



Exportní aktivity MSP v ČR

Výzkum pro AMSP ČR a EGAP

Červen 2013



Marketingové pozadí a cíle výzkumu

Marketingové pozadí

Exportní garanční a pojišťovací společnost (EGAP) je úvěrová pojišťovna se zaměřením na nepojistitelná rizika spojená s financováním vývozu zboží, služeb a investic z České Republiky. EGAP pojišťuje zejména exportní úvěry do zemí, kde politické, ekonomické a právní prostředí přináší větší míru nejistoty a riziko nezaplacení na straně kupujícího a tak vhodně doplňuje nabídku komerčních úvěrových pojišťoven. V tomto kontextu se EGAP rozhodl pro podporu exportu i v segmentu malých a středních podniků, kterým formou zjednodušených produktů nabídne podporu při realizaci exportních případů. Navíc ve spolupráci s Czech Investem zvažuje realizovat i sérii odborných seminářů zabývajících se touto problematikou.

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé republiky. Od r. 2009 mapuje systematicky podnikatelské prostředí prostřednictvím nezávislých průzkumů. Členům poskytuje především Informační servis cíleně zaměřený na segment malých a středních firem – novinky z oblasti bankovních produktů, marketingu, vzdělávání, podpory exportu, statistiky, legislativy apod. Obecně prosazuje zájmy malých a středních firem i živnostníků vůči vládě a dalším institucím ve všech oblastech své činnosti, a to především v médiích, v rámci připomínkového řízení k nové legislativě týkající se podnikání malých a středních firem, dále prostřednictvím své aktivní účasti v poradních orgánech ministrů, v hodnotitelských komisích a odborných výborech.

Cílem výzkumu je zjistit

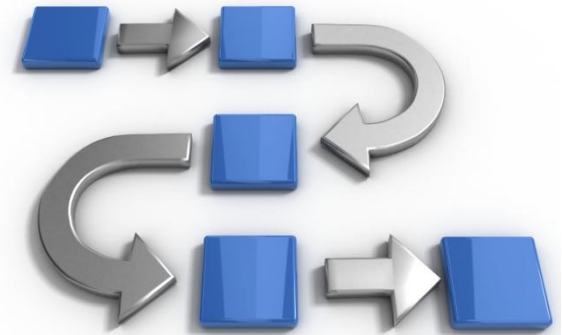
- Exportní destinace a způsob zajištění exportu
- Splatnost exportních dodávek
- Míra využití exportního financování/pojištění pohledávek a zkušenost s aplikací
- Znalost EGAP a jeho produktů, zvažování využití služeb a zájem o semináře



- Česká republika je **tradiční exportní ekonomikou**. Český export v roce **2012** dosáhl **nejvyššího obchodního přebytku v historii** – 310 mld. Kč. Meziroční vývoz stoupl o 6,4 procenta.
- Exportní strategie do roku 2020 počítá s tím, že **vývoz by se neměl orientovat výhradně na země EU**. V souladu s těmito cíly poklesl podíl EU na vývozu v roce 2012 z 83 na 80,8 %.
- Tento trend naznačilo i šetření AMSP z mezi malými a středními firmami v roce 2012. V něm se k **exportu mimo evropský kontinent přihlásilo 30 % dotazovaných firem**. Údaje mohly být ovlivněny tím, že vzorek převážně tvořily firmy exportující více než pět let – měly tedy již dost času na to expandovat na vzdálenější trhy.
- V prvních měsících roku **2013** se podle údajů ČSÚ **vývoz i dovoz meziročně snižovaly**. Až neaktuálněji zveřejněné informace z dubna ukazují na opačnou tendenci.
- Vzhledem k dosavadnímu snižování mezinárodního obchodu v roce 2013 je tedy otázka, **jaká je aktuální orientace českého exportu malých a středních firem z hlediska destinací**.

- **Cílová skupina:** Malé a střední firmy exportující část výroby/služeb
- **Metoda sběru dat:** CATI – telefonické dotazování
- **Datum sběru dat:** 24-28. června 2013
- **Nástroj výzkumu:** Strukturovaný dotazník, 8 minut
- **Velikost vzorku:** 200 dotazníků
- **Rekrutační kritéria:**

Pro naplnění požadavků výzkumu byly zvoleny firmy s počtem zaměstnanců mezi 5 a 249. Dále byly z šetření vyloučeny všechny firmy, které nesměřují alespoň část výroby a služeb do zahraničí. Pro rekrutaci byly využity jak kontakty AMSP ČR a IPSOSU, tak databáze kontaktů CzechTrade.



Struktura dotazníku



REKRUTACE

- Pozice ve firmě – majitel/jednatel, obchodní/ finanční manažer

HLAVNÍ ČÁST

EXPORTNÍ AKTIVITY

- Export zboží/služeb na produkci firmy
- Exportní teritoria
- Obvyklá splatnost dodávek

FINANČNÍ ZAJIŠTĚNÍ EXPORTU

- Využívání exportního financování- poskytovatel, zkušenost
- Využití pojišťování pohledávek- poskytovatel, zkušenost

EGAP

- Znalost EGAP a jejich produktů
- Zvažování/zájem o využití služeb EGAP

ŠKOLENÍ

- Zájem o účast na seminářích o možnostech státní podpory exportu

IDENTIFIKACE

- Obor podnikání (hlavní činnost), velikost firmy vzhledem k ročnímu obratu a počtu zaměstnanců



Hlavní zjištění

- Přestože **hlavní exportní oblastí** zůstává pro velkou většinu malých a středních firem **Evropa, tři pětiny z nich exportují i do nějaké oblasti mimo Evropu**. Tento podíl je vyšší u firem s více než 50 zaměstnanci.
- **Pojištění pohledávek využívá** necelá **pětina firem**, především u Kupeg, Euler-Hermes a Atradius, obzvláště je tato služba zajímavá pro větší firmy. Exportní financování využívá jen desetina společností.
- Alespoň podle názvu **EGAP znají tři čtvrtiny firem**, přesto často volí spolupráci s jiným poskytovatelem služeb. **Přibližně třetina by zvažovala spolupráci s EGAP**.
 - **Hlavním důvodem** pro potenciální spolupráci s EGAP by byly především **větší objemy exportních zakázek** a tudíž jejich zvýšená **rizikovost**. **Bariérami jsou absence potřeby, byrokracie a cena**.
- Dvě pětiny dotazovaných firem by mělo zájem o **seminář** pod záštitou EGAP.

Doporučení

- Mezi respondenty je relativně vysoká znalost názvu společnosti EGAP, ale nižší znalost panuje ohledně nabízených produktů - alespoň částečnou znalost deklaruje méně než polovina firem. Z tohoto důvodu by bylo vhodné **představit produkty v rámci semináře** o podpoře exportu a využít znalosti společnosti EGAP.
- Vzhledem k bariérám by bylo vhodné při komunikaci produktů usilovat o **maximální jednoduchost jednávání** (byrokratickou nenáročnost) a **srozumitelnost**.
- Nabídku je vhodné zaměřit na firmy s velikostí **vyšší než 50 zaměstnanců** a také na firmy, které deklarují **delší dobu** splatnosti zahraničních odběratelů. Oba typy společností si pojištění dojednávají nejčastěji a navíc je mezi nimi EGAP nejznámější.



Výsledky v detailu



Exportní oblasti

Q1. Do jakých oblastí Vaše firma exportuje? **Q2.** A do jaké z uvedených oblastí vyvážíte nejvíce? **Q3.** Jaké jsou běžné splatnosti Vašich exportních dodávek? Doba splatnosti ve dnech. **Q3A.** A liší se Vaše běžné doby splatnosti v rámci různých oblastí, kam exportujete?

Názor AMSP ČR:

Potvrzuje se trend navazující na náš průzkum v roce 2012, MSP diversifikují riziko a čím dál více se zaměřují i na mimoevropské trhy. Doba splatnosti v rámci exportů koresponduje se lhůtami v tuzemsku a odpovídá reálným možnostem MSP.

Téměř všechny firmy exportují do oblasti EU. Mimo Evropský kontinent exportují tři pětiny dotazovaných firem. Z oblastí mimo Evropu je nejpopulárnější destinací Společenství nezávislých států. Obvyklá doba splatnosti činí 30 až 39 dní.

OBLASTI EXPORTU



Do alespoň jedné oblasti mimo Evropu exportuje 60 % firem .

Firmy s vyšším počtem zaměstnanců (nad 50) významně častěji exportují do oblastí mimo EU.

n=200

HLAVNÍ OBLAST EXPORTU

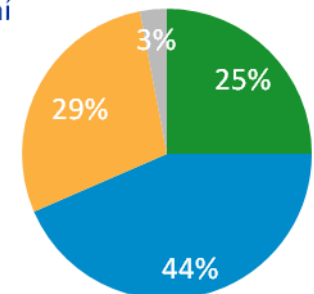


n=200

OBVYKLÁ DOBA SPLATNOSTI

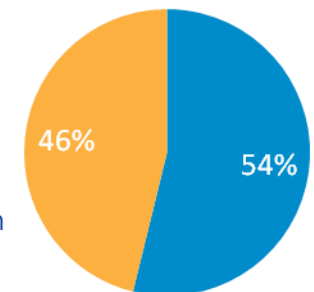
- 0 až 29 dní
- 30 až 39 dní
- 40 až 120 dní
- nevím

n=200



Průměr: 35
Medián: 30

- Splatnosti se liší v různých oblastech
- Splatnosti se neliší v různých oblastech



n=130

Využití exportního financování

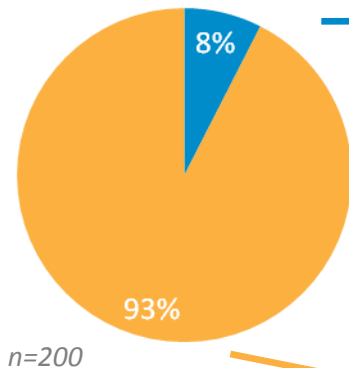
Q4. Využíváte ve Vaší firmě exportní financování? Q5D. A jakou firmu jste si zvolili pro krytí těchto rizik?

Q5E. A z jakého důvodu Vaše firma nevyužívá možnosti exportního financování?

Exportní financování využívá jen 8 % exportérů.

Názor AMSP ČR:
MSP mají dlouhodobě k exportnímu financování konzervativní přístup. Částečně je to dáno zažitým přesvědčením, že je určené hlavně velkým firmám, částečně mají firmy po světové krizi stále obavu z přílišné závislosti na bankách a faktem je i to, že MSP dodávají produkty prověřeným zahr. zákazníkům na kratší splatnost.

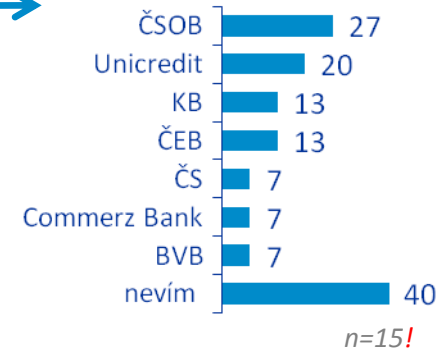
- Využíváme exportní financování
- Nevyužíváme exportní financování



U koho?

20 % využívajících exportní financování zažilo pozitivní zkušenost, stejný podíl zažil i zkušenost negativní.

Exportní financování více využívají výrobní firmy (10 %).



Proč ne?

„Je to administrativně složité, nezabýváme se tím, protože nemáme v tomto problém.“

„Nikdy nás to nenapadlo, necítili jsme potřebu.“



Pojištění pohledávek

Q6. Využíváte ve Vaší firmě pojištění pohledávek? Q6D. A jakou firmu jste si zvolili pro krytí těchto rizik?

Q7. Víte o možnosti, že lze zahraniční dodávky zboží a služeb pojistit? Q8. A z jakého důvodu Vaše firma nevyužívá možnosti pojištění pohledávek?

Pojištění pohledávek využívá přibližně pětina malých a středních firem, zajímavější je tato služba především pro větší firmy.

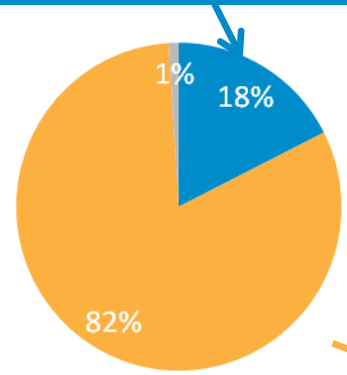
Názor AMSP ČR:
Je to varovně nízké číslo, které se firmám může v době krize vymstít. Je zřejmé, že firmy věří svým zákazníkům, šetří náklady na pojistné, příp. se nechtějí se svými zákazníky dostat do konfliktu vyvoláním záruky, čímž obvykle končí obchodní vztah. MSP tedy spoléhají spíše na vlastní řešení.

Nad 50 zaměstnanců: 31 %
Pod 50 zaměstnanců: 10 %

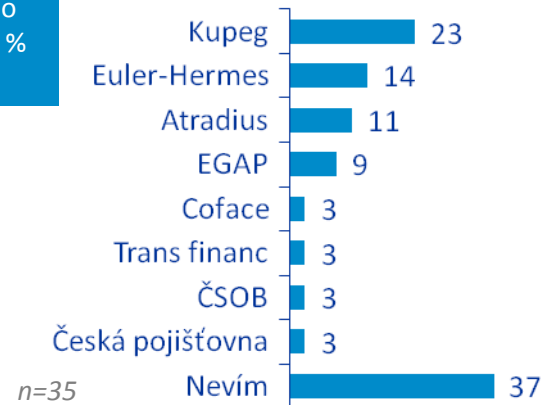
Splatnost exp. dodávek pod 30 dní: 6 %
Splatnost exp. dodávek 30-39 dní: 13 %
Splatnost exp. dodávek nad 39 dní: 35 %

6 % dotazovaných zažilo pozitivní zkušenost, 14 % negativní.

- Využíváme pojištění pohledávek
- Nevyužíváme pojištění pohledávek
- Nevím

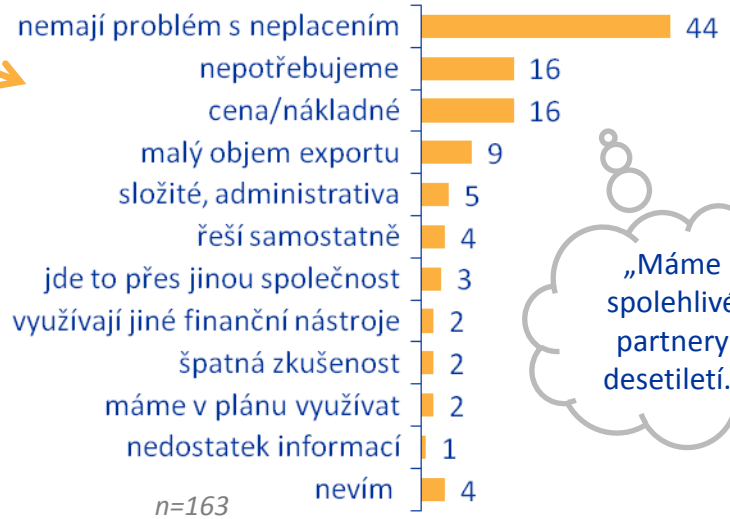
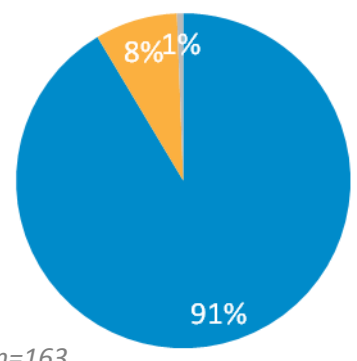


U koho? →



Proč ne? →

- Víme o možnosti pojištění zahraničních dodávek
- Nevíme o možnosti pojištění zahraničních dodávek
- Nevím



Znalost a zájem o EGAP

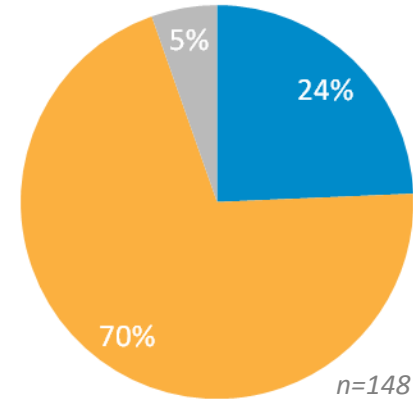
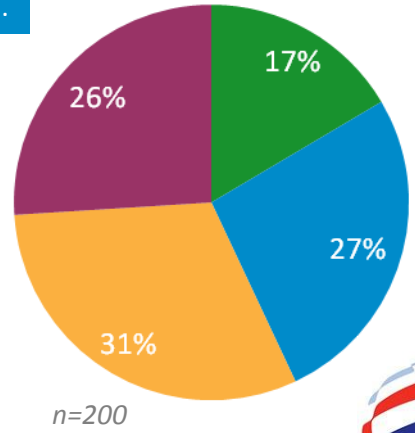
Q9. Znáte EGAP, Exportní garanční a pojišťovací společnost? **Q11.** Zvažoval/a byste využití služeb této společnosti?
Q10. Využil/a Vaše firma někdy možnosti spolupráce s Exportní garanční a pojišťovací společností? **Q20.** Měli byste zájem o semináře o možnostech státní podpory v oblasti exportu, kterou by zajišťoval EGAP?

EGAP je v oboru známá společnost, podle jména si ji vybaví alespoň tři čtvrtiny zástupců firem. Spolupráci by zvažovala přibližně třetina, o seminář by měly zájem dvě pětiny dotazovaných firem.

Názor AMSP ČR:
 EGAP, jakožto státní organizace, má dobré jméno, přesto je vnímána spíše jako instituce pro větší firmy. Je patrné, že v tomto ohledu je šance dobrým marketingem posílit pozici EGAP i u menších exportérů.

EGAP je známější mezi firmami s více zaměstnanci a vyšším obrátem.

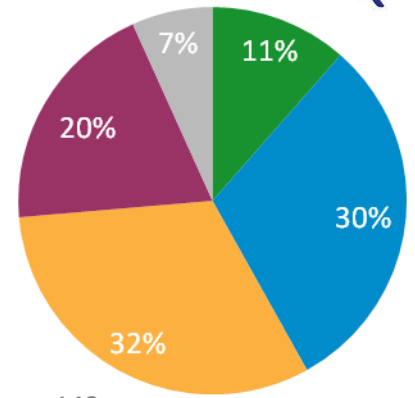
- Znáám podrobně včetně produktů
- Znáám některé produkty
- Znáám jen název
- To slyším poprvé



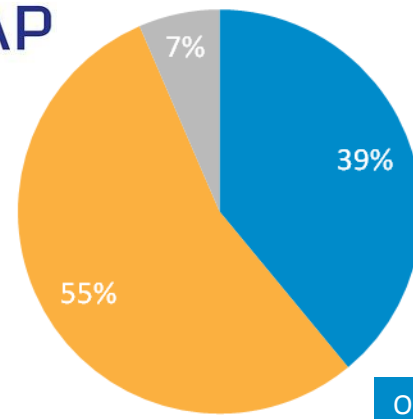
- S EGAP už jsme spolupracovali
- S EGAP jsme zatím nespolupracovali
- Nevím

Bázi tvoří ti, kteří znají EGAP.

- Určitě bychom zvažovali spolupráci
- Spíše bychom zvažovali spolupráci
- Spíše bychom nezvažovali spolupráci
- Určitě bychom nezvažovali spolupráci
- Nevím



Bázi tvoří ti, kteří znají EGAP.



- Měli bychom zájem o EGAP semináře
- Neměli bychom zájem o EGAP semináře
- Nevím

O semináře EGAP mají větší zájem firmy již využívající pojištění pohledávek.

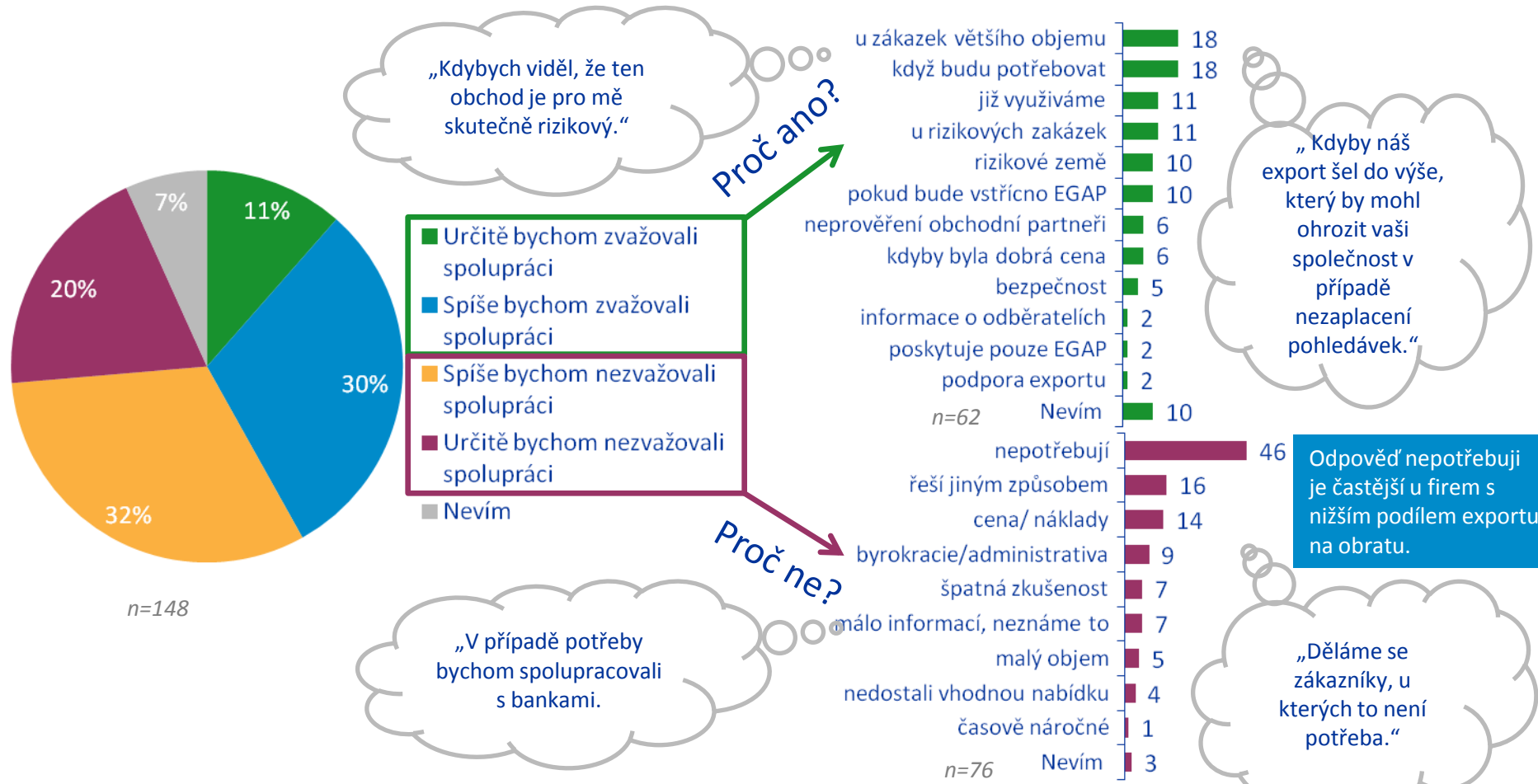
Důvody (ne)zájmu o EGAP

Q11. Zvažoval/a byste využití služeb této společnosti

Q12A. Z jakého důvodu byste uvažoval/a o využití služeb EGAP? Q12B. Z jakého důvodu byste neuvažoval/a o využití služeb EGAP?

Relevantním důvodem pro zvažování využití služeb EGAP by byl větší objem zakázky a z toho vyplývající rizikovitost. Hlavními bariérami jsou absence potřeby, nákladnost a byrokracie.

Názor AMSP ČR:
Je patrné, že MSP pracují spíše v operativním exportu a že mají tendenci podceňovat strategická rizika. Tento přístup může dlouhodobě vycházet, nicméně selhání jednoho klíčového nezajištěného odběratele může kapitálově slabou firmu zásadně ohrozit.

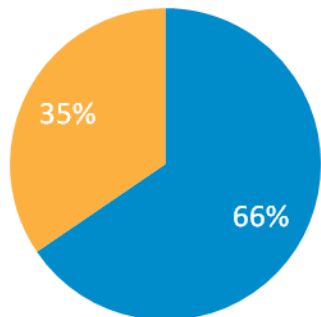


Struktura vzorku



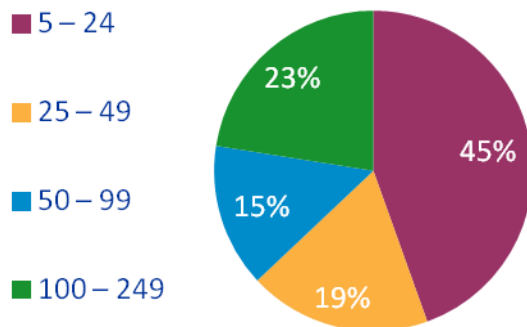
Struktura vzorku

- Majitel, jednatel, ředitel
- Obchodní ředitel\manager, Finanční ředitel



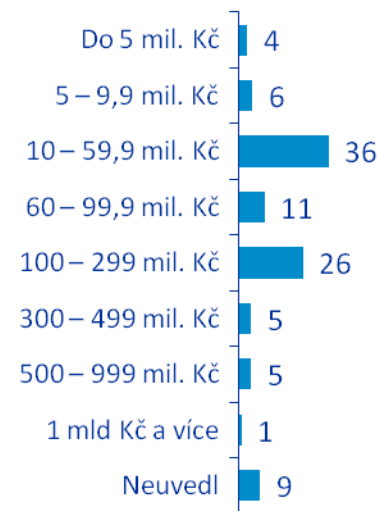
n=200

POČET ZAMĚSTNANCŮ



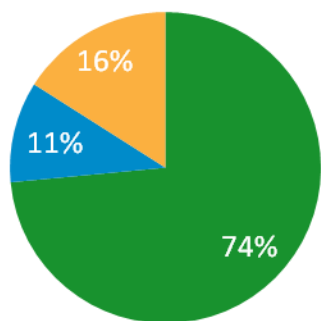
n=200

ROČNÍ OBRAT



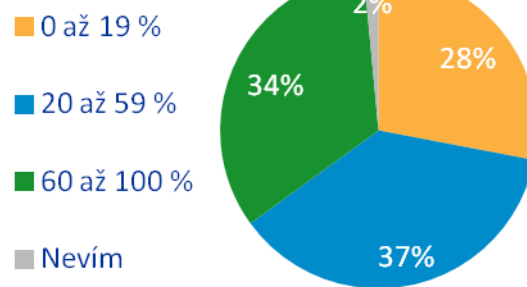
n=200

- Výroba
- Obchod
- Služby



n=200

PODÍL EXPORTU NA OBRATU



n=200