



TRENDY V EXPORTU MALÝCH A STŘEDNÍCH FIREM

Závěrečná zpráva

Červen 2018

© 2018 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

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 obrazu o dané problematice a možnost další práce s těmito výstupy.



Hlavním cílem výzkumu bylo zmapovat **export a exportní oblasti mezi malými a středními firmami, vyhodnotit státní podporu a srovnat výsledky s předchozími roky.**



**Metoda
výzkumu**

CATI – telefonické dotazování firem
14.5.-30.5. 2018



**Cílová
skupina**

Malé a střední firmy (5-250 zaměstnanců),
které alespoň část výroby/služeb exportují



**Velikost
vzorku**

398 firem



**Výzkumný
nástroj**

Strukturovaný dotazník o délce 15 minut

A large container ship is shown from a side-on perspective, sailing on a clear blue sea under a bright sky. The ship's hull is dark blue above the waterline and red below. The deck is heavily loaded with stacks of colorful shipping containers in shades of blue, orange, and grey. The white superstructure of the ship is visible on the left side. A prominent blue banner with white text is overlaid on the lower part of the image.

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ



Letošní výzkum znovu **potvrdil dominanci EU jakožto exportních destinací MSP. Roste ale zájem rozšiřovat počet zemí kam vyvážíme**, převažuje Německo a sousední země, ale roste opět zájem exportovat do oblíbeného Ruska.



Potvrzujeme průmyslové zaměření naší ekonomiky, **neboť plně 4/5 exportu realizujeme na B2B trzích**. Naopak velké rezervy máme na zahraničních veřejných trzích, kam směřují pouze 4 % z celkového exportu.

Největšími bariérami, se kterými se firmy v exportu potýkají, jsou kurzová rizika a všeobecně vysoká míra byrokracie v našem podnikatelském prostředí. V obou případech je to přibližně dvojnásobný nárůst oproti loňsku.



Firmy potvrzují dlouhodobě vysokou znalost CzechTrade mezi exportéry (97 %). 3 z 10 firem využily jeho služeb pro podporu exportu, 7 z 10 firem mají zájem využívat jeho služeb, často by se také obracely na MPO.



Hlavní podporu firmy očekávají **v komplikovanějších teritoriích nebo v destinacích s velkým objemem exportu**. Firmy očekávají od státu nepřímou podporu exportu – ta by měla mít podobu především **daňové/administrativní (snížení zátěže), podpůrné obchodní politiky, investiční a inovační podpory**.



EXPORT OBECNĚ

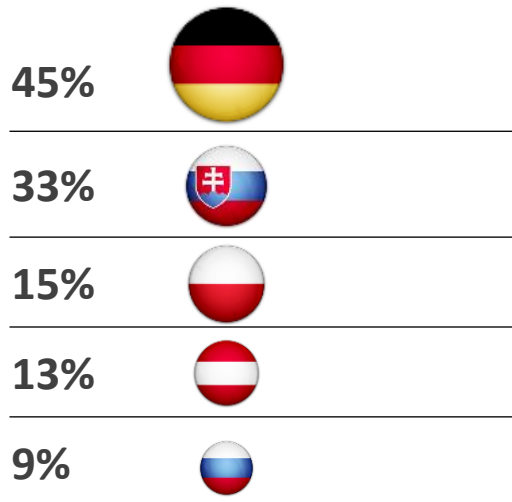
Kromě EU exportují vývozci nejčastěji do SNS, do oblasti Blízkého východu, do dalších asijských zemí a do Severní Ameriky.

Oblasti exportu v %



Oblasti exportu
jsou podobné jako
v roce 2017.

Do těchto zemí exportují firmy nejvíce z hlediska objemu



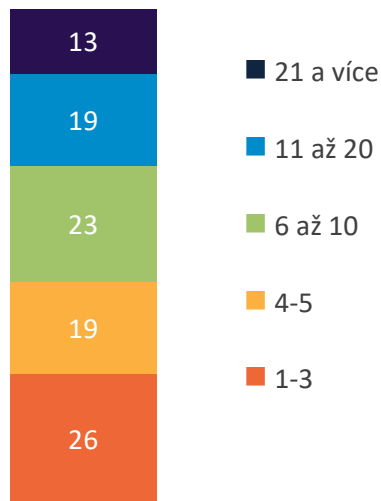
Komentář AMSP ČR:
Potvrzuje se dlouhodobý trend, malé a střední exportně orientované firmy jsou závislé na EU, stále více se ale objevuje i tendence vracet se na trhy SNS, kde v posledních pěti letech došlo vlivem ekonomických problémů v Rusku k velkému propadu.

Q4. Do jakých regionů exportujete? Q5. Uvedte prosím, do jakých zemí vyvážíte nejvíce z hlediska objemu:

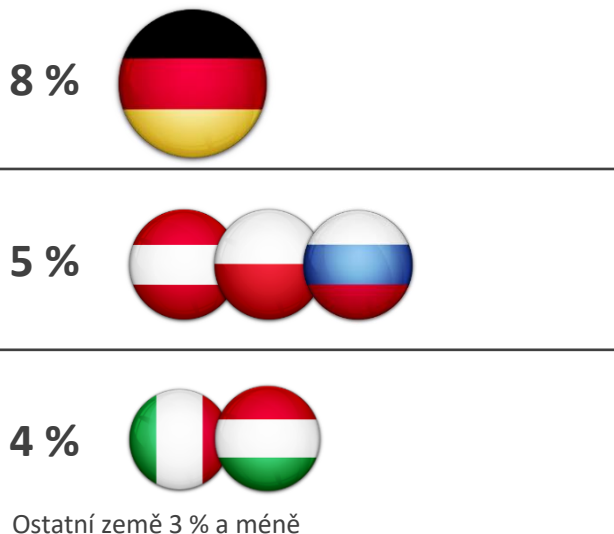
Báze: 398

Více než polovina firem exportuje do 6 a více zemí. Německo je země, do které firmy plánují rozšířit export nejčastěji.

Do kolika zemí firmy exportují?
v %



Do kterých zemí plánují firmy rozšířit export?
v %



Komentář AMSP ČR:
To, že třetina malých a středních firem exportuje do jedenácti a více zemí a polovina alespoň do šesti a více destinací značí, že menší podnikatelé chápou zahraniční obchod jako přirozenou šanci pro růst tržeb. Současně je to důležitá informace s ohledem na diversifikaci rizik, vyplývajících ze závislosti na tuzemském trhu nebo několik a málo zemích.

Q3.Do kolika zemí exportujete? Q6. Uvedte prosím konkrétní země, kam máte v plánu začít exportovat:
Báze: 398

Exportéři sází na vlastní pracovníky, následuje CzechTrade, roste vliv zástupců podnikatelů, MPO i MZV.

Podpora využitá pro export v %



Vlastní pracovník
85 %
2017 63 %



30 %
2017 30 %



Banky
28 %
2017 22 %



20 %
2017 18 %



Asociace, svazy,
komory
20 %
2017 18 %



MZV/zastupitelstva
14 %
2017 12 %



8 %
2017 10 %



Poradenské firmy
11 %
2017 9 %



6 %
2017 5 %

Komentář AMSP ČR:
Z výsledků je zřejmé, že státní podpora hraje v exportních aktivitách významnou roli. Pokud si firma nezajišťuje export vlastními pracovníky, pak je jejich první volbou CzechTrade. Vysoký potenciál je rovněž v bankovních službách, zaměřených na vývozy a posiluje i role asociací, komor či svazů.

Q2. Jakou formu pomoci jste využili při podpoře vašich exportních aktivit?

Báze: 398

Za největší problém exportu považují firmy kurzové riziko. Podobně velkým problémem je byrokracie a regulace.

Největší problémy v exportu v %

Kurzy, kurzové riziko	20
Regulace, byrokracie	19
Konkurence	9
Celní bariéry	8
Platební morálka	7
Ceny, cena dopravy	7
Nedostatek kvalifikovaných lidí	6
Rostoucí náklady	5
Jazyková bariéra	5
Nalézt vhodného partnera / zákazníka	5
Doprava	4
Legislativa	4
Omezení (embargo) do určitých zemí, mezinárodní sankce	4
Další odpovědi pod 3%	

Oproti loňsku uvedlo jako největší problém v exportu kurzy a kurzové riziko přibližně dvojnásobek respondentů. Stejný nárůst zaznamenala i regulace/byrokracie.

Komentář AMSP ČR:
Meziroční dvojnásobný nárůst významnosti kurzového rizika je spojen s ukončením intervenčního režimu, který do vysoké míry garantoval vývozcům předvídatelný kurz.

Q30. Jaké jsou podle Vás největší problémy v exportu?

Báze: 398

Nejvíce exportérů by ocenilo pomoc státu v Rusku a Německu.

Největší přidanou hodnotu/marži realizují exportéři v těchto zemích v %



Ostatní země 3 % a méně

Kde by exportéři ocenili státní pomoc? v %



Ostatní země 3 % a méně

Komentář AMSP ČR:

Velmi zajímavá je informace o vysoké přidané hodnotě na Slovensku, což potvrzuje jen o 5 % méně vývozců než do dominantního Německa.

Potvrzuje se oblíbenost ruských trhů, které ale podnikatelé vnímají jako komplikovanější a rizikovější a vyžadují tam tudíž vyšší podporu, než v zemích EU.

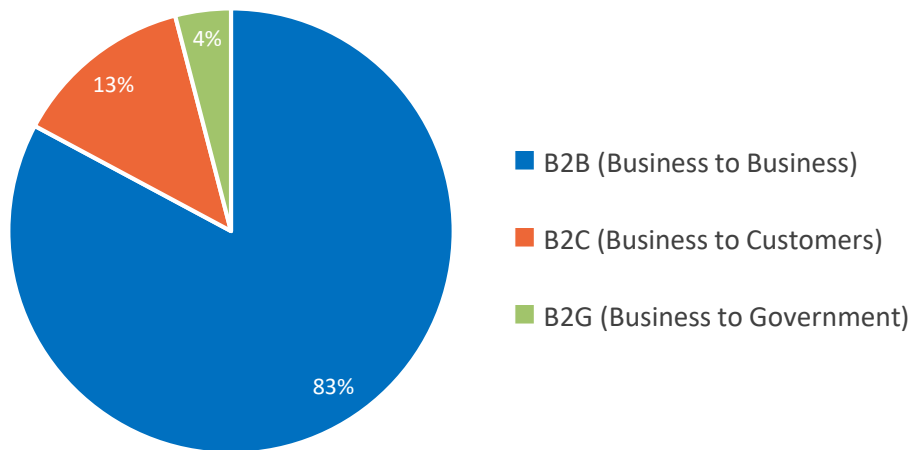
Q29. V jakých zemích realizujete největší přidanou hodnotu/marži?

Q7. Uveďte prosím konkrétní země, kde byste nejvíce uvítali pomoc státu

Báze: 398

Více než 4/5 exportu v průměru tvoří B2B segment. Oproti tomu segment B2G tvoří podíl pouze 4 %.

Podíl segmentu na exportu v %



Komentář AMSP ČR:
Potvrzuje se fakt, že jsme průmyslově orientovanou ekonomikou, tudíž dominují mezipodnikové obchody, zejm. ve výrobním sektoru. To, že pouze 4 % vývozu končí ve veřejném sektoru, znamená mj. i to, že nedokážeme plně využít velkého potenciálu státního sektoru zejména v zemích EU.

Q8. B2B/B2C/B2G Vyjádřete podíl daného segmentu v procentech.

Báze: 398

A large container ship is shown from a side-on perspective, sailing on a clear blue sea under a bright sky. The ship's hull is dark blue with a red bottom. The deck is heavily loaded with stacks of colorful shipping containers in shades of blue, orange, and grey. The ship's superstructure is white and features multiple levels with windows and various antennas. A prominent blue semi-transparent banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'CZECHTRADE' in white, bold, sans-serif capital letters. In the background, a rocky breakwater and a few buoys are visible in the water.

CZECHTRADE

Téměř všechny firmy znají CzechTrade.

97 % firem zná společnost CzechTrade.

69 % z těchto firem ovšem nevyužilo služeb této společnosti pro podporu exportu.

Příčiny nevyužívání v %

Export si řešíme si sami a nepotřebujeme tyto služby	61
Nejsme si jisti, že by nám CzechTrade poskytl účinnou pomoc	5
Nerelevantní nabídka	4
Využili, ale nepomohli, nic nenabídli, neměli zájem	4
Složité jednání / zdlouhavé / hodně byrokracie	3
Máme osobní kontakty v místě	3
Neznalost nabídky	3
Specifický obor / specifické produkty	3
Neznáme nabídku CzechTrade	2
Nepřiměřené ceny	2
Spoléháme na rady jiných exportérů	1
Nevím / neumím posoudit.	10

Znalost CT je o 3 procentní body vyšší než loni, využití je na podobné úrovni.

Komentář CzechTrade:
92 % oslovených patří mezi firmy exportující 5 a více let. Tito zkušení exportéři si řeší aktivity v zahraničí vlastními silami.

Q8. Znáte agenturu CzechTrade?

Q10. Z jakého důvodu vaše firma nevyužila služeb CzechTrade?

Báze: 398/266 (znají CT, ale nevyužívají jeho služeb)

Nejčastějším zdrojem informací o aktivitách a službách CzechTrade je e-mailová komunikace a web CzechTrade.

Zdroje informací o akcích CzechTrade v %

E-mailová komunikace	54
Web CzechTrade	42
Osobní kontakt s pracovníky agentury	36
Akce CzechTrade (konference, veletrhy, B2B akce, Meeting Point atd.)	36
Portál BusinessInfo.cz	22
Magazín Český exportér	20
Oborové magazíny (TechMagazín, Technický týdeník, All for Power, Prosperita atd.)	18
Newsletter CzechTrade denně	16
Magazín Trade News	13
Nic	10
Další odpovědi méně než 4%	

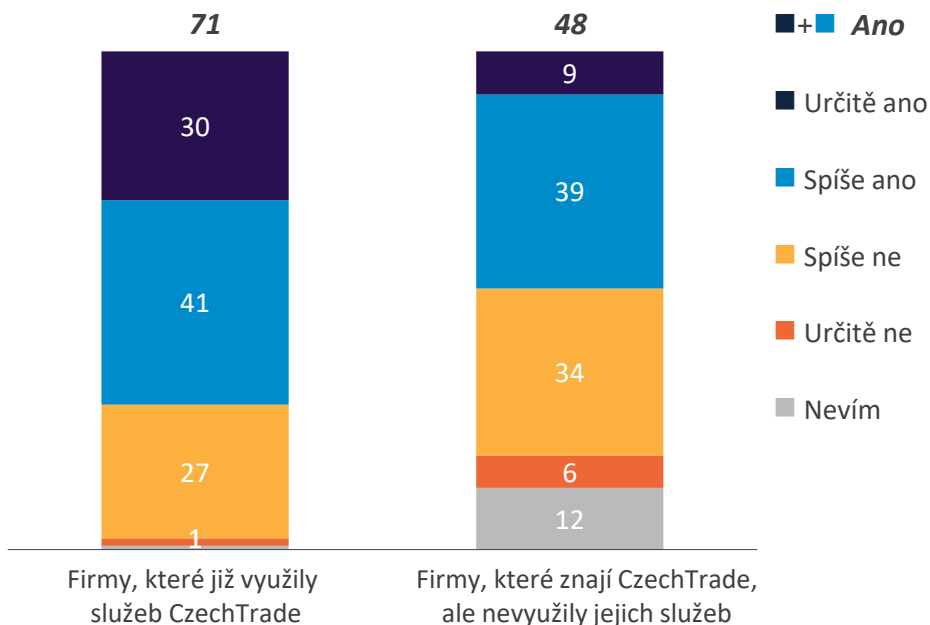
Komentář CzechTrade:
Výzkum ukazuje využití
standartních
komunikačních nástrojů
(on-line, osobní
komunikace). Výzvou pro
CzechTrade je hledat
nové komunikační
kanály pro začínající
exportéry.

Q11. Jakým způsobem se dozvídáte informace o aktivitách a službách CzechTrade?

Báze: 385 (znají CT)

Téměř ¾ firem, které mají zkušenost s CzechTrade, mají zájem jej využívat i v budoucnu.

Ochota využívat CzechTrade v budoucnu v %



Mezi klienty CT oproti loňsku mírně klesla ochota k budoucímu využívání z 76 na 71 %.

Komentář CzechTrade: 2/3 firem, pro které již CzechTrade realizoval službu, mají zájem ve spolupráci pokračovat. Jejich ochota je vyšší než u firem, které mají povědomí o agentuře, ale jejich služeb doposud nevyužily.

Q16. Máte zájem do budoucna nadále využívat služeb CzechTrade?

Q17. Byli byste v budoucnu ochotni využívat služeb CzechTrade?

Báze: 119 (využili služeb CT)/266 (znají, ale nevyužili služeb)

Podpora účasti na výstavách a veletrzích je nejčastější využívanou službou CT, následují exportní konzultace a vyhledání obchodního partnera.

Exportní konzultace v Praze a regionech využilo o 12 % více exportérů než v roce 2017.

Využití služby CzechTrade

v %, báze firmy, které využily služeb CT

Výstavy a veletrhy v zahraničí – společná prezentace firem	67
Exportní konzultace v Praze nebo v regionech ČR (Meeting Point, konzultační dny)	58
Vyhledání obchodního partnera	42
Poptávky zahraničních firem a tendry	40
Aktuální informace ze zahraničních trhů (novinky na webu, CzechTrade denně, BusinessInfo.cz)	40
Oslovení potenciálních obchodních partnerů a ověření zájmu o produkt/službu	40
B2B a prezentační akce, networking, Sourcing days (=setkání s nákupčími)	36
Exportní vzdělávání – konference a semináře	28
Průzkum trhu a zmapování konkurence	22
Prověření obchodního partnera (bonita)	15
Dlouhodobá asistence – např. organizace jednání, podpora při cestách do teritoria atd.	15
Podpora průmyslového designu – dotační program	7
Program Šance pro úspěšný export	3

Komentář CzechTrade:

Firmy stále častěji vyžadují velmi konkrétní službu. Zatímco dříve se podnikatelé spokojili s předloženou marketingovou příležitostí nebo řešerší trhu, dnes očekávají od státu činnost spojenou s akvizicí nových zákazníků, například v podobě komplexního servisu při zajišťování prezentací českých firem v zahraničí.

Q18. Uvedl(a) jste, že jste v minulosti pro podporu exportních aktivit využili služeb CzechTrade. Jakou z následujících služeb CzechTrade jste využili?

Báze: 119 (využili služeb CT)

Největším přínosem CzechTrade je podle firem účast na veletrzích, výstavách.

Největší přínos CzechTrade:

v %, báze firmy, které využily služeb

Účast na veletrzích, výstavách	26
Znalost místních trhů	19
Vyhledávání partnerů, zákazníků	16
Informace obecně	14
Fyzická přítomnost zahraničních zástupců v teritoriích	8
Kontakty obecně	5
Pomoc, odborná pomoc	4
Spolehlivá / důvěryhodná organizace / mají zkušenosti	3
Statut vládní agentury, který umožňuje snadněji navazovat kontakty	1
Individuální přístup	1
Profesionalita služeb	1
Podpora při prezentaci firmy	1
Něco jiného	15
Nic (L5)	5
Nevím (L5)	3

26 % klientů CT hodnotilo jako největší přínos CT účast na veletrzích a výstavách, což je výrazně více, než v roce 2017.

Komentář CzechTrade: Klienti CzechTrade si na společných účastech na veletrzích nejvíce cení, že je akce připravena na klíč, šetří jim čas a náklady. Zahraniční pracovník CzechTrade jim předem osloví potenciální partnery pro jednání na stánku a pomůže s prezentací firmy.

Q19. Uvedli jste, že jste využili služeb CT. Co je podle vás největším přínosem spolupráce s CzechTrade?

Báze: 119 (využili služeb CT)

Poměr cena/výkon CzechTrade je přijatelný pro 2/3 zákazníků CzechTrade.

Přijatelnost cen služeb CzechTrade z pohledu poměru cena/výkon v %

■+■ **Ano** ■ Určitě ano ■ Spíše ano ■ Nevím, nemohu posoudit ■ Spíše ne ■ Určitě ne



Komentář CzechTrade:
Nastavený systém finanční participace je přijatelný pro 2x více firem, které již služeb CzechTrade využily, než těch, pro které je poměr cena/výkon nepřijatelný.

Q28. Jsou služby CzechTrade finančně přijatelné z pohledu poměru výkon/cena?

Báze: 119 (využili služeb CT)

A large container ship is shown from a side-on perspective, sailing on a clear blue sea under a bright sky. The ship's hull is dark blue with a red bottom. The deck is heavily loaded with stacks of colorful shipping containers in shades of blue, orange, and grey. The ship's superstructure is white and features various antennas and equipment. In the foreground, a semi-transparent blue banner contains the text 'STÁTNÍ PODPORA' in white, bold, sans-serif capital letters. The background shows a rocky coastline with some greenery and a few buoys in the water.

STÁTNÍ PODPORA

Firmy od státu očekávají daňovou a administrativní podporu exportu a také podporu formou obchodní politiky.

Jaké nepřímé formy podpory exportu firmy očekávají? v %



Komentář AMSP ČR:
Přímá exportní podpora ztrácí svůj význam, pokud stát nevytvoří podnikatelské prostředí založené na nízké administrativě, podpoře inovací a investicích. Proto je třeba i konkrétní formy podpory vzájemně provazovat a neoddělovat je resortně od sebe.

Q21. Jakou nepřímou pomoc s exportem očekáváte od státu?
Báze: 398

Kromě podpory prezentace firmy také často znají portál BusinessInfo.cz. Jen 15 % nezná žádnou z uvedených forem státní podpory exportu.



Znalost nástrojů podpory v %



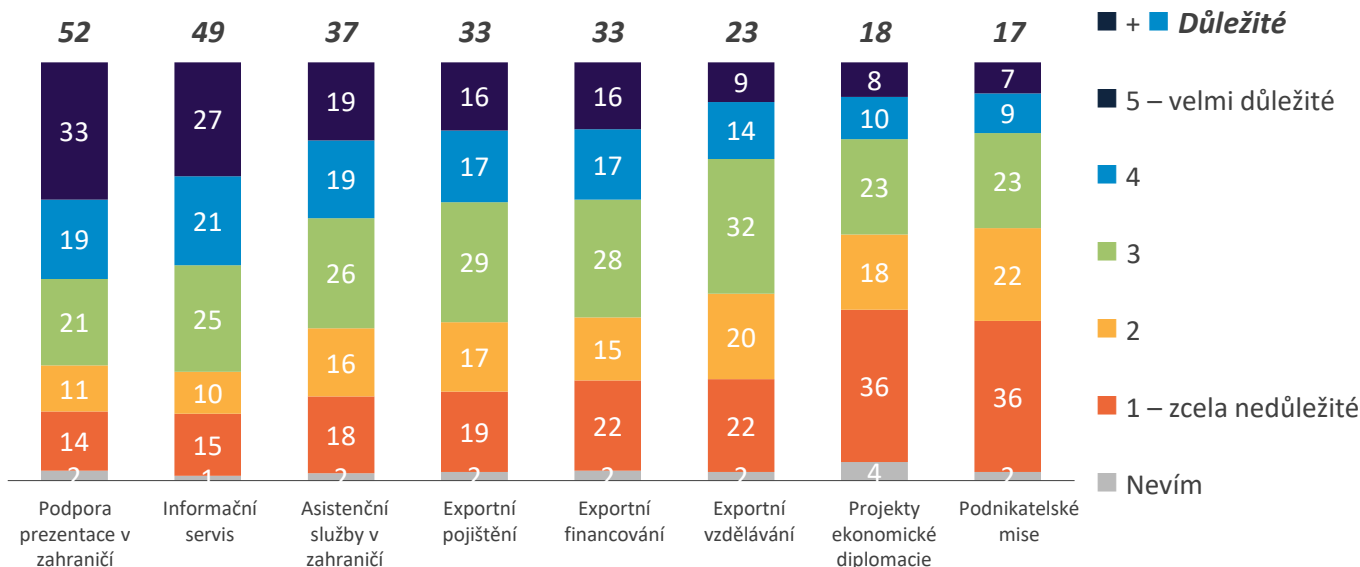
Q20. Jaké z následujících nástrojů podpory exportu (obchodu), které poskytuje, spoluposkytuje či zprostředkovává Ministerstvo průmyslu a obchodu, znáte?

Báze: 398

Nejdůležitější forma státní podpory exportu je podpora prezentace firem v zahraničí, která oproti loňsku ještě nabyla na důležitosti.

Důležitost služeb státu pro export dané firmy v %

Podpora prezentace v zahraničí a informační servis narostly na důležitosti oproti roku 2017 (zde byl podíl 43 % pro podporu prezentace a 38 % pro informační servis).



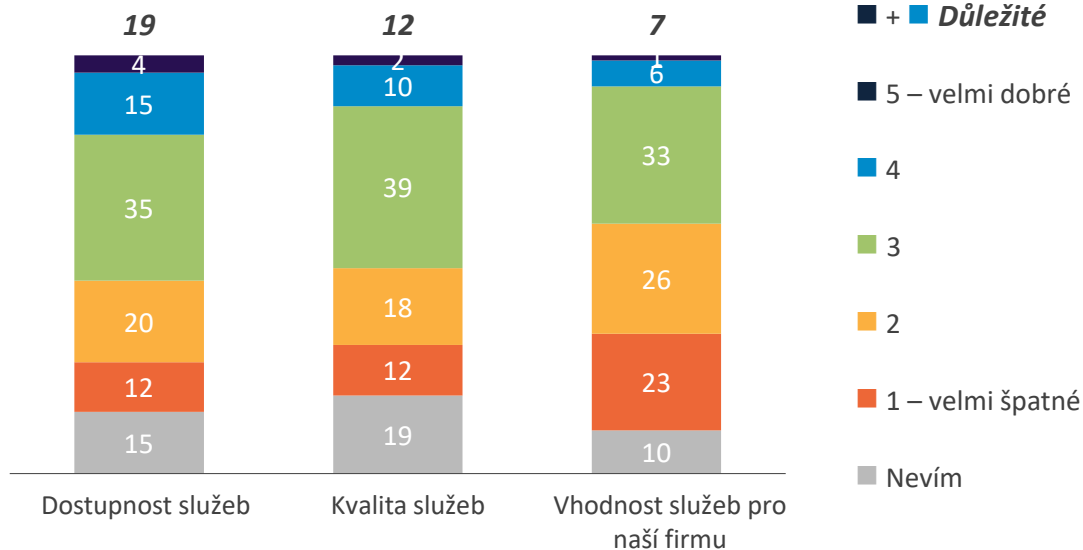
P1. Jak byste ohodnotil/a důležitost následujících služeb státu týkající se exportu pro vaši firmu? Ohodnoťte prosím jednotlivé položky na škále od 1 do 5, kde 1 znamená vůbec není důležité a 5 znamená velmi důležité.

Báze: 398

Firmy hodnotí služby státu pro podporu exportu průměrně, občas se nadále potýkají s tím, že dané služby nejsou pro jejich firmu relevantní.

Hodnocení služeb státu pro podporu exportu v %

Spokojenost s jednotlivými oblastmi je velmi podobná roku 2017.



Komentář AMSP ČR:
I když v celosvětovém hodnocení Doing Business (Světová banka) jsme již dva roky po sobě v podpoře zahraničního obchodu na první pozici, není možné podceňovat názor našich obchodníků. Stát by se neměl spokojit s tím, že jeho služby jsou podnikateli vnímány jako průměrné, je zde zcela zřejmě velký prostor pro zlepšení jejich kvality.

P2. Jak byste celkově hodnotil služby státu týkající se exportu?
Báze: 398

Jen menšina firem využívá webové stránky pro získání informací o exportu. 4 % využívá stránky CzechTrade.

Využívané webové stránky pro získání informací o exportu v %

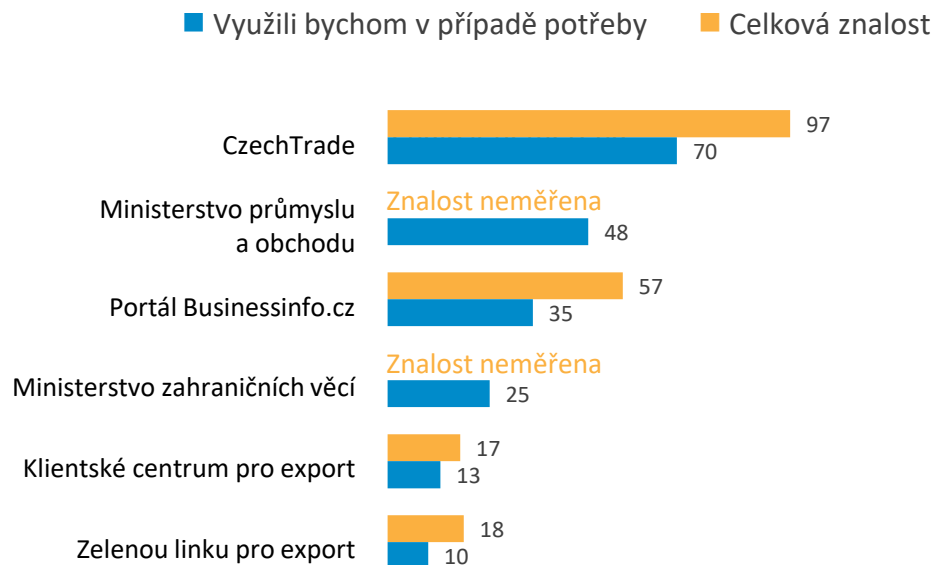


M3. Využíváte nějaké webové stránky pro hledání informací o exportu? Můžete uvést které?

Báze: 398

7 z 10 firem by se v případě potřeby obrátilo na CzechTrade, následuje MPO a portál Businessinfo.cz.

Informační nástroje pro podporu exportu v %



P5. Které z následujících informačních nástrojů týkajících se exportů znáte? P6. V případě, že by Vaše firma chtěla využít státní podporu exportu, jaké informační nástroje by zvolila (jak by hledala informace o službách)?

Báze: 398

Jaké informace o exportu firmy postrádají

– příklady vybraných spontánních odpovědí:

Srozumitelné odkazy, informace v jednom.

Postrádám informace o vstupu, certifikaci společnosti do Egypta - výrobci porcelánu - k tomu mi chybí informace, je velmi složité projít tímto procesem a nedaří se mi kontaktovat nikoho, kdo by mi s tím pomohl.

Registr dlužníků a všeobecně plátcí DPH v celé EU.

Včasné informace o tendrech.

Vše nacházím v zahraničních serverech – hlavně v Německu.

Podpora při veletrzích u ucelení na jednom místě.

Chybí mi informace ohledně daní v jiných státech (konkrétně Německo, ale i jiné státy).

Kde hledat, jaká je pomoc od státu, jak proniknout na trhy, informovanost ohledně exportu, jaké jsou podpory od státu, co stát může poskytnout a jakým způsobem, ohledně otvírání nových trhů / poboček.

Je to chaos, stát zaspal, třeba GDPR.

Přehlednost, jednoduchost, srozumitelnost informací.

Aktuální informace z jednotlivých zemí o opatřeních ve zdravotnictví např. zdravotní pojištění.

Aktuální info o embargách, pojištění a clech.

Velká většina (84 %) firem nepostrádá žádné informace k exportu.



A large container ship is shown at sea, viewed from the side. The ship has a white superstructure and a dark hull. It is heavily loaded with colorful shipping containers (blue, red, yellow, and grey). The ship is moving through blue water, and a rocky breakwater is visible in the background. A blue semi-transparent banner is overlaid on the lower part of the image, containing the text 'STRUKTURA VZORKU' in white, bold, uppercase letters.

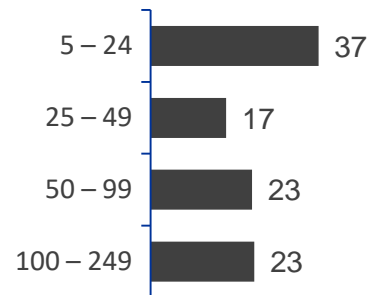
STRUKTURA VZORKU

Struktura vzorku

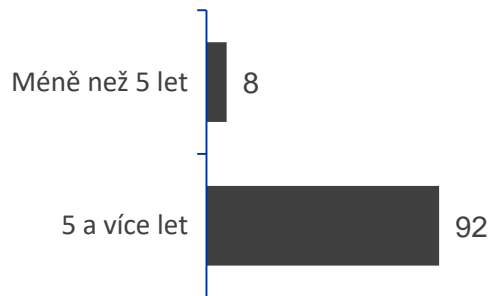
Obrat



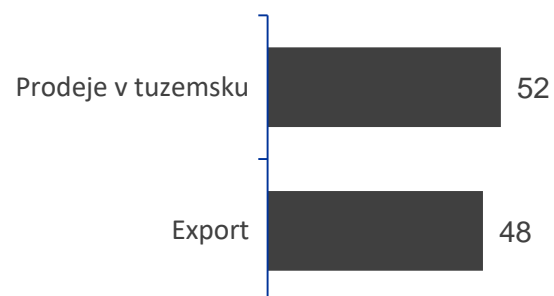
Počet zaměstnanců



Jak dlouho exportují?



Průměrný podíl na obratu



Báze: 398