TRADE REVIEW

ČASOPIS PRO ZAHRANIČNÍ OBCHOD AGENTURY CZECHTRADE

CzechTrade

1 / 2011

Předstihne jednou sebevědomá Indie Japonsko?

str. 18–21

- SAE: Jednejte trpělivě, pracujte vytrvale
  str. 30–32
- Nejen v Číně je PETROF mercedesem mezi klavíry
  str. 34–35
- Kde poroste nový les aneb Amerika hledá talent
  str. 36–37

PARTNER PRO VÁŠ EXPORT

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

ROZHODUJETE SE O EXPANZI NA NOVÉ ZAHRANIČNÍ TRHY?

Využijte našich znalostí a zkušeností

Dáme vašemu exportu správný směr

Služby zahraničních kanceláří CzechTrade

- **Další asistenční služby**
  Průzkum veletrhu, zjištění bonity firmy, pomoc při zakládání zahraničního zastoupení, zajištění tendrové dokumentace, pomoc s registrací výrobku a jiné služby dle zadání klienta.
- **Prezentace a veletrhy**
- **Organizace obchodních jednání**
- **Ověření zájmu o výrobek/službu**
- **Vyhledání obchodních kontaktů**
- **Průzkum trhu**
- **Úvodní hodnocení trhu** (screening)

Dlouhodobá exportní asistence

Služba pro firmy, které potřebují sledovat a navštěvovat zahraniční trh v delším období s cílem rozvíjet obchodní aktivity.

CzechTrade
Dittrichova 21
128 01 Praha 2
Zelená linka pro export:
800 133 331
E-mail: info@czechtrade.cz

www.czechtrade.cz

CzechTrade

Vážení čtenáři,

před několika týdny na sebe Češi v Bruselu zase upoutali pozornost. A to když hosty tradičního Českého plesu vítal robot Advee. Oslovil je, pohyboval se po parketě, rozdal lístky do tomboly, a pak dokonce losoval vítěze. Život mu vdechli vědci z Vysokého učení technického v Brně, kteří před několika lety založili spin-off firmu Bender Robotics. Posunuli hranice umělé inteligence zase o kousek dál, a tak zatím Advee nemá v Evropě ve svém oboru přímou konkurenci.

Když na plese vyzdvihoval inovativnost brněnských vědců i místopředseda Evropské komise Maroš Šefčovič, snad nám to trochu vylepšilo reputaci. Nedávno totiž právě Evropská komise hodnotila, jak jsou na tom z hlediska inovací členské země EU. Celkové výsledky nedopadly příliš lichotivě. Ani pro Unii jako celek, ani pro nás. Vyplynulo z nich, že jako světadíl zaostáváme za mezinárodní konkurencí, zvláště za USA a Japonskem. Nepřekvapilo, že v čele se umístilo Švédsko za Dánskem, Finskem a Německem. Naše republika se zařadila naopak k státům, které celkový průměr spíše zhoršily. Zaujala jedenáctou nejhorší pozici ze sedmadvacetimístného žebříčku.

Na inovace si nedávno posvítila také společnost GE. Zajímalo ji, jak je vnímají velké světové firmy a jaké novinky budou mít v budoucnu největší naději na úspěch. Výsledkem je tzv. Barometr inovace, nezávislý výzkum mezi tisícovkou řídících pracovníků firem ve dvanácti zemích. Ten ukázal, že 95 procent vedoucích pracovníků věří, že inovace jsou hlavním nástrojem pro konkurenceschopnější národní ekonomiku, a 88 procent z nich souhlasí s tím, že jsou nejlepším způsobem, jak vytvořit nová pracovní místa. Studie potvrdila, že inovace budoucnosti se přesouvají od těch, co pouze vydělávají peníze, k takovým, které pomohou řešit potřeby lidstva. Ať už je to například zlepšení kvality zdraví, životního prostředí nebo zvýšení energetické bezpečnosti. Tradiční prostředky inovací se mění, ke slovu přichází malé a středně velké podniky a roste potřeba spolupráce a partnerství. Vynalézaví lidé s neotřelými nápady a jejich kreativita jsou klíčem, který otevírá zámky inovativnosti firem.

Na inovace jsme se soustředili také v prvním letošním vydání našeho Trade Review. Ke zprávě Evropské komise se vrací článek Martina Tlapy pod titulkem Je nám třeba destrukce? Ano, ale té kreativní!. V rozhovoru s Michalem Minčevem jsme se dotkli mimo jiné problémů efektivního propojení vědy a inovačních firem a financování inovací. Ví o tom své i mladá inovativní společnost CleverTech, které CzechTrade ušetřil nejen finanční prostředky, ale také čas tím, že jí pomohl ve fázi ujasnění exportní strategie a vybral trhy s největším potenciálem. Inovace jsou na prvním místě také v milovické firmě ZEBR. I díky nim mají zajištěný odbyt na téměř celý letošní rok. A jestli si myslíte, že tradiční výrobce hudebních nástrojů PETROF inovovat nemusí, v Hradci Králové vás z toho rychle vyvedou. Kromě známých klavírů dnes vyrábějí i exkluzivní nábytek a zařizují celé interiéry na zakázku. A jsou podepsaní také pod špičkovými audiosystémy Daniel Hertz.

Jako třešničku na konci svých tipů jsem si nechal článek Tomáše Harta Kde poroste nový les aneb Amerika hledá talent. Upozorňuje na nové trendy a technologie, které budou tvořit komerčně zajímavé podnikatelské příležitosti pro odvážné a dravé firmy. Rozhodně by neměl ujít vaší pozornosti.

Při listování prvním letošním číslem si určitě všimnete, že jsme inovovali i náš časopis. Abychom vám mohli přinést více inspirativních informací, zvýšili jsme oproti loňskému roku počet jeho stránek o celou třetinu. A naprostou novinkou je vložený dvojlist, na kterém budete nacházet nejen exkluzivní výsledky analýzy CzechTrade, ale také mapy světového obchodu.

Pamatuji se, že se už Evropa krášlila různými přívlastky: svobodná, otevřená, demokratická, sjednocená, zelená. Dnes mluvíme o tom, že se musí stát konkurenceschopnou a inovativní, chce-li uhájit své pozice a přežít. Také naše agentura bere tento úkol do budoucna jako své poslání.

Přeji vám, aby vás na cestě k prosperitě doprovázelo hodně kreativních spolupracovníků, jedinečných nápadů a odvážných rozhodnutí.

Ivan Jukl
generální ředitel CzechTrade

TRADE REVIEW, dvouměsíčník pro zahraniční obchod agentury CzechTrade, ISBN MK ČR 17031

Vydává CzechTrade
Sídlo: Dittrichova 21, 128 01 Praha 2
Zelená linka pro export: 800 133 331
Fax: 224 914 665
Internet: http://www.czechtrade.cz
E-mail: info@czechtrade.cz
IČ: 00001171, DIČ: CZ00001171

Redakční rada:
Mgr. Aleš Řiháček, MBA, Ing. Milan Ráž, Ing. Tomáš Rak, RNDr. Marcela Havlová, PhDr. Adriana Dohnalová, Bc. Martin Šperl, Mgr. Michal Sontodinomo

Kontakt na redakci časopisu:
PhDr. Jana Jenšíková – šéfredaktorka
jana.jensikova@czechtrade.cz
Pro © CzechTrade vyrobil ANTECOM s.r.o.

OBSAH

6 Exkluzivně pro Trade Review
- Petr Robejšek: Má-li být ekonomická diplomacie úspěšná, musí ji průmysl výrazně finančně podporovat

7 Anketa
- Co udělat pro větší konkurenceschopnost

8 Krátce
- Patříme mezi mírné inovátory?
- Lepší podmínky k podnikání
- Jednotný poradenský systém pro podnikatele
- Podpora výzkumu a vývoje
- Mexiko je šestou nejoblíbenější zemí pro investory v důlním průmyslu

9 ČIA news

10 Znalostní ekonomika
- Management v praxi aneb Získejte svého studenta

11 Trendy
- Kam směřuje malé a střední podnikání

12 Názor
- Je nám třeba destrukce? Ano, ale té kreativní!

14 Inovace
- CLEVERTECH / České systémy budou hlídat švédské seniory

16 Rozhovor Ivana Jukla
- O penězích na inovace v Česku rozhoduje úředník, ne byznys

17 Finance na inovace
- Silicon Valley v Čechách? Stovky milionů na podporu mladých technologických firem

18 Specifika trhu / Příležitosti
- Předstihne jednou sebevědomá Indie Japonsko?
- Indické pohlazení

23 Analýza CzechTrade
- Indie a exportní potenciál ČR

24 Mapy světového obchodu
- Vývoz a dovoz skla a skleněných výrobků
- Vývoz a dovoz textilních a kožedělných strojů

27 Rozhovor
- Jan Juchelka: S námi se obchodu s Indií nemusíte bát

28 Exportní úspěchy
- ZEBR / I na světovou konkurenci platí inovace

30 Specifika trhu / Příležitosti
- SAE: Jednejte trpělivě, pracujte vytrvale

33 Finanční rádce
- V čem se mění Incoterms

34 Exportní úspěchy
- PETROF / Nejen v Číně je PETROF mercedesem mezi klavíry

36 Trendy
- Kde poroste nový les aneb Amerika hledá talent

38 Náš partner
- EGAP: Cílem je zvýšit konkurenceschopnost našich exportérů
- Češi předběhli Čínu i Německo Financování ČEB rozhodlo o stavbě elektrárny v Turecku za 11 miliard

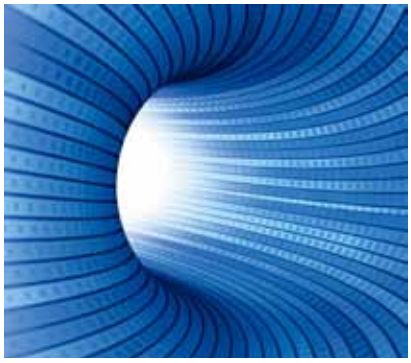
40 Design pro export
- VIADRUS / České kotle zatopí konkurenci

42 Služby pro podnikatele
- Zahraniční obchod může být dobrodružstvím Dostat zaplaceno musí být jistotou

43 Informace on-line
- Jak podnikat a exportovat? Více než deset let radí BusinessInfo.cz

44 Akce

Připravujeme



- V exkluzivním rozhovoru s Ondřejem Bartošem se dozvíte více o technologické startupové scéně a venture kapitálovém fondu pro inovativní firmy.
- V rubrice Specifika trhu / Příležitosti představíme Maďarsko a Bulharsko, které už jsme vám slíbili na konci minulého roku.
- Přineseme další výsledky analýz CzechTrade a přehledy největších světových exportérů a importérů.
- Budeme pokračovat v příbězích úspěšně exportujících firem.

PARTNER PRO VÁŠ EXPORT

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Jsme vládní proexportní agentura s unikátními informacemi o světových trzích a širokou sítí zahraničních kanceláří. Nabízíme individuální řešení pro Váš úspěšný export. Využijte naše zkušenosti a jméno pro své podnikání v zahraničí.

Širokou nabídku kvalitních služeb ocení jak zkušení exportéři, tak i firmy, které se doposud nezapojily do zahraničního obchodu.

Konzultace a poradenství

Individuální služby v zahraničí

Adresář exportérů

Exportní akademie / vzdělávání

Exportní příležitosti

Vývozní aliance

Design pro export

Publikace a zdroje informací

Export je krok správným směrem

Bližší informace o jednotlivých službách vám rádi poskytnou exportní manažeři CzechTrade.

CzechTrade
Dittrichova 21
128 01 Praha 2
Zelená linka pro export:
800 133 331
E-mail: info@czechtrade.cz

www.czechtrade.cz

CzechTrade

Petr Robejšek. Nezávislý analytik, poradce a kouč. Specializuje se na analýzy a prognózy hospodářského a politického vývoje, poradenství pro podnikatele apod.

Foto: Reto Klar

Petr Robejšek:

Má-li být ekonomická diplomacie úspěšná,

musí ji průmysl výrazně finančně podporovat

O konkurenceschopnosti, závislosti České republiky na Německu, české diplomacii i podpoře exportu jsme si na prahu nového roku povídali s politologem Petrem Robejškem, který svými názory provokuje k přemýšlení.

Co byste doporučil pro zvýšení konkurenceschopnosti České republiky?

Přispěvek vlády by se dal charakterizovat jako na míru šitá „patchworková politika", která by účelně propojovala a posilovala potenciály konkurenceschopnosti. K nim patří perfektně fungující a vysoce kvalifikovaný státní aparát, nízká kriminalita a korupce, moderní infrastruktura, promyšlená energetická politika a v neposlední řadě špičková úroveň mezinárodní prezentace státu. Ve všech těchto oblastech má Česká republika nevyužité rezervy.

Nehynoucí zásluhu o českou konkurenceschopnost by vláda získala, kdyby se vzepřela tlakům na převzetí eura. Národní měna se právě teď ukazuje jako klíčová veličina pro konkurenceschopnost malé ekonomiky. Náklady spojené s udržením národní měny jsou nižší než náklady způsobené univerzální měnou, která nerespektuje specifickou situaci a potřeby naší země. Navíc není jisté, zdali euro přežije. Jisté naproti tomu je, že by jeho udržení přišlo ekonomicky rozvinuté země, mezi něž patříme, hodně draho.

Závislost české ekonomiky na Německu opět roste. Za loňský listopad se do Německa vyvezlo nejvíce českého zboží v historii a jeho podíl tvořil přes 32 % celkového exportu. I díky tomu český průmysl rostl o nečekaně dobrých 15,9 %. Jaká je vaše prognóza dalšího vývoje v tomto směru?

Ovšem Německo je zase závislé na Číně. Řekl bych, že se jedná o spojité nádoby. Čína dováží z Německa, a Německo proto dováží také od nás. To je příjemné, ale i riskantní.

Na rozdíl od západoevropských politiků předjímají Číňané budoucnost a připravují se na ni. Neuniklo jim, že jejich na exportu založená modernizační strategie naráží na klesající schopnost a ochotu západních zákazníků absorbovat čínské zboží a tolerovat manipulaci jejich měny, výrobních nákladů a trhů. Čínská hospodářská politika se v poslední době zřetelně orientuje na rozvoj domácího trhu. To, co se dováží z Německa, také nejsou jenom auta, ale právě i strojírenské výrobky pro modernizaci čínské produkční základny.

Je nabíledni, že 1,3 miliardy lidí s lehkostí zajistí dostatek poptávky a nabídky pro soběstačný hospodářský oběh. V rozměru výroby a spotřeby tak může čínský zázrak ještě nějakou dobu pokračovat, ale západní producenti z něj již nebudou profitovat tolik, jako tomu bylo doposud. Naše i německá ekonomika nemá jinou alternativu než exportovat. Užitečné by ale bylo přemýšlet o tom, co by pro nás čínská ekonomická sebestřednost znamenala.

Podle mého názoru je ekonomická diplomacie nejúspěšnější, je-li založena na alianci podnikatelů a politiků.

Jak byste charakterizoval současnou českou diplomacii? A jaká je podle vás hlavní úloha ekonomické diplomacie?

Od srpna 2001, kdy jsem na výročním setkání českého diplomatického sboru přednesl přednášku o ekonomické diplomacii, pozoruji podstatné změny k lepšímu. Moderní zahraniční politika je (převážně) nenásilným soupeřením o blahobyt a moc; obojího není na světě dostatek pro všechny. Proto se oblíbené zaklínadlo o všeobecném prospěchu díky mezinárodní výměně zboží hodí pouze do učebnic a rezolucí. Ve skutečnosti z mezinárodního obchodu neprofitují všichni stejně a hlavně ne všichni současně. Z toho plyne konfliktní podstata mezinárodní ekonomiky a politiky. Aforisticky řečeno, předpokládá se, že ekonomická diplomacie má schopnosti vést profitabilní podnik, ale i hospodářskou válku, a samozřejmě nemluvit o tom nahlas.

Podle mého názoru je ekonomická diplomacie nejúspěšnější, je-li založena na alianci podnikatelů a politiků. Tato aliance by měla být dotažena až do prolínání politických, hospodářských a diplomatických struktur, do cirkulace nejlepších mozků národa mezi oběma oblastmi.

Českou republiku ovládla politika úsporných opatření, která se dotknou i podpory exportu. Není tento trend pro stát závislý na vývozu krátkozraký?

Spoření není kreativní řešení, nýbrž pouze mocenský akt. Spořit třeba na zahraničních zastoupeních je pro exportně založenou zemi škodlivé.

Z tisku vím, že ne všechna ekonomická oddělení ambasád fungují optimálně, ale správná odpověď není je zrušit, nýbrž jejich práci zlepšit. V této souvislosti mě překvapilo, proč se ministerstvo zahraničí, podnikatelské svazy a CzechTrade nespojily, aby zachránily potenciál ekonomických vědomostí a kontaktů, které bezpochyby na mnohých ambasádách existují. Alespoň v některých ekonomicky zajímavých státech a regionech by se přece daly vytvořit společné styčné a servisní body vybavené diplomatickým statusem.

Ve zmíněné přednášce z roku 2001 jsem zdůraznil, že má-li být ekonomická diplomacie úspěšná, musí ji průmysl výrazně finančně podporovat. Podnikatelé by si měli uvědomit, že se vyplatí investovat nejenom do firem, nýbrž i do ekonomické diplomacie své země. V neposlední řadě proto, že pak mohou její kvalitu přímo ovlivňovat. Vím, že se díky CzechTrade již mnohé odehrává, ale dobrého není nikdy dost. ■

Děkujeme za rozhovor.

Co udělat pro větší konkurenceschopnost

Nový ročník našeho časopisu obohatíme o ankety, které připravuje naše redakce společně s redaktory České informační agentury. Odpovědi budete nacházet jak na našich stránkách, tak i v on-line zpravodajství a manažerských informačních přehledech agentury ČIA.

Tentokrát jsme se zeptali na tyto otázky:

1. ***Jaký je podle vás recept na posílení konkurenceschopnosti České republiky?***
2. ***Jak pracuje na posilování vlastní konkurenceschopnosti vaše firma?***

Tomáš Kolář,
výkonný ředitel
společnosti Linet

1. Tuto otázku lze posuzovat z různých úhlů. Jednoznačnou podporou konkurenceschopnosti je významné zvýšení úrovně vzdělávání, a to na všech stupních. Díky tomu může česká ekonomika stát na inovacích, pokrokových technologiích nebo na moderní vlastní výrobě.

Současná závislost české ekonomiky na výrobě není dlouhodobě udržitelná hlavně z důvodu rostoucích nákladů. Dalšího posílení konkurenceschopnosti lze dosáhnout cílenou, koncentrovanou a strategickou podporou výzkumu a vývoje v klíčových oblastech, ve kterých máme šanci dosáhnout světových výsledků a stát se významnými hráči na trhu. Na druhou stranu nemá smysl podporovat směry a projekty, kde jsme schopni dosáhnout pouze průměrných výsledků.

2. Naše společnost Linet v rámci posílení konkurenceschopnosti investuje již řadu let podstatnou část obratu do výzkumu a vývoje.

Dalším směrem je posilování produktivity práce, tak abychom byli schopni dosahovat stejných výsledků jako moderní průmyslové podniky v rozvinutých ekonomikách.

Marek Škvor,
komerční manažer
společnosti VELTEKO

1. Recept vidím jednoznačně v orientaci na inovace a nové technologie. České firmy by se neměly bát investovat část svých prostředků do vývoje nových výrobků či zlepšení stávajících, tj. přicházet stále s něčím novým a být o krok vpředu před svou konkurencí. Jen tak se můžou prosadit na stále více globalizovaném trhu. Rozhodně bychom se neměli profilovat jako obráběči či uskutečňovatelé nápadů někoho jiného, protože tak jak k nám tyto výroby rychle přišly, stejně rychle budou přesunuty jinam. Na levnější pracovní sílu nelze dlouhodobě spoléhat.

2. Naše společnost investuje ročně nemalé prostředky do vývoje nových strojů a zařízení. Nechceme pouze kopírovat trendy v oblasti balení a následovat konkurenci, ale snažíme se neustále přicházet s něčím novým, co naše konkurence v evropském ani světovém měřítku nenabízí, a tedy do určité míry trendy aktivně ovlivňovat. Vlastníme řadu českých i evropských patentů. Toto je podle mého názoru jediný správný recept, jak se prosadit a být konkurenceschopný a úspěšný a bojovat proti stále ještě přetrvávajícímu handicapu „východoevropského původu našich strojů“ v očích západních zákazníků. Nelze opominout ani neustálé posilování image firmy a její značky. ■

Česká republika:

Patříme mezi mírné inovátory?

Podle údajů Evropské komise je Česká republika, co se týče inovací, jedenáctá nejhorší z 27 členů Evropské unie. Celkové výsledky vypovídají o tom, že EU zaostává za mezinárodní konkurencí, zejména USA a Japonskem. Češi a Slováci podle zprávy o inovacích v EU v roce 2010 patřili do třetí skupiny ze čtyř, mezi „mírné inovátory". Horší byli jen tzv. „nejslabší inovátoři", k nimž se zařadilo Bulharsko, Litva, Lotyšsko a Rumunsko. Naopak nejlepší je Švédsko následované Dánskem, Finskem a Německem. „Musíme zvýšit úsilí při vytváření inovativnější Evropy, abychom doběhli naše hlavní konkurenty a opět se dostali na cestu silného a udržitelného růstu," prohlásil eurokomisař pro podnikání a průmysl Antonio Tajani. Komise hodnotila 25 kritérií, mezi nimi lidské zdroje, financování či podporu inovací.

Česká republika:

Lepší podmínky k podnikání

V indexu ekonomické svobody, který sestavuje americká konzervativní nadace Heritage Foundation a list The Wall Street Journal, si Česko polepšilo. Zatímco loni v něm bylo čtyřiatřicáté, letos zaujalo osmadvacáté místo. Nejsvobodnější zemí světa z pohledu ekonomiky je podle indexu nadále Hongkong těsně následovaný Singapurem. Nejhůře dopadla Severní Korea.

Česku, které je v Evropě podle indexu 14. nejsvobodnější ekonomikou ze 43 zemí, pomohlo silné zaměření na ekonomické a strukturální reformy. „Země je otevřená světovému obchodu a investicím. Má vysokou úroveň svobody obchodu, fiskální svobody (tj. relativně nízké daně) a svobody finančního sektoru. Soukromý sektor zodpovídá zhruba za 80 % hrubého domácího produktu a je hlavním tahounem ekonomického růstu," uvedli autoři indexu.

Největším skokanem v žebříčku jsou africké státy Rwanda a Džibuti. Naopak nejhůře si loni z pohledu ekonomické svobody vedl Island a Alžírsko. Nadále se mírně zhoršuje postavení Spojených států, které již loni kvůli zásahům federální vlády do ekonomiky utrpěly nejrazantnější pokles bodového hodnocení z 20 největších ekonomik světa. Země je nicméně nadále v první desítce, byť klesla z loňského osmého na letošní deváté místo.

Na podobě žebříčku se výrazně podepsala reakce jednotlivých vlád na ekonomickou krizi. Velká Británie tak například kvůli vládním zásahům vypadla z první patnáctky. Naopak Dánsko přeskočilo Spojené státy, které taky silně zasahovaly do ekonomiky.
(Zdroj: ČTK)

Česká republika:

Jednotný poradenský systém pro podnikatele

Česká republika je jedinou zemí v Evropské unii, která sjednotila poradenský systém pro podnikání doma i v zahraničí. Jak uvedlo ministerstvo průmyslu a obchodu, integrovány do jednoho celku byly tři systémy, které loni vyřídily přes tři tisíce dotazů. Konkrétně jde o poradenství pro začínající podnikatele (Jednotná kontaktní místa), podporu pro uvádění nových výrobků na trh (ProCoP) a pomoc proti chybným rozhodnutím správních orgánů (Solvit).

„Vznik tohoto uceleného systému už ocenila Evropská komise jako příklad nejlepší praxe v podpoře podnikání v Evropské unii," upozorňuje ministr průmyslu a obchodu Martin Kocourek. „Tento systém výrazně usnadní život českým podnikatelům a především těm malým a středním pomůže využívat možnosti, které přináší jednotný evropský trh."
(Zdroj: ČIA, MPO)

Česká republika:

Podpora výzkumu a vývoje

Ministerstvo průmyslu a obchodu podpoří letos celkem 192 projektů průmyslového výzkumu a vývoje. Řešitelé nově zahajovaných projektů si mezi sebe rozdělí na 800 milionů korun.

„Podporujeme projekty z celého spektra průmyslu. Hlavním předpokladem pro získání podpory je to, aby měly reálnou naději uplatnit se na trhu," vysvětluje ministr průmyslu a obchodu Martin Kocourek a dodává: „Mezi příjemci podpory dominují soukromé společnosti, jsou mezi nimi ale i výzkumné ústavy nebo univerzity."

Podpořené projekty budou financovány v rámci programu TIP, který se zaměřuje na aplikovaný výzkum a experimentální vývoj nových materiálů a výrobků, nových progresivních technologií a informačních a řídicích systémů z oblasti průmyslu. Největší část financí zamíří na podporu projektů z oblasti techniky a inženýrství, konkrétně do oblasti strojních zařízení a nástrojů. Významnou část podpory si mezi sebe rozdělí i projekty z oblasti chemie nebo lékařství.
(Zdroj: MPO)

Mexiko:

Mexiko je šestou nejoblíbenější zemí pro investory v důlním průmyslu

Podíl důlního průmyslu reprezentuje v Mexiku nyní 26 % veškerých přímých zahraničních investic do této země, nejvíce investují Kanaďané, Číňané a domácí majitelé dolů. Největší zájem je o cenné kovy a minerály; například uhelných dolů je v Mexiku relativně málo.

V současnosti mají v Mexiku velké nadnárodní společnosti rozpracovány na 700 projektů. Na roky 2010–2012 oznámily důlní společnosti celkové investice ve výši 13 miliard dolarů – o polovinu více, než investovaly v uplynulých čtyřech letech dohromady. Větší část bude směřovat do dolů, které již v Mexiku zdárně fungují.

Zájem a stoupající poptávka po těžbě způsobují, že dodavatelé důlní techniky nestačí pokrývat požadavky důlních společností. Na pronájem důlní techniky v Mexiku existuje doslova „seznam čekatelů". Pro penetraci českých firem do mexického důlního průmyslu se tak nabízejí minimálně čtyři varianty. Potenciální výrobce (distributor) důlní techniky z ČR může své stroje do mexických dolů přímo prodávat, nebo je prodat místním pronajímacím společnostem. Stejně tak může do Mexika prodávat (přímo či k pronájmu) přístroje ke geologickému průzkumu, které jsou v zemi stejně žádané jako samotná důlní technika.
Více informací:
alice.dokoupilova@czechtrade.cz

CZ Loko bude dodávat lokomotivy na ruský trh

Český strojírenský podnik CZ Loko bude dodávat na ruský trh lokomotivy za desítky miliard korun, které by měly nahradit celou jednu řadu původního ruského výrobce. Podle generálního ředitele CZ Loko Josefa Bárty budou dodávky uskutečněny ve spolupráci s ruským partnerem. Zhruba 70 % stroje bude představovat česká dodávka, zbytek se vyrobí v Rusku.

Podmínkou dodávky je úspěšné dokončení certifikace nové lokomotivy, která bude splňovat ruské železniční standardy. Z těchto důvodů se nyní lokomotiva testuje na zkušebním okruhu u Moskvy. Ukončení schvalovacího procesu se očekává na podzim.

Inekon Group a Cegelec zmodernizují vozy pro Salcburk

Česká společnost Inekon Group bude ve spolupráci s francouzskou společností Cegelec modernizovat devět příměstských vozů pro město Salcburk v Rakousku. Podle vyjádření generálního ředitele společnosti Josefa Huška by první prototyp měl být představen v roce 2012. Celková zakázka, která se pohybuje kolem osmi milionů eur, by měla být dokončena do konce roku 2013.

Budějovický Budvar vyvezl loni přes šest set tisíc hektolitrů piva

Pivovar Budějovický Budvar vyvezl v loňském roce do 58 států celého světa 604 791 hektolitrů piva, což představuje meziroční navýšení o 4,3 %. Prémiový ležák Budweiser Budvar se na celkovém exportu podílel podle pivovaru z 90 %. Asi 84 % exportovaného objemu piva směřovalo do zemí Evropské unie. Největšími exportními trhy byly v roce 2010 Německo, Spojené království, Slovensko, Rakousko a Rusko.

Podle odhadu Českého svazu pivovarů a sladoven se přitom vývoz piva z ČR loni snížil o 12 %. Jak uvedla vedoucí exportního oddělení Budějovického Budvaru Renata Pánková, nejvyšší prodaný objem v historii byl v Německu, a to 214 408 hektolitrů, což je meziročně o 4,7 % více. Na Slovensku se dosáhlo meziročního růstu o 2,2 %.

Zetor exportuje padesát traktorů do Iráku

Společnost Zetor, český výrobce traktorové techniky, bude v únoru tohoto roku exportovat 50 traktorů na trh do Iráku. Jak uvádí společnost Zetor, jedná se o modelové řady Proxima, Forterra a Antar. Ve spojitosti s tímto zahraničním kontraktem začíná Zetor s výrobou nového modelu traktoru Zetor Antar ve třech výkonových řadách (48–65 kW), který bude určen především rozvíjejícím se trhům. Cenu kontraktu firma nesdělila.

Firma Papcel získala v Bělorusku zakázku za 276 milionů

Společnost Papcel, která vyrábí stroje a technologická zařízení pro papírenský průmysl, dodá Dobrušské papírně v Bělorusku novou přípravnu látky a zmodernizuje stroj na výrobu grafických papírů za zhruba 276 milionů Kč. Zahájení prací na projektu je podle vedoucí marketingu společnosti Jany Karkoškové plánováno na začátek letošního roku, uvedení do provozu a předání zákazníkovi pak na léto 2012.

Pilsner Urquell: roste vývoz čepovaného piva

Společnost Plzeňský Prazdroj během roku 2010 vyvezla 664 tisíce hektolitrů piva Pilsner Urquell, a meziročně tak zvýšila export plzeňského ležáku o 5 %. Největší nárůst byl podle Prazdroje v Německu, a to o 4,77 % na 240 tisíc hl. Dále na Slovensku vzrostl export loni o 18,26 % na 114,5 tisíce hl a ve Velké Británii o 37 % na 24 tisíc hl.

Jak uvedl manažer značky Pilsner Urquell Karel Kraus, úspěchem je rostoucí podíl čepovaného piva, které se vyváží z pivovaru do více než 30 zemí a tvoří 20 % exportu Pilsner Urquell. Loni Prazdroj zahájil export piva Pilsner Urquell do Argentiny. Dalšími exportními zeměmi jsou například Spojené arabské emiráty, Sýrie, Jižní Korea či Vietnam.

Obrat exportu Koh-i-noor Hardtmuth meziročně vzrostl

Obrat exportu výrobce školních a kancelářských potřeb Koh-i-noor Hardtmuth v loňském roce meziročně vzrostl o 26 %. O tento nárůst se dle společnosti přičinily zejména obchodní výsledky v Rusku, USA a Turecku. Jak společnost uvedla, dalšími úspěšnými exportními zeměmi byly Mexiko, Argentina, Ukrajina, Bělorusko či Kazachstán, které zaznamenaly výrazné nárůsty oproti roku 2009.

Podle exportní manažerky společnosti Zdenky Žánové byl výrazný meziroční nárůst exportních prodejů samozřejmě dán propadem v roce 2009. Při porovnání výsledku s rokem 2008 zaznamenala firma 5% nárůst. Letos Koh-i-noor Hardtmuth připravuje společně s americkým obchodním partnerem rozšíření výroby o profesionální uměleckou řadu fixů s velmi dlouhou světlostálostí.

Ross postaví v Rusku továrnu na výrobu bimetalových plechů

Společnost Ross Holding získala v ruském Krasnoarmejsku zakázku na výstavbu nové továrny na výrobu bimetalových plechů pomocí výbuchu. Investorem je firma Bitrub International. Náklady na realizaci budou dle společnosti 34 milionů eur (846,6 milionu Kč), z toho zhruba jednu třetinu činí náklady na stavbu, zbylé dvě třetiny tvoří dodávka technologie.

V současné době firma společně s havlíčkobrodským architektonickým ateliérem H3 pracuje na přípravě projektové dokumentace. Stavět se začne na jaře letošního roku po získání stavebního povolení. Stavba by měla trvat zhruba jeden rok. Celá zakázka je krytá Českou národní bankou a pojištěná společností EGAP.

Projekt Management v praxi aneb Zvyšování pracovních kompetencí studentů VŠE v Praze spoluprací s podniky spadá do Operačního programu Praha – adaptabilita, který je zaměřen na rozvoj a zkvalitnění studijních programů na vysokých a vyšších odborných školách. Vzdělávací minicyklus tří předmětů – hledání konkurenční výhody, praktické aspekty řízení podniků a řízená praxe v podnicích – umožní propojení teoretické výuky s praxí. Je plánován na léta 2011–2013 jako otevřený systém, na jehož zkvalitňování se budou podílet firmy, VŠE a specialisté CzechTrade.
Předností projektu je rovněž zapojení VŠE do prestižní mezinárodní sítě škol Microeconomics of Competitiveness pod vedením profesora M. Portera z Harvard Business School (HBS).

Management v praxi

aneb Získejte svého studenta

Škola a praxe jsou spojené nádoby. Jedno bez druhého skomírá.

Téměř polovina studentů Vysoké školy ekonomické v Praze zná svého budoucího zaměstnavatele a nezaměstnanost absolventů se pohybuje kolem nuly. Přispívá k tomu nejen pověst školy, ale také řada projektů znalostní ekonomiky. Jedním z nich je Management v praxi, který zavádí katedra managementu Fakulty podnikohospodářské.

CzechTrade jako cesta k firmám

Jedná se o společnou iniciativu pedagogů katedry a agentury CzechTrade. Jejím cílem je zvýšení pracovních kompetencí a konkurenceschopnosti studentů na trhu práce. Vědomosti získané v posluchárnách by si měli následně ověřit v běžném provozu firmy. Smyslem projektu však není studenta využít jako levnou pracovní sílu, ale pověřit ho definovaným zadáním a řešením konkrétních potřeb podniku.

K přímému propojení s praxí přispěje především partner projektu a odborný garant – agentura CzechTrade – svým komplexním know-how potřeb a požadavků českých exportérů. „Vytipujeme vhodné firmy, zprostředkujeme jejich kontakt se studenty a v průběhu cyklu poskytnou naši pracovníci oběma stranám své zkušenosti formou konzultací," upřesňuje roli agentury v projektu specialistka z oddělení exportního vzdělávání CzechTrade Lucie Skružná.

Co mohou získat firmy?

Odpověď jsme hledali u manažera projektu Tomáše Říčky, který je asistentem na katedře managementu Fakulty podnikohospodářské VŠE. Dozvěděli jsme se, že projekt zahrnuje mimo jiné předmět praktické aspekty řízení podniků. Na jeho přípravě a vyučování se budou podílet manažeři, jejichž výběr by měl odpovídat možnostem uplatnění studentů. Formou moderované diskuze jim představí konkrétní aspekty fungování podniku, své zkušenosti, problémy a jejich řešení. Zapojením do výuky se externistům otevírají široké možnosti tvůrčí konfrontace, získávání nových podnětů z diskuze jak se studenty, tak odborníky z akademické sféry. „Kromě cenné zpětné vazby budou mít příležitost nalézt v prostoru na pomezí teorie a praxe rovněž zajímavé a užitečné kontakty na podnikatele, pedagogy a pracovníky proexportní agentury," předpokládá Tomáš Říčka.

Řízená praxe v podnicích

Tak se jmenuje třetí z klíčových předmětů, a jak název napovídá, bude přímo řízen zkušenými firemními manažery. Podnikatelé si budou moci podle svých představ vybrat studenta a „ušít mu na míru" úkol. Například vypátrat u výrobku konkurenční výhodu, zmapovat podmínky vstupu na určitý trh, vypracovat analýzu procesu či marketingovou studii nového produktu. V průběhu praxe může student využít asistence odborníků z firem i akademické komunity a exportních manažerů CzechTrade. Na závěr vzdělávacího cyklu bude muset obhájit vlastní písemnou studii, jež bude patřit firmě. Na praxi pak může navázat i diplomovou prací. ■

Pokud tedy chcete získat svého studenta, můžete se obrátit na Lucii Skružnou z agentury CzechTrade: lucie.skruzna@czechtrade.cz, mobil: 737 864 059, tel.: 224 907 571.

Kam směřuje malé a střední podnikání

Budou mít v nejbližších letech malé a střední firmy šanci prosperovat? Nesmete evropské výrobce asijské tsunami? Nezničí celosvětová globalizace malé rodinné podniky? Těmito otázkami se musí každý seriózní podnikatel chtě nechtě průběžně zaobírat, modeluje-li svůj podnikatelský plán na několik let dopředu.

Karel Havlíček

Podobné otázky si kladou i bankéři, kteří rozhodují o investičních úvěrech, a zajímá to také potencionální investory, pro něž je střední segment podniků zajímavou akviziční příležitostí. Malé podniky totiž mají obvykle duši, jednoduchá pravidla, entuziasmus a univerzální pracovité manažery, tedy to, co velcí chronicky postrádají.

Malí a střední generují přes polovinu HDP

Začít můžeme relativně optimisticky. Malé a střední firmy v Evropě budou hrát stále velmi významnou roli. Nikoliv proto, že by ti, kteří tvoří podnikatelský dvorek – stát, podnikatelé, zaměstnanci a banky – měli k malému podnikání bůhvíjak srdečný vztah, ale čistě proto, že pro každou ekonomiku je důležité, aby její růst nebyl závislý pouze na velkých hráčích. To, že evropské malé a střední firmy generují více než polovinu HDP, je z pohledu diverzifikace rizika velmi dobrá zpráva. Méně optimistická zpráva je ta, že malé firmy mají vždy vysokou úmrtnost a bývají obvykle velmi rychle nahrazeny dalšími. Devadesát procent z nich v Evropské unii nepřežije pátý rok od svého založení. A nejvíc na ně dopadají důsledky světové hospodářské krize.

Změny v podnikatelské filozofii

Jestliže chtějí evropští střední producenti přežít, budou muset z větší části zásadně změnit svoje přístupy a přizpůsobit se novým podmínkám. Pokud jim doposud hrozilo největší nebezpečí od asijských tygrů, případně sílící pozice velkých nadnárodních firem, přibyl po krizi další negativní faktor – neochota bank půjčovat středním výrobcům tzv. dlouhé peníze, což je s ohledem na nezbytnost investovat do neustálých inovací v podstatě červená karta. Přistoupit na zkrácenou splatnost investičního úvěru je pro malé firmy velká past, ve které skončí při sebemenším výkyvu trhu. Průmyslový trh se v nejbližších letech rozdělí na velké společnosti, které ovládnou lukrativní segmenty, a malé výrobní dílny do stovky zaměstnanců.

O čem bude střední byznys budoucnosti?

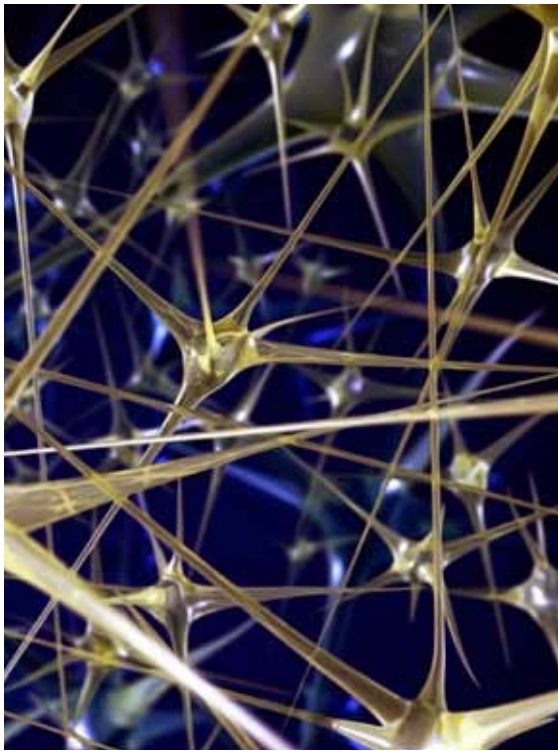
Zejména o těch, kteří dokáží připravit vysoce kvalitní produkt spojený s dodávkou služby a vysokou přidanou hodnotou. Firmy si nebudou hrát na velké obraty, ale těžiště úspěchu bude spočívat v přidané hodnotě na zaměstnance. Té docílíme tím, že, vědomi si jedinečnosti produktu, sebevědomě postavíme vysoké ceny a současně budeme tvořit s minimem pracovníků, ovšem poměrně nákladných, neboť naše konkurenční výhoda musí být postavena na jejich znalostech.

Malé a střední firmy mají vůči velkým obrovskou výhodu ve schopnosti rychle se přizpůsobovat novým podmínkám. Dokáží pružněji zvládat inovační cykly, které jediné jim umožní ubránit vlastní existenci. Úspěšné potom budou především ty, které budou schopny tyto změny řídit. K tomu je potřeba mít informace, schopnosti je bleskurychle vyhodnotit, připravit byznys plán, prosadit změny uvnitř podniku, zabezpečit financování a projekt zahájit. I když je to na první pohled nemálo úkonů, dají se v malé firmě zvládnout poměrně rychle.

Kde hledat nové příležitosti

Tyto možnosti nabízí například podnikání v oblasti biomedicíny a tkáňového inženýrství. Dobrých výsledků bude možné docílit v nanotechnologiích, kosmickém průmyslu, genetickém inženýrství, trvale i v oblastech, jakými jsou energetika či IS/IT. A to tam, kde dokážeme spojit schopné jedince, výzkum a inovace, rychlý tah na branku, schopnost obsluhovat celý evropský kontinent, odvahu a sílu prosadit nové myšlenky.

Budeme-li naopak lpět na zažitých postupech, tradičních trzích a každou snahu



o změnu budeme vnímat ješitně jako útok na naše ego a dosavadní úspěchy, skončíme přesvědčivým neúspěchem. Nic není pomíjivějšího než včerejší černá čísla a nic nás nedovede zákonitěji ke konci než konstatování, že jsme přece v minulosti také fungovali, tak proč to dělat jinak. ■

Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA, je generálním ředitelem společnosti SINDAT, která řídí majetkové účasti skupiny výrobních a výzkumných podniků v oblastech finalizované chemie, biomedicíny a nanotechnologií. Spolupracuje s akademickou a zaměstnavatelskou sférou, je děkanem Fakulty ekonomických studií VŠFS a předsedou Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

„Skutečná konkurence je konkurence nového produktu, nové technologie, nového zdroje nabídky, nového typu organizace."
Joseph A. Schumpeter

Je nám třeba destrukce?

Ano, ale té kreativní!

Česká republika se mezi sedmadvacítkou unijních zemí z pohledu inovací umístila na sedmnáctém místě. Evropská unie jako celek neztrácí už tolik odstup od USA a Japonska, které jsou na světě na prvním a druhém místě a v posledních letech trochu „polevily". Paty nám teď spíš tvrdě „přišlapuje" Čína a Brazílie. Obě země svůj odstup od Evropy v posledních pěti letech totiž znatelně snížily.

Tak by se ve stručnosti dala shrnout zpráva Evropské komise, která byla publikována prvního února letošního roku. A jaká země v Evropě je na prvním místě? Možná pro někoho překvapivě – Švýcarsko. To předstihlo všechny evropské země ve většině posuzovaných měřítek, tedy ve schopnosti financovat výzkum a vývoj (zejména z privátních prostředků), počtu patentů, kvalitě vzdělání i ve schopnosti nabízet nová firemní řešení ve světě.

I když termín „inovace" je kvůli častému nadužívání poněkud nudný a otřepaný, stojí za to se na něj znovu podívat. Spíše než o srovnávání pořadí nám ale půjde o samotný pojem inovace a o to, jaký má smysl pro konkurenceschopnost jednotlivých zemí. A máme k tomu i jeden dobrý důvod navíc. S termínem inovace je totiž spojován rodák z moravské Třešti Joseph Schumpeter. Narodil se tu v roce 1883 a zemřel v roce 1950 v USA.

Martin Tlapa

Podnikat znamená inovovat

Joseph Schumpeter byl nepříliš úspěšný politik, zoufale neúspěšný investor a vynikající ekonom. Jedním z jeho celoživotních témat bylo zkoumání příčin kolísání ekonomik, tedy cykly fluktuací, kterými prochází každé hospodářství. Ty spojoval s různými podmínkami zavádění inovací v jednotlivých zemích a firmách a zajímal se o to, co odlišuje ty úspěšné od neúspěšných. Byl také autorem spojení „kreativní destrukce", termínu, kterým označoval nahrazování starých a neefektivních procesů a produktů novými, založenými na inovativních, tedy tvůrčích schopnostech. Ty vyzdvihoval výše než „pouhý" racionální přístup k řízení a hledání řešení.

Za hybnou sílu inovací a vynalézání označoval Schumpeter samotné podnikatele a tvořivou atmosféru uvnitř firem. Vynálezy, dobře přístupné a zajištěné bankovní produkty, vedou k inovacím a růstu prosperity. A také k přilákání „napodobitelů", kteří však budou vždy o něco méně efektivní než samotní inovátoři. Úpadky firem „vymetou" neefektivní firmy a opraví chyby předchozí expanze. To je jedna z myšlenek jeho práce o teorii ekonomického růstu z roku 1911.

Na první místo Schumpeter kladl podnikatele, jednotlivce nebo skupiny, kteří v sobě mají tvořivou schopnost. V tomto smyslu lze číst i jeho formulace, že „podnikat znamená neustále inovovat". Což, jak říká poněkud cynicky, nebude zdaleka pro každého tak snadné. O tom koneckonců svědčí i jeho výrok: „Pokud vám chybí talent, snažte se ho získat prací."

V pozdějších letech, kdy Schumpeter působil již jako profesor na Harvardu, poukazoval na to, že zdroji inovací a hybateli ekonomiky jsou rovněž velké společnosti, které mají dostatečné zdroje a kapitál pro výzkum a vývoj. V určující roli podnikatelů a řešitelů motivovaných duchem podnikání a podnikatelství však věřil po celý život.

Bez konkurenceschopnosti zahyneme

Úspěšné firmy dnes začínají přemýšlet jinak než dříve. Zkoumají, kde existují ve světě příležitosti, a povzbuzují invenci svých pracovníků pro nalezení co nejvýhodnějšího řešení. Domácí trh zdaleka nepředstavuje první krok ke zdolávání globální konkurence; řada řešení se prodá do světa dříve, než vznikne domácí poptávka. Firmy hledají především tvořivé lidi, kterým dobře pracuje „pravá polovina mozku".

Ztráta pozic Evropy a její pokles v žebříčcích konkurenceschopnosti se pro diskusi o naší budoucnosti musejí stát klíčovým tématem. Je bláhové věřit v zachování evropských sociálních standardů, pokud Unie před světem neobstojí v ekonomickém

Firmy hledají především tvořivé lidi, kterým dobře pracuje „pravá polovina mozku".

výkonu. Problém blahobytné Evropy se zdá být právě v tom, o čem mluvil Schumpeter. Ano, právě v absenci oné „čisticí role destrukce“ vedoucí k zániku neproduktivního, které uvolňuje cestu novým řešením, novým firmám, schopnějším pracovníkům. Z pohledu evropské politiky to, myslím, z velké části lze přičítat přílišné snaze o „kohezi“, tedy vyrovnání různé ekonomické úrovně regionů. Ta velmi často zapomíná na tlak konkurenceschopnosti a nutnost měnit a hledat světová řešení jako protipól udržení toho tradičního (a tak dobře ošetřeného) zájmu minulosti.

A právě proto nastává čas pro dlouhodobou hospodářskou politiku státu, která podpoří prostředí pro růst produktivity, hledání přidané hodnoty našich řešení ve firmách a přilákání privátního kapitálu, který bude investovat do naší schopnosti inovovat; tedy přesně toho jediného, co nás v 21. století může uživit. A je zřejmé, že tento úkol musí být spojen také s modernizací řízení, které je, a to především, uměním, a nutně patří i k základním kompetencím všech, kteří pracují ve veřejné správě a ve správě věcí veřejných vůbec. Ztratit schopnost konkurovat není ničím menším než rozsudkem naší ekonomické smrti.

Chceme patřit mezi inovačně „umírněné“?

Je tomu více než tři desítky let, kdy nejrůznější mezinárodní organizace začaly sestavovat žebříčky zemí, a vyslovovat se tak k úrovni jejich konkurenceschopnosti. Organizace pro hospodářskou spolupráci mezitím přišla s definicí, která tento termín chápe jako schopnost dlouhodoběji vytvářet produkty a služby, jež obstojí ve srovnání s ostatními soupeřícími zeměmi. Největšímu zájmu se těší porovnání konkurenceschopnosti, které zveřejňuje Světové ekonomické fórum (The World Economic Forum, WEF). Přes skepsi k různým srovnáváním je tento index oceňován pro snahu vyvodit hodnocení jednotlivých zemí z celého spektra faktorů, od kvality institucí, roviny zdraví, vzdělanosti až po kvalitu trhu, podnikatelského prostředí a míru inovací. Česká republika se tohoto srovnání účastní od roku 1993 a v posledním roce poklesla o pět míst na 36. příčku. Tento nelichotivý trend potvrdil i poslední, výše uvedený průzkum Evropské unie. Hodnotí nás jako „umírněnou“ inovační zemi a řadí do jedné skupiny s Řeckem, Maďarskem, Itálií, Slovenskem a Španělskem.

Srovnávejme se jen s nejlepšími

Naše příležitost spočívá ve schopnosti měnit se a hledat nové. Náš způsob učení a myšlení by se měl inspirovat tím, co se při řešení stejných výzev osvědčilo jinde. Vedle tradičně uváděných skandinávských států stojí za pozornost německá hospodářská politika podporující růst konkurenceschopnosti, která společně s finskou patří ke špičce v evropském poměřování.

A co dělají v těchto zemích jinak? Pro začátek shrňme jejich zkušenosti do tří bodů. Za prvé, porovnávejme se vždy se světem, se špičkami, a hledejme a podporujme

Ztratit schopnost konkurovat není ničím menším než rozsudkem naší ekonomické smrti.

ta nejlepší řešení, která jsme schopni vymyslet. K tomu potřebujeme prostředí, aby k nám měl důvod přijít i privátní kapitál; proto musíme zpřehlednit a zjednodušit celou strukturu státem financované podpory inovací, vědy a výzkumu a nutně likvidovat vysokou míru korupce. A za třetí, k reformám je třeba přizvat tvůrce hodnot – podnikatele.

Jestliže hlavní myšlenkou Schumpetera bylo soustředit pozornost ekonomů na faktory, které ovlivňují dlouhodobý růst, na schopnost „nového“ nahrazovat „staré“, pak v duchu jeho odkazu musíme, vedle dravého podnikatelského prostředí podněcujícího inovace, nepochybně zdůraznit i konkurenceschopný veřejný sektor. ■

Ing. Martin Tlapa, MBA, je od roku 2004 náměstkem ministra průmyslu a obchodu. V letech 2000–2004 byl generálním ředitelem CzechTrade. V současné době řídí na MPO ČR sekci Evropská unie a konkurenceschopnost.

České systémy budou hlídat švédské seniory

O mladé inovativní společnosti CleverTech jsme psali v Trade Review loni na počátku léta. Měla za sebou vývojovou a testovací fázi technologicky jedinečného dohledového systému SeniorInspect, připravenou koncepci jednoduché formy franchisové spolupráce a chystala se spolu s CzechTrade proniknout do zahraničí.

SeniorInspect pomáhá důstojně stárnout

Připomeňme si stručně přednosti produktu českého spin-off. SeniorInspect je moderní řešení, které podporuje aktivní a přitom bezpečný život seniora. Unikátní technologii vyvinul CleverTech s přispěním mnoha dalších partnerů. Díky ní lze trvale monitorovat aktivitu dědečků a babiček a s pomocí GSM i jejich polohu. Senioři mají nepřetržitě čtyřiadvacet hodin denně spojení se sociální službou tísňové péče a možnost hlasové komunikace s dohledovým pultem. Stačí kdykoli a kdekoli stisknout tlačítko a snímací krabička zajistí předání informací o stavu a potřebách seniora na dohledový pult. Operátor zjistí, co dotyčný konkrétně potřebuje a jaký je jeho stav, a urychleně kontaktuje jeho rodinu, zdravotnické zařízení atd. Systém umí také sám upozornit na krizovou situaci, například pád, a může v daném okamžiku změřit některé základní funkce, jako jsou například EKG, krevní tlak, hladina cukru v krvi nebo teplota.

„Díky našemu řešení se nemusíte bát v pokročilém věku třeba do lesa na houby. A vaše rodina bude mít jistotu, že jste v pořádku," dodává Radek Fiala, vedoucí projektu. „Jedním z našich nejdůležitějších partnerů v České republice je občanské

sdružení ŽIVOT 90, které poskytuje tísňovou péči již téměř dvacet let. Vyhodnotilo naše zařízení jako zcela novou technologickou koncepci a začalo je využívat v rámci režimu sociální služby tísňové péče."

Díky CzechTrade vsadili na správnou kartu

Už při zrodu komplexního řešení asistence seniorům mysleli v CleverTechu na to, že musí být natolik výjimečné, aby s ním uspěli i za hranicemi Česka. Na několika mezinárodních výstavách si přitom „osahali" terén a zjistili, že zájem ze strany zahraničních partnerů by tu byl, proto pro ně připravili jednoduchou formu franchisové spolupráce.

„Naše finanční prostředky jsou však velmi omezené; musíme vážit každý další krok. Nemohli jsme si dovolit jít do zahraničí metodou pokusu a omylu. Potřebovali jsme efektivní pomoc a získali jsme ji u specialistů CzechTrade, s nimiž dlouhodobě spolupracujeme. Za všechny bych rád jmenoval exportní manažerku Jiřinu Nevelöšovou," konstatuje Radek Fiala. „Pomohli nám ve fázi ujasnění strategie a vybrali trhy, které pro nás skýtají největší potenciál: Švédsko, Dánsko a Německo."

Jedničkou je Švédsko

Skandinávie je v péči o seniory na prvních místech žebříčku hodnocení jednotlivých zemí. Znamená to ovšem také, že místní trhy jsou v tomto směru relativně nasycené. Švédské výrobní a vývojářské firmy jsou světovou jedničkou v oblasti asistenčních pomůcek i digitálních komunikačních a bezpečnostních systémů. Spolupracují velmi dobře se švédskými municipalitami a poskytovateli pečovatelských služeb. Šanci tedy mají pouze vysoce inovativní výrobky, které přichází s ještě vyšším komfortem, bezpečím či novými možnostmi.

„Výrobky CleverTechu v tomto směru obstály," říká Klára Jirousková, vedoucí kanceláře CzechTrade ve Švédsku, a dodává, že její kancelář proto obchodní aktivity českého spin-off velmi podporuje.

„Z naší dosavadní spolupráce s Klárou Jirouskovou a dalšími odborníky agentury CzechTrade jsem doslova nadšený," pochvaluje si Radek Fiala. „Precizností průzkumu švédského trhu, který pro nás zpracovali, nás naprosto dostali. Identifikovali konkurenci a konkrétní příležitosti, vymezili kategorie potenciálních obchodních partnerů a je vidět, že vše konzultovali i s experty v daném oboru. Momentálně se chystáme na první jednání s vytipovanými partnery a počítáme s jejich asistencí," dodává Radek Fiala.

„Mám radost, že se nám díky štěstí podařilo i trochu ‚mimo plán' sehnat kontakt na konkrétní vývojářskou švédskou firmu, která má zájem o technické řešení CleverTechu a chce je využít pro jeden ze svých projektů," prozrazuje Klára Jirousková. ■

Společnost CleverTech vznikla před několika lety jako spin-off dvou pražských fakult: Fakulty biomedicínského inženýrství ČVUT a 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy. I když je malou firmou, prosadila se zajímavými technologickými a vývojovými projekty. Od počátku se orientuje na oblast mobilních dohledových a asistenčních systémů.

CZECHTRADE ROZŠIŘUJE SVOU PŮSOBNOST I DO FINSKA A NORSKA

Zahraniční kancelář CzechTrade ve Stockholmu bude od jara hledat příležitosti pro české vývozce kromě Švédska také na finském trhu. Podobně kodaňská kancelář rozšíří svou sféru vlivu do Norska.

Agentura obě tyto země vyhodnotila jako velmi perspektivní, a proto se prostřednictvím stávajících kapacit bude snažit pomoci proniknout českým firmám i na tyto vyspělé trhy. Jedná se o politicky i ekonomicky stabilní, vyspělé, výkonné a na znalostech a inovacích založené ekonomiky s potenciálem růstu. Pro obě země jsou charakteristické moderní průmyslové obory, vysoká životní úroveň, vysoká politická stabilita a kultura, otevřená a výkonná správa, nízká nezaměstnanost a vysoká úroveň vzdělanosti. Přesto mají kvalitní české produkty a služby šanci v těchto severských teritoriích uspět.

Šance na norském trhu:
v energetice, převážně obnovitelných zdrojích energie, v nabídce kvalitního spotřebního zboží, v informačních technologiích, zdravotnických pomůckách a biotechnologiích.

Šance na finském trhu:
ve strojírenství, v kovovýrobě či výrobě specializovaných strojů, dopravních prostředcích, telekomunikacích a ICT a v chemickém průmyslu.

O penězích na inovace v Česku rozhoduje úředník, ne byznys

V Česku není uspokojivě vyřešeno efektivní propojení vědy a inovačních firem. V rozhovoru to potvrdil i Michal Minčev, ředitel odboru mezinárodní konkurenceschopnosti ministerstva průmyslu a obchodu.

Co je hlavním důvodem toho, že nám v inovacích ujíždí světový vlak?

Systém vědy, výzkumu a inovací v ČR zaostává za Evropou. Postrádá jednotnou koncepci, přichází s nahodilými programy, které sám financuje.

Programy nejsou vypisovány s ohledem na očekávanou globální poptávku. Neexistuje následná kontrola finanční efektivnosti projektů, protože jejich financování z veřejných zdrojů k ní nemotivuje.

Žádoucí zapojení soukromých peněz nefunguje. Výběr projektů vykonává úředník a finance jsou následně poskytovány v rámci programů bez zohlednění předpokládaného budoucího vývoje poptávky v dané technologické oblasti.

A co tedy navrhujete, aby se situace změnila?

Vytvořit efektivní systém propojení vědy a podnikání, který by otevřel objevům a patentům české vědy cestu k praktickému uplatnění na světových trzích.

Do venture fondu vlastněného převážně státem bych své úspory rozhodně nevložil.

Inovační podnikatelské projekty by měly být z převážné většiny financovány ze soukromých fondů rizikového kapitálu. Zapojením soukromých zdrojů bude možné vybrat ty nejlepší projekty s nadějí na tržní úspěch a následně efektivně kontrolovat hospodaření s finančními prostředky.

Česko potřebuje databázi nabídky řešených projektů, která umožní propojení s poptávkou ze strany inovačních firem. Systém musí fungovat tak, aby pracoviště

Michal Minčev

aplikovaného výzkumu byla sama nucena hledat pro své programy spolufinancování ze strany inovačních firem.

Státní systém podpory by měl podnikatelům při prosazování jejich inovací ve světě aktivně asistovat prostřednictvím služeb na míru.

Jak se v praxi projevuje fakt, že mrháme veřejnými penězi na výzkumné projekty, které jsou zcela vzdáleny reálnému využití? Pak totiž nezbývá na nová řešení, která by více prosadila naše firmy ve světovém byznysu.

Svědčí o tom třeba příklad z praxe, kdy úspěšná inovační firma z oblasti zdravotních zařízení měla zájem o spolupráci s pracovišti aplikovaného výzkumu či s univerzitami, aby dále rozvinula svůj světově unikátní produkt.

První problém nastal již při snaze o zjištění, které z řady pracovišť aplikovaného výzkumu se zabývá specifickým výzkumem v jejich oboru. Vzhledem k tomu, že neexistuje databáze, kde by bylo možné podobnou informaci dohledat, a pracoviště aplikovaného výzkumu ani univerzity nejsou samy příliš aktivní při vyhledávání firem, kterým by spolupráci na společném vývoji nabízely, nebylo hledání potencionálního partnera jednoduchou záležitostí. Nicméně ani překonání této překážky nevedlo k navázání vytoužené spolupráce.

Přestože firma byla ochotna společný vývoj financovat, nebyly pracoviště aplikovaného výzkumu ani univerzity ochotny přijmout spolupráci na základě projektového řízení, které by v sobě samozřejmě zahrnovalo i dodržování stanoveného časového harmonogramu.

Jinými slovy tedy naznačujete, že univerzity nechtějí pochopit reálný svět a dělají věci do šuplíku?

Právě neochotu pracovišť aplikovaného výzkumu či univerzit podřídit se zákonitostem světa byznysu, tedy dodat řešení ve stanoveném čase a v rámci stanoveného rozpočtu, uvádějí inovační firmy jako zásadní překážku spolupráce. Bohužel však práce pod časovým tlakem je nezbytnou podmínkou, má-li inovační firma uspět ve světové konkurenci.

Proto by se změna systému, kdy by univerzity a výzkumná pracoviště byly finančně nuceny změnit způsob svého fungování a samy vyhledávaly komerční uplatnění svých výsledků, měla prosadit.

Čím ale zaručíme, že když soukromé firmě dáme peníze na inovace, skutečně se prosadí a investice se státu vrátí?

Motivací podnikatele by neměla být výše poskytnuté podpory, ale vyhlídka na budoucí zisk z prodeje vysoce konkurenceschopného výrobku. Výše státní podpory by měla být nastavena tak, aby většina prostředků pocházela od soukromých investorů (fondů rizikového kapitálu), kteří jsou ochotni podstoupit riziko takovéto

investice. Soukromý investor pak bude nejlepším kontrolorem efektivnosti hospodaření s penězi, které poskytl, a tedy celého systému. Soukromé investice zároveň zajistí výběr pouze těch inovačních plánů, jež budou realizovatelné a budou mít šanci na trhu uspět.

Inovačním firmám by na druhou stranu měla být poskytnuta asistence s přípravou byznys plánu a pomoc při komunikaci s fondy rizikového kapitálu (venture funds).

Firmám je třeba poskytnout mezinárodní síť, která jim umožní rozšířit jejich podnikatelské aktivity za hranice.

Inovační firmy musí být rovněž motivovány prodávat své výrobky či nabízet služby i mimo území naší republiky. Propojení podpory inovací s proexportní politikou je pro zvyšování konkurenceschopnosti Česka klíčové.

Kdo by měl za stát být oním mozkovým trustem, základnou pro inovace, kde se soustředí všechny smysluplné projekty firem?

Firmám je třeba poskytnout mezinárodní síť, která jim umožní rozšířit jejich podnikatelské aktivity za hranice. Vzhledem k velikosti domácího trhu vzniká většina úspěšných inovací s ohledem na poptávku v zahraničí.

Proto musí podpora inovací směřovat také do oblasti exportu a internacionalizace firem, tak aby se inovační firma stala rovněž úspěšným exportérem, k čemuž již prakticky napomáhá vládní agentura na podporu exportu CzechTrade.

Její služby ve více než třech desítkách teritorií nemají už nyní svojí strukturou a rozsahem u nás konkurenci, a lze je přitom ještě doplnit o služby, které budou šité na míru inovačním firmám. ■

Dokončení rozhovoru najdete na blogu Ivana Jukla, generálního ředitele CzechTrade: www.czechtrade.cz

Silicon Valley v Čechách?

Stovky milionů na podporu mladých technologických firem

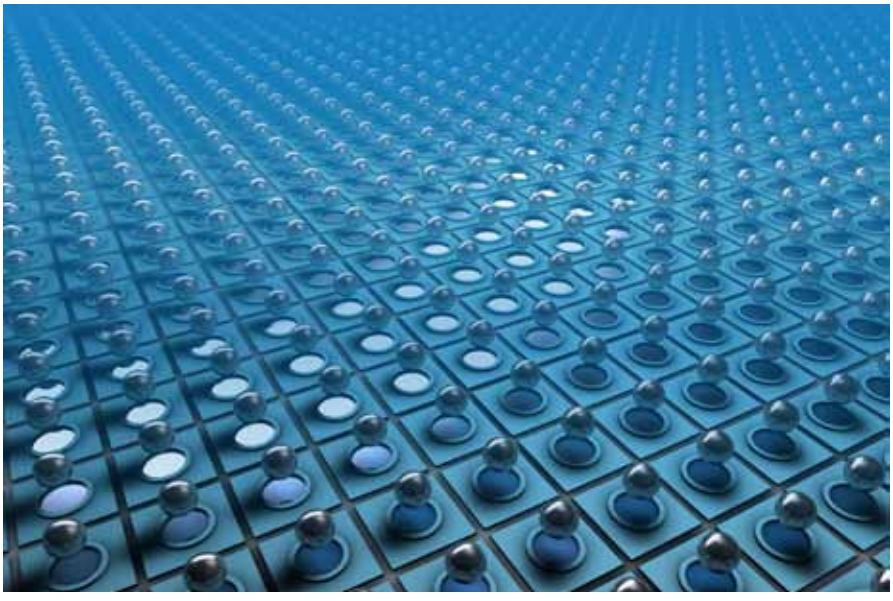
Zkušení podnikatelé a investoři se dali dohromady, aby našli a podpořili ambiciózní a inovativní projekty a firmy. Tak i u nás vznikl venture kapitálový fond po vzoru amerického Silicon Valley, který umožní mladým podnikatelům proniknout do světa.

Česká společnost Credo Ventures, kterou inicioval zkušený investor a facilitátor technologické startupové scény Ondřej Bartoš, spustila loni na podzim svůj venture kapitálový fond Credo Stage 1. Je zaměřený na investice do mladých společností ve střední Evropě, s důrazem na Českou republiku a Slovensko, a to zejména v oblasti internetu, informačních technologií a zdravotnictví. Jeho cílová velikost je půl miliardy korun a dosud shromáždil téměř dvě třetiny této částky.

Prostředky získal fond od individuálních investorů, zejména tuzemských, nicméně mezi nimi najdeme také jednotlivce ze Spojených států amerických a západní Evropy. „Jsme poctěni a potěšeni tím, že se k nám v našem snažení o nalezení příštího AVASTu nebo Systinetu rozhodla připojit celá řada respektovaných a zkušených osobností," říká Ondřej Bartoš. Jsou mezi nimi například zakladatelé AVAST Software Eduard Kučera a Pavel Baudiš, zakladatel LINETu Zbyněk Frolík, vedoucí partner právní kanceláře HAVEL & HOLÁSEK Jaroslav Havel, zakladatel a chairman Elephant Orchestra Jan Barta, šéf KIT digital, jediné firmy obchodované na americké technologické burze NASDAQ se sídlem v Praze, Kaleil Isaza Tuzman nebo zakladatelé společnosti RSJ Algorithmics Trading Karel Janeček a Libor Winkler.

Credo Ventures se od svého založení v loňském roce zabývá cíleným navazováním mezinárodních kontaktů a partnerství. Kromě poskytování peněz inovativním firmám se chce stát užitečným partnerem, který bude dynamické mladé společnosti podporovat na jejich cestě za úspěchem. „Velmi se těšíme na spolupráci s těmi nejlepšími technologickými firmami a podnikateli. Naším cílem je najít ty nejlepší, nejinovativnější a nejzapálenější – a těm pomoci," tvrdí Ondřej Bartoš. ■

Více informací o společnosti Credo Ventures a jejím venture kapitálovém fondu pro inovativní firmy přineseme v rozhovoru s Ondřejem Bartošem v příštím čísle Trade Review.



Předstihne jednou sebevědomá Indie Japonsko?

S prvním Indem jsem se seznámil na studentské brigádě v jednom strojírenském podniku na Vysočině. Obchodník a technik pan Trivedi se zajímal o české obráběcí stroje, které měly již tehdy ve světě dobrý zvuk. Koncem loňského roku jsme spolu nostalgicky vzpomínali a hovořili o tom, co se za těch více než třicet let změnilo. I když je toho hodně, pověst našich výrobků se Indům z paměti nevytratila.

Ivan Kameník
vedoucí kanceláře CzechTrade
Bombaj, Indie
ivan.kamenik@czechtrade.cz

Kdo se prosadí ve „století Pacifiku“?

Západní svět sice připouští rychlý hospodářský růst Indie, ale ostražitě hledí především na Čínu. Přitom podle expertů není vůbec jasné, který asijský obr bude rychlejší a úspěšnější. Stačí se podívat na taková města, jako například Béngalúr. Uvidíte mrakodrapy největších světových bank, moderní výzkumné ústavy či haly sterilně hermetizovaných továren na polovodiče a softwarové počítačové programy, jež nyní úspěšně konkurují evropským a americkým výrobcům. Respekt si zaslouží i indický letecký a kosmický průmysl s vlastními raketovými nosiči či telekomunikační družice, které vysílají vzdělávací programy do každé vesnice a školní třídy. Návštěvníka překvapí moderní sídliště s obchodními centry, rychle se rozšiřující dálniční síť a na rozdíl od českých drah ziskové železnice.

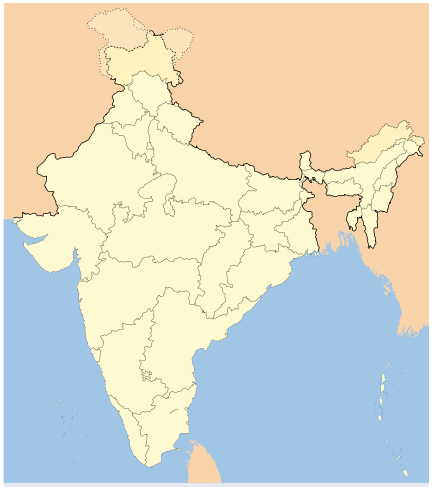
Podobně jako Čína je Indie obrovským odbytištěm pro spotřební zboží i investiční celky. Dá se říci, že s indickým partnerem jsme si bližší také díky způsobu myšlení, zvyklostem a oficiálnímu jazyku, angličtině. Mnohé západní firmy tam třeba přesunuly svá call centra, aby ušetřily na mzdových nákladech.

K mohutnému skoku Indie do 21. století, nazývaného „stoletím Pacifiku“, přispěly především odvážné reformy, které před dvaceti lety zahájila administrativa pod vedením tehdejšího ministra financí a současného premiéra Manmóhana Singha. Otevřel zemi okolnímu světu, zrušil řadu regulačních opatření, zredukoval počet dovozních cel a omezil rozsáhlou státní byrokracii. Díky těmto opatřením se Indie stala čtvrtou největší ekonomikou na světě. Šedesát let fungující parlamentní demokracie vsadila na moderní technologie a výrobu s vyšší přidanou hodnotou a oproti Číně je v exportu méně závislá na tempu vyspělých ekonomik.

Další zlomový moment přišel v roce 1999. Softwaroví odborníci z USA a Evropy nestačili uspokojovat rychle rostoucí zakázky a stejně schopní a mnohem levnější kolegové z Indie se chopili příležitosti. Dnes je ekonomika země tažena především službami, které se na tvorbě HDP podílejí padesáti procenty. V současné době žije v Indii 1,2 miliardy obyvatel a s dvouprocentním ročním růstem populace zřejmě dostihne v roce 2030 Čínu. V zemi demografického boomu se sice počet příslušníků střední třídy znásobil čtyřikrát, avšak přetrvávají obrovské sociální rozdíly, náboženské a etnické rozpory a problémy ve zdravotnictví, s nimiž si bude muset vláda poradit. Hospodářský rozvoj ale nejvíc tíží vysoká míra korupce a nedostatek energií.

Znovuobjevený indický potenciál

Na sklonku loňského roku si světové velmoci v Indii „podávaly dveře“. Představitelé USA, Číny, Ruska a Francie si odvezli mnohamiliardové kontrakty z oblasti infrastruktury, vědy, energetiky a zbrojního průmyslu.



Indická republika

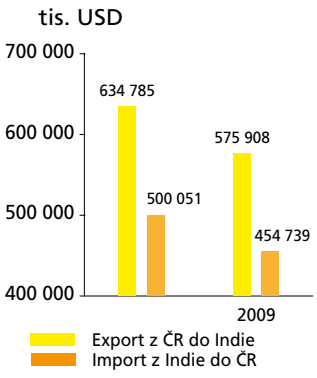
Rozloha: 3 287 590 km² (sedmá největší na světě)

Počet obyvatel: 1,188 mld. (druhá na světě)

Hlavní město: Nové Dillí

Měna: indická rupie (INR)

Obchodní bilance Česká republika–Indie



PERSPEKTIVNÍ OBORY PRO ČESKÉ FIRMY

- Zdravotnická technika
- Energetika
- Obráběcí a tvářecí stroje
- Environmentální technologie – především k úpravám vod
- Potravinářské technologie
- Nanotechnologie a biotechnologie
- Dodávky pro výstavbu infrastruktury

Foto: Stefano Prigione

Stranou nezůstala ani Česká republika. Česká delegace ministerstva průmyslu a obchodu vedená náměstkem ministra Milanem Hovorkou za doprovodu našich podnikatelů přivezla z Dillí podepsanou smlouvu o hospodářské spolupráci obou zemí. Dokument je zaměřen na oblast energetiky, těžebního průmyslu a budování infrastruktury.

Přestože na indické straně existuje reálná poptávka po české produkci, posílená dobrými zkušenostmi, převyšuje nabídka a o úspěchu dodavatele rozhoduje vysoká kvalita za přijatelnou cenu. Pokud nepřijdeme se skutečně výjimečnými výrobky, dostane přednost německá nebo asijská konkurence se známější obchodní značkou. Klíčem k úspěchu jsou tedy inovace. Mnohá výběrová řízení na státní zakázky ale provází korupce, která českému exportérovi hází klacky pod nohy.

Hospodářská revoluce přináší plody

Reformy se uchytily, světová krize se podepsala na indickém hospodářství relativně málo a země se doslova řítí do období znalostní ekonomiky. Jestliže před pár lety považovala indická vláda za své priority zajištění výživy a pitné vody pro své obyvatelstvo a boj s negramotností, nyní se netají daleko vyššími ambicemi. Do roku 2050 chce předstihnout Japonsko a opanovat třetí pozici ve světovém žebříčku za Čínou a USA. To se podaří jen při ročním tempu ekonomického růstu alespoň na úrovni 9 až 10 procent. Vstupem do Světové obchodní organizace (WTO) a hospodářskými výsledky získala Indie právem sebevědomí.

Příležitosti pro české firmy

Můžeme konstatovat, že přetrvává zájem o české obráběcí a tvářecí stroje, o němž svědčila i vysoká účast v české expozici na nedávném veletrhu IMTEX 2011 v Béngalúru.

Indie prahne po energii. Za mohutnými tempy růstu indického průmyslu zaostává výroba potřebné energie více než čtvrtinou. Proto vláda i soukromí investoři vkládají ohromné částky do budování nových energetických zdrojů. Zatím směřují zejména do tepelných elektráren, protože země disponuje čtvrtým největším nalezištěm černého uhlí na světě. Těžba však neodpovídá potřebám, a tak se uhlí dováží, což vyžaduje budování nových přístavních kapacit. Velký zájem projevuje indická strana o české těžební technologie.

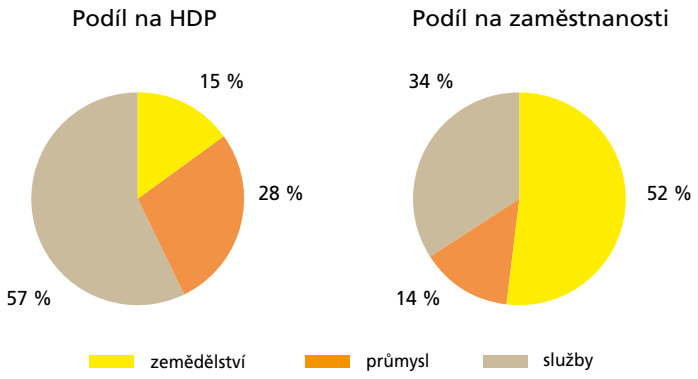
Indie, země v sousedství Číny a Pákistánu, si musí zajistit i odpovídající úroveň obrany své země a demokratického systému. Vláda do ní investuje velké částky a uvolnila zahraničním dodavatelům přístup k armádním zakázkám, jež byly dříve výsadou indického vojenského průmyslu. Český stát si je této skutečnosti vědom, a proto loni podpořil účast exportérů na veletrhu DEFEXPO.

Velkým problémem celé Indie zůstává zpracování úrody. Na polích i ve skladech často nevyhovující technické úrovně ročně mizí její významná část, což vede k růstu cen potravin a nepokojům nejchudších vrstev obyvatelstva. Centrální vláda i vlády některých svazových států proto investují do moderních skladovacích kapacit. Příležitost pro české exportéry představují i rostoucí nároky střední vrstvy obyvatelstva na kvalitnější potravinářské zboží. Jeho masivnějšímu průniku na trh ovšem zatím brání třicetiprocentní dovozní clo. Indie však přislíbila, že do roku 2015 cla sníží nebo je úplně odstraní.

K největším sektorům indické ekonomiky jak z hlediska toku financí, tak počtu zaměstnanců patří zdravotnictví, které v roce 2009 vzrostlo o neuvěřitelných 16 procent. V současné době se do odvětví ročně investuje kolem 40 miliard dolarů, tedy přibližně 6 procent HDP. Téměř tři čtvrtiny výdajů směřují do soukromého sektoru, respektive soukromých nemocnic.

Průběžně roste počet obyvatel, kteří jsou schopni vynakládat prostředky na zdravotní péči. Více než sto milionů obyvatel mělo již roční příjem v rozsahu 10 až 20 tisíc dolarů, zatímco průměrný příjem na hlavu představuje 650 dolarů. Ke schopnosti platit za zdravotní služby přispělo i zvýšení

Struktura hospodářství Indie



Zdroj: Wikipedia

POZVÁNKA

INDIA ENERGY 2011, Bombaj

29. 9.–1. 10. 2011

www.indiaenergy.net

HOSPITAL INFRASTRUCTURE 2011, Bombaj

Zdravotnická zařízení a technika

21.–23. 10. 2011

www.hospitalinfra-india.com

příjmů rodin, kde ženy nastoupily do zaměstnání (cca 30 %). Nejméně 150 milionů obyvatel má na to, aby si koupilo zdravotní služby západního typu a tento trend pokračuje. Zatím je to však jen polovina z třísetmilionové střední vrstvy.

Exportéři z řad výrobců a dodavatelů zdravotnické techniky mají šanci na úspěch, ale jen s vynikajícími inovativními výrobky. Setkají se totiž s ohromnou místní konkurencí, jež rychle dohání světové trendy, a dalšími světovými výrobci, kteří v Indii již nejenom vyrábějí – a tak snižují náklady na pracovní sílu a nemusí platit dovozní clo – ale též výrobky vyvíjejí.

Indie podobně jako Čína při svém hospodářském růstu poněkud pozapomněla na životní prostředí. Trpí tak nesmírným množstvím odpadů, má znečištěné pobřeží i pobřežní vody. V zemi se vlivem kontaminace projevuje nedostatek vody na pití i k zavlažování. V sektoru ochrany vod mohou uspět i čeští výrobci špičkových čisticích technologií.

Země rychlých proměn

Třebaže Indie zůstává převážně zemědělskou ekonomikou, kde téměř 75 % obyvatelstva pracuje v zemědělství a 25 % se pohybuje pod hranicí chudoby, je doslova na každém kroku patrný vliv nové střední příjmové skupiny, patřičně sebevědomé a náročné. Na ni by se naši exportéři měli zaměřit.

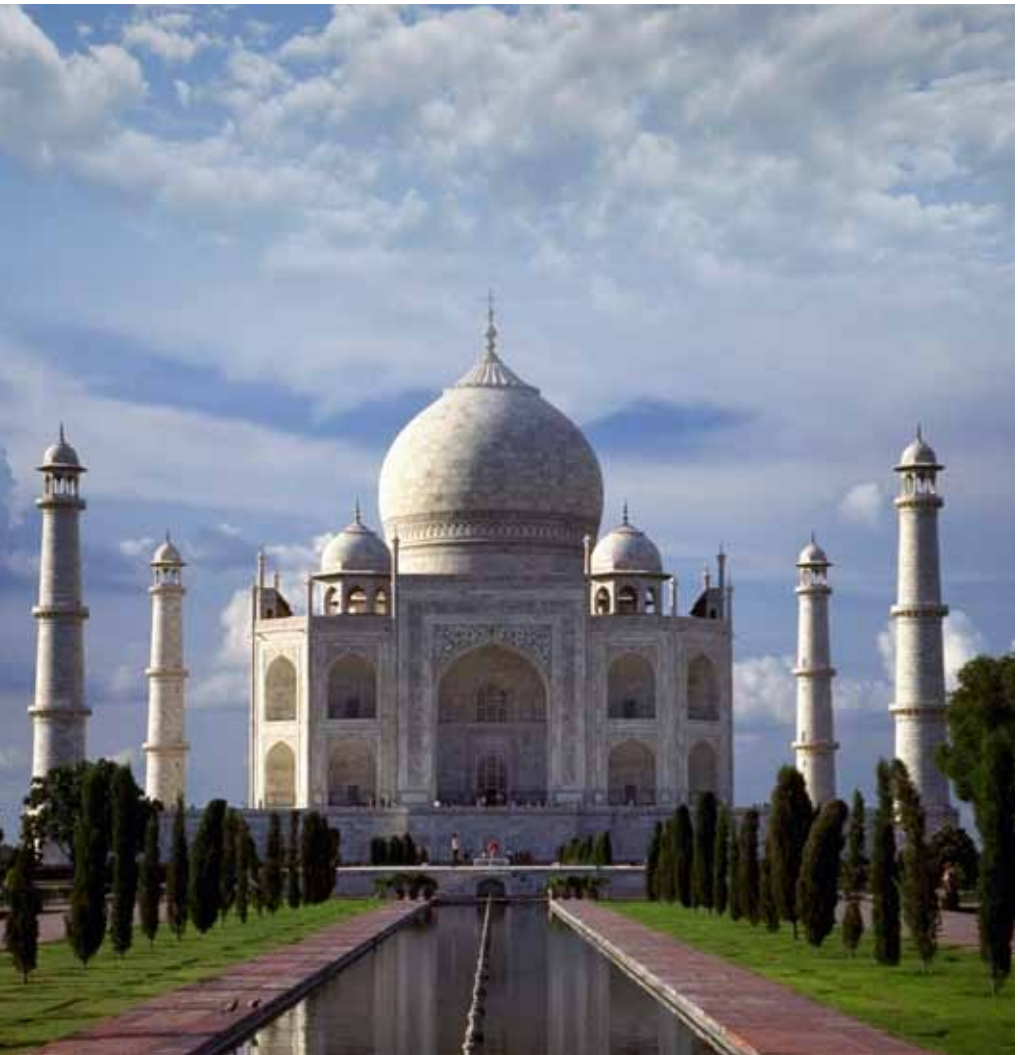
Ne všechny plány se této ambiciózní zemi daří průběžně plnit, což způsobuje prodlevy v dalších investicích a pomalé tempo rozvoje infrastruktury. Uspokojivý není ani stav byrokracie a korupce. Pro české firmy je proto výhodné využít služeb místního zástupce. Při jeho vyhledávání je českým exportérům k dispozici kancelář agentury CzechTrade v Bombaji, která i po uzavření generálního konzulátu hájí zájmy českých firem a pomáhá řešit jejich exportní potřeby.

CzechTrade představí české designéry

Pro úspěch na indickém trhu je třeba neustále inovovat. Ale průmyslový design je v Indii na samém počátku. Proč by nemohli čeští designéři usilovat o přízeň místních firem? Proto agentura CzechTrade společně se Zastupitelským úřadem ČR v Dillí připravuje setkání českého designu s indickými firmami a obchodníky.

Indická ekonomika roste kontinuálně s populací. Pětiprocentní tempo se očekává po dobu 45 let! Pokud udržíme konkurenceschopnost našich výrobků a zbavíme se mnohdy neopodstatněných předsudků o největší demokracii světa, určitě uspějeme.

Jak říká jeden indický manažer velkého koncernu: Firmy obou zemí si musí najít cestu k sobě samy. Češi mají výhodu, že při jejím hledání je provází profesionální služby agentury CzechTrade.



DESATERO OBCHODOVÁNÍ S INDIÍ

I. Buďte trpěliví.

II. Opřete se o důkladný průzkum trhu.

III. Nabízejte pouze špičkové technologie, výrobky a služby.

IV. Zajistěte si firemní přítomnost nebo obchodního zástupce.

V. Indičtí partneři se snaží „vtáhnout" zahraniční firmu do společného podnikání. Buďte obezřetní při stanovení podílu a sdílení know-how.

VI. Indický trh není momentálním řešením odbytových potíží v postkrizovém období. Přistupujte k němu s dlouhodobou vizí.

VII. Počítejte s časem a prostředky na osobní návštěvy.

VIII. Rozhoduje špička firemní hierarchie – jednejte jen s těmito strukturami.

IX. Indii ani indického partnera nikdy nepodceňujte.

X. Učte se rozumět kulturním odlišnostem při osobním jednání: yes znamená možná.

UŽITEČNÉ KONTAKTY A WEBOVÉ STRÁNKY

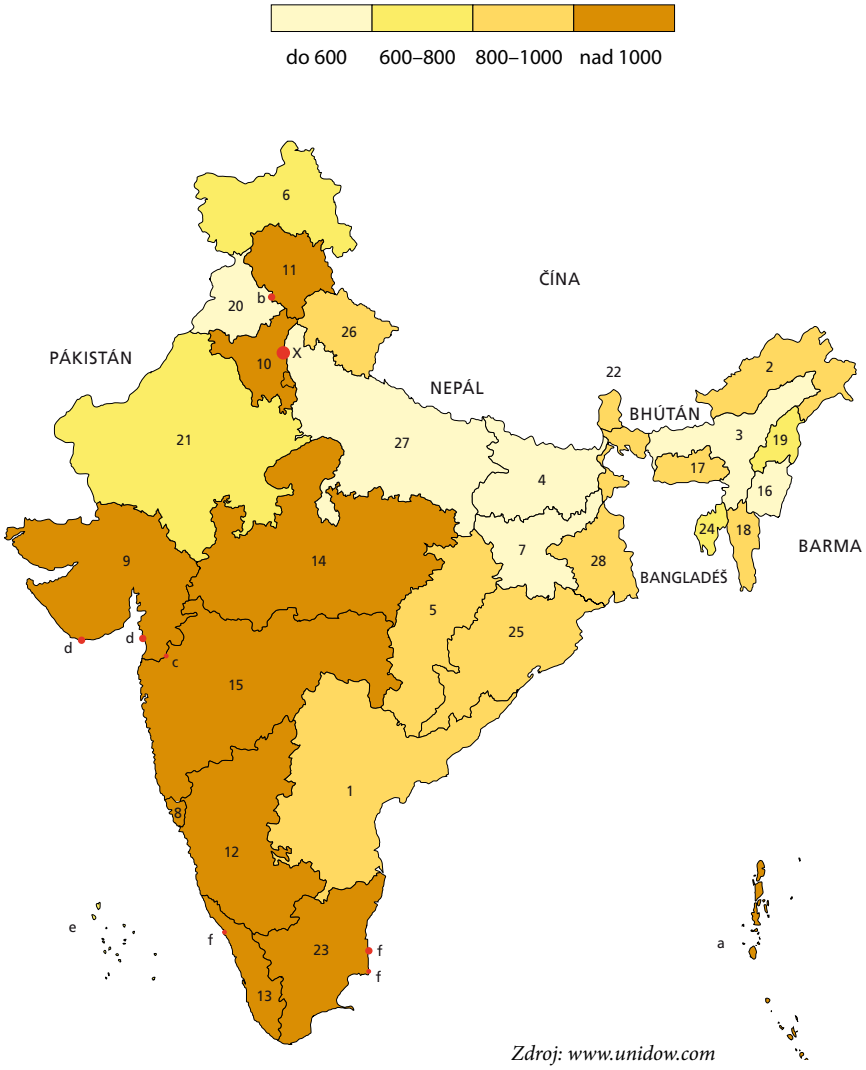
Indie – souhrnná teritoriální informace na BusinessInfo.cz
www.businessinfo.cz/cz/rubrika/indie/1000422/

National Portal of India
– vládní portál, obsahuje informace o tendrech
www.business.gov.in

Central Board of Excise and Customs
– informace o dovozním clu a daních
www.cbec.gov.in

Bihár (4)	323
Uttarpradéš (27)	458
Paňdžáb (20)	511
Džhárchand (7)	532
Manípur (16)	573
Ásám (3)	573
Džammú a Kašmír (6)	655
Rádžasthán (21)	661
Nágsko (19)	692
Urísa (25)	719
Tripura (24)	730
Dádra a Nagar-Havélí (c)	750
Damán a Díjú (d)	750
Lakadivy (e)	750
Arunáčalpradéš (2)	809
Meghálaj (17)	809
Mizórám (18)	836
Západní Bengálsko (28)	867
Čhattísgarh (5)	868
Uttaračal (26)	897
Sikkim (22)	936
Ándhrapradéš (1)	977
Karnátaka (12)	1 002
Tamilnádu (23)	1 097
Andamany a Nikobary (a)	1 118
Himáčalpradéš (11)	1 193
Kérala (13)	1 200
Gudžarát (9)	1 264
Maháráštra (15)	1 361
Madhjapradéš (14)	1 365
Harijána (10)	1 598
Puttučéri (f)	1 997
Dillí (X)	2 049
Góa, Daman a Diú (8)	2 538
Čandígarh (b)	2 729

Státy Indie – HDP na obyvatele (v USD)



Zdroj: www.unidow.com

Indické pohlazení

Psát na téma Indie je vždycky vzrušující, neboť to člověka vede k zamyšlení, co v této zemi prožil, s kým se potkal, jaké obrovské kontrasty viděl. Služební cesty mě zavedly do dvou oblastí, a to do Hajdarábádu a Dillí. Zmiňuji je úmyslně v tomto pořadí, protože takto vznikala má zkušenost s Indií.

Jaromír Chabr

Kolik lidí se vejde do jedné rikši?

V Hajdarábádu (Hyderabadu), významné metropoli jihovýchodní části Indie, žije přibližně čtrnáct milionů obyvatel. Nikdy dříve jsem nezažil pocit, kdy se na vás ze všech stran valí proudy skútrů, aut a ostatních povozů a všichni nadšeně troubí. Žádní policisté, málo semaforů, a přesto minimum nehod. A kolik pasažérů se vměstná do jedné rikši a co všechno dokážou přepravit, to Evropané těžko chápou.

Co mě fascinuje, je indický postup při výstavbě. Po dokončení například autobusové zastávky, tedy snad to byla zastávka, nechají veškerý odpad bokem, často i s nářadím, a tím to končí.

Jak přežít žebračky-profesionálky

Byl jsem zde v období úrody manga, všude se prodávaly hromady těchto žlutých plodů. Těžký, jakoby mazlavý vzduch a ve všech zákoutích lidé, kteří žijí na ulici, to jsou nejsilnější dojmy z tohoto města. Velmi deprimující je setkání s profesionálními žebračkami. Nesou na ruce malé dítě s krásnýma, byť smutnýma očima, a navodí takovou atmosféru, že většinou vítězně odchází s nějakým obnosem. V té chvíli ještě netušíte, že se na vás chystá další a předpokládá také úspěšný „lov". Jediný recept, jak to přežít, je dívat se skrze ně a nevnímat. Při průjezdu městem, tedy až se vám podaří odtrhnout zrak od dopravního ruchu, uvidíte takové ukázky bídy, že tomu ani nechcete věřit. Je to natolik silný prožitek, že vám z paměti jen tak nevymizí. Na druhou stranu je to úžasný lék na naši permanentní nespokojenost snad se vším.

Označení ulic nehledejte

Nové Dillí (New Delhi), hlavní město Indie, je na tom o trochu lépe. Probíhá zde

mohutná výstavba výškových budov, kancelářských, hotelových i bytových komplexů. Působí až směšně, když projíždíte nově vznikající čtvrtí a zároveň míjíte miniaturní políčka, kde žijí lidé pod barevnými igelitovými plachtami a okolo jejich příbytků se motají například prasata. Směšné do té doby, než vám jich začne být líto. Ale ten kontrast vůči o pár desítek metrů dál stojícímu pětihvězdičkovému hotelu je enormní. Na označení ulic zapomeňte. I místní s ním mají problémy.

Indickou byrokracii sami nezvládnete

Setkání se státní správou je nezapomenutelné. Vsadím se, že žádný z těch, co si stěžují na české úřady, na míru byrokracie, na možnou korupci atd., se nikdy neprokousával indickým mechanismem. Možná je to také tím, že často i vysocí úředníci sedí v naprosto katastrofálních podmínkách. Pokud něčeho chcete dosáhnout, musíte nejen dobře zpracovat svoji žádost, ale zároveň za úředníka vypracovat „jeho" formulář, který následně putuje do první a další komise a pak zase zpět a k vyššímu úředníkovi… Bez místního „profíka" a někdy i bez podpory velvyslanectví to budete zvládat velmi obtížně.

Indové jsou zdatní byznysmeni

Oproti tomu ze setkání s podnikatelskou reprezentací mám velmi dobrý pocit. Bezproblémová komunikace v angličtině, vysoký standard jednání, dobrá znalost bankovních produktů, tisíce zaměstnanců, obraty v miliardách amerických dolarů – to vše není v Indii něčím výjimečným. Indové jsou výborní a tvrdí obchodníci, kteří vás ale po získání určitého stupně důvěry klidně pozvou domů. Zde vám nabídnou pohoštění kvalitním jídlem i pitím a rádi se pochlubí nabytým bohatstvím. Tady je třeba chovat se taktně i u naprosto kýčovitých skvostů.

Přestože je indický trh obrovský a plný příležitostí, není vůbec jednoduché na něj proniknout. V každém případě je třeba se připravit na fakt, že to může stát dost peněz, než se obchod s indickými partnery rozeběhne. Je při tom výhodné mít v zádech dobrou a silnou banku, kterou Komerční banka určitě je. ■

Jaromír Chabr je ředitelem Divize financování obchodu a exportu Komerční banky.

Indie a exportní potenciál ČR

TOP CZECH NA INDICKÉM TRHU

(podle klasifikace ISIC)*

- Výroba dílů a příslušenství pro motorová vozidla a jejich motory
- Výroba skla a skleněných produktů
- Výroba ložisek, ozubených kol, převodů a hnacích prvků
- Výroba strojů určených pro výrobu textilních produktů a usní
- Výroba zbraní a munice
- Výroba motorových vozidel

Zdroj: analýza CzechTrade

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že nejvýznamnější položkou ISIC, kterou Indie z 8,8 % importuje z ČR, je výroba dílů a příslušenství pro motorová vozidla a jejich motory (3430 ISIC). Za povšimnutí stojí i průměrný nárůst importu této položky právě z ČR, který se v letech 2005–2009 zvýšil průměrně o 11 % ročně.

Další významnou položkou českého exportu do Indie je výroba skla a skleněných produktů (2610 ISIC), kde náš podíl na importu tvoří 2,7 %.

Z hlediska nejvyššího nárůstu dovozu z ČR do Indie za sledované období (2005–2009) vykazuje nejvyšší hodnoty výroba ložisek, ozubených kol, převodů a hnacích prvků (ISIC 2913), která rostla v průměru o 39 %.

Pokles (v průměru o 8 % ročně) na indickém trhu za období 2005–2009 zaznamenává výroba strojů určených pro textilní výrobu (ISIC 2926), zároveň však klesá i indický trh v položce jako takový; české firmy by tedy měly aktivity v tomto směru v Indii zvážit.

Ve sledovaném období nejvýrazněji sílí z globálního hlediska import položky výroby zbraní a munice (ISIC 2927), což se projevuje nárůstem importu o 126 %, ovšem dovoz této položky z ČR se propadá (o cca 9 % průměrně každý rok). Z analyzovaných položek zaujímá výroba zbraní a munice nejmenší trh.

BUDOUCÍ PŘÍLEŽITOSTI NA INDICKÉM TRHU

(podle klasifikace ISIC)*

- Výroba nábytku
- Dobývání kamene, písku a jílů
- Výroba plastů v primárních formách a syntetického kaučuku
- Výroba vlnitého papíru, lepenky a obalů z papíru a lepenky

Zdroj: analýza CzechTrade

Největší nárůst importů v období 2005–2009 do Indie zaznamenala výroba nábytku (ISIC 3610). Průměrný nárůst dovozu této položky z ČR činil významných 787 % a dovoz do Indie roste i v celkovém měřítku (průměrně o cca 17 % ročně za sledované období).

Z vybraných pěti položek vykazujících příznaky budoucích příležitostí pro české firmy na indickém trhu nejvíce rostly celkové importy položky dobývání kamene, písku a jílů (ISIC 1410), a to o 25 %. Za sledované období se zvýšil i bilaterální obchod (ČR–Indie) o nezanedbatelných 234 %. Významný nárůst zaznamenal také import plastů v primárních formách a syntetického kaučuku (nárůst importu z ČR o 561 %) a roste i celkový import této položky, a to průměrně o 10 % ročně za posledních pět let.

**International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC) je mezinárodní standardní statistická klasifikace všech ekonomických činností, která člení hospodářské aktivity do 295 skupin. Usnadňuje mezinárodní srovnatelnost statistik OSN.*

KNOW-HOW CZECHTRADE

Výše uvedené informace jsou jen dílčí částí unikátního know-how agentury CzechTrade. Specialisté agentury dokážou díky němu dále například identifikovat obory (položky HS6 – harmonizovaný systém na 6 míst), v nichž Indie vykazuje komparativní nevýhodu, a nalézt české obory (položky HS6), kterým se na indickém trhu podle statistických hodnot daří nadprůměrně. Dále je možné ke každé položce provést například analýzu konkurence, jejímž prostřednictvím lze zjistit hlavní konkurenty pro ČR na indickém trhu pro konkrétní položky ISIC (HS6), koncentraci místního trhu a následná doporučení.

Mapy světového obchodu

Následující dvoustrana obsahuje mimo jiné dvě tzv. anamorfní mapy světového obchodu, a to se sklem a skleněnými výrobky a s textilními a kožedělnými stroji. Obě komodity patří k tradičním českým výrobním i obchodním odvětvím, přestože se situace v poslední době mírně mění v náš neprospěch. Nicméně Česká republika se v obou odvětvích nezanedbatelně podílí na světovém exportu i na importu Indie, které je toto číslo Trade Review z velké části věnováno.

▶▶

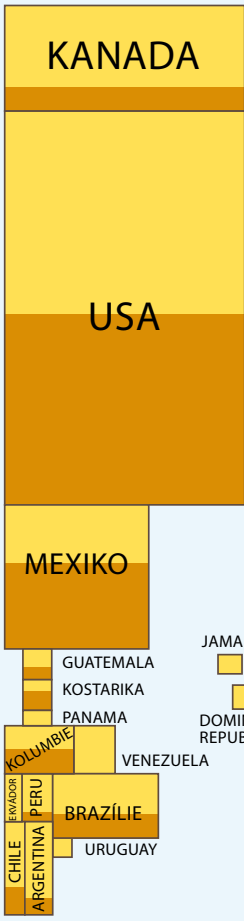
TABULKY NEJVĚTŠÍCH SVĚTOVÝCH EXPORTÉRŮ A IMPORTÉRŮ

Vývoz skla a skleněných výrobků (2009)

	Země	Export v USD	% svět. exportu
1.	Čína	7 597 086 057	15,0
2.	Německo	5 488 007 000	10,8
3.	Japonsko	4 503 737 033	8,9
4.	USA	4 144 818 260	8,2
5.	Francie	3 265 211 136	6,4
6.	Belgie	2 603 216 034	5,1
7.	Itálie	2 480 868 893	4,9
8.	**Česká republika**	**1 587 637 673**	**3,1**
9.	Španělsko	1 207 367 198	2,4
10.	Mexiko	1 169 744 593	2,3
11.	Polsko	1 110 921 187	2,2
12.	Dánsko	1 104 995 027	2,2
13.	Spojené království	1 099 362 440	2,2
14.	Nizozemsko	1 022 959 700	2,0
15.	Turecko	838 447 519	1,7
16.	Malajsie	835 777 084	1,6
17.	Rakousko	770 869 000	1,5
18.	Korejská republika	628 145 298	1,2
19.	Hongkong	618 658 438	1,2
20.	Portugalsko	578 435 552	1,1
21.	Thajsko	563 709 687	1,1
22.	Švýcarsko	516 536 036	1,0
23.	Maďarsko	509 622 000	1,0
24.	Švédsko	508 461 475	1,0

Dovoz skla a skleněných výrobků (2009)

	Země	Import v USD	% svět. importu
1.	USA	4 641 641 824	9,5
2.	Německo	4 076 391 000	8,3
3.	Francie	3 250 826 614	6,6
4.	Čína	3 028 609 906	6,2
5.	Korejská republika	2 454 535 179	5,0
6.	Japonsko	1 918 551 380	3,9
7.	Kanada	1 872 646 315	3,8
8.	Spojené království	1 843 053 891	3,8
9.	Itálie	1 791 339 850	3,7
10.	Belgie	1 699 276 894	3,5
11.	Španělsko	1 551 325 565	3,2
12.	Hongkong	1 156 302 031	2,4
13.	Nizozemsko	1 114 085 289	2,3
14.	Polsko	998 240 726	2,0
15.	Švýcarsko	931 084 302	1,9
16.	SAE	839 633 252	1,7
17.	Rakousko	831 657 377	1,7
18.	Mexiko	806 924 940	1,6
19.	Švédsko	748 634 288	1,5
20.	**Česká republika**	**685 361 587**	**1,4**
21.	Singapur	641 556 499	1,3
22.	Malajsie	607 231 892	1,2
23.	Dánsko	606 183 505	1,2
24.	Austrálie	605 392 100	1,2



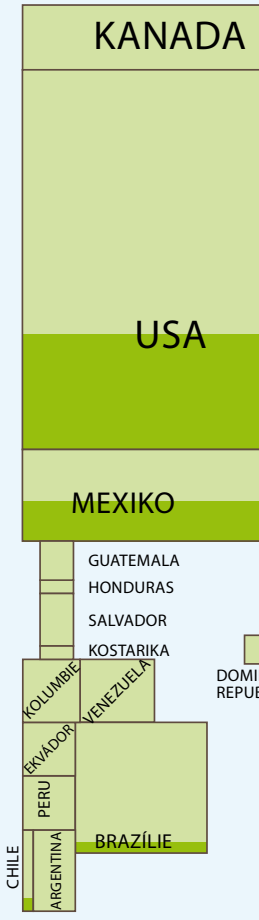
Vývoz textilních a kožedělných strojů (2009)

	Země	Export v USD	% svět. exportu
1.	Německo	3 266 178 000	17,5
2.	Čína	2 422 472 700	13,0
3.	Itálie	2 093 943 613	11,2
4.	Korejská republika	1 910 388 294	10,2
5.	Japonsko	1 603 258 868	8,6
6.	USA	1 228 649 792	6,6
7.	Švýcarsko	869 899 456	4,7
8.	Hongkong	715 877 191	3,8
9.	Francie	504 176 328	2,7
10.	Mexiko	370 802 584	2,0
11.	Belgie	367 803 686	2,0
12.	Thajsko	339 906 376	1,8
13.	**Česká republika**	**328 086 787**	**1,8**
14.	Singapur	317 374 932	1,7
15.	Turecko	257 223 536	1,4
16.	Španělsko	247 613 300	1,3
17.	Švédsko	210 426 339	1,1
18.	Spojené království	175 134 273	0,9
19.	Rakousko	143 696 165	0,8
20.	Indie	141 000 791	0,8
21.	Polsko	128 273 919	0,7
22.	Dánsko	111 839 300	0,6
23.	Nizozemsko	106 952 586	0,6
24.	Čína	87 020 058	0,5

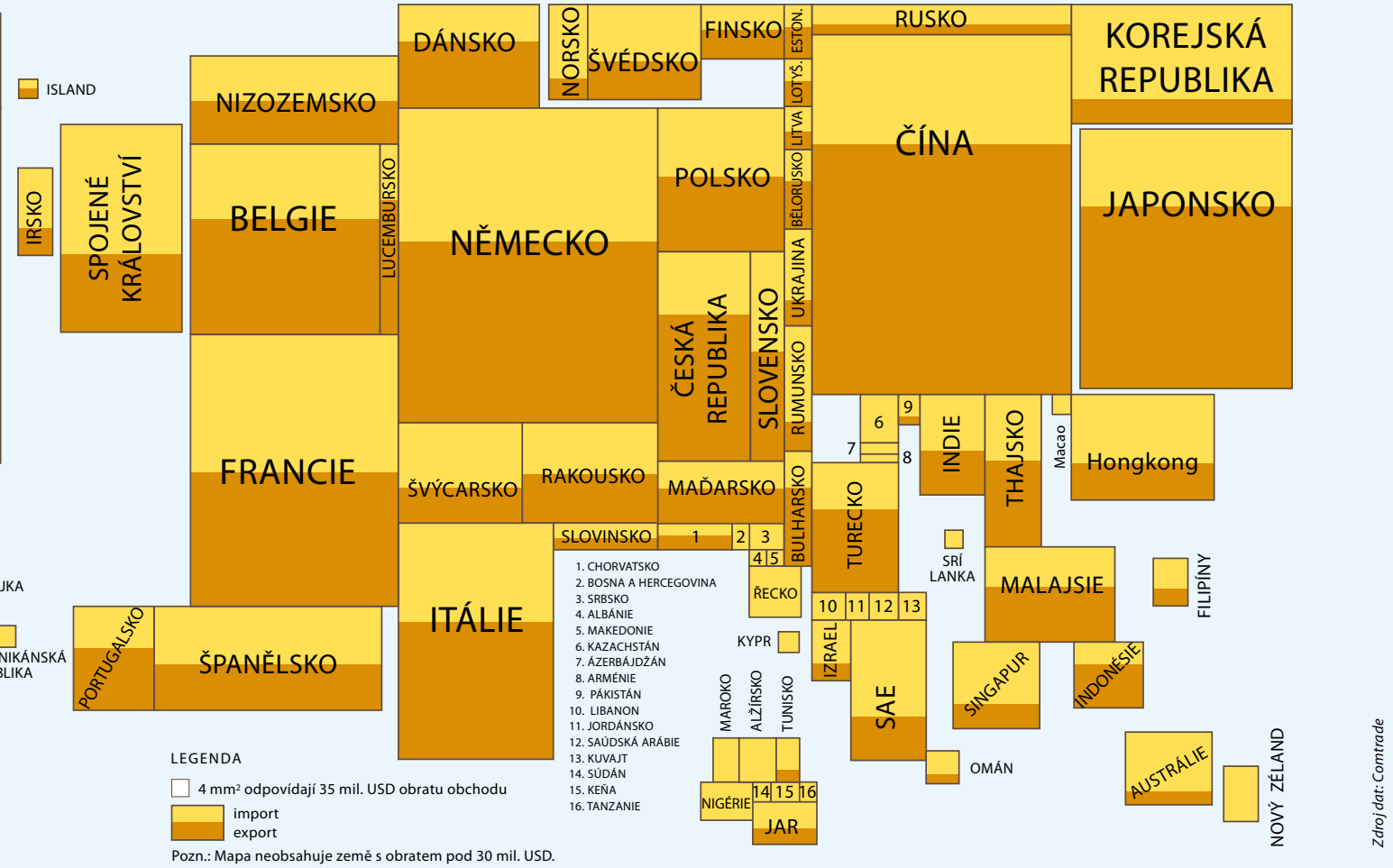
Dovoz textilních a kožedělných strojů (2009)

	Země	Import v USD	% svět. importu
1.	Čína	2 856 266 626	15,6
2.	USA	2 810 252 296	15,3
3.	Indie	1 295 202 135	7,1
4.	Hongkong	722 046 195	3,9
5.	Německo	715 340 000	3,9
6.	Kanada	643 541 002	3,5
7.	Brazílie	565 535 347	3,1
8.	Japonsko	529 826 081	2,9
9.	Itálie	509 204 023	2,8
10.	Turecko	505 268 538	2,8
11.	Mexiko	473 172 510	2,6
12.	Španělsko	369 308 897	2,0
13.	Francie	350 042 705	1,9
14.	Indonésie	339 927 492	1,9
15.	Thajsko	321 138 227	1,8
16.	Spojené království	308 243 831	1,7
17.	Polsko	283 293 969	1,5
18.	Singapur	258 590 043	1,4
19.	Korejská republika	252 934 086	1,4
20.	Belgie	252 436 796	1,4
21.	Rusko	233 224 362	1,3
22.	Pákistán	217 067 963	1,2
23.	Švýcarsko	212 220 140	1,2
24.	**Česká republika**	**191 135 346**	**1,0**

Zdroj dat: Comtrade

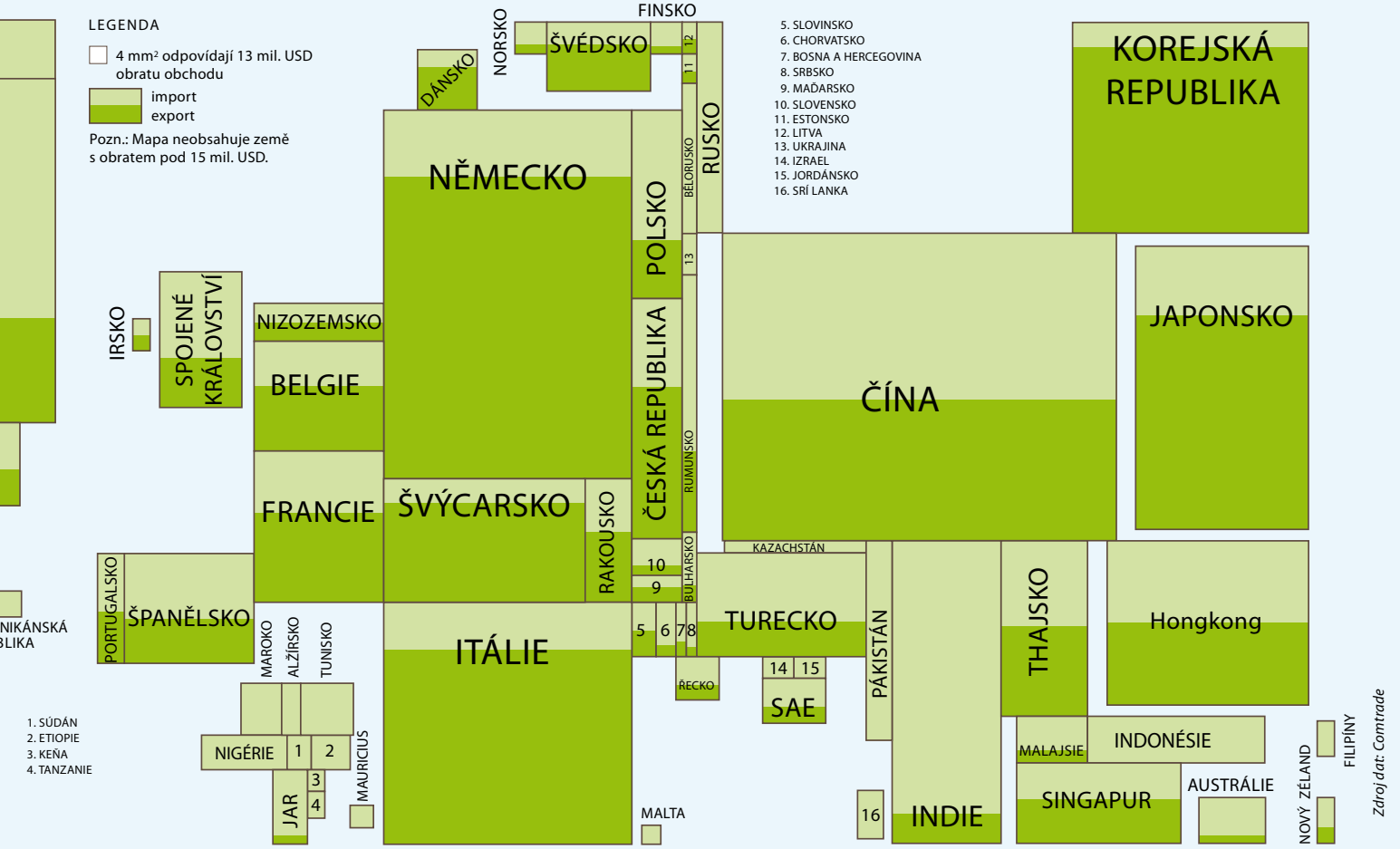


SVĚTOVÝ OBCHOD SE SKLEM A SKLENĚNÝMI VÝROBKY (2009)



Zdroj dat: Comtrade

SVĚTOVÝ OBCHOD S TEXTILNÍMI A KOŽEDĚLNÝMI STROJI (2009)



Zdroj dat: Comtrade

Na **BusinessInfo.cz**
najdu vždy
veškeré potřebné
Formuláře.

Na **BusinessInfo.cz**
jsem našel postup,
Jak začít podnikat.

Díky **BusinessInfo.cz**
mám přehled
o veškerých Exportních
příležitostech.

BusinessInfo.cz

Oficiální portál pro podnikání a export

BusinessInfo.cz provozuje Ministerstvo průmyslu a obchodu prostřednictvím agentury CzechTrade

Jan Juchelka:

S námi se obchodu s Indií nemusíte bát

Vzájemná obchodní výměna s Indií, stejně jako s řadou jiných asijských teritorií, přináší jistá rizika.

Ta vyplývají z poměrně silně se odlišující podnikatelské kultury a jsou často dána také velkou vzdáleností, která znesnadňuje komunikaci. Hladký průběh obchodních smluv trpí často omezenou znalostí trhu a indické obchodní komunity. Uvedená slabá místa je možné eliminovat prostřednictvím bankovních platebních a zajišťovacích instrumentů. Na detaily jsme se zeptali Jana Juchelky, člena představenstva a náměstka generálního ředitele Komerční banky.

S čím mohou ze strany banky počítat exportéři při obchodování s Indií?

Komerční banka nabízí několik produktů. Co se týče platebních instrumentů, vývozci ve vztahu s indickými partnery nejvíce využívají dokumentární inkasa. Zde jde z valné většiny o případy, kdy mají obě strany mezi sebou již zaběhnuté obchodní vztahy. Český exportér v tomto případě nemá pochybnosti, že kupující skutečně zboží odebere a uhradí cenu. Jestliže ale český vývozce teprve začíná obchodovat s novým indickým partnerem a chce mít přitom zaručenou platbu za dodávku, sází většinou na jistotu – volí vystavení dokumentárního akreditivu. V tomto případě je úhrada zajištěna bankou dovozce. Pokud bych se zmínil o bankovních zárukách, pak klienti ve vztahu s Indií nejčastěji využívají neplatební záruky. Konkrétně záruky za účast ve veřejných soutěžích a za správné provedení smlouvy.

Jste schopni pomoci firmám exportujícím do Indie ošetřit i kurzová rizika?

Samozřejmě, že jsme schopni. Vše závisí na tom, jaké dohody budou učiněny mezi českou a indickou stranou. V Indii určitě budou klienti schopni dohodnout hodnotu kontraktu v různých měnách. Nejpravděpodobnější měny budou americké dolary, eura či přímo indické rupie. Pokud zvolí dolary či eura, bude pro ně výrazně pohodlnější zajištění kurzových rizik, které se uskuteční pomocí standardních nástrojů finančního trhu. Tyto nástroje jsou zkušeným exportérům dobře známy a zajišťovací metody by byly totožné. Firmy se však mohou pokusit dohodnout kontrakt i v indických rupiích. I zde jsme schopni pomoci, nicméně možnosti jsou limitované a práce s nimi je náročnější

Na jaké podmínky se má česká firma v Indii podle vás připravit?

Díky dlouhé obchodní tradici a dobré znalosti angličtiny patří Indové k nejschopnějším obchodníkům na světě. Z tohoto pohledu lze našim exportérům pouze doporučit, aby věnovali čas přípravě na jednání. Aby se před samotným konkrétním jednáním poradili o podmínkách kontraktu s našimi specialisty. Vyhnou se tak riziku nevýhodných platebních a obchodních podmínek.

Velice důležitou otázkou je také volba bonitní indické banky. V tomto směru využívá Komerční banka zkušeností své mateřské společnosti Société Générale. Ta dlouhodobě působí přímo v Indii. Ve spolupráci s ní nabízíme klientům řadu propojených služeb, jako například rychlý převod peněžních prostředků, zpracování dokumentárních transakcí nebo sjednávání kurzu u devizových operací. ■

Jan Juchelka

Po ukončení vysokoškolských studií pracoval v soukromé sféře. Od roku 1995 působil ve Fondu národního majetku České republiky, v letech 2002–2005 byl jeho předsedou. Od května 1999 do dubna 2006 pracoval v dozorčí radě Komerční banky a od 1. února 2006 nastoupil jako ředitel obchodní divize KB Praha. Od 1. července 2006 byl zvolen dozorčí radou za člena představenstva KB zodpovědného za řízení úseku Top Corporations.

Je ženatý, má dva syny a dceru.

„Uvědomujeme si, že pro zdárný průběh našich obchodů je důležité mít zázemí kvalitní banky, na kterou se můžeme vždy obrátit. Velmi se nám osvědčila spolupráce s Komerční bankou především při realizaci dodávek pro velkou indickou energetickou společnost BHEL. Specialisté z Komerční banky nám pomohli hlavně při přípravě textů záruk za dobré provedení smlouvy, tak aby jejich znění bylo pro nás co nejvýhodnější."
Luboš Lázna, finanční ředitel společnosti ČKD Nové Energo

Lukáš Kapitán:

I na světovou konkurenci platí inovace

Přestože se přednímu výrobci strojů pro interiérové i exteriérové žaluzie na jednotném evropském trhu daří, neztrácí chuť a odvahu expandovat také mimo starý kontinent.

Cíl: Indie

Milovická společnost ZEBR je v Evropě jedničkou a s úspěchem obchoduje také v Asii a v Austrálii. V současné době se chystá na indický trh. Loni tam totiž na veletrzích zaznamenala rostoucí zájem o své produkty. Ve spolupráci s CzechTrade se proto pustili do mapování tamních výrobců stínicí techniky a v současné době plánují obchodní cestu, která je spojena s dalším oborovým veletrhem. „Během ní navštívíme výrobce a získáme přehled o aktuální situaci na trhu. I v tomto případě se spoléháme na pomoc vedoucího kanceláře CzechTrade v Bombaji Ivana Kameníka," říká Veronika Puchalová, která má ve firmě indický trh na starosti, a dodává: „Přítomnost zástupce vládní organizace na jednáních je v Indii velmi dobře přijímána a na zdárný obchod může mít zásadní vliv."

Milovická prvenství

ZEBR je jediným evropským výrobcem, který svým výrobním programem, poskytováním know-how, softwarem a výrobou zařízení zasahuje napříč dvěma obory – interiérovou a exteriérovou stínicí technikou. Výrobcům stínicí techniky umí dodat vše, počínaje jednoduchými malými nástroji až po složité technologické linky s vysokým stupněm automatizace.

Kořeny společnosti sahají do roku 1991. Tehdy začal její majitel František Zelinka podnikat jako fyzická osoba v oblasti „výroba nástrojů". Postupně nakupoval nové technologie a zaměřil se na výrobu přesných střižných, ohýbacích a tvářecích nástrojů. Před jedenácti lety uvedl na trh kompaktní stroj s průmyslovým řídicím systémem, který slučoval několik pracovních operací najednou.

Základem úspěchu bylo motto „na své síly spoléhej". Koncepce stroje vyšla z vlastního vývoje zpracovaného vlastním konstrukčním oddělením. Pětadevadesát procent dílů bylo vyrobeno přímo v závodě, zbylá část v částečných kapacitních a technologických kooperacích. „V roce 2001 jsme zavedli systém řízení jakosti ISO 9001. Nikoli na nátlak zákazníků, ale z vlastní vůle, z vnitřní potřeby mladé, rychle se rozvíjející firmy, která chce kvalitně a přehledně řídit své procesy," vzpomíná dnešní ředitel firmy Lukáš Kapitán.

Specializace se vyplatila

V roce 2004 byla založena společnost s ručením omezeným ZEBR. Tento rok byl významný také dalším důležitým strategickým

rozhodnutím: upustit od výroby nástrojů a forem pro různá průmyslová odvětví. Vedení firmy tehdy rozhodlo soustředit se pouze na obor stínicí techniky. Jednalo se o zásadní změnu podnikatelské koncepce, která se však ukázala s odstupem let jako správná.

Součástí nové rozvojové koncepce byla také strategie, jak dosáhnout maximálních efektů v oblasti rozvoje strojů pro výrobu stínicí techniky. Šlo především o vytvoření silného vývojového a technologického střediska, které by uvádělo na trh nové technologické celky sloužící k výrobě žaluzií. Další podmínkou je špičkové technologické vybavení strojírny, které umožní navrhovaná technická řešení realizovat vlastními prostředky.

Vše stojí na inovacích

V loňském roce dobudovali ve firmě ZEBR nové vývojové centrum o rozloze 600 metrů čtverečních. Tím vytvořili podmínky k tomu, aby mohli v příštích letech překvapovat dalšími novými řešeními.

„Na konci roku 2010 jsme dokončili také prototypy dvou nových zařízení, která výrazně zvýší produktivitu výroby venkovních

Inovace spolu se schopným kolektivem pracovníků jsou cestou k prvenství na světovém trhu.

žaluzií. Jedná se o automatizaci výrobních procesů, které se doposud prováděly ručně, strojně to zatím nikdo nezvládl. I díky tomu máme zajištěný odbyt téměř na celý letošní rok," usmívá se Lukáš Kapitán. „Konkurenci porážíme nejen díky technickému řešení, ale i osobnímu přístupu k zákazníkovi, znalostí všech detailů jeho oboru, jeho problémů při výrobě, které mu umíme pomoci odstranit. Před pár lety jsme společně s několika firmami ze Švýcarska, Německa a Rakouska vyrábějícími komponenty pro výrobu žaluzií uzavřeli technologické partnerství, jehož smyslem je poskytnout zákazníkovi výrobky a služby v nejvyšší možné kvalitě a objemu. Další naší zbraní v konkurenci je velmi kvalitní servis."

Zatím nejúspěšnějším v historii firmy ZEBR se stal rok 2009. V jeho závěru byl však už podle slov ředitele firmy cítit pokles zájmu zákazníků a ten se promítl ve snížené výrobě v první polovině roku 2010. Ve druhé polovině a zvláště v závěru loňského roku jela už firma znovu na plné obrátky. „Dnes máme podepsány smlouvy na dodávky strojů v takové výši, že věříme v překročení výsledků z roku 2009," uzavírá Lukáš Kapitán.

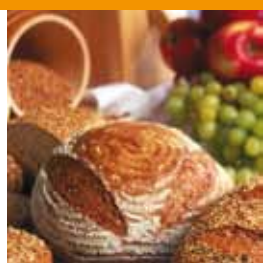
V současné době má ZEBR registrováno na dvacet různých ochran duševního vlastnictví: průmyslové či užitné vzory s platností doma, v Evropě či Číně a evropské patenty.

PARTNER PRO VÁŠ EXPORT

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Chcete se efektivně prezentovat na mezinárodních veletrzích?

Zúčastněte se vybraných akcí na společném stánku pod hlavičkou CzechTrade. Navíc můžete využít asistenčních služeb ředitele zahraniční kanceláře CzechTrade přítomného po celou dobu veletrhu.



18.–19. 5. 2011 ALL-ENERGY 2011, Aberdeen, Velká Británie
(větrné a vodní elektrárny, biopaliva, solární a fotovoltaická zařízení, tepelná čerpadla atd.)
Vstupte na britský trh se svými špičkovými technologiemi, v době zvyšování podílu čisté a obnovitelné energie.
Více informací u gestorky: hana.stickova@czechtrade.cz

24.–25. 5. 2011 PLMA 2011, Amsterdam, Nizozemsko
(potravinářské výrobky)
Víme, že je velmi obtížné zapojit se do mezinárodních řetězců. PLMA je unikátní veletrh, na kterém máte příležitost přímo se setkat s nákupčími mezinárodních obchodních řetězců a nabídnout jim svoje výrobky.
Více informací u gestorky: hana.stickova@czechtrade.cz

Nabízíme různé formy prezentace – osobní nebo katalogové.
Aktuální přehled všech zahraničních veletrhů s účastí CzechTrade najdete na **www.czechtrade.cz/kalendar-akci**

CzechTrade

SAE: Jednejte trpělivě, pracujte vytrvale

Nedávno se mne jeden český obchodník dotazoval, jak si SAE stojí v porovnání s Evropou, která je zmítaná současnou dluhovou krizí. Chtěl rychlou a krátkou odpověď. Po chvíli uvažování mě napadlo toto přirovnání: Zatímco v roce 2008 „jela" česká ekonomika rychlostí sto kilometrů za hodinu, letěla dubajská dvousetkilometrovou rychlostí. Dnes můžeme obrazně říci, že se ekonomika ČR pohybuje rychlostí 70 kilometrů v hodině a v SAE jsou zhruba na dvojnásobku.

Jiří Zavadil
vedoucí kanceláře CzechTrade
Dubaj, Spojené arabské emiráty
jiri.zavadil@czechtrade.cz

Spojené arabské emiráty

Rozloha: 83 600 km²

Počet obyvatel: 4,97 mil.

Hlavní město: Abú Dhabí

Měna: dirham (AED)

PERSPEKTIVNÍ OBORY PRO ČESKÉ FIRMY

- Energetika
- Zdravotnická technika
- Luxusní vybavení pro interiéry
- Skleněné výrobky z křišťálového skla
- Stavebnictví, zejména stavební materiály
- Ostatní produkty, které mají nižší cenu než konkurence

Emiráty nejsou jen Dubaj

Dubaj je sice nejznámějším městem v SAE, ale obrovský potenciál a v současnosti také velice razantní tempo rozvoje má hlavní město země a největší emirát Abú Dhabí. Pokud jde o vlastní finanční zdroje, jde pravděpodobně o nejbohatší město světa. Jeho zisk z obchodu ropou přesahuje šedesát procent HDP, kdežto v Dubaji je to pouze šest procent. Díky obrovskému množství vlastních finančních prostředků podporuje tento emirát ještě dalších šest členů federace a značnou část jejich objemu ukládá do tzv. fondu budoucích generací. Pro srovnání – HDP emirátu Dubaj činí 82 miliard amerických dolarů, zatímco HDP Abú Dhabí je přibližně dvojnásobný.

Podle ekonomické analýzy českého velvyslanectví v SAE dochází k posilování vlivu nejsilnějšího emirátu na rozhodování o správě země, což upevní její ekonomickou stabilitu a prosperitu. Především zásluhou Abú Dhabí a vzestupu cen ropy se totiž SAE po poklesu v roce 2009 postupně vrací k hospodářskému růstu. Ve střednědobém horizontu se počítá s konsolidací realitního trhu Dubaje, obnovením důvěry světových bank a s ní souvisejícím snížením cen poskytovaných úvěrů. Současný rozvoj a příliv investic, a tím i cíl SAE vytvořit zde středisko obchodu a turistiky mezi Východem a Západem, by však mohla přibrzdit eskalace napětí v regionu Blízkého a Středního východu.

Vzájemný obchod se rozvíjí

Spojené arabské emiráty jsou po USA, Číně a Indii čtvrtým největším obchodním partnerem ČR z mimoevropských zemí, což je dáno i tím, že větší část zboží je reexportována do okolních teritorií (zemí Zálivu, Íránu, východní Afriky a na indický subkontinent). Velmi dobré politické vztahy ČR a SAE přispívají k slibnému rozvoji rovněž ekonomických vazeb. Emirátský trh je vhodný také pro malé a střední firmy, jejichž flexibilita může být rozhodující výhodou při získávání zákazníků. Zatím však mají členské státy Rady spolupráce arabských států Perského zálivu (GCC) s Evropou, včetně České republiky, výrazně pasivní obchodní bilanci.

V komoditní struktuře exportu převažují třetinou celkového vývozu výrobky ze skla, a to na místní trh i na reexport. Příznivý je také vysoký podíl technicky náročnějších výrobků, jako jsou komplexní digitální systémy na zpracování dat, pulty, panely k řízení nebo rozvodu elektřiny. Prosazují se i osobní automobily Škoda a pneumatiky Mitas/Barum a některé potravinářské výrobky, především sýry.

Spolehlivý partner je základ

Podmínkou pro úspěšný rozvoj obchodních aktivit se soukromým sektorem i pro vstup

do státních tendrů je založení vlastní pobočky anebo spolupráce s místní firmou či občanem SAE – tzv. sponzorem neboli lokálním agentem. Jeho podíl ve společnosti musí činit minimálně jedenapadesát procent. Jedině místní firma, vlastnící obchodní registraci v tom kterém emirátu, se může účastnit tendrových řízení, která vypisují jednotlivá ministerstva na největší vládní zakázky a dodávky do státního sektoru.

Výběr tzv. lokálního agenta je proto nejdůležitějším krokem pro další úspěšné působení společnosti v tomto teritoriu. Bohužel se někdy stává, že firmy podepíší exkluzivní zastoupení na konkrétní produkt nebo službu prvnímu obchodníkovi, který jim přijde do cesty. Vyvázání se z takového, později třeba i nechtěného vztahu není jednoduchá záležitost. Spory je lépe řešit dohodou, neboť soudní cesta je velmi zdlouhavá, nákladná a její výsledek nejistý. Své služby při vyhledávání potenciálních partnerů vám nabízí i kancelář CzechTrade v Dubaji.

Zóny volného obchodu

Poněkud příznivější legislativní podmínky než ve zbytku země platí ve svobodných bezcelních pásmech (Free Zones), kde je zahraničnímu subjektu povoleno stoprocentní vlastnictví. Největší volná zóna Jebel Ali Free Zone (Dubaj) slouží především pro reexporty. V zónách lze rovněž provozovat vlastní výrobu, jako například v průmyslově orientovaných zónách Hamriayah Free Zone (emirát Sharjah), v zóně emirátu Ras Al Khaimah či volné zóně SAIF při letišti v Sharjah. Speciální režim podobný volné zóně má také Industrial City of Abu Dhabi. V uplynulém desetiletí vznikla řada volných zón, které nejsou odděleny od města a vymezují se pouze pro určité druhy specifického podnikání, většinou v oblasti služeb (Dubai Internet City, Dubai Media City, Dubai Knowledge Village, Dubai Healthcare City nebo Dubai Biotechnology Park).

Stát se cly, ale bez daní

S výjimkou bank (20 %) a ropných společností (55 %) se daně z příjmů ani DPH v SAE neplatí. Dovážené zboží však podléhá pětiprocentnímu clu, od něhož jsou osvobozeny například dovozy pro vládnoucí rodinu, ministerstva, vládní instituce a reexporty. Při jeho výpočtu se vychází z deklarované CIF hodnoty zboží. Výjimku tvoří padesátiprocentní sazba na alkohol a stoprocentní na tabák. V každém emirátu působí samostatná celní správa.

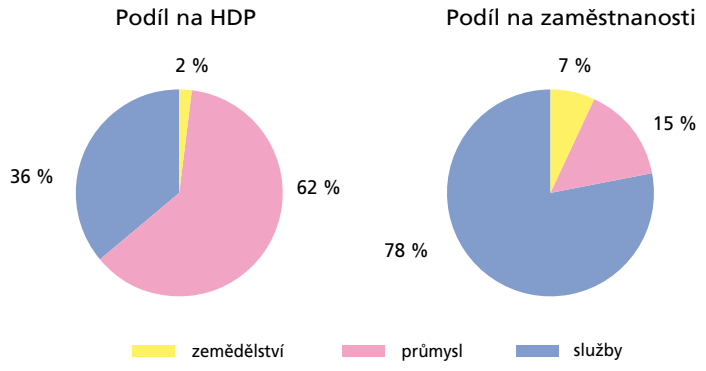
Rizika a zvláštnosti emirátského trhu

Arabové mají vysoce vyvinutou schopnost správně odhadnout obchodního partnera. Celá staletí žili v nehostinných podmínkách, takže správný odhad situace byl mnohdy otázkou přežití. To je naučilo jednat velmi obezřetně a své partnery si dlouho „oťukávají". Často neukazují svůj zájem navenek, aby si nejprve dostatečně prověřili vaši trpělivost a zájem o dlouhodobou spolupráci. Kdo to neví, nebo to nechce přijmout, neuspěje s nimi při navazování obchodní spolupráce. Pokud jim však porozumíte a vlastní důslednou iniciativou překonáte tyto nástrahy, získáte mezi nimi často nejen dlouhodobé obchodní partnery, ale i přátele.

Místní trh je velmi náročný a neméně citlivý na cenu a bez moderních marketingových metod a podpory prodeje na něm prakticky nelze uspět. Samozřejmostí je rychlá reakce na poptávku, svižné vyřizování obchodních případů a kvalitní sortiment splňující mezinárodně uznávané normy. Stanovení konečné ceny není jednostranný akt prodejce. Žádný arabský partner od vás nekoupí za původní nabídkové ceny, jednání o nich je nezbytný obřad a konečná cena vzniká jako dohoda obou stran. Arabové dokáží výborně argumentovat pro snížení ceny, ale zároveň jsou si vědomi toho, že kvalitní

Foto: Mckay Savage

Struktura hospodářství SAE



Zdroj: Wikipedia

POZVÁNKA

ARABLAB
Laboratorní přístroje, biotechnologie, nanotechnologie
7.–10. 3. 2011
www.arablab.com
Kontakt: jirina.nevelosova@czechtrade.cz

INDEX INTERIOR DESIGN
Interiéry a design
20.–23. 10. 2011
www.indexexhibition.com

Foto: Mckay Savage

zboží má svou hodnotu. Důležité je, abyste byli schopni jednoznačně podpořit svůj cenový návrh.

V celém arabském světě je za garanci kvality považováno Německo. O českých výrobcích se tam říká, že je to německá kvalita za rozumnou čili nižší cenu. Pokud dokážete vysvětlit rozdíly mezi kvalitou vaší a asijské produkce, pak se vám podaří dosáhnout oboustranně přijatelné dohody snáz. Místní partnery přesvědčíte, budete-li schopni se jednoznačně vymezit vůči konkurenci a výstižně vyzdvihnout, proč by právě s vaší firmou měli spolupracovat.

Přesun stavebního boomu do Abú Dhabí

Zatímco emirát Dubaj se zhlédl v umělých ostrovech, sousední Abú Dhabí vsadil na ekologii a nové technologie. Iniciativu Masdar (pramen) vláda podpořila založením společnosti Abu Dhabi Future Energy Company, do níž vložila velkorysou částku patnáct miliard dolarů. Peníze mají směřovat do alternativních energetických zdrojů, vlastního výzkumu a výroby fotovoltaických článků nebo do programu na separaci oxidu uhličitého a jeho natlakování do zemních dutin, které vznikly po vyčerpání ropy. Zajímavým projektem je město Masdar poblíž mezinárodního letiště Abú Dhabí. Toto město se má stát nejčistším na světě. Ultramoderní lokalita počítá s usídlením padesáti tisíc lidí, pracujících převážně ve výzkumu nových technologií. O výstavbě ekoměst však uvažují i další členové federace.

Jak SAE řeší nezaměstnanost

V SAE žije přibližně 5 milionů lidí. Místní Arabové, tzv. lokálci, tvoří 16 procent. Přistěhovalci, tzv. expatriots, tvoří zbývající většinu – nejpočetnější skupinou jsou přistěhovalci z Indie (více než třetina obyvatelstva), dále pracovníci z Filipín a Pákistánu, Arabové z jiných arabských zemí, další Asiaté, Evropané, zejména Britové (téměř 200 tisíc), přistěhovalci ze zemí Afriky a malá část z Ameriky. Oficiálním jazykem je arabština, ale v běžném životě převládá angličtina. Jedna žena připadá na tři muže, neboť asijští přistěhovalci jsou zde kvůli vysokým životním nákladům bez manželek. Kromě místních téměř neuvidíte nikoho staršího šedesáti let, protože 84 procent lidí jsou přistěhovalci za prací, kterým jsou po skončení pracovního kontraktu zrušena rezidentní víza a vrací se zpět do svých zemí. Proto v SAE mezi expatrioty v podstatě neexistuje nezaměstnanost.

CzechTrade Dubaj nabízí a informuje

Arabští obchodníci obvykle neuzavřou obchod s někým, s kým se nikdy nesetkali. Proto je vaše osobní návštěva místních partnerů zcela nezbytná. Pracovníci dubajské kanceláře CzechTrade vám vyhledají kontakty na místní firmy, sjednají schůzky, zajistí dopravu a mohou vás při jednáních doprovázet. V arabských podmínkách je však nutno se na naši kancelář se žádostí o sjednávání schůzek obracet alespoň dva měsíce předem.

Vhodné je navštívit mezinárodní veletrhy, na nichž se generuje značná část úspěšných obchodů. Tyto akce jsou v SAE obvykle přístupny pouze odborníkům a obchodníkům, tzv. trade only, na základě registrace firemní vizitky návštěvníka. Představují klíč k rozsáhlému teritoriu, které kromě SAE zahrnuje Saúdskou Arábii, Írán, Pákistán, Indii, další země Zálivu a ostatní arabské země.

DESATERO OBCHODOVÁNÍ SE SPOJENÝMI ARABSKÝMI EMIRÁTY

I. Nelitujte času na cesty a osobní jednání a nečekejte pohádkové zisky.

II. Opusťte evropskou uspěchanost. Arabové si partnera dlouho „oťukávají".

III. Nenechte se odradit počátečním neúspěchem.

IV. Nezačínejte konverzaci pracovními, nýbrž obecnými zdvořilostními tématy.

V. Vyjadřujte se k citlivým otázkám diplomaticky.

VI. Arabové jsou velmi pohostinní. Oplácejte jim stejnou mincí.

VII. Akceptujte nedochvilnost či opožděnou omluvu.

VIII. Emirátčané velmi respektují starší členy rodu. Starší protějšek na ně proto působí důvěryhodně.

IX. Jako dárek volte české sklo a vyhněte se jiné než islámské náboženské symbolice.

X. Respektujte náboženské svátky, posvátný měsíc Ramadán (úřední hodiny jsou od 10 do 12, max. 14 hodin), strukturu pracovního dne a týdne (volný pátek).

Jak vyvážet na emirátský trh?

Nejvhodnější jsou dodávky prostřednictvím místního zástupce nebo založení pobočky buď ve volné zóně, anebo uvnitř země.

Naopak jako zcela nevyhovující se ukázaly dodávky několika jednotlivým odběratelům. Pokud se zboží dostává do země ještě přes další subjekt, firmy obvykle ztratí zájem.

V čem se mění Incoterms

Naše pravidelná rubrika upozorňuje na nová pravidla Incoterms a zmiňuje se o některých změnách, s nimiž se mohou exportéři setkat.

Dotaz: *Dozvěděli jsme se, že od začátku tohoto roku vstupují v platnost nová pravidla Incoterms. Naše firma vyváží s exportním dokumentárním akreditivem zboží do Indie s paritou CIF. Jaké změny nastávají?*

Hana Glatzová, obchodní ředitelka, TESCAN, a.s.

Odpovídá Jitka Haubová, zástupkyně ředitele divize Financování obchodu a exportu, Komerční banka, a.s.

Parita CIF skutečně doznává určité změny. Dosud používané kritérium přechodu rizika z prodávajících na kupujícího přechodem zboží přes zábradlí lodi v přístavu bylo nahrazeno prostým naložením na palubu lodi. Zboží je tedy dodané, jakmile je na palubě lodi určené kupujícím v přístavu nakládky. Nové pravidlo platí i pro parity FOB a CFR.

Tak jako v případě vaší společnosti i většina dalších exportních dokumentárních akreditivů avizovaných přes KB z Indie zněla na podmínku CIF. U dovozních dokumentárních akreditivů vystavených v roce 2010 byla nejčastěji dohodnutou podmínkou parita FOB, těsně následována paritou CIF.

Pravidla reflektují novou dobu

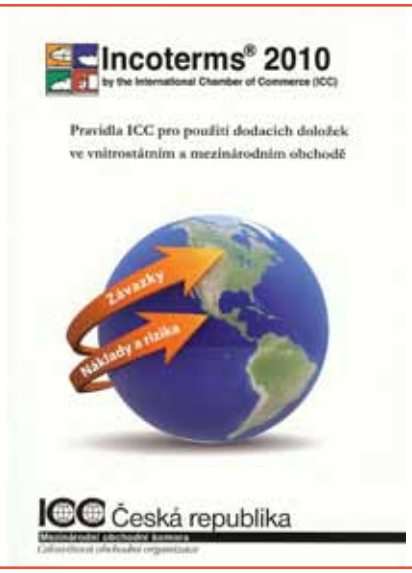
Mezinárodní obchodní komora v Paříži zrevidovala standardizované dodací podmínky s platností od 1. 1. 2011 a názvem Incoterms 2010. Dodací podmínky jsou součástí obchodních smluv a definují povinnosti prodávajícího a kupujícího. Určují, do kdy nese rizika a náklady na dodání zboží exportér, nebo obecněji dodavatel, a kdy obojí přechází na odběratele. Neznamená to, že by se obchodní partneři nemohli dohodnout na jiném způsobu spolupráce. Nicméně používáním mezinárodně uznávaného výkladu lze odstranit řadu nepříjemných nedorozumění a diskuzí. Není pak třeba dumat nad otázkami typu, kdo najme dopravce, kdo je odpovědný za celní odbavení, kdo zaplatí pojistné. Všechny tyto náklady samozřejmě značně ovlivňují cenu dodávaného zboží.

Změnou je také zrušení sporadicky používaných podmínek DAF, DES, DEQ a DDU, které jsou nahrazeny typem DAP = Delivered at Place a DAT = Delivered at Terminal. Pokud váš obchodní partner na zrušených podmínkách trvá, neměl by se odvolávat na platné Incoterms 2010. K tomu lze jen dodat, že Celní správa ČR bude zřejmě používat nová pravidla, což může v případě dohody podle Incoterms 2000 ovlivnit celní hodnotu zboží.

Závěrem nezbývá než doporučit jediné: obstarat si pravidla nová a zvážit proškolení pracovníků. V Komerční bance jsme se rozhodli pro obojí a školení zrealizovala ICC ČR. ■

JUDr. Miroslav Šubert byl u tvorby revize Incoterms 2010 a vydání v českém jazyce za ICC ČR. O svých poznatcích říká:

„Podle mé zkušenosti se v obchodu s Indií využívají především pravidla Incoterms FOB, CFR a CIF. Parity CPT a CIP, jinak v kontejnerové dopravě místo podmínky FOB již ve světě běžně uplatňované, se zatím v Indii všeobecně odmítají. To vyplývá jak z rozhovorů s indickými zástupci v komisi ICC Transport and Logistics v Paříži, tak i zdejšími zkušenými dopravci. Nedávno jsem měl jednání s pákistánským obchodníkem, který zaujímal ohledně své země stejné stanovisko."



Nejen v Číně je PETROF mercedesem mezi klavíry

Jan Ryšavý: Když vás kopírují, znamená to, že jste dobří

„Před pěti lety nám Číňané zkopírovali unikátní křídlo PETROF III, opus 595 000, které bylo po své premiéře ve Španělském sále Pražského hradu vydraženo za téměř tři miliony korun. Stačila fotka a duplikát byl na světě. Nestačili jsme se divit, když jsme se s ním potkali na jednom z prestižních veletrhů. Na první pohled byl od našeho originálu k nerozeznání, ovšem jeho čínští tvůrci nevěděli, že jsme u něj poprvé použili systém magneticky akcelerované mechaniky," vzpomíná Jan Ryšavý, ředitel marketingu firmy PETROF.

Od té doby užívají v Hradci Králové k identifikaci svých nástrojů hologram „The European Excellence" (EEX). Každý nástroj má svůj opus, tedy výrobní číslo, a certifikát, který dokládá jeho evropský původ. Na Čínu ale nezanevřeli.

Před krizí je zachránila diverzifikace

Vloni vyrobil PETROF více než 1400 pianin a klavírů a letošní plán je ještě ambicióznější. Většina z nich putuje do zahraničí. Do roku 2006 byly hlavním odbytištěm Spojené státy americké, kde má královéhradecká firma svou dceřinku. „Pianobyznys" tam však téměř zničila krize. „Byla to pro nás strašně silná rána," konstatuje Jan Ryšavý. „Zachránily nás diverzifikace trhů a rozšíření sortimentu."

Začali se soustřeďovat na teritoria, která nebyla hospodářským propadem tolik zasažena – především na asijské státy v čele s Japonskem a Čínou, a také na Austrálii. Jedním z největších odběratelů zůstalo Rusko a samozřejmě neztrácejí pozice na domácím a evropském trhu.

Číňané jsou bohatí a mají rádi západní kulturu

V Číně působili až do roku 2008 prostřednictvím distributora v Hongkongu. Když tato spolupráce skončila, hledali přímo čínské partnery a zkoumali možnosti aktivního působení na tamním trhu. „V počátcích nám pomohly informace z portálu BusinessInfo.cz. A udělali jsme výbornou zkušenost s vedoucím kanceláře CzechTrade v Šanghaji Alešem Červinkou," zdůrazňuje Ryšavý.

Loni využila firma PETROF dlouhodobé asistence šanghajské kanceláře CzechTrade, která se tak na několik týdnů stala jejím zázemím. „Měl jsem k dispozici vše, co jsem pro ‚svou' kancelář potřeboval, a navíc nezbytné informace a pomoc přímo v terénu. Aleš Červinka mi doporučil čínského právníka, s nímž jsme dali dohromady všechny náležitosti, a mohli jsme tak podat přihlášku k založení a registraci vlastní reprezentativní kanceláře v Šanghaji. Zprostředkoval mi realitní kancelář, která pro nás našla prostory. Propojil mě s výrobci propagačních materiálů a tiskovin, pomohl s překlady do čínštiny, zasvětil do čínských zvyklostí. Například, že Číňan vám nikdy neřekne ne, ale dá takové podmínky, na které nepřistoupíte. Že čas v Číně musíte násobit sedmi, bez trpělivosti tedy ničeho nedosáhnete. Musíte se přizpůsobit místní mentalitě a přesvědčit čínské partnery o hlubokém zájmu nejen o obchod, ale i o jejich zemi a o ně samotné," vypráví Jan Ryšavý, který nyní tráví v Číně přibližně čtvrtinu svého času.

Čínskou reprezentativní kancelář v Šanghaji otevřel PETROF po osmi měsících usilovné práce v létě 2010. Podle Jana Ryšavého se už nyní dá říci, že to bylo strategicky správné rozhodnutí, neboť se v souvislosti s ním tržby v Číně více než ztrojnásobily. Klavíry PETROF tu patří k naprosté špičce a jsou známkou luxusu. Nejlevnější pianino

ČÍNSKÉ DESATERO Jana Ryšavého

I. Bez aktivní přítomnosti na čínském trhu neprorazíte.

II. To, co by v Evropě trvalo hodinu, bude v Číně trvat sedmkrát déle.

III. Čínský partner vám nikdy neřekne ne a zřídka vyjádří otevřeně svůj názor, aby před vámi neztratil tvář.

IV. Nebuďte ve stresu a ničemu se nedivte.

V. Ujistěte se vždy předem, a raději několikrát, o správnosti dokumentu, který v Číně podepisujete.

VI. Doporučuji zaměstnat čínskou asistentku, která vám může v mnoha směrech výrazně usnadnit aktivity v teritoriu.

VII. Naučte se aspoň pár vět v čínštině, jezte hůlkami a mějte v rukávu pár konverzačních témat. Mně se například vyplatily moje znalosti o čajích.

VIII. Pokud nejste zdatní v pití tvrdého alkoholu, můžete své čínské partnery požádat, že budete pít pivo. Tak se vám podaří s nimi držet krok.

IX. Pomoc a podporu CzechTrade v Číně mohu vřele doporučit. Nečekejte však, že za vás její zástupci sjednají obchody. Obchodovat už musíte sami.

X. Mějte Čínu rádi.

můžete v Číně koupit v přepočtu za osmdesát tisíc, zatímco nástroje tamních značek jsou čtyřikrát levnější.

PETROF už nejsou jenom klavíry a pianina

Paul McCartney, David Helfgott, Christopher Howell, Petr Malásek, Emil Viklický… To je jen několik z mnoha slavných klavíristů patřících mezi obdivovatele značky PETROF, která se pyšní tradicí dlouhou téměř půl druhého století. Světoznámé nástroje, které patří mezi české rodinné stříbro, doprovázely operní pěvce Petra Dvorského, Plácida Dominga, Josého Carrerase, Luciana Pavarottiho či Evu Urbanovou.

Rodina Petrofů vyrábí klavíry a pianina od roku 1864. Mistrovský nástroj se rodí devět měsíců a má přes sedm tisíc součástek. Po celou dobu vychází z evropské filozofie tvorby nástrojů, která se zakládá na kvalitních přírodních materiálech a vysokém podílu excelentní ruční práce. Řemeslná zručnost se tu dědí z generace na generaci.

Dovolte, abych Vám řekl, jak si cením koncertního křídla PETROF, které jste před několika dny zaslali na mou adresu. Jeho krása, kvalita klávesnice i dokonalost tónu z něj činí nástroj, který ještě umocňuje mé potěšení ze hry. Byl bych Vám vděčen, kdybyste poblahopřála těm, kteří se podíleli na jeho stavbě, dokázali do něj vtělit své zkušenosti a znalosti i smysl pro perfektní práci…

Z dopisu klavíristy R. Claydermana majitelce firmy PETROF Zuzaně Ceralové–Petrofové

„Recese nás přinutila zapřemýšlet, zda bychom nemohli vyrábět ještě něco jiného než jen hudební nástroje, a diverzifikovat tak nejen trhy, ale i výrobní portfolio. A tak jsme začali s výrobou nábytku a bytových doplňků a zařizováním celých interiérů na zakázku. Naší specialitou je špičková povrchová úprava ve vysokém lesku. Výsledek je stejně kvalitní jako na koncertních klavírech a v nábytkářství ojedinělý," uvádí marketingový ředitel.

Nedávno spojil PETROF své jméno s americkým jazzmanem a „audiolegendou" Markem Levinsonem. Ten oslovil jednatelku firmy Zuzanu Ceralovou–Petrofovou a navrhl jí spolupráci na špičkových audiosystémech Daniel Hertz. Ty spojují technologii a práci PETROFu s americkými komponenty a švýcarskou elektronikou. Jejich cena se pohybuje kolem 75 tisíc dolarů a před Vánocemi se staly hitem specializovaných obchodů a studií v New Yorku, Soulu, Moskvě a Hongkongu. ■

Mark Levinson proslul už v 60. letech minulého století spoluprací s legendami, jako je Chick Corea nebo Keith Jarrett. Na fotce se svým synem Antonem u klavíru PETROF.

David Helfgott není jen výjimečným klavíristou a osobností, která inspirovala děj oscarového filmu Shine (Záře), ale také pyšným vlastníkem klavíru PETROF 237 Monsoon. Při své loňské návštěvě společnosti PETROF krátce koncertoval pro rodinu Petrofových.

Špičkové audiosystémy Daniel Hertz.

Kde poroste nový les

aneb Amerika hledá talent

Spojené státy americké chtějí zůstat v popředí světového technického rozvoje, a proto neustále hledají „další velkou věc“. Další internet, Google nebo jiné technologické novinky, které by je udržely v čele mezinárodní konkurence.

Tomáš Hart

New Jersey Technology Council sdružuje více než tisícovku technologických firem ze státu New Jersey, který má devět milionů obyvatel. Uspořádal diskuzi o trendech a technologiích, které budou v budoucnu vytvářet komerčně zajímavé podnikatelské příležitosti pro dravé firmy s odvážnými a smělými nápady a řešeními. Své zkušenosti v ní prezentovali podnikatelé, vědci, soukromí investoři, novináři i zástupci vlády. Snažili se odhadnout vývoj existujících či nastupujících trendů v příštích deseti letech. Nejzajímavější názory z této debaty vám přinášíme.

ENERGETIKA

Power maps

Elektrické spotřebiče by měly trvale zaznamenávat a předávat data o spotřebě energie v domácnostech a firmách. Měly by tak pomoci energetickým společnostem lépe plánovat výrobu elektřiny a minimalizovat výkyvy mezi disponibilní a spotřebovávanou elektřinou. „Chytrá“ elektřina (smart electricity) má umožnit sledovat chování jednotlivých přístrojů v domácnosti a na dálku je diagnostikovat: upozornit třeba na potřebu opravy, servisu nebo koupi nového spotřebiče. Prodejci tak budou schopni v pravou chvíli oslovit zákazníky s konkrétní akční nabídkou. Lidé budou ke spotřebě elektřiny přistupovat zodpovědněji. Podobné inovace by podle odhadů mohly snížit spotřebu elektřiny v domácnostech o patnáct procent.

Solární elektřina

Solární panely mají být nahrazeny tenkými, finančně dostupnými filmy, které budou uživatelsky jednodušší. Výroba elektřiny se částečně přesune od velkých elektráren s následnou drahou a neefektivní distribucí co nejblíže ke konečnému uživateli, pro něhož nebude problém čerpat elektřinu vyrobenou tam, kde ji bude zrovna potřebovat.

Biopaliva

Kvůli politizaci problému si dnes nikdo netroufne odhadnout, jakým směrem se budou biopaliva ubírat. Bez vládních dotací se často jedná o finančně ztrátový model. Hodně firem ale začíná využívat chemikálie a směsi vyrobené jako meziprodukty při výrobě biopaliv.

ZDRAVOTNICTVÍ

Personalizovaná medicína

Pokrok ve výzkumu DNA umožní přesné dávkování a složení léků v závislosti na zdravotním stavu konkrétního pacienta. Pokles finanční náročnosti výzkumu

lidského genomu a vyspělost diagnostických procedur mají vést k individuální medicíně.

Elektronizace zdravotních záznamů

Obamova reforma zdravotnictví silně finančně podporuje převod lékařských záznamů do elektronické podoby a jejich sdílení mezi lékaři. Soukromé firmy by se měly zaměřit na vyřešení bezpečnosti individuálních údajů a minimalizaci chyb při pořizování dat a jejich ukládání do počítačových systémů. Tento trh nabízí velké možnosti a je finančně hodně zajímavý.

INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE

Cloud computing

Díky tomuto pokračujícímu trendu mohou firmy uspořit značnou část IT nákladů. Podle odhadů by do pěti let mělo až sedmnáct procent nákladů na provoz IT směřovat na nákup těchto služeb, při jejichž využívání firmy nemají fyzickou infrastrukturu u sebe (servery aj.), ale platí za pronájem datového prostoru pro svoje potřeby externímu dodavateli.

Tablety

Podle prezentovaného názoru jsou už tablety na trhu přes deset let, teprve nedávno se však firmě Apple podařilo s nimi opravdu prorazit. Jeden z řečníků vidí velké obchodní možnosti pro servisní firmy, které dokážou nabídnout zápůjčky iPadů pro firemní nebo kongresové akce, hosty na dovolené apod. Větší firmy je začínají využívat například v rámci zasedání správních rad, kdy jsou účastníkům porady obsah jednání a podklady nahrány do iPadů a po skončení zasedání jsou tablety vybrány zpět a informace vymazány. Chrání se tak před únikem dat. Hotely je mohou nabízet k pronájmu hostům na dovolené, organizátoři konferencí a kongresů na nich mohou účastníkům poskytnout informace nutné během konání akce.

MÉDIA, ŠÍŘENÍ INFORMACÍ, VZDĚLÁVÁNÍ

Problémy zpravodajských TV stanic

Postupující digitalizace a změny v životním stylu vedou ke snížení počtu lidí, kteří mohou zasednout k TV zprávám každý den ve stejnou dobu. Stále více internetových serverů (Yahoo!, AOL, MSNBC aj.) nabízí vlastní zpravodajská videa, jejichž výhodou je krátkost, možnost výběru podle zájmu diváka a dostupnost nezávisle na čase. Jejich kvalita se postupně zlepšuje, i když (zatím) nejsou schopny nabízet rozbory složitých situací nebo zahraniční zpravodajství. Televizní kanály tak mohou mít problém udržet sledovanost, tím pádem klesne i zájem zadavatelů reklamy a TV stanice mohou být nuceny uvažovat o změně celého svého obchodního modelu.

Rychlejší rozvoj on-line vzdělávacích kurzů

V USA loni zisky on-line univerzit poprvé překonaly zisky tradičních soukromých škol. On-line vyučovací instituce (University of Phoenix aj.) jsou stále více schopny konkurovat tradičním vzdělávacím ústavům, zvyšuje se jejich kvalita a roste počet úspěšných absolventů, kteří vylepšují jejich obraz. Prodlužující se doba, kterou Američané během života stráví v práci, nemožnost vydržet s jedním titulem po celou dobu kariéry, stále menší množství volného času a rozšíření širokopásmového internetu mezi domácnosti, to všechno vyhlídky tohoto typu vzdělávání ještě zlepšuje.

Slovo závěrem

Náš článek samozřejmě nemůže podchytit všechny trendy. Vývoj může jít i jinou cestou. Riziko chybného odhadu je ale sníženo faktem, že řečníci v rámci diskuze na New Jersey Technology Council vycházeli z vlastních zkušeností v jednotlivých oborech. Rizikoví investoři i představitelé státu většinu výše uvedených příležitostí podporují finančně i politicky, už proto se i českým firmám vyplatí tyto trendy sledovat. Mohou se velice brzy stát denní realitou a jejich využití představuje pro technologické společnosti velký potenciál. ■

Ing. Tomáš Hart pracoval od roku 2000 do roku 2005 na velvyslanectví ČR v Bělehradě jako obchodně-ekonomický tajemník. Poté působil necelé dva roky na ministerstvu zahraničních věcí ČR v odboru Evropské unie a v období 2006–2007 byl poradcem náměstka ministra průmyslu a obchodu ČR. Od roku 2007 je obchodně-ekonomickým konzulem Generálního konzulátu ČR v New Yorku.

EGAP: Cílem je zvýšit konkurenceschopnost našich exportérů

Rok 2010 se zapsal do historie Exportní garanční a pojišťovací společnosti (EGAP) jako rekordní. Pojistila totiž úvěry a záruky pro český vývoz zboží, služeb a investic za více než 67 miliard korun, což je doposud nejvíce v její historii. Dobrá příležitost k rozhovoru s předsedou představenstva a generálním ředitelem Karlem Plevou.

Ing. Karel Pleva
předseda představenstva
a generální ředitel EGAP

Očekáváte takový zájem o své produkty i letos?

Loňský rok byl v tomto směru skutečně mimořádný. Pojistili jsme o osm procent více exportních produktů než v roce 2009 a dosáhli vůbec největšího pojištěného objemu v historii EGAP od roku 1992. Letos asi tento výsledek nepřekonáme, ale budeme dělat vše, co bude v našich silách, abychom se mu co nejvíc přiblížili.

Ale to nezáleží jenom na vás.

To samozřejmě ne. Záleží to především na našich exportérech. Ti se ale v posledních letech dokázali prosadit v nelehké konkurenci na trzích mimo Evropskou unii a získat zajímavé vývozní kontrakty. Za to jim patří velké uznání. Naší zásluhou je to, že jsme schopni jim nabídnout pojistné podmínky, které jejich konkurenceschopnost podporují.

Stále platí, že nejvíce pojišťujete české vývozy do Ruska a dalších zemí SNS?

Ano, to stále platí, ale vloni už Rusko nedominovalo tak, jako tomu bylo v předchozích letech. Stoupá totiž zájem i o další trhy, jako je Vietnam, Indie, Turecko, a do hledáčku našich exportérů vstupuje i řada arabských a afrických zemí. Tento trend velmi vítáme a věříme, že dříve nebo později dojde i na Latinskou Ameriku, kde také stále ještě mají české výrobky dobré jméno.

Letos dostanete ze státního rozpočtu miliardu korun. Jak ji využijete?

My ty peníze nepotřebujeme pro sebe, ale jenom a pouze pro exportéry. Veškerou svoji činnost pokrýváme z toho, co vyděláme, hlavně na pojistném. Z toho hradíme i výplaty pojistných plnění. Na to jsme nikdy nepotřebovali od státu ani korunu. Dá se klidně říci, že tuto formu podpory exportu si platí exportéři sami. Všechny dotace ze státního rozpočtu do našich pojistných fondů slouží výhradně pro vytváření potřebné pojistné kapacity a splnění regulatorních požadavků, které jsou na nás státem kladeny. My sami nemáme možnost posilovat pojistné fondy v potřebném rozsahu. Nesnažíme se za každou cenu o zisk, protože to by bylo jenom na úkor exportérů, ale usilujeme o to, abychom měli dlouhodobě vyrovnané hospodaření, což se nám nejenom daří, ale dokonce jsme i v mírném přebytku. A dotace ze státního rozpočtu nám dávají potřebný prostor pro pojišťování nových obchodních případů.

EGAP uzavřel v loňském roce 325 smluv na pojištění rizik se státní podporou, které jsou spojeny s vývozem českého zboží, služeb a investic, v celkové hodnotě 67,2 mld. Kč.

Největší pojištěný objem připadá na vývozní odběratelské úvěry poskytnuté bankami na financování exportních kontraktů. Celkem byly na tento typ pojištění uzavřeny smlouvy v pojistné hodnotě 36 mld. Kč. Druhý největší objem, 19 mld. Kč, představuje pojištění českých investic v zahraničí a úvěrů na jejich financování.

V roce 2010 pojistil EGAP vývozy do 56 zemí celého světa, nejvíce do Ruska, Turecka, Ázerbájdžánu a také na Slovensko v souvislosti s dostavbou 3. a 4. bloku jaderné elektrárny Mochovce.

Pro rok 2011 se EGAP vrací k předkrizové úrovni pojistného krytí. To znamená, že například spoluúčast u nejvíce využívaného pojištění vývozních odběratelských úvěrů je pětiprocentní. Novinkou je možnost plného krytí rizika nesplacení úvěru na předexportní financování komerčního vývoje výsledků vědy a výzkumu, aby byl podpořen vývoz s vysokou mírou přidané hodnoty.

Máte představu, jak je tato podpora efektivní?

Ze studie dopadů činnosti EGAP na veřejné rozpočty, kterou zpracovala poradenská společnost EEIP v čele s profesorem Michalem Mejstříkem, mimo jiné vyplývá, že jedna miliarda od státu do regulatorního kapitálu EGAP vygeneruje během deseti let kumulované přínosy ve výši přibližně 1,7 miliardy korun a průměrnou roční zaměstnanost v podobě 1750 pracovních míst. Dále se ukazuje, že 1000 korun podpořeného exportu přináší 312 korun reálného průměrného nárůstu exportu. Je to přibližně dvojnásobek toho, čeho dosahují při aplikaci obdobného modelu podpory vývozu v Německu. Jde tedy o podporu velmi efektivní. ■

Češi předběhli Čínu i Německo

Financování ČEB rozhodlo o stavbě elektrárny v Turecku za 11 miliard

Společnosti Ferrit, BTG Energy a Vítkovice Power Engineering získaly projekt na výstavbu elektrárny a dodávky zařízení pro hnědouhelný důl „na klíč" pro tureckou společnost Adularya. Celková investice turecké strany do realizace bude téměř 440 milionů eur, z nichž 359 milionů připadá na dodávky zajišťované českými firmami.

Slavnostní podpis úvěrové smlouvy na financování výstavby elektrárny 2x145 MW a dodávky zařízení pro uhelný důl v Turecku v celkové hodnotě cca 332,4 mil. EUR.

Rýsují se další projekty v Asii

Kladné rozhodnutí společnosti Adularya ovlivnilo financování od České exportní banky (ČEB), které dosáhne včetně hodnoty vystavených záruk až jedenácti miliard korun. Díky tomu uvedené firmy získávají další obchodní nabídky v asijském regionu a plánují zvýšit zaměstnanost ve svých oborech až na dvojnásobek.

„Primární úlohou České exportní banky je pomocí podpořeného financování získávat projekty pro české exportéry. Tím zároveň podporujeme zaměstnanost nejen vysoce kvalifikovaných odborníků z oblasti vývoje, ale též pracovníků ve výrobě, kteří jsou na projekty přímo vázáni," říká Michal Bakajsa, místopředseda představenstva České exportní banky. „Společnost Adularya i konsorcium českých firem splnily veškeré podmínky stanovené pro získání financování, včetně jeho zajištění u pojišťovny EGAP, takže jsme jej schválili a poskytli příslušné garance k zahájení projektu."

Poprvé ve shodě s EU a kjótským protokolem

Podle slov Cahita Nakiboglu, prezidenta Naksan Holdingu, což je mateřská společnost Adularye, vznikne s přispěním úvěru od ČEB elektrárna, která zabezpečí 1,17 % turecké spotřeby elektřiny a zaměstná 2500 lidí. Bude to první elektrárna, kterou Turecko postaví ve shodě s Evropskou unií a kjótským protokolem.

Vzhledem k rozsahu kontraktu se jedná o největší úvěr poskytnutý ČEB za celou dobu její existence. K posledním projektům obdobného typu patří například financování výstavby miniocelárny ve slovenském Stražském v celkové hodnotě vývozního úvěru téměř 169 milionů eur. I když banka poskytla financování jako jediný věřitel, počítá, v souladu se současnou strategií, s následnou participací komerčních bank.

Premiéra pro všechny tři české dodavatele

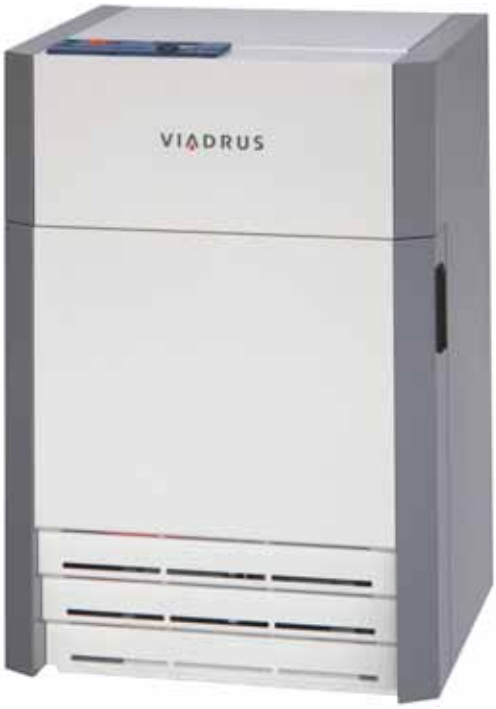
Výstavba tepelné elektrárny Yunus Emre a dodávky zařízení pro hnědouhelný důl představují významný milník i pro každou z firem v konsorciu. Vítkovice Power Engineering jsou poprvé v pozici lídra konsorcia pro dodávku elektrárny na bázi EPC („na klíč"), pro BTG Energy je to první spolupráce na projektu takového rozsahu a Ferrit premiérově zajišťuje kompletní zařízení hlubinného dolu.

Jelikož turecká vláda usiluje o významný růst kapacity energetických zdrojů pro rozvoj hospodářství a plánuje výkonnost své energetiky znásobit do roku 2030, podporuje tak veškeré projekty v této oblasti a přináší příležitosti pro další realizace. To dokládá i Jiří Bayer, obchodní ředitel Vítkovice Power Engineering: „Podepsaná smlouva se společností Adularya i možnost zajištění financování nám obratem otevřely dveře k několika dalším nabídkám na výstavbu tepelných elektráren v Turecku. Už nyní rezervujeme kapacity kvalifikovaných projektantů, koordinátorů a vedoucích projektů pro jednotlivé subdodávky. Celkově nabíráme až stovku pracovníků, kteří již mají praxi s výstavbou elektráren, a předpokládáme, že například naše oddělení inženýringu významně posílí."

Instalovaný výkon energetických bloků dosáhne 2x145 MW a díky technickým parametrům se bude jednat o nejčistší tepelnou elektrárnu v Turecku, která splňuje kjótská kritéria a je optimálně navržena na spalování lokálního lignitu. ■

Proč Česká exportní banka projekt podpořila?

Poskytnutí úvěru je výsledkem aktivní akviziční činnosti banky s cílem diverzifikovat teritoriální rizika angažovanosti, zejména velkou koncentraci v Ruské federaci. Pozitivní rozhodnutí o poskytnutí exportního financování ovlivnilo několik důvodů. Turecko je moderní, prosperující a rychle se rozvíjející země s demokratickým uspořádáním. Zároveň zde aktuálně řeší rostoucí energetickou poptávku, která je vyšší než evropský průměr, a jedná se tedy o perspektivní odvětví. Projekt se realizuje pro společnost Adularya z holdingu Naksan se silným finančním zázemím, jehož nejsilnější člen, společnost Naksan Plastik Sanayi ve Ticaret A.S., vystupuje jako ručitel za splacení úvěru. Dalšími důvody byla také podpora projektu z turecké strany, souhlas s výrobou minimálně padesáti procent dodávky v České republice a závazek státu k odběru elektrické energie. Banka tak poskytnutím úvěru splnila svou roli v systému podpory exportu.



České kotle zatopí konkurenci

Tradiční výrobce topenářské techniky z Bohumína – ŽDB GROUP a.s., závod VIADRUS – je v prodeji kotlů na tuhá paliva jedničkou na domácím trhu a zároveň evropským lídrem. Ročně jich vyveze do světa na padesát tisíc za téměř jednu miliardu korun.

Od Skandinávie po Afriku

První liga topenářské techniky se hraje ve Skandinávii. To asi nikoho nepřekvapí. Podle zkušeností závodu VIADRUS jsou Skandinávci velmi nároční, očekávají precizní výrobek a bezchybný servis. Pokud však v severských zemích obstojíte, máte otevřeny dveře na další trhy.

Zatímco před rokem 1989 byl bohumínský výrobce známý převážně doma a jeho vývoz se omezoval na sovětský blok, později začal dobývat jeden významný trh za druhým. Dnes vyváží do více než čtyřiceti zemí světa. Je úspěšný nejen v Evropě, ale například i v severní Africe, Austrálii nebo Kanadě.

Nezbytné inovace

Loni uvedl VIADRUS do provozu nové obráběcí centrum, do kterého investoval přes třicet milionů korun. Toto centrum zajistí díky liniovému uspořádání všechny potřebné operace v jednom technologickém proudu. Jeho hlavním přínosem je výrazné zlepšení kvality všech dílčích operací, zvýšení produktivity práce a optimalizace technologického toku materiálu. Připravují se také inovace v oblasti radiátorů.

Design jako součást firemní image

Před několika lety se rozhodli i pro inovace v oblasti designu. „Zahájili jsme spolupráci s předním českým designérem Martinem Tvarůžkem a postupně přistoupili ke změně designu tří produktových řad našich starších typů kotlů," informuje Robert Juřeník z oddělení marketingu.

O novém designu začali přemýšlet v době, kdy se měnil vizuální styl společnosti. Její „omlazená" tvář spolu s novým logem měly spolu s moderním designem posílit celosvětové vnímání značky tradičního českého výrobce.

„Při práci na designu bylo důležité výrazem od sebe odlišit jednotlivé typy kotlů tak, aby byl jejich vzhled v souladu s cenovou hierarchií celé kolekce. Jedním z dalších požadavků bylo zvýšit tuhost opláštění kotlů, což se ve všech případech podařilo," zmiňuje Martin Tvarůžek. „Bylo třeba vzít do úvahy nejen výrobní cenu, ale například také velikost balení a jeho systém, aby se expedice a transport neprodražovaly. Vedle všech těchto hledisek se navíc podařilo vhodným tvarovým řešením výrazně zvýšit uživatelský komfort u kotle Hercules U 24, a to jednoduchým zpřístupněním čisticího otvoru na čelní straně kotle," dodává Tvarůžek.

Nová tvář kotlů je výrazným designovým krokem vpřed s očekáváním dalšího navýšení prodejů nejen na tuzemském trhu, ale i v zahraničí.

JAK PRACOVAT NA NOVÉM DESIGNU

Zkušenosti závodu VIADRUS

- Hledejte designéra podle realizovaných referencí; nerealizované návrhy nejsou podstatné.
- Zkuste využít služeb studentů průmyslového designu, mohou přijít s neotřelými nápady.
- Ve smlouvě s designérem se vyhněte licenčním poplatkům za každý vyrobený kus, získáte tak přehled o skutečných nákladech na změnu designu.
- Požadujte do smlouvy s designérem podmínku, že reálné výrobní náklady nového provedení budou nižší než u stávajícího.
- Nový design by neměl zdražovat výrobu.
- Nezapomeňte na ergonomii obsluhy výrobků.
- Při práci na novém designu myslete na montáž, demontáž a opravy v reálných instalacích.
- Design není samospasitelný.

Starší model kotle Hercules U 24 vyžadoval při čištění odmontovat celý čelní plášť.

Nový Hercules U 24 podstatně zvyšuje komfort uživatele. Čištění se výrazně zjednodušilo zpřístupněním čisticího otvoru.

Závod VIADRUS je součástí významné české společnosti ŽDB GROUP, a.s., se sídlem v Bohumíně. Navazuje na tradici Hahnových železáren, které byly založeny v roce 1885. Díky své dlouholeté znalosti trhu a oboru tepelné techniky se úspěšně rozvíjí, inovuje produktové portfolio a kromě klasických zdrojů se nově orientuje i na obnovitelné zdroje tepla.

DESIGN PRO EXPORT

Výraz *design* je často mylně vykládán jako něco, co souvisí s vnějším vzhledem předmětů. Design však mnohem více souvisí s celkovým procesem vývoje než pouze s výsledným vzhledem předmětů. V ideálním případě se designér stává součástí vývojového týmu hned na počátku a úzce spolupracuje s konstruktéry. Je nutné, aby se důkladně seznámil s výrobou, použitými materiály, zákazníkem, kterému je produkt určen, konkurencí a marketingovou strategií firmy. Tyto poznatky o firmě maximalizují naplnění předpokladu, že designér navrhne konkurenceschopný produkt, který bude firma schopná okamžitě začít vyrábět a prodávat.

Díky službám **Design pro export** můžete ušetřit čas věnovaný získávání informací o designérech a za výhodných finančních podmínek získat nezbytnou analýzu stavu designu ve firmě s návrhem strategického zadání.

*Více informací o službách a akcích projektu Design pro export naleznete na **www.czechtrade.cz/sluzby/design-export**.*

POZVÁNKA

Design produktu jako součást obchodní značky

Podíl designu na tržním úspěchu výrobků je jedním z témat workshopu, který proběhne 23. února ve zlínském Podnikatelském inovačním centru. Jiří Španihel, významný český designér a držitel mnoha ocenění za vynikající design, vám na konkrétních případových studiích ukáže postup navrhování. Poznáte, co spolupráce s designérem obnáší, její výhody a případná úskalí.

Další téma, kterým se bude workshop zabývat, je design jako značka. „Na počátku byl vzhled a tvar. Design je pro budování značky nezbytný a má svá pravidla. Přesto je hravý a zábavný. Je přidanou hodnotou každého výrobku a nedílnou součástí každé značky," hodnotí roli designu Petr Vaněk, kreativní ředitel reklamní agentury Comtech Zlín. Ve své interaktivní přednášce představí příklady dobré i špatné praxe a pohled do zákulisí designéra.

*Přihlaste se na **www.czechtrade.cz/kalendar-akci/.***

Zahraniční obchod může být dobrodružstvím

Dostat zaplaceno musí být jistotou

Výběr banky a finanční struktury nabídky do tendru pro projekt v Emirátech. Optimalizace pojištění platebních a úvěrových rizik v Ázerbájdžánu. Doporučení struktury pojištění a financování projektu do Pákistánu. Dlouhodobá podpora malého vývozce strojírenských komponentů. To jsou jen některá ze zadání, jež v posledních měsících řešili pro české vývozce specializovaní poradci společnosti PAK Consulting, pro které je heslo z podtitulku mottem jejich činnosti.

Pavol Parízek

Ruku na srdce: kolik podnikatelů, zejména těch menších, posílá zboží zahraničnímu kupujícímu, aniž mají jistotu, že skutečně dostanou zaplaceno? Většina vývozu, o domácím obchodu nemluvě, stále probíhá formou hladkých plateb, bez jakéhokoliv zajištění. Ve smyslu hesla v titulku odvážní „dobrodruhové" stále převažují nad těmi, kteří uléhají ke klidnému spánku s jistotou zaplacení.

Finance v první řadě

Každý, kdo podniká, a především pokud do svého podnikání vložil vlastní prostředky, přitom ví, že obchod je opravdu realizován až po řádném zaplacení kupujícím. Při získávání zakázky a jednání s potenciálním partnerem však tradičně převažují spíše technické a komerční aspekty obchodu, otázky financování a zabezpečení splátek pohledávky bývají zřídka prioritou. Je to přirozené, kupující musí především akceptovat výrobek za přijatelnou cenu a zejména u malých podniků mezi majiteli, manažery i jednateli firmy (často v jedné osobě) převažují lidé s technickým nebo všeobecně ekonomickým vzděláním a praxí.

Přesto by finanční stránka obchodu neměla zůstat popelkou. Dobrá orientace v široké nabídce produktů bankovního i nebankovního financování a rovněž forem a metod zajištění proti platebním a úvěrovým rizikům spojeným s obchodem je podmínkou pro efektivní využití všech těchto nástrojů, pro minimalizaci ztrát a v neposlední řadě pro výraznou úsporu nákladů. Krize v minulých dvou letech, charakterizovaná velkým počtem insolvencí a bankrotů, krutě poučila mnohé z těch, kteří péči o svá finanční aktiva zanedbali.

Pojistěte se proti neplatičům

Pokud jde o financování, podnikatel se zpravidla obrací na nejbližší banku, která mu vede účty a zná ho. Dostane nabídku široké škály jejích produktů. Jak poznat, že to jsou právě ty produkty, které se k jeho způsobu obchodování nejlépe hodí? Jak se ujistit, že nabízený úvěr na profinancování příštích pohledávek je optimálně zabezpečen proti nezaplacení? Nehodila by se mu aktiva, která dal do zástavy bance, na rozvoj vlastního podniku? Nedá se v nabídce finančních nástrojů najít něco, co by bylo výhodnější?

Velká většina firem pravidelně využívá pojistnou ochranu majetku, ať už jde o pojištění aut, provozoven nebo zboží proti krádeži, požáru či přírodním katastrofám. Ale proti riziku nezaplacení ze strany kupujícího se v České republice pojišťuje stále méně než deset procent všech pohledávek, vývozních i tuzemských; v tomto ohledu jsme hluboko pod úrovní západní Evropy. Úvěrové pojištění vám kromě zabezpečení proti nezaplacení může výrazně pomoci též při získání výhodnějších podmínek financování, neboť jej banky přijímají jako formu zajištění místo zástavy vašeho majetku.

Budeme vám krýt záda

V nabídce produktů desítek finančních institucí není vůbec snadné se spolehlivě orientovat. Malá firma si sotva může dovolit zaměstnávat odborníky na financování a zajištění platebních rizik, stěží by je pro svoje potřeby plně využila, vždyť takové znalosti potřebuje jenom občas. Je proto vhodné využít na tuto službu outsourcované specialisty v daném oboru. Většinou se nabízí buď poradenství v bankovnictví, nebo zprostředkovatelská služba v pojištění. Již několik měsíců je však na trhu nabídka komplexních služeb od špičkových odborníků s dlouholetou praxí, kteří vám pomohou zorientovat se v dostupných finančních produktech a při jednání s finančními institucemi budou na vaší straně jednacího stolu hlídat vaše zájmy. A to za české ceny.

PAK CONSULTING FINANCE • EXPORT

www.pak-consulting.cz

Jak podnikat a exportovat?

Více než deset let radí BusinessInfo.cz

Pokud jste při svých vývozních aktivitách v EU narazili na jakýkoliv problém s místními úřady a máte pocit, že byla porušena vaše práva, můžete prostřednictvím formuláře na BusinessInfo.cz podat námět, který bude pečlivě řešen.

Ve spolupráci s Odborem vnitřního trhu a služeb EU připravila redakce portálu BusinessInfo.cz základní informace o podnikání na vnitřním trhu Evropské unie. Uživatelé portálu tak mají zdarma k dispozici poradenství, kde se řeší například získání podnikatelského oprávnění v ČR či za jakých podmínek lze z ČR přeshraničně nabízet své služby v jiném státě EU.

Ti, kteří své podnikatelské aktivity v zahraničí chtějí rozšířit, zde naleznou podrobný návod, jak se v daném státě „usadit", to znamená získat tam podnikatelské oprávnění. Samozřejmostí jsou informace o požadavcích kladených na výrobky z jiného státu EU při jejich dovozu do ČR a naopak vývozu do jiného státu EU.

Více informací: http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/podnikani-v-eu/1000520/

Aby vám neunikla žádná změna

Většina změn přicházejících se začátkem roku 2011 je spojena se státními úspornými opatřeními. Týkají se především plateb zdravotního a sociálního pojištění a daňových zákonů, kde se úpravám nevyhnuly daň z příjmů a daň z přidané hodnoty.

Zásadní novinkou je nabytí účinnosti daňového řádu. Rovněž dochází k úpravám výše cestovních náhrad, které se poskytují zaměstnancům za používání silničních motorových vozidel, a sazeb zahraničního stravného. Po deseti letech se rovněž dočkaly nové verze dodací podmínky v mezinárodním obchodu Incoterms.

Více: http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/zmeny-od-roku-2011/zmeny-pro-podnikatele-od-roku-2011/1001697/59121/

Portál BusinessInfo.cz letos překvapí zcela novou podobou, která by měla podnikatelům poskytnout ještě větší komfort, a to navíc v moderním a interaktivním stylu.

Daně z příjmů za rok 2010

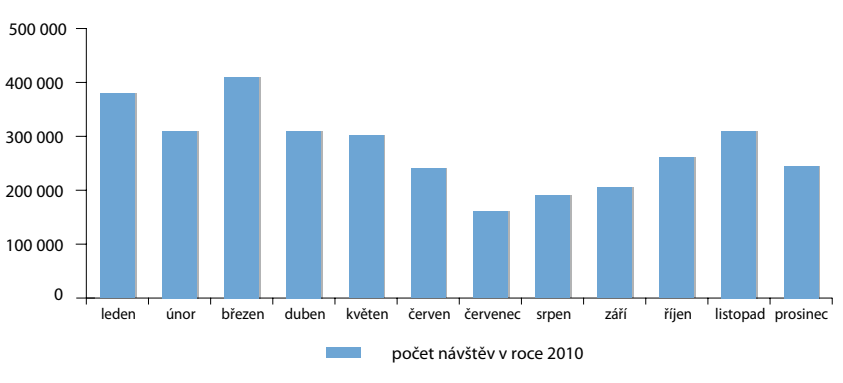
Jako každý rok je na portálu BusinessInfo.cz připravena praktická příloha věnovaná daním z příjmů. Opět v ní najdete chytré formuláře, které velmi snadno a rychle spočítají vaše daně za uplynulý rok. Formuláře jsou k dispozici ve formátu PDF a 602XML Filler.

V této souvislosti doporučujeme sledovat také daňový servis, který vás bude průběžně upozorňovat na vaše daňové povinnosti.

Uživatelé BusinessInfo.cz a jeho příznivci se nyní mohou spolupodílet na obsahu portálu prostřednictvím sítě Facebook: *http://www.facebook.com/BusinessInfo.cz*

Návštěvnost za rok 2010

Oproti roku 2009 se návštěvnost portálu BusinessInfo.cz zvýšila přibližně o deset procent. Průměrná měsíční návštěvnost za rok 2010 činila 274 000 návštěv.



AKTUÁLNÍ NABÍDKA VZDĚLÁVÁNÍ EXPORTNÍ AKADEMIE CZECHTRADE

Investujte do vzdělávání. Zvýšíte své šance na zahraničních trzích.

Exportní akademie Vám nabízí komplexní exportní vzdělávání – praktické informace pro přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy. Vzdělávací akce vedou odborníci z řad špičkových manažerů, ekonomů a specialistů v oblasti komunikace, práva, financí i marketingu. Mezi lektory patří též exportní specialisté agentury CzechTrade, kteří mají dlouholeté zkušenosti v teritoriu i v oblasti zahraničního obchodu.

Nabídka vzdělávání na 1. pololetí 2011

Exportní akademie

CzechTrade

Odborné semináře – Praha a regiony

Semináře CzechTrade nabízí jednoduché a rychlé řešení **pro doplnění a rozšíření odborných znalostí a dovedností pracovníků** vaší firmy.

Datum	Místo	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
24. 2. 2011	Praha	Spory a jejich řešení v mezinárodním obchodě	1057	2 200 Kč
3. 3. 2011	Praha	Kontrola exportu zboží dvojího užití – nová legislativa v praxi	1071	Zdarma
9. 3. a 5. 4. 2011	Praha	Vstup na čínský trh I. a II. – rizika, očekávání, místní podmínky, čínské obchodní právo	1058	4 100 Kč
16. 3. 2011	Praha	Public relations jako podpora obchodu	1059	2 200 Kč
22. 3. 2011	Praha	Ochrana duševního (průmyslového) vlastnictví	1060	1 400 Kč
24. 3. 2011	Praha	Řízení nákladů a nákladový controlling	1061	1 400 Kč
30. 3. 2011	Praha	Strategie v marketingu	1069	2 200 Kč
6. 4. 2011	Praha	Sociální sítě – Marketing a monitoring social media pro firmy	1064	2 200 Kč
12. 4. 2011	Praha	Ochrana a balení průmyslových výrobků při kontinentální a zámořské přepravě	1070	2 200 Kč
13. 4. 2011	Praha	Japonský a korejský zákazník – pravidla efektivní komunikace a obchodní etikety	1063	2 200 Kč
19. 4. 2011	Praha	Specifika podnikání ve Francii	1065	1 100 Kč
27. 4. 2011	Praha	Daňové aspekty u exportujících společností	1093	1 400 Kč
3. 5. 2011	Praha	Rétorika v praxi s Milenou Steinmasslovou	1066	2 200 Kč
4. 5. 2011	Praha	Jak vést obchodně–exportní tým	1067	2 200 Kč
17. 5. 2011	Praha	Srbsko a Chorvatsko jako kandidátské země EU – příležitost pro české exportéry	1068	1 100 Kč
2. 6. 2011	Praha	Skandinávie s důrazem na nové destinace: Finsko a Norsko	1062	1 100 Kč
3. 3. 2011	Zlín	Obchodní jednání, zvládání konfliktů a vyjednávání	1081	2 400 Kč
21. 4. 2011	Brno	Specifika obchodování s Polskem – energetika	1082	1 100 Kč

Teritoriální semináře

Ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR pořádáme teritoriální semináře spojené s konzultacemi.

Datum	Místo	Země	Kód	Cena bez DPH
10. 3. 2011	Praha	Německo	1087	Zdarma
24. 3. 2011	Praha	JAR	1088	Zdarma
21. 4. 2011	Praha	Argentina	1090	Zdarma
12. 5. 2011	Praha	Bosna a Hercegovina	1091	Zdarma
26. 5. 2011	Praha	Austrálie, Nový Zéland	1092	Zdarma

Kurz Minimum exportéra

Regionální cyklus seminářů zaměřený na osvojení a prohloubení odborných znalostí a měkkých dovedností z oblasti mezinárodního obchodu.

Datum	Místo konání	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
8. 3. 2011	Brno	Internet a marketingová komunikace jako podpora exportu	1072	2 200 Kč
17. 3. 2011	Brno	DPH v zahraničním obchodě v roce 2011	1073	2 200 Kč
29. 3. 2011	Brno	Marketingové strategie na zahraničních trzích	1074	2 200 Kč
Zvýhodněná cena celého kurzu			**1075**	**6 100 Kč**

Datum	Místo konání	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
5. 4. 2011	Přerov	Vystavujeme a prezentujeme (nejen) na zahraničním veletrhu	1076	2 200 Kč
14. 4. 2011	Přerov	Celní předpisy v roce 2011	1077	1 400 Kč
20. 4. 2011	Přerov	Původ zboží v mezinárodním obchodě	1078	2 200 Kč
4.–5. 5. 2011	Přerov	Obchodní vyjednávání, zvládání námitek – interaktivní trénink	1079	4 900 Kč
Zvýhodněná cena celého kurzu			**1080**	**9 100 Kč**

Exportní konference

Teritoriálně zaměřené konference přinášejí aktuální informace z vybraných teritorií. Praktické informace pro rozhodnutí firem o vstupu na zahraniční trhy, možnosti financování exportu, seznámení s aktuálními poptávkami v daném oboru nebo teritoriu, seznámení s úspěšnými případy českých exportérů v daných teritoriích a jiné.

Indie, Čína	22. 2. 2011	Zdarma
Bulharsko, Rumunsko	Duben	Zdarma
Rakousko, Polsko	Květen	Zdarma
Turecko, severní Afrika	Červen	Zdarma

E-learningový kurz
"How to make a Bid for the World Bank Project"

CzechTrade vám nabízí zdarma e-learningový kurz v anglickém jazyce:
„How to make a Bid for the World Bank Project".
V sedmi lekcích vás průvodce kurzu „Johny Smart" naučí, jak se účastnit výběrových řízení
Světové banky a jak si vybrat správný tendr, který vás dovede k podání konkurenceschopné nabídky.

Exportní akademie CzechTrade dále nabízí

- **Cross-Culture Training** – interkulturní specifika jednotlivých zemí – interaktivní seminář se zástupci zahraničních kanceláří CzechTrade šitý na míru potřebám vaší firmy
- **Kurz International Trade Specialist** – distanční e-learningový studijní program
- **Firemní školení na zakázku** zaměřené na různé oblasti mezinárodního obchodu – tréninky „šité na míru" jsou určeny firmám, které potřebují proškolit v určité oblasti více zaměstnanců najednou. Mezi výhody patří i možnost zvolit obsah a rozsah školení dle stávajících potřeb firmy a určit si termín, místo konání i počet proškolených zaměstnanců.

Design pro export

Cílem seminářů nabízených prostřednictvím služby „DESIGN PRO EXPORT" je podněcovat **rozvoj průmyslového designu** převážně v malých a středních firmách, a zvýšit tak jejich konkurenceschopnost na náročných zahraničních trzích.

Místo konání	Datum	Název semináře	Kód
Zlín	23. 2. 2011	Design produktu jako součást obchodní značky (využití designu v marketingu a marketingové komunikaci)	1083
Ostrava		Design produktu jako součást obchodní značky (využití designu v marketingu a marketingové komunikaci)	1084

Více informací na našich webových stránkách:
www.czechtrade.cz/kalendar-akci nebo na **www.exportniakademie.cz**
Ceny jsou uvedeny bez DPH 20 %
Více informací na **www.exportniakademie.cz**
Staňte se našimi přáteli na Facebooku

CzechTrade je certifikován dle IQRS – International Quality Rating System a dle ISO 9001:2000.
Copyright © CzechTrade, únor 2011

Žádnou část tohoto textu není dovoleno publikovat elektronickou, fotografickou nebo záznamovou technikou bez písemného souhlasu vydavatele.
Neoznačené články jsou redakční texty.

Příjem inzerce: antecom@antecom.eu
Za obsah inzerce vydavatel neručí.

PARTNER PRO VÁŠ EXPORT

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

Chcete se efektivně prezentovat na mezinárodních veletrzích?

Zúčastněte se vybraných akcí na společném stánku pod hlavičkou CzechTrade. Navíc můžete využít asistenčních služeb ředitele zahraniční kanceláře CzechTrade přítomného po celou dobu veletrhu.

25.–27. 3. 2011 BJELOVARSKI SAJAM, Bjelovar, Chorvatsko

(zemědělská technika, živočišná výroba, krmiva, hnojiva, ochrana životního prostředí)

Chorvaté před vstupem do EU modernizují farmy. Představte své výrobky na bjelovarském veletrhu, který otevírá hlavní zemědělskou sezonu v tradiční oblasti Slavonia.

Více informací u gestorky akce: jana.trnkova@czechtrade.cz

12.–16. 4. 2011 SEEBBE 2011, Bělehrad, Srbsko

(stavebnictví)

Zapojte se do srbské bytové výstavby a modernizace dopravní infrastruktury. Veletrh SEEBBE je největší akcí ve svém oboru nejen v Srbsku, ale i v celém regionu bývalé Jugoslávie.

Více informací u gestorky: jana.trnkova@czechtrade.cz

2.–6. 5. 2011 CeMAT 2011, Hannover, Německo

(skladištní a vysokozdvižné vozíky, jeřábní technika, řídicí systémy, vnitropodnikové transportní systémy, balicí technika)

Intralogistika je specifický a v posledních letech dynamicky se rozvíjející obor. CeMAT je hlavní mezinárodní veletržní akcí v tomto oboru, která se koná pouze jednou za 3 roky.

Více informací u gestorky akce: jana.vapenikova@czechtrade.cz

11.–13. 5. 2011 KIHE 2011, Almaty, Kazachstán

(zdravotnictví)

Atraktivní trh kazašského lékařského zařízení a farmaceutického zboží je z 90 % závislý na dovozu. Prezentujte osobně své produkty na největším zdravotnickém veletrhu ve střední Asii.

Více informací u gestora akce: vaclav.stika@czechtrade.cz

23.–28. 5. 2011 FEIMAFE, Sao Paulo, Brazílie

(strojírenství)

Brazílie nabízí příležitosti především v energetice (nová naleziště ropy, projekt transbrazilského rozvodu plynu), v leteckém a automobilovém průmyslu, v dodávkách spojených s pořádáním Mistrovství světa ve fotbale a Olympijských her (infrastruktura) a ve výrobě zemědělské techniky. Nepropásněte období rozvoje průmyslové výroby ideální pro prezentaci strojírenských výrobků na nejprestižnějším oborovém veletrhu v Latinské Americe.

Více informací u gestora akce: miroslav.mandak@czechtrade.cz

Nabízíme různé formy prezentace – osobní nebo katalogové.
Aktuální přehled všech zahraničních veletrhů s účastí CzechTrade najdete na **www.czechtrade.cz/kalendar-akci**

CzechTrade

800 521 521
www.kb.cz
Držíme dlouhodobě ten správný kurs
Poradenství pro vaše firemní finance
KB
SOCIETE GENERALE GROUP