



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR
ASSOCIATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES AND CRAFTS CZ
DIE ASSOZIATION DER KLEINEN UND MITTLEREN BETRIEBE UND HANDWERKER CZ

AMSP ČR

Výsledky průzkumu č. 14 AMSP ČR

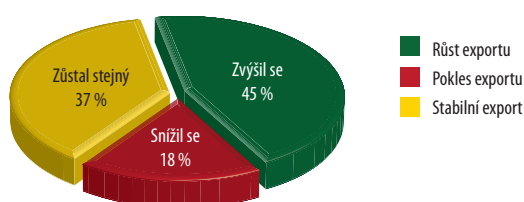
Názory podnikatelů na podporu exportu malých a středních podniků II.

Zadání průzkumu

- Vývoj objemu exportu za poslední rok v rámci MSP
- Znalost a hodnocení institucionálního rámce podpory exportu v ČR
- Hodnocení významnosti podpory exportu ze strany veřejných institucí
- Hodnocení kvality poskytovaných služeb podporující český export
- Návrh na zvýhodnění exportérů

1.

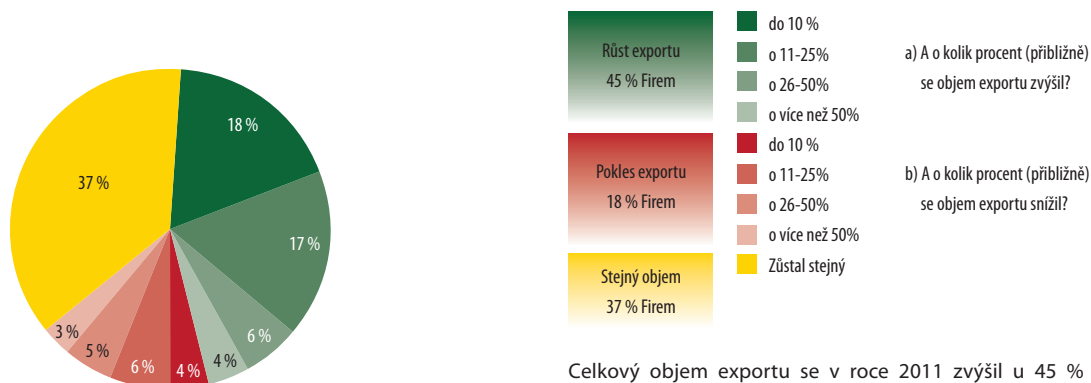
Mohl/a byste mi říci, jaký byl vývoj Vašeho exportu za poslední rok?



Celkový objem exportu se v roce 2011 zvýšil u 45 % firem, které se exportu věnují. Naopak k poklesu exportu za poslední rok došlo u 18 % firem. Výsledky naznačují oživení objemu exportu a jeho dynamiky za uplynulý rok.

2.

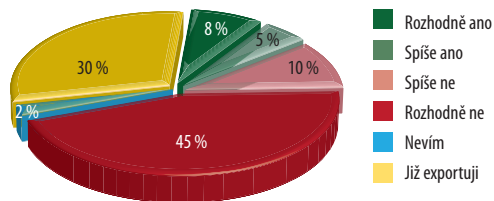
Mohl/a byste mi říci, jaký byl vývoj Vašeho exportu za poslední rok?



Celkový objem exportu se v roce 2011 zvýšil u 45 % firem, které se exportu věnují. Naopak k poklesu exportu za poslední rok došlo u 18 % firem. Výsledky naznačují oživení objemu exportu a jeho dynamiky za uplynulý rok.

3.

Uvažujete, že budete v blízké době exportovat mimo evropský kontinent?

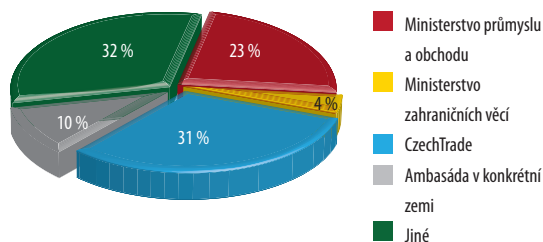


Na trhy mimo evropský kontinent v současné době již exportuje 30 % z dotázaných podniků v rámci MSP. S tímto faktem koresponduje struktura výběrového vzoru, která naznačuje, že většina dotázaných firem exportuje více než 5 let, mají tedy v rámci exportu dlouholeté zkušenosti a měly dostatek času pro expanzi na vzdálenější trhy.

V rámci ostatních (kteří ještě neexportují mimo evropský kontinent), je pravděpodobnost expanze zahraničního obchodu na vzdálenější trhy nižší (13 % dotázaných uvažují možnost, že budou v blízké době expandovat na trhy mimo evropský kontinent). 55 % MSP neuvažuje o exportu mimo Evropu vůbec.

4.

Na kterou instituci byste se obrátil jako první, pokud byste chtěl pomoci podpořit Váš export?



Jako nejdůležitější instituce v rámci podpory exportu je vnímán CzechTrade, na který by se obrátilo 31 % firem s žádostí o pomoc v rámci exportu. Další instituce, která je vnímána významně v rámci proexportní pomoci, je Ministerstvo průmyslu a obchodu (23 %).

Odpovědi „jiné“ naznačují, že firmy nejsou zvyklé se v případě podpory exportu obracet na externí instituce a raději řeší problematiku exportu interně. Hlavními bariérami využívání externí podpory jsou:

- » Tendence spoléhat na vlastní společnost (20,5 %)
- » Špatná orientace v nabídce proexportních služeb (14,1 %)
- » Preference přímého kontaktu se zákazníkem bez podpory (8,3 %)
- » Špatné zkušenosti s minulou spoluprací (4,5 %)

Detail Jiné

Na žádnou instituci bych se neobrátil

Na žádnou instituci bych se neobrátil, spoléháme na naši firmu

Nevím, neorientuji se v rámci služeb těchto institucí

Hospodářskou komoru

Preferuji přímý kontakt se zákazníky/zahraníčními obchodními partnery

Na žádnou instituci bychom se neobrátili, nemáme se spolupráci dobré zkušenosti

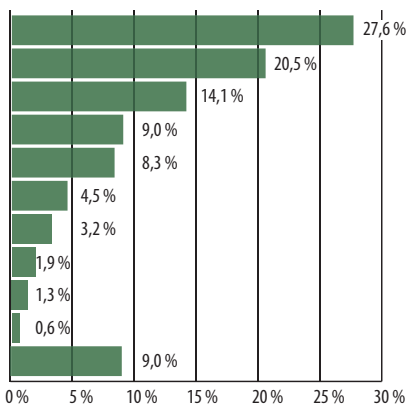
Využil bych kombinaci více institucí

Využil bych podporu soukromých subjektů

Česká exportní banka

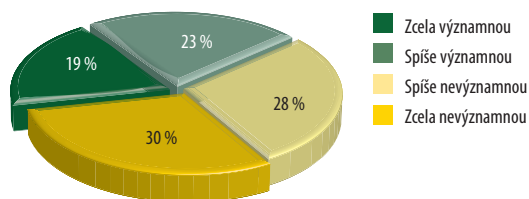
Zelená linka pro export

Další jiné možnosti



5.

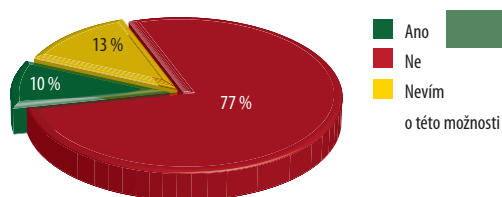
Za jak významnou považujete podporu exportérům ze strany státu v zemích Evropské unie?



O významnosti podpory exportérů v rámci států EU je přesvědčeno 42 % dotázaných firem. Naopak za nevýznamnou ji považuje 58 % firem. České firmy jsou v otázce významnosti podpory exportérů rozděleny na dvě téměř stejné velké skupiny.

6.

Využila Vaše firma služeb obchodně ekonomických úseků (DEK), fungujících na českých ambasádách, při vstupu na zahraniční trhy?



7.

Jak hodnotíte úroveň kvality této služby v posledních dvou letech?

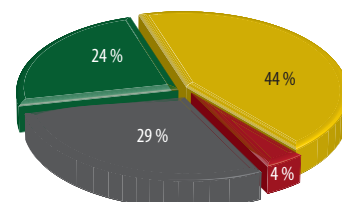
Filtr na Q7

Kvalita se zlepšila

Kvalita zůstává stejná

Kvalita se zhoršila

Nevím nemohu posoudit

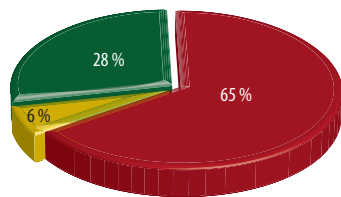


Většina dotázaných firem (77 %) nevyužívá v současné době služby obchodně ekonomických úseků (DEK) při vstupu na zahraniční trh.

Dle názorů 44 % firem kvalita poskytovaných služeb v rámci obchodně ekonomických úseků zůstává stejná, 24 % firem se domnívá, že se kvalita zvýšila.

8.

Využila Vaše firma služeb zahraničních kanceláří České agentury na podporu obchodu CzechTrade?



■ Ano
■ Ne
■ Nevím
 o této možnosti

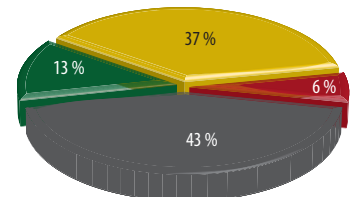
Filtr na Q9

9.

Jak hodnotíte úroveň kvality této služby v posledních dvou letech?



■ Kvalita se zlepšila
■ Kvalita zůstává stejná
■ Kvalita se zhoršila
■ Nevím nemohu posoudit

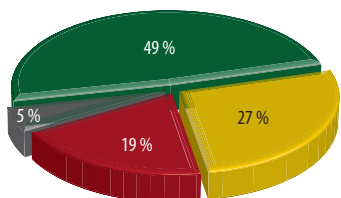


Se službami zahraničních kanceláří České agentury na podporu obchodu CzechTrade má aktivní zkušenost 28 % firem.

Většina uživatelů služeb CzechTrade není schopna zhodnotit posun v úrovni kvality, protože služby agentury CzechTrade využívá pouze názorově. 37 % považuje kvalitu za stejnou, 13 % firem uvádí zlepšení.

10.

V jaké fázi exportu považujete podporu státu za nejdůležitější?

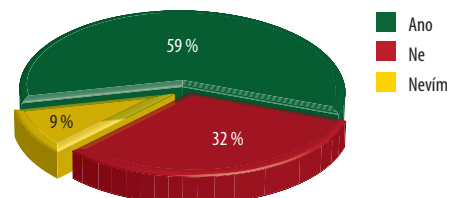


■ V přípravě fázi exportu
■ Ve fázi vstupu na trh
■ Ve fázi rozvoje na trhu
■ Ve fázi výběru trhu

Nejdůležitější fází, kde očekávají firmy podporu ze strany státu, je přípravná fáze exportu (uvedlo 49 % dotázaných firem), kdy firmy shromažďují informace o cílovém trhu a tvoří exportní strategii.

11.

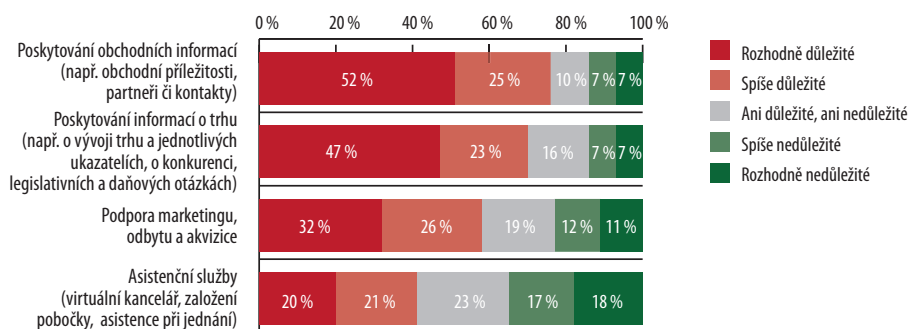
Uvítala byste komplexní poradenské služby zastřešující všechny uvedené fáze exportu?



O podporu napříč všemi fázemi exportu projevilo zájem 59 % firem.

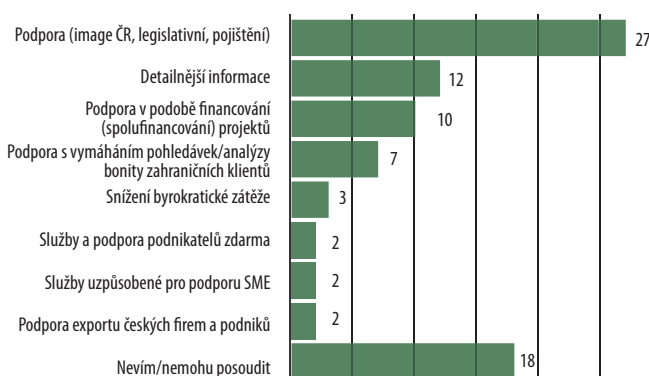
12.

Ohodnoťte prosím jednotlivé podpurné služby státu v zahraničí podle toho, jak se Vám zdají důležité. Na pětibodové škále, kde 1 = naprosto důležité a 5 = naprosto nedůležité.



13.

Považujete za důležité ještě jiné služby, které Vám zatím chybí?

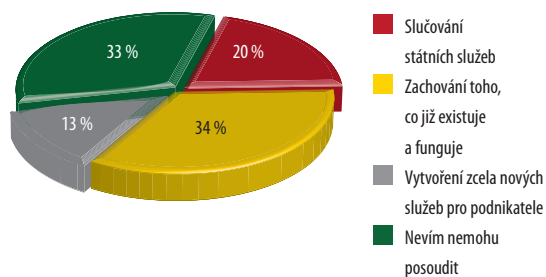


Mezi služby, které byly uváděny, nejčastěji patří:

- » Podpora logistiky v zahraničí
- » Podpora legislativní (právní poradenství)
- » Podpora v podobě vyhledávání nových klientů
- » Podpora na konferencích a veletrzích
- » Komplexní informace o zahraničním trhu
- » Informace o konkrétních podnicích (se zaměřením na jejich platební morálku)
- » Informace o možnostech podpory exportérů ze strany státu
- » Finanční podpora v rámci dotací a finanční spoluúčasti

14.

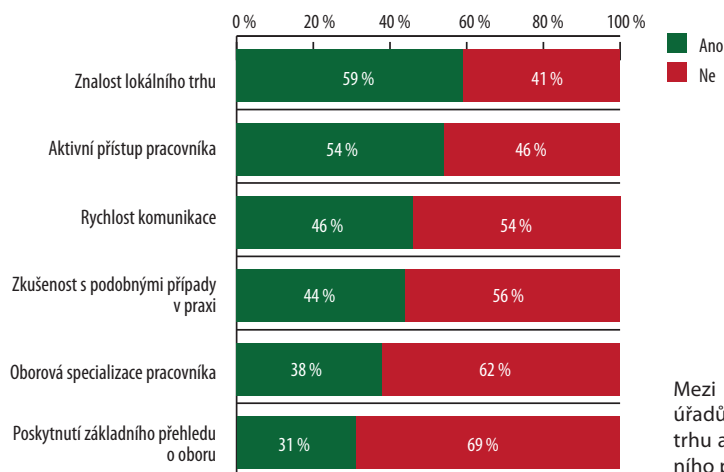
Co se týče aktuální nabídky státních služeb pro podporu exportérů, preferujete:



Celkové hodnocení podoby systému státních služeb pro podporu exportérů ukazuje, že 34 % firem preferuje zachování toho, co již existuje a funguje, dalších 20 % by podpořilo slučování státních služeb a pouze 13 % firem by se přiklábělo k vytvoření zcela nového systému a kompletní inovaci poskytovaných služeb, které by více odpovídaly potřebám exportérů.

15.

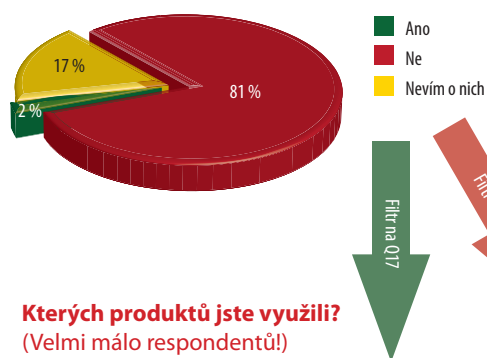
Co je pro Vás důležité při komunikaci s pracovníkem úřadu v zahraničí?



Mezi nejdůležitější kompetence v rámci komunikace s pracovníky úřadů v zahraničí řadí oslovení respondenti zejména znalost lokálního trhu a aktivní přístup. Nejméně důležité je naopak poskytnutí základního přehledu o oboru.

16.

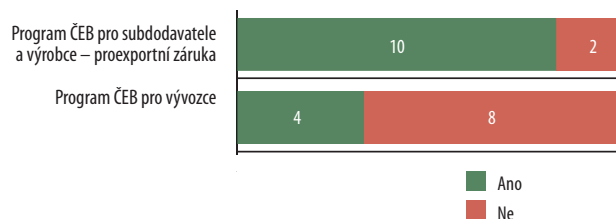
Využili jste některých produktů České exportní banky?



Produkty České exportní banky využili pouze 2 % dotázaných firem. 17 % o těchto produktech neví, zbylých 82 % je z různých důvodů nevyužilo. Nejčastějším z těchto důvodů je to, že je firmy nepotřebovaly.

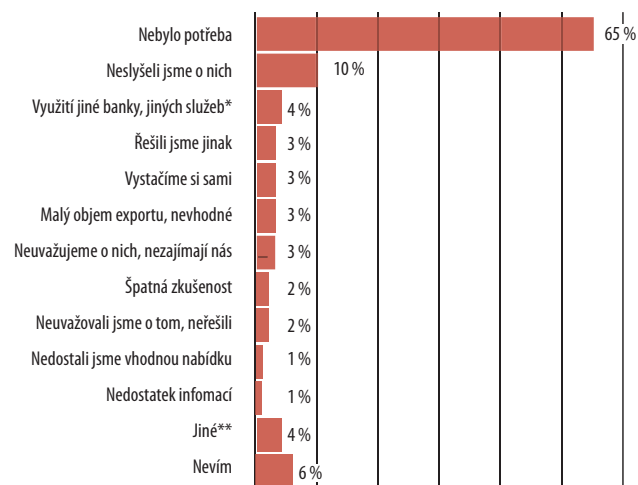
17.

Kterých produktů jste využili? (Velmi málo respondentů!)



18.

Proč jste těchto služeb nevyužili?

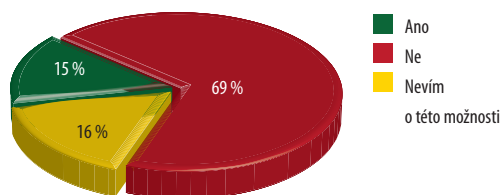


* zmiňováno, že firmu vlastní zahraniční majitel či že spolupracují se zahraničními společnostmi

** rizikový obor, kterému žádná instituce nepomůže; nedůvěřují jim; obchodují přímo, přímý kontakt; přineslo by jen komplikace, byrokracie a papírování; zatím si vybírají, možná využijí v budoucnosti

19.

Využili jste některých produktů EGAP – Exportní garanční a pojišťovací společnosti?

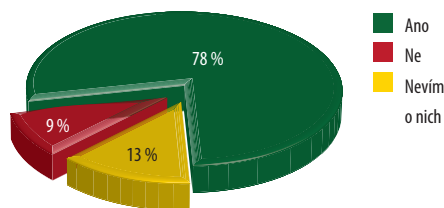


EXPORTNÍ GARANČNÍ A
POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST, a.s.

Produkty Exportní garanční a pojišťovací společnosti v současné době využilo 15 % dotázaných firem.

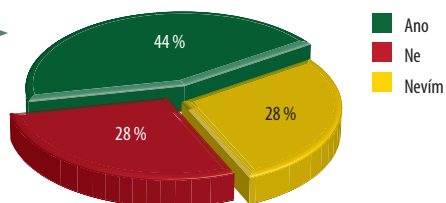
20.

Myslíte si, že by Česká exportní banka či Exportní garanční a pojišťovací společnost měly zvýhodňovat české exportéry odebírající své subdodávky od českých výrobců?



21.

Je pro Vás akceptovatelné prokazovat účetní přidanou hodnotu vytvořenou v České republice při této subdodávce?



Více než ¾ zástupců dotázaných firem si myslí, že by měli být zvýhodněni čeští exportéři odebírající své subdodávky od českých výrobců.

V otázce akceptovatelnosti prokazování účetní přidané hodnoty vytvořené v ČR při této subdodávce převažuje odpověď ano (= akceptovatelné, 44 %), na druhou stranu necelá třetina dotázaných se k této otázce neumí vyjádřit.

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ ŠETŘENÍ:

Vývoj objemu exportu MSP za rok 2011

45 % dotázaných firem uvedlo, že se jim v minulém roce zvýšil objem exportu.

- ▶ Nejčastěji (u 41 % příslušných firem) se objem exportu zvýšil v intervalu do 10 % oproti minulému roku, 37 % firem zaznamenalo růst exportu v rozmezí 11 – 25 % oproti minulému roku.
- ▶ Objem exportu v rámci malých a středních podniků zaznamenal v roce 2011 znatelné oživení oproti roku 2010.
- ▶ Pouze 18 % exportérů zaznamenalo v roce 2011 pokles v objemu exportu.

Výsledek koresponduje s názorem AMSP ČR, že exportně orientované firmy dlouhodobě prokazují solidní výsledky a aktivity a měly by být tahounem ekonomiky.

Výhled exportu mimo evropský kontinent

- ▶ Do zemí mimo evropský kontinent exportuje 30 % dotázaných firem, přičemž tento výsledek může být ovlivněn složením výběrového vzorku, kdy se jedná o firmy, které převážně exportují déle než 5 let. Mají tedy s exportem dlouholeté zkušenosti a působí i na vzdálenějších trzích.
- ▶ Dle výsledků průzkumu pouze 13 % firem plánuje v blízké době vstoupit na zahraniční trh mimo evropský kontinent. Celých 55 % o tomto kroku neuvažuje.

To, že ze vzorku více jak 500 malých a středních exportních firem uvedla třetina z nich, že exportuje i mimo evropský kontinent, považuje AMSP ČR za téměř zlomovou zprávu. Svědčí to o vyspělosti našich firem a o tom, že si uvědomují, že cesta k úspěchu je přes trvalé rozšiřování teritorií a posilování nezávislosti.

Důležitost vybraných institucí v rámci podpory exportu a podpora exportérů ze strany EU

- ▶ Nejvíce firem by se v otázce podpory exportu obrátilo na CzechTrade (31 %), druhou nejvyhledávanější institucí by bylo Ministerstvo průmyslu a obchodu.
- ▶ Na základě otevřených odpovědí se ukazuje, že firmy nejsou ochotny vyhledávat externí spolupráci v podpoře exportu, hodně se spoléhají na vlastní obchodní strategie a přímou komunikaci se zákazníkem.
- ▶ Více jak polovina dotázaných exportérů (58 %) vnímá podporu exportu v rámci států EU jako nevýznamnou součást jejich podnikání.

Z pohledu AMSP ČR nejde o nic překvapivého, CzechTrade je dlouhodobě u malých a středních podniků nejoblíbenější v rámci podpory exportu, je ale patrné i zviditelnění Ministerstva průmyslu a obchodu.

Míra využití služeb obchodně ekonomických úseků českých ambasad a hodnocení trendu jejich kvality

- ▶ Zkušenosti se službami obchodně ekonomických úseků českých ambasad (DEK) v rámci podpory exportu má jen 10 % firem.
- ▶ 44 % z firem, které jsou uživateli služeb obchodních ekonomických úseků, uvedlo, že kvalita zůstává stejná, 24 % sleduje rostoucí úroveň kvality těchto služeb.

Služby agentury CzechTrade a jejich hodnocení

- ▶ Agentura CzechTrade a její služby jsou mezi exportéry více známé a zároveň je firmy více využívají, služby zahraničních kanceláří CzechTrade využilo 28 % firem.
- ▶ Většina dotázaných uvedla, že nemohou posoudit úroveň změny kvality služeb, protože s agenturou nespolečně pracují kontinuálně. Z vyjádření ostatních firem vyplývá, že kvalita služeb agentury CzechTrade zůstává na stejné úrovni (37 %), či se zlepšila (13 %).

Krise přináší výzvy a také příležitosti. Pro malé a středně velké firmy s omezenými prostředky ale někdy bývá těžší jich využít. To naznačují i výsledky tohoto průzkumu, ze kterých vyplývá, že více než polovina firem neuvažuje o expanzi mimo Evropu. I proto se CzechTrade rozhodl právě tomuto segmentu nabídnout službu ExportPlus – na míru šitý balíček poradenských a servisních služeb. Ten by měl progresivním malým a středně velkým firmám z Česka pomoci profitovat ze vzniklých příležitostí, a to zejména na rychle rostoucích rozvíjejících se trzích.

Nejvhodnější fáze pro státní podporu exportu

- ▶ Stát by měl podporovat exportéry především v první přípravné fázi, kdy se firmy rozhodují o expanzi na zahraniční trh a potřebují co nejvíce dostupných informací (uvádí 49 % dotázaných).
- ▶ O podporu napříč všemi fázemi exportu projevil zájem 59 % firem.

Z pohledu AMSP ČR je patrné, že menší firmy vyžadují služby v oblasti průzkumů trhu, ale v době přímých obchodů již spoléhají spíše na sebe. Toto je důležitá informace pro státní instituce nabízející exportní podporu.

Hodnocení důležitosti podpůrných služeb státu

- ▶ Nejdůležitější službou je poskytování obchodních informací (naprosto důležité pro 52 %), dále poskytování informací o trhu (uvedlo 47 %), na třetím místě je podpora marketingu a propagace (32 %).
- ▶ Firmy také preferují nejvíce zachování současného stavu (34 %), slučování služeb podpořilo 20 % respondentů.

Firmy jsou spíše konzervativní, současný systém je dle odpovědí spíše vyhovující, zásadní negace vůči současnému systému nevnímá AMSP ČR ani z řad členských firem.

Při komunikaci s úřady v zahraničí je pro české exportéry nejdůležitější

- ▶ Znalost lokálního trhu a jeho fungování
- ▶ Aktivní přístup úředníka k problematice a doporučení řešení
- ▶ Rychlost komunikace s firmou

Dle názoru AMSP ČR průzkum dokládá, že firmy spoléhají spíše na svoje odborné znalosti a vyžadují základní info o trhu v obecné rovině.

Míra využití služeb ČEB a EGAPu

- ▶ Pouze 2 % dotázaných firem využily někdy služeb České exportní banky, hlavní bariérou využívání je subjektivní pocit nepotřebnosti těchto služeb ze strany firem.

Z pohledu AMSP ČR je malé využití ČEB dáno tím, že historicky je banka stále spíše vnímána jako instituce pro „velké“.

- ▶ Služeb EGAPu využilo 15 % dotázaných malých a středních firem, což odpovídá zaměření pojistných produktů EGAP (riziková teritoria, velké projekty).

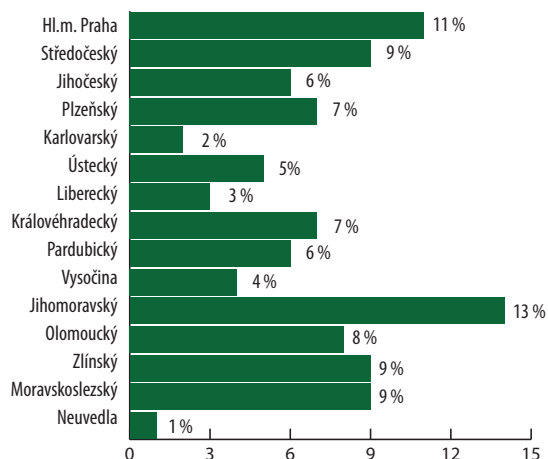
Export MSP jde prakticky mimo hlavní činnosti exportu, které EGAP pojistuje. I přesto má EGAP zájem maximálně vycházet vstříc malým a středním podnikům a v současné době poskytuje u dvou svých produktů nejčastěji používaných ze strany MSP zvýhodněný zrychlený režim pojistování.

- ▶ Naprostá většina exportérů (78 %) zastává názor, že by ČEB a EGAP měly zvýhodňovat české exportéry, kteří odebírají své subdodávky od českých výrobců.

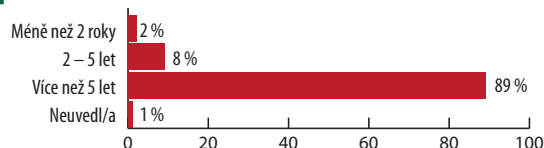
Dle AMSP ČR celkem jednoznačný názor firem, které vyžadují vyšší míru podpory pro „plně domácí hráče“, na druhou stranu v metodice, jak to měřit, nemají firmy úplně jasno a dle názoru AMSP to spíše nechávají na rozhodnutí poskytovatele podpory.

Struktura výběrového vzorku

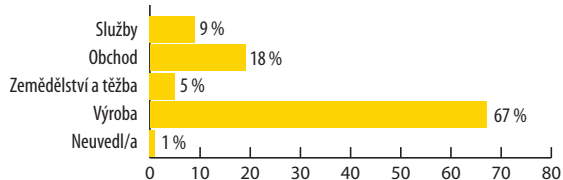
Kraj



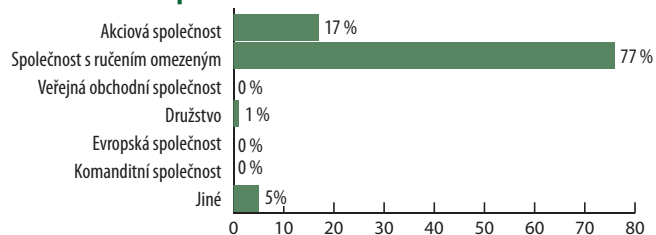
Doba exportu



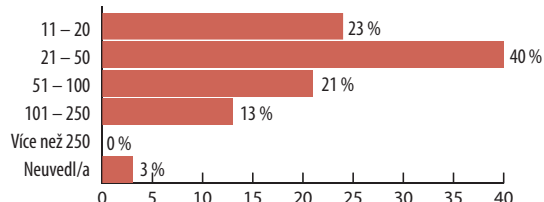
Obor podnikání



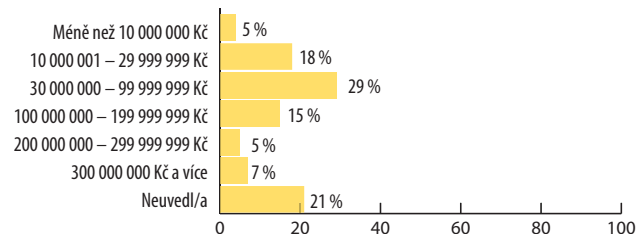
Právní forma společnosti



Počet zaměstnanců



Roční obrát



Základní informace ke 14. průzkumu

Účast: 505 respondentů. Dotazování bylo prováděno dle metodiky ČSÚ v segmentu exportérů s více jak 10 zaměstnanci a s oborem činnosti výroba, služby, obchod a zemědělství. Výzkumné šetření probíhalo formou telefonických rozhovorů s pomocí počítače (metoda CATI). Respondenty byli majitelé či jednatelé firem, případně osoby mající na starost exportní aktivity. Dotazování probíhalo ve dnech 27.1. – 2.2. 2012.

Základní informace k projektu:

Cílem projektu AMSP ČR je nezávislá odborná analýza problémových oblastí podnikání malých a středních podniků a živnostníků formou průzkumů. Celkem bylo realizováno již 13 průzkumů, toto je 14. v pořadí. Všechny realizované průzkumy AMSP ČR naleznete na www.amsp.cz, sekce „Nepřehlédněte“.