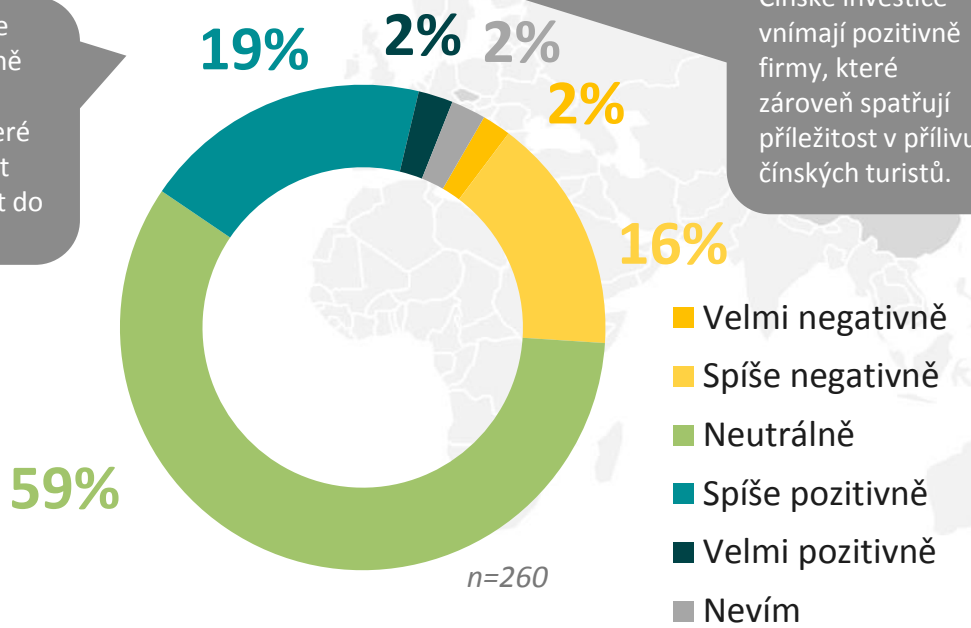
N1. Jak vnímáte investice Číny na českém trhu?

Jaký je postoj k čínským investicím na českém trhu?

Čínské investice vnímají pozitivně především společnosti, které plánují zvyšovat import a export do Číny.

Čínské investice vnímají pozitivně firmy, které zároveň spatřují příležitost v přílivu čínských turistů.

Komentář AMSP ČR:
Velmi zajímavá informace, která nepotvrzuje přehnané obavy z čínského kapitálu.



Čínské investice jsou vnímány pozitivně pro příliv kapitálu, vznik pracovních pozic a celkovému zlepšování ekonomiky.

N2. Z jakého důvodu tyto investice vnímáte pozitivně?

Proč jsou čínské investice vnímány pozitivně?



Komentář AMSP ČR:
Příznivci navyšování čínských investic vnímají tento kapitál trochu překvapivě hlavně z makroekonomického pohledu, méně potom ve vylepšení kapitálové struktury podniků.

Negativně je o investicích z Číny uvažováno především kvůli obavám, že oslabí naši ekonomiku a odvedou kapitál do zahraničí. V zájmu čínských investorů o český trh jsou rovněž viděny politické zájmy.

N2. Z jakého důvodu tyto investice vnímáte negativně?

Proč jsou čínské investice vnímány negativně?

Oslabují naši ekonomiku a odvádí kapitál
17 %

Kulturní rozdílnosti
13 %

Berou práci místním
9 %

Obavy z jejich velikosti a rozmachu
4 %

Antipatie k Číně
4 %

Jedná se pouze o politiku – nejde jim o zisky
17 %

Konkurence na českém trhu
13 %

Kopírují naše produkty a Know how
7 %

Špatný vliv na naše standardy kvality
4 %

Bezpečnost
2 %

Komentář AMSP ČR:
Poměrně vyvážený pohled odpůrců čínských investic. Zajímavé je to, že nedominuje zvýšená konkurence a ekonomické hrozby, ale spíše obavy sociologického a politického charakteru.

n=46

6 z 10 firem by odmítlo možnost přijmout pro svou společnost kapitál od čínského investora, naopak celá pětina podniků by byla pro.

N3. Kdyby měla Vaše společnost možnost získat kapitál od čínského investora, přijala by ho?

Mají české exportující SME firmy zájem o investice z Číny?



**Rozhodně
ano
4 %**

**Spíše
ano
17%**

**Spíše
ne
32 %**

**Rozhodně
ne
31 %**

**Nevím
16 %**

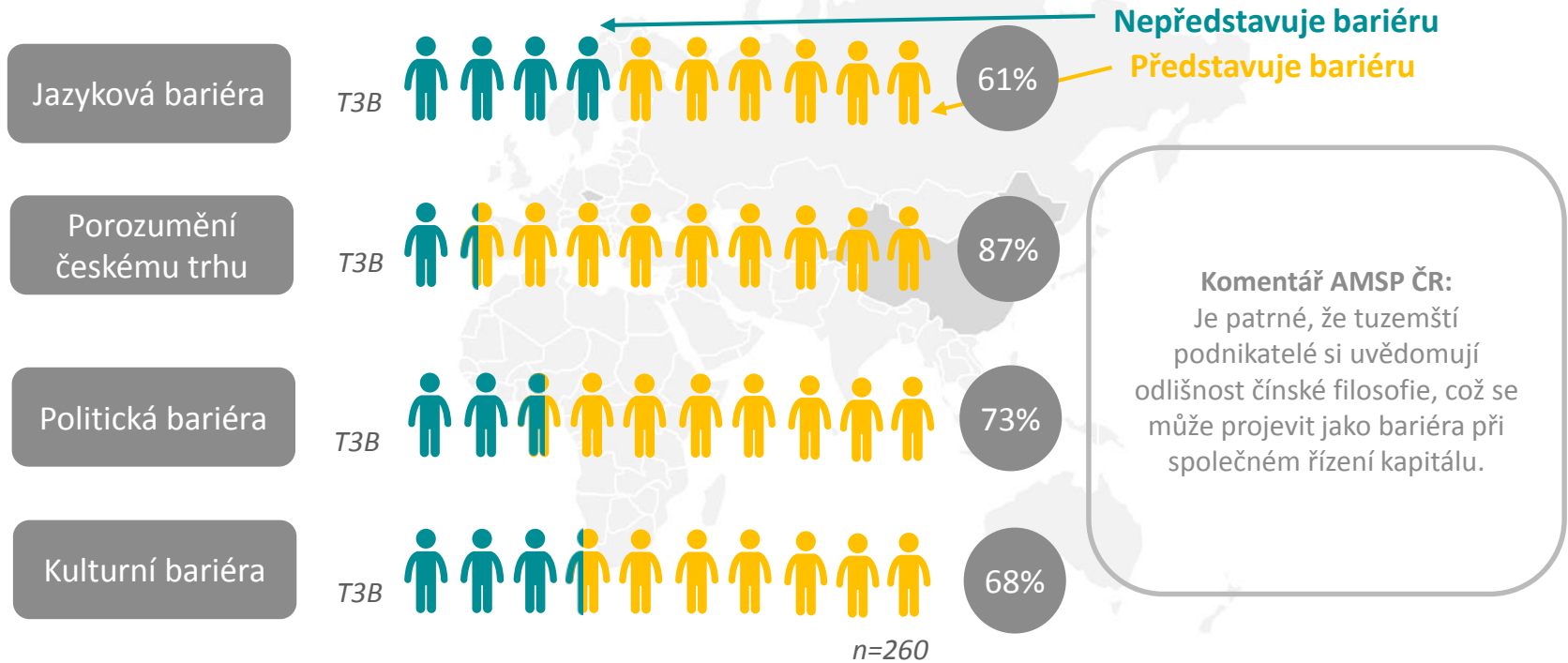
n=260

Komentář AMSP ČR:
To, že pětina firem má zájem o vstup čínského partnera, je překvapivě vysoké číslo, které vyjadřuje, že tuzemské firmy přestávají mít vůči Číně předsudky.

Největší bariérou je pro české podnikatele obava, že čínský investor neporozumí správně českému trhu.

N4. Jak byste hodnotil/a Čínu jako investora z následujících pohledů?

Do jaké míry potenciální bariéry představují překážku pro investici





Příležitosti navázané na Čínu



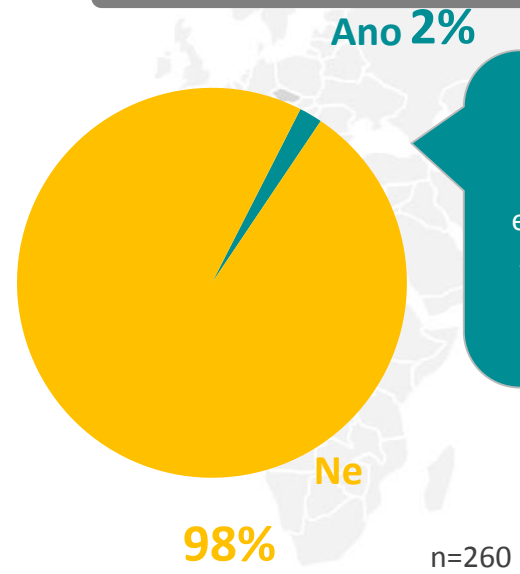
2 % exportujících SME firem mají ve svém vedení člověka, který se zabývá studiem čínštiny.

S1. Máte ve firmě v managementu člověka, který se zabývá studiem čínštiny?
S2. Plánujete ve Vaší firmě studium čínštiny u manažerských pozic?

Studium čínštiny manažerů

Studují manažeři čínštinu?

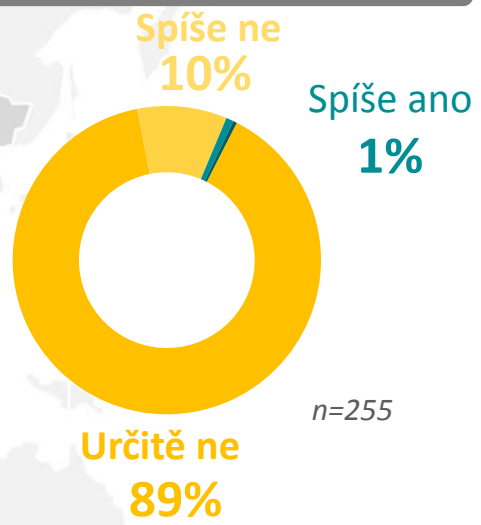
Je plánováno studium čínštiny ve firmách?



Ano 2%

Nejčastěji se jedná o společnosti nad 100 zaměstnanců, které exportují do Číny. Tyto společnosti očekávají navýšení exportu a importu z Číny.

Cílem je vést prodejní diskuzi na základní úrovni a vyjednat obchod.



Spíše ne 10%

Spíše ano 1%

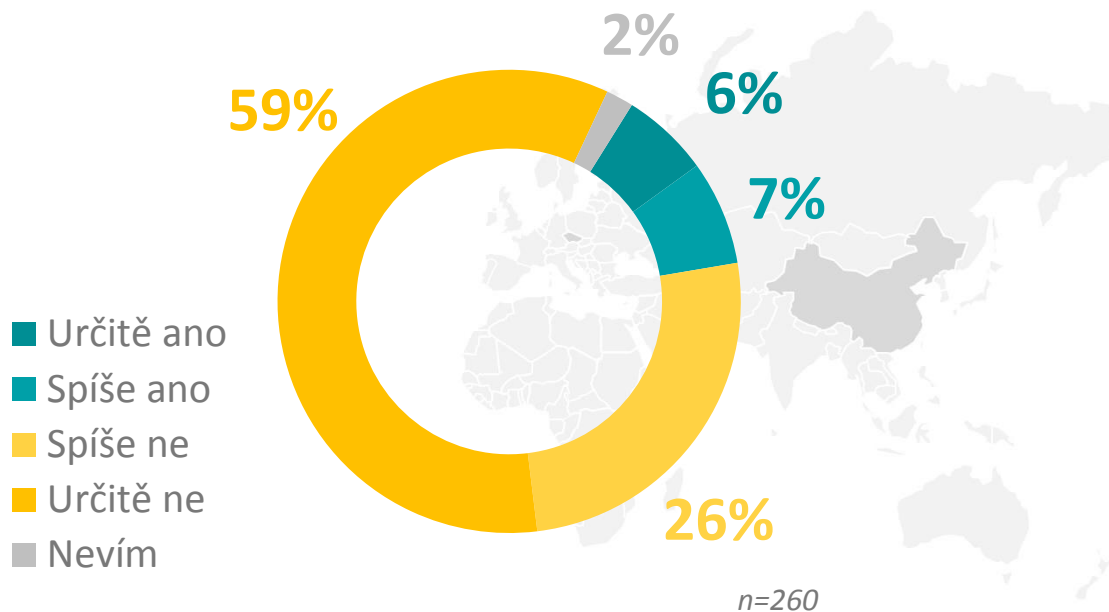
Určitě ne 89%

Komentář AMSP ČR:
Jakkoliv mohou vypadat 2% jako velmi málo, nepovažujeme to za úplně špatné číslo. Spíše je překvapením, že manažeři se nechtějí dále do studia čínštiny pouštět a nepotvrzují tím světové trendy.

Přibývání čínských turistů pro sebe exportující SME firmy nepovažují za obchodní příležitost .

S4. V posledních letech se zvýšil počet čínských turistů v České republice. Vnímáte pro Váš podnik tento fakt jako obchodní příležitost?

Je nárůst čínské turistiky v ČR vnímán jako obchodní příležitost?



Komentář AMSP ČR:
Zajímavá informace. I přes fakt, že meziroční růst čínských turistů je o desítky procent, naše firmy v nich mimořádnou obchodní příležitost nespatřují.

Postřehy ze spolupráce s Čínou jsou pozitivního i negativního vyznění.

S5. Máte nějaký konkrétní postřeh nebo dojem, co si ze spolupráce s Čínou odnášíte? Prosím, můžete nám sdělit svoji zkušenost?

Konkrétní postřehy ze spolupráce s Čínou



Podle exportujících SME firem by měl stát podporovat obchod s Čínou prostřednictvím veletrhů a výstav. Vítaná je i patentová podpora.

S6. Pokud jde o případnou spolupráci Vašeho podniku s čínským partnerem, jakou podporu ze strany státu očekáváte?

Jak by měl stát obchod s Čínou podpořit

Komentář AMSP ČR:

Vyvážený a velmi zajímavý pohled, firmy by přivítaly jak marketingovou, tak finanční podporu, žádná přitom zásadně nepřevažuje.

Import a export

