

EXPORT MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ 2023

Výsledky aktuálního průzkumu agentury IPSOS pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR – červen 2023

Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky (AMSP ČR)

Dvě třetiny firem neztratily v posledním roce žádné trhy. Ty, které ztratily, přišly většinou o trhy související s válkou na Ukrajině (v Rusku a na Ukrajině).

Na druhou stranu firmy ví, že se musejí spoléhat jen samy na sebe, a proto také více než třetina firem uvádí, že v posledním roce získala nějaký nový trh – 20 % exportérů uvádí i vzdálenější trhy (Kanada, Malajsie, Korea, Indie apod.).

Téměř polovina firem uvádí, že největší překážkou pro vstup na nové trhy je, že je zákazníci či partneři neznají.

Zajímavá je tak zmínka o nedostatku bankovních produktů, které by jim při vstupu na nový trh pomohly (12 %).

Více než polovina firem plánuje během následujících dvou let vstoupit na nové trhy, většinou na ty evropské.

V rámci exportních aktivit firmy nejvíce využívají vlastního pracovníka (38 %) a také svou banku na úvěry, záruky a odkupy pohledávek (30 %). Firma tím může poskytnout svému zahraničnímu zákazníkovi například delší splatnost a tím získat další část konkurenční výhody. V podstatně menší míře pak firmy využily služeb specializované exportní agentury Czech Trade (17 %) nebo dalších státních institucí. U bank by uvítaly lepší úvěry a nižší úroky. V odpovědích respon-

dentů často zaznívalo přání, aby banka za sjednanou odměnu (úrok, cena úvěru) byla schopna čelit většímu riziku. Narážely tak na požadavek velmi vysokého zajištění, které je mnohdy v zahraničí nižší. Úvěr se zárukou Národní rozvojové banky (NRB) je nástroj, který v segmentu MSP získává na oblibě. Není komplikovaný a díky záruce státní NRB jdou komerční banky do nižšího rizika při poskytování úvěru firmám. To by se mělo výrazněji odrazit i v ceně takového úvěrování.

Většina firem plánuje v následujících 2 letech investovat do zvyšování své konkurenceschopnosti

Ke zvýšení konkurenceschopnosti vede celá řada cest, ovšem drtivá většina jich vede přes prvotní investici, a to jakéhokoliv druhu (nejčastěji technologické, např. automatizace), zvýšení produktivity, kapacita, zvýšení úspor z rozsahu, vývoj více maržového produktu, zvýšení znalosti trhu apod. Dotace sehrávaly a (pro konkurenceschopnost se zahraničím) stále sehrávají zvláště v některých oborech velmi významnou roli: Jsme součástí evropského trhu, na němž si také nejčastěji konkurujeme. Kdyby české firmy o dotace přišly a jinde by k eliminaci nedošlo, mělo by to velmi vážný dopad na životní úroveň i výkon celé naší ekonomiky – protože jsme malý a otevřený trh, a tedy na exportu závislý.

Vespolupráci s



PARTNEŘI KAMPANĚ



Sociální sítě

facebook.com/businessinfompczsk

peopleplanethealth.cz

Po přečtení, prosíme, recyklujte.

MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY Industry Manager: Josef Polívka Business Developer: Veronika Škodová Head of Production: Klára Fucimanová

Graphic Designer: Peter Křižan Distribuce: Hospodářské noviny, 26. 6. 2023 Medioplanet Czech s.r.o. Tel.: +420 777 979 560 E-mail: hello-czechrepublic@medioplanet.com