

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2009

Bc. Hana Procházková

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 N Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Analýza financování exportu vybraného podnikatelského subjektu

Vedoucí diplomové práce

Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

Autor

Bc. Hana Procházková

2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci na téma „Analýza financování exportu vybraného podnikatelského subjektu“ vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu se § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě ekonomickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 26. 4. 2009

Hana Procházková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní Ing. Lucii Tiché, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce.

Dále děkuji firmě Farmtec, a. s. za poskytnuté informace, zvláště pak řediteli financí panu Ing. Pavlovi Zárybnickému a vedoucímu oddělení financování panu Ing. Markovi Krejčímu za poskytnutí všech potřebných informací.

Obsah

1. Úvod	1
2. Literární rešerše	3
2. 1. Financování mezinárodního obchodu	3
2. 2. Druhy úvěrů v mezinárodním obchodu	5
2. 2. 1. Dodavatelský úvěr	5
2. 2. 2. Úvěr poskytnutý odběratelem	6
2. 2. 3. Zprostředkovatelský úvěr	6
2. 2. 4. Bankovní úvěr	7
2. 2. 5. Úvěry vládní	8
2. 2. 6. Úvěry mezinárodních organizací	9
2. 3. Nabídka služeb EGAP	9
2. 3. 1. Přehled pojistných produktů realizovaných se státní podporou	10
2. 3. 2. Komerční pojištění	11
2. 4. Nabídka služeb České exportní banky	12
2. 5. Služby agentury CzechTrade	14
2. 6. Dotace z fondů EU	16
2. 6. 1. Průběh dotačního řízení	17
2. 6. 2. Program Marketing	18
3. Cíl a metodika práce	20
3. 1. Cíl práce	20
3. 2. Metodika práce	20
4. Vlastní práce	21
4. 1. Základní údaje o společnosti	21
4. 1. 1. Výrobní program	22
4. 1. 2. Regionální působnost na domácím trhu	22
4. 1. 3. Firemní strategie zahraničního obchodu	23
4. 2. Situační analýza podpory exportu	25
4. 2. 1. Běžný účet firmy	25
4. 2. 2. Úvěry firmy	26
4. 2. 3. Produkt TOP Export	27
4. 2. 4. EGAP	29
4. 2. 5. Analýza činnosti společnosti EGAP	31

4. 2. 6. Řešení současné hospodářské krize	32
4. 2. 7. ČEB.....	33
4. 2. 8. Analýza činnosti společnosti ČEB	35
4. 2. 9. CzechTrade	37
4. 2. 10. Adresář českých exportérů	37
4. 2. 11. Dotace.....	38
4. 2. 12. Účast na výstavách a veletrzích	39
4. 3. Stanovení nejlepší možnosti financování exportu	41
4. 3. 1. Produkt České spořitelny – TOP EXPORT.....	41
4. 3. 2. EBAP.....	42
4. 3. 3. ČEB.....	42
4. 3. 3. CzechTrade	43
4. 3. 4. Dotace.....	43
5. Shrnutí závěrů	45
5. 1. Úvěry.....	45
5. 2. EGAP	46
5. 3. ČEB.....	47
5. 4. CzechTrade.....	47
5. 5. Dotace	48
6. Závěr.....	49
7. Summary	51
8. Přehled použité literatury.....	52

1. Úvod

Mezinárodní obchod a mezinárodní marketing zažívají v současné době prudký rozvoj, který je ovlivněn zejména procesy liberalizace, internacionalizace a globalizace světové ekonomiky a využíváním moderních technologií. Tyto procesy otevírají firmám nové možnosti podnikání a zároveň zvyšují celosvětovou konkurenci. Většina podniků je dnes buď přímo, nebo alespoň zprostředkovaně zapojena do procesu mezinárodního podnikání.

Zahraniční obchod hraje významnou roli v ekonomice každého státu. Čeští vývozci mají nelehkou úlohu. Musí konkurovat kapitálově silnějším západním firmám, které mají dlouhodobější zkušenosti se zapojením do mezinárodních aktivit a které jsou lépe podporovány proexportní politikou svých vlád. Nezanedbatelným faktem je též velké množství subjektů na straně nabídky, s neustálým vstupem nových. Ale i přesto mají podniky zájem uplatnit své výrobky na zahraničních trzích, popř. navázat spolupráci s partnery ze zahraničí. Je to z toho důvodu, že tuzemský trh se jim zdá být již nasycený, příliš těsný pro další úspěšný rozvoj firmy. Podnik se tak dostává do zcela nového postavení zahraničního podnikatele, který se setkává s celou řadou odlišností. Aby na mezinárodních trzích uspěl, je nucen získávat řadu nezbytných informací a na základě jejich analýzy přijímat významná rozhodnutí.

Financování mezinárodního obchodu předpokládá rozhodování jak o volbě zdrojů pro získání nezbytných finančních prostředků, tak o výběru metod zajištění jejich návratnosti s ohledem na podstupovaná rizika. Tento rozhodovací proces probíhá z pravidla ještě před uzavřením obchodu. V současných podmínkách na mezinárodních trzích spočívá tíha financování obvykle na exportérovi, nicméně i dovozce musí hledat optimální metody financování své činnosti. Financování mezinárodního obchodu je obvykle prováděno především bankami a pojišťovnami, ale uplatňují se i různé typy specializovaných finančních institucí, a to soukromých, státních i polostátních. Část funkcí, spojených s financováním mezinárodního obchodu, plní i mezinárodní organizace.

Pro práci byla vybrána společnost FARMTEC, a. s., zabývající se výrobou, montáží a prodejem kompletních technologických celků do zemědělské výroby. Tato společnost exportuje své výrobky především na trhy východní a jihovýchodní Evropy. Nejvýznamnější cílovou zemí firmy je Ruská federace. Firma proniká na zahraniční trhy prostřednictvím uzavření smlouvy s distributorem, nebo založením společnosti v cílové zemi.

2. Literární rešerše

2. 1. Financování mezinárodního obchodu

Financování mezinárodního obchodu se v mnoha ohledech liší od financování obchodu v tuzemsku. Odlišnost lze spatřovat v náročnosti na finanční prostředky, v charakteru finančních zdrojů, které mohou být pro financování využívány, v používaných metodách i v rizikovosti, s níž je financování mezinárodního obchodu spjato. Příčinou bývá geografická vzdálenost místa výroby od místa spotřeby, jejíž překonání může být časově náročné, dále časový nesoulad mezi pohybem zboží a placením, ovlivněný velkou konkurencí a požadavky kupujících na úvěr, rozdílná dimenze rizikovosti mezinárodních ekonomických vztahů oproti vztahům vnitřním, rozdíly v prostředcích, v nichž působí obchodní partneři podílející se na dané transakci, a další faktory (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A., 2003).

Na druhé straně financování mezinárodních obchodních operací úzce souvisí s procesem vnitropodnikového financování vývozců a dovozců. Ve vnitropodnikovém finančním řízení nelze oddělit „zahraniční“ aktivity podniku od celkových finančních toků v rámci daného podnikatelského subjektu a v tomto smyslu tvoří financování mezinárodních operací integrální součást financování podniku. Zahraniční aktivity však mohou přinášet nové problémy i nové možnosti řešení v porovnání s operacemi uskutečňovanými vnitrostátně (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A., 2003).

Současná praxe české politiky rozvoje obchodu a podpory vývozu usiluje o takové nastavení aktivních nástrojů, aby podle zásady systémovosti ve svém souhrnu tvořily ucelený, doplňující soubor s mnohastranným efektem. Proto byly vytvořeny proexportní instituce (ECAP, ČEB, CzechTrade) a zavedena pravidla státní podpory vývozu. Postupně je vyjasňována otázka koordinace proexportních aktivit. K systémovému řešení celé oblasti státní podpory exportu se přistoupilo až v dubnu 1999, kdy MPO zpracovalo a předložilo vládě ČR koncepční materiál nazvaný „Proexportní politika“ (Beneš, V., 2004).

Řídící roli v rámci státní proexportní politiky, ne ve smyslu direktivním, ale organizačně koordinačním, zastává MPO. Tento nezpochybnitelný fakt vychází nejen z podstaty věci v tom smyslu, že MPO vykonává většinu proexportních aktivit, ale především z kompetenčního zákona. V něm je mimo jiné explicitně uvedeno, že MPO je ústředním orgánem státní správy pro zahraniční obchod a podporu exportu. Konstrukce proexportní politiky je založena na třech úrovních. Základním stavebním elementem je proexportní nástroj či opatření. Vyšší úroveň je potom oblast proexportní politiky, v níž se sdružují nástroje a opatření se stejným nebo obdobným zaměřením svého účinku.

V případě českého modelu státní podpory exportu definujeme pět základních oblastí:

- I. Odstraňování tarifních a netarifních bariér vývozu zahraničně obchodní strategie, koordinace státní proexportní politiky
- II. Financování a pojišťování vývozu se státní podporou, adresná rozvojová pomoc
- III. Informatika, poradenství, asistence a odborné vzdělávání
- IV. Propagace a prezentace českých produktů a subjektů v zahraničí
- V. Doplňková či časově omezená proexportní opatření

Těchto pět oblastí potom dohromady vytváří třetí úroveň státní proexportní politiky, tedy konzistentní systém, jehož produkty mají komplementární účinek (Tichá, L., 2007).

Vývozci se často setkávají s problémem, kdy by byli schopni prodat svoje výrobky do zahraničí, ale jejich partner není schopen zaplatit ihned nebo si sám vzít úvěr. K tomu ještě přistupuje neznalost hospodářského a právního prostředí v zemi odběratele. Tato situace se často týká především ekonomicky slabších zemí, a proto státní orgány exporty do těchto regionů aktivně podporují, aby napomohly rozvoji domácí ekonomiky. Česká vláda v této souvislosti založila dvě instituce – **Českou exportní banku (ČEB) a Exportní a garanční pojišťovnu (EGAP)**. ČEB poskytuje za výhodných podmínek dlouhodobé úvěry pro vývoz zboží investiční povahy a krátkodobé pro vývoz zboží a služeb. Podmínkou bývá alespoň 60% podílu hodnoty vývozu s českým původem a potom zle financovat až 85% hodnoty vývozu. Požadavkem je také pojištění vývozu prostřednictvím EGAP proti tzv. vývozním

rizikům. Úvěry ČEB mají splatnost 2 až 10 let a jsou spláceny pololetně v pravidelných splátkách. Příjemcem těchto úvěrů může být jak dodavatel, tak odběratel. ČEB také financuje výrobu (nákup surovin a materiálu) a vystavuje záruky, které účastník zahraničního trendu musí předložit. Největších objemů dosahuje financování vývozu přímým dodavatelským úvěrem a financování výroby úvěrem výrobcí/vývozci (Kislingerová, E., 2004).

2. 2. Druhy úvěrů v mezinárodním obchodu

Vzhledem k úvěrové náročnosti mezinárodního obchodu dochází v tomto procesu k proplétání obchodních a úvěrových vztahů v mezinárodním měřítku. Úvěry poskytované v souvislosti s mezinárodním obchodem představují velmi pestrou skupinu, která může být členěna z různých hledisek. V této podkapitole je zvoleno kritérium poskytovatele úvěru, podle něhož lze rozlišit několik druhů úvěru (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A, 2003).

2. 2. 1. Dodavatelský úvěr

Dodavatelský úvěr poskytuje exportér zahraničnímu odběrateli obvykle v souvislosti s dodávkou zboží nebo služeb. Podmínky úvěru jsou sjednány v příslušném smluvním ujednání (smlouvě kupní, o dílo apod.) v rámci platební podmínky. Jenom výjimečně mohou být mezi firmami s dlouhodobými stabilními obchodními vztahy uzavírána rámcová platební ujednání na určitou dobu (například na rok), v nichž se určují podmínky úvěru poskytovaného s dodávkami zboží v daném období. U krátkodobých dodavatelských úvěrů může exportér úvěrovat celou hodnotu dodaného zboží či služeb. Pro střednědobé a dlouhodobé úvěry je však obvyklý požadavek, aby odběratel uhradil určitý podíl sjednané ceny předem či v době dodávky (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A, 2003).

Dodavatel poskytuje odklad splatnosti za dodávky surovin, materiálu, zboží a služeb. Tím, že nepožaduje úhradu okamžitě, umožňuje společnosti, aby využila své finanční

zdroje jinak nebo aby si je nemusela opatřovat jiným způsobem. Protože dodavatelských úvěrů využívají v podstatě všechny společnosti, jedná se o nejrozšířenější způsob financování. Dodavatelský úvěr není explicitně úročený zdroj financování. Dlužník (odběratel) neplatí dodavateli žádný zvláštní poplatek, který by byl pokládán z účetního pohledu za finanční náklad. Avšak pro dodavatele je jeho pohledávka za odběratelem aktivum, které on sám musí financovat. Přesto je v ceně dodávky skryta určitá odměna za poskytnutí odkladu splatnosti. Tu lze odhalit, pokud dodavatel poskytuje skonto za včasnější úhradu (Kislingerová, E. a kol., 2004).

2. 2. 2. Úvěr poskytnutý odběratelem

Při vývozu investičních celků a velkých (zpravidla strojírenských) kusových dodávek je obvyklou platební podmínkou poskytnutí střednědobého nebo dlouhodobého úvěru. Důvodem je snaha dovozce rozložit úhradu za dodávku z části nebo úplně do delšího období, v jehož průběhu získává prostředky na úhradu již z produkce dovezené výrobní kapacity, respektive z podnikání při využití dovezeného zboží. Zkušení vývozci se však přesvědčili, že i tam, kde požadavek na úvěr dovozcem předložen není, je iniciativní nabídka úvěru důležitým nástrojem, který může výrazně posílit postavení vývozce v konkurenci s jinými dodavateli, případně přímo rozhodnout o udělení záruky (Beneš. V., 2004).

Úvěr poskytnutý odběratelem je v současných podmínkách trhu kupujícího využíván spíše výjimečně. V kupních smlouvách se sjednává jako platba předem, obvyklá jen u některých specifických druhů zboží nebo při prodeji na rizikové trhy. Častější formou toho to úvěru představují akontace (částečná platba předem), sjednávané při hodnotově rozsáhlých dodávkách zboží vyráběného na zakázku, u investičních celků, při realizaci velkých projektů apod. (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A, 2003).

2. 2. 3. Zprostředkovatelský úvěr

Zprostředkovatelský úvěr bývá poskytován zejména krátkodobě některými typy zprostředkovatelů (dohodci, brokery apod.). Jde většinou o zavedené firmy, které vycházejí ze znalosti trhu a znalosti finančních potřeb dodavatelů a odběratelů. Některé

typy zprostředkovatelů se na poskytování finančních služeb svým obchodním partnerům specializují (například tzv. *confirming houses* ve Velké Británii.) (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A, 2003).

Zprostředkovatelské úvěry poskytují v mezinárodním obchodě dohodci a komisionáři. Zejména dohodci mají velkou výhodu v tom, že v mnohých zemích a některých druzích zboží se nákupy a prodeje uskutečňují výhradně jejich prostřednictvím. Jsou ve styku s oběma stranami a mají přehled o celém průběhu obchodu, takže mohou zasáhnout tam, kde je zapotřebí. Eskontují směnky kupujících, zaručují se za jejich zaplacení, financují výrobu i obchod a poskytují půjčky na dokumenty. Dohodci a komisionáři jsou zpravidla firmy s velkým vlastním kapitálem a s dobrým bankovním spojením, u něhož mají úvěr. Zprostředkovatelské úvěry jsou pochopitelně dražší než běžné bankovní úvěry (Vinter, 2006).

2. 2. 4. Bankovní úvěr

Přímé úvěrování mezinárodního obchodu bankami je v poslední době stále častější. Úvěry bývají poskytovány obchodními bankami v různých formách, krátkodobě i dlouhodobě. Klasickými formami využití krátkodobých bankovních úvěrů jsou některé typy používané v souvislosti s akreditivem (například remboursní úvěr). Výhodou bankovních úvěrů, plnících často funkci podpory exportu, je oddělení úvěrového vztahu od transakce, k jejímuž financování slouží. Odběratel se potom nemůže vyhnout svým platebním závazkům či je alespoň oddálit námitkami vůči plnění kontraktu dodavatelem. Podmínky úvěru a podmínky vývozního kontraktu jsou řešeny zcela samostatnými smluvními ujednáními. Bankovní úvěr může být ve většině případů dokonaleji profesionálně zpracován a jeho návratnost bývá zajištěna účinněji, než tomu bývá u úvěrů dodavatelských. V posledních desetiletích je v mezinárodním obchodu velmi rozšířen bankovní úvěr kupujícímu – *Buyer's Credit*, označovaný také jako exportní odběratelský úvěr (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A, 2003).

Remboursní úvěr vzniká v případě, že určitá banka akceptuje směnku, která je na ni vystavena a která patří vývozci a je na účet dovozce, proti předání příslušných

dokumentů. Podstata tohoto úvěru spočívá v tom, že dovozce (importér) dohodne, ještě před uzavřením obchodu s vývozcem (exportérem), s remboursní bankou možnost akceptace směnky. Jestliže banka akcept schválí, pak je jí předložena směnka, kterou nejčastěji vystavuje exportér (může je však vystavit i importér), aby na ni svůj akcept vyznačila. Jakmile tak učiní, je povinna v případě, že importér není schopen dostát svým závazkům, tyto závazky uhradit z vlastních zdrojů (Pivrnec, J., 1995).

2. 2. 5. Úvěry vládní

Úvěry vládní bývají používány jako nástroj hospodářské pomoci. Poskytuje je většinou vláda průmyslově vyspělé země vládě nebo veřejné instituci země rozvojové a to buď na základě samostatného mezivládního ujednání, nebo jako součást dohod o hospodářské spolupráci, o technické pomoci apod. Pro přijímající stranu představují tyto úmluvy většinou možnost získat úvěr za příznivějších podmínek ve srovnání s dodavatelskými nebo bankovními úvěry. Pro poskytující zemi slouží úvěr většinou k podpoře vlastního exportu a často plní i politické cíle. Podobě jako u bankovních úvěrů jsou exportéři zbavováni finanční zátěže spojené s úvěrováním (Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A., 2003).

Vládní úvěry poskytuje obvykle vláda jedné země či vládní instituce druhé země za účelem nákupu zboží, čímž zároveň podporuje svůj vývoz. Takový úvěr může být buď jednostranný (je určen k nákupu určitého průmyslového celku), nebo rámcový, na něž se provádějí dodávky určitého zboží. Podmínky úvěru jsou stanoveny vzájemnou dohodou vyjádřenou písemně (vždy se jedná o objemný a rozsáhlý dokument); jde většinou o dlouhodobé úvěry, zajištěné zárukou vlády a zúročené nízkou úrokovou sazbou, kterou vláda subvencuje z rozpočtových prostředků. V současné době nastává od těchto úvěrů odklon. Jsou poskytovány zcela výjimečně a ve velmi naléhavých případech, například když jde o nákup zbrojních celků nutných k obraně země (Vinter, 2006).

2. 2. 6. Úvěry mezinárodních organizací

Úvěry mezinárodních organizací získaly význam především pro financování hospodářské pomoci rozvojovým zemím a tranzitivním ekonomikám. Přímé financování zajišťuje především tzv. skupina Světové banky. Úvěry skupiny Světové banky jsou používány pro financování vybraných rozvojových projektů v členských zemích, například v oblasti dopravy, energeticky, zemědělství, ekologie apod. Realizace těchto programů bývá vázána na taková opatření v oblasti hospodářské politiky přijímajícího státu, která mají zajistit návratnost vložených prostředků (Machková, H., Černohlávková, E., Sato, A, 2003).

Světová banka poskytuje členským zemím úvěry na dlouhodobé strukturální programy a vždy na konkrétní projekty. Zdroje, které pro to účely využívá, můžeme rozdělit na vlastní, tvořené základním kapitálem a rezervami a na cizí, které získává prodejem dluhopisů na mezinárodních finančních trzích. Kromě těchto zdrojů má banka k dispozici i další zdroje, které získává odprodejem části svých půjček a formou tzv. spolufinancování. Členy banky mohou být pouze členské země Mezinárodního měnového fondu. Členství ve Světové bance neznamena automatické členství v ostatních zmíněných institucích, ale o členství v každé z těchto institucí je nutné zvlášť požádat (Marková, J., 2002).

2. 3. Nabídka služeb EGAP

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. (EGAP) je specializovaná státní úvěrová pojišťovna, podle zákona č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví, se specifickým předmětem podnikání – pojišťování vývozních a tuzemských pohledávek. Tuto činnost provozuje jednak formou státní podpory na základě pověření ze zákona č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, v platném znění, jednak na komerčním principu, tj. bez státní podpory se zajištěním sjednaným s předními zahraničními zajistiteli. Jejím posláním je ochrana vývozců a bank financujících vývoz proti komerčním a teritoriálním (politickým) rizikům (Nabídka služeb EGAP, 2008).

Společnost EGAP nabízí pojistné produkty v obdobné struktuře, rozsahu a kvalitě jako dlouhodobě působící zahraniční úvěrové pojišťovny. Umožňuje tak českým exportérům nabízet finanční podmínky svých vývozů srovnatelné s konkurencí z nejvyspělejších zemí. Společnost poskytuje devět základních typů pojištění v mnoha modifikacích a je schopna vyhovět i individuálním požadavkům vývozců a bankovních ústavů financujících vývoz. Struktura pojistných produktů společnosti EGAP umožňuje krýt střednědobá a dlouhodobá úvěrová rizika spojená s vývozy investičních celků, strojů a zařízení, stavebních prací či investic v zahraničí (Nabídka služeb EGAP, 2008).

2. 1. 1. Přehled pojistných produktů realizovaných se státní podporou

Státní podpora vývozu formou pojištění vývozních úvěrových rizik spočívá v záruce státu za závazky EGAP z pojištění, která je definovaná v § 8 zákona č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou. V praxi státní podpora znamená, že EGAP svým pojištěním vykrývá mezeru na trhu, na kterou nemají soukromé úvěrové pojišťovny dostatečnou kapacitu. Jedním ze základních předpokladů pro poskytnutí pojištění se státní podporou je splnění pravidel pro původ zboží (Státní podpora exportu, 2009).

Úvěrové pojištění EGAP se státní podporou významně napomáhá podnikům získat finanční zdroje pro vývoz, neboť pojistka slouží také jako vhodný zajišťovací instrument pro banky. EGAP nabízí se státní podporou pojištění střednědobých a dlouhodobých vývozních úvěrů a dalších služeb spojených s těmito vývozy, a to v podobě následujících pojistných produktů:

B – pojištění krátkodobých vývozních úvěrů proti teritoriálním rizikům

C – pojištění střednědobých a dlouhodobých dodavatelských vývozních úvěrů proti teritoriálním a komerčním rizikům

D – pojištění střednědobých a dlouhodobých odběratelských vývozních úvěrů proti kombinaci teritoriálních komerčních rizik

V – pojištění proti riziku ztrát v důsledku výrobního rizika u střednědobých a dlouhodobých odběratelských vývozních úvěrů proti teritoriálním a komerčním rizikům

E – pojištění banky potvrzující akreditiv

F – pojištění úvěru na předexportní financování výroby pro vývoz proti riziku nesplnění vývozního kontraktu

I – pojištění investic českých právnických osob v zahraničí

Z – pojištění exportních bankovních záruk

P – pojištění úvěru na financování prospekce zahraničních trhů proti riziku nezaplacení

(Böhm, A., Janatka, F., 2004)

Úvěrové pojištění EGAP se státní podporou významně napomáhá podnikům získat finanční zdroje pro vývoz, neboť pojistka slouží také jako vhodný zajišťovací instrument pro banky. Tato „přidaná hodnota“ úvěrového pojištění navíc umožňuje bankám přiřadit pojištěným úvěrům a zárukám nulovou rizikovou váhu i podle náročnějších pravidel obezřetného chování bank Basel II a poskytovat tak úvěry výrazně levněji (Budinský, V., Grulich, T., Půlpán, K., Procházka, J., 2008).

2. 3. 2. Komerční pojištění

Základním prvkem úvěrového pojištění je ochrana věřitele před rizikem nezaplacení ze strany dlužníka. Kromě toho však úvěrové pojištění EGAP významným způsobem napomáhá podnikům získat financování svých vývozních pohledávek a financování vývozu obecně. Pojistka tak slouží jednak jako ochrana před rizikem, že zahraniční kupující/banka importéra nezplatí a také jako kolaterál/zajištění pro financující instituci, která úvěr poskytne. Především v komerčním pojištění, kde se EGAP setkává v konkurenci s ostatními úvěrovými pojišťovnami na českém trhu, si každoročně ověřuje spokojenost klientů se svými produkty s poskytováním služeb a s úrovní komunikace všech pracovníků. Tato tzv. satisfakční studie je prováděna nezávislou agenturou, která zajišťuje maximální objektivitu průzkumu. Studie potvrzuje, že hlavním důvodem pojištění úvěrů zůstává potřeba zabezpečení proti riziku nezaplacení, z čehož vyplývá a výzkum to potvrzuje, že nejdůležitějším hlediskem komerčního úvěrového pojištění je rozsah pojištěných rizik. Velmi důležitou roli ve spokojenosti klientů proto hraje výše úvěrového limitu, pojistná sazba a rychlost procesů (ať už se jedná o schválení úvěrového limitu nebo o vyplacení pojistného plnění). Podobně jako u pojištění se státní podporou je i u komerčního pojištění nezanedbatelným motivem

klientů pro sjednání pojištění potřeba získání finančních prostředků, kde pojištění slouží jako zajištění pro financující instituci. Úspěch činnosti a spokojenost se službami EGAP v oblasti komerčního pojištění lze rovněž objektivně změřit podílem předepsaného pojistného. EGAP dlouhodobě vykazuje stabilní úroveň tržního podílu okolo padesáti procent (Parížek, P., 2005).

Pro všechny výrobce strojírenského i spotřebního zboží, polotovarů, materiálů a potravin, jejichž vývozy a prodeje do tuzemska se uskutečňují na krátkodobé úvěry do jednoho nebo do dvou let, nabízí dceřiná společnost EGAP "Komerční úvěrová pojišťovna EGAP" pojištění krátkodobých pohledávek. Jedním typem pojištění lze zabezpečit pohledávky proti riziku nezaplacení ze strany domácích i zahraničních kupujících, i proti teritoriálním rizikům ve většině zemí. Výhodným doplňkem k pojištění pohledávek je možnost sjednat i pojištění úvěru na předexportní financování výroby, což výrobcí umožní přístup ke zvýhodněnému financování výroby pro vývoz. Základním druhem komerčního pojištění poskytovaného bez stání podpory je pojištění rizika nezaplacení krátkodobého dodavatelského úvěru tuzemským nebo zahraničním dlužníkem (Nabídka služeb EGAP, 2008).

Kompletní seznam pojistných produktů je uveden v příloze 1.

2. 4. Nabídka služeb České exportní banky

Česká exportní banka, a.s. (ČEB) je specializovaná bankovní instituce pro státní podporu vývozu přímo a nepřímou vlastněná státem. Vznikla v roce 1995 a tvoří nedílnou součást systému státní proexportní politiky. Posláním ČEB je poskytovat státní podporu vývozu, a to poskytováním a financováním vývozních úvěrů a dalších služeb s vývozem souvisejících. ČEB tak doplňuje služby nabízené domácí bankovní soustavou o financování vývozních operací vyžadující dlouhodobé zdroje financování za úrokové sazby a v objemech, které jsou pro vývozce na bankovním trhu ve stávajících tuzemských podmínkách jinak nedosažitelné. Umožňuje tím českým vývozcům vstupovat do soutěže na mezinárodním trhu za podmínek srovnatelných s těmi, které

využívá jejich hlavní zahraniční konkurence. Příjemcem podpořeného financování může být vývozce (tj. právnická osoba se sídlem v ČR, výjimečně i fyzická osoba s trvalým pobytem v ČR), či jeho zahraniční odběratel. Příjemcem některých druhů úvěrů může být také výrobce produkující pro vývoz či český subjekt investující v zahraničí. Do těchto transakcí může vstupovat i tuzemská banka vývozce nebo zahraniční banka dovozce. Veškeré aktivity ČEB jsou plně v souladu s pravidly WTO (World Trade Organization), příslušnými doporučeními Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD) a směrnicemi Evropské unie (Nabídky služeb České exportní banky, 2009).

Banka má bohaté zkušenosti z financování největších vývozních transakcí českých exportérů, ale také z financování vývozních kontraktů na menší celky či dílčí dodávky. Pomáhá na jedné straně samotným klientům, na druhé straně zprostředkovaně vytváří podmínky pro vyšší zaměstnanost a napomáhá rozvoji podnikání. Důležitá je také skutečnost, že většinu produktů banky dnes čerpají za těchto výhodných podmínek zahraniční odběratelé a partneři českých firem, pro něž se tak české zboží a služby stávají lukrativní nejen svou cenou a kvalitou. To vše probíhá podle jednotných mezinárodních pravidel pro veřejnou podporu v této oblasti. Orientace a důraz na komplexnost nabídky produktů financování vývozu se v posledních letech vyplatila. Vývozci tuto oblast finanční podpory ocenili jako užitečnou formu komplexního zajištění finančních potřeb s vývozem souvisejících (Budinský, V., Grulich, T., Půlpán, K., Procházka, J., 2008).

ČEB nabízí komplexní financování vývozu těmito formami:

- **Refinanční úvěry** jsou úvěry poskytované komorním bankám působícím na území ČR, jejichž prostřednictvím je financován vývoz.
- **Přímé úvěry** vývozci, investorovi nebo zahraniční osobě na financování vývozu a výrobci na financování výroby pro vývoz. Tyto úvěry se rozlišují na dodavatelské a odběratelské a slouží k překlenutí období od expedice předmětu vývozu do okamžiku inkasa platby za uskutečněný vývoz podle obchodních podmínek smlouvy o vývozu. Slouží zároveň k úhradě splátek úvěru na

financování výroby pro vývoz, pokud je takováto úvěrová smlouva uzavřena. Jsou spláceny platbami za uskutečněný vývoz podle smlouvy o vývozu.

- **Finanční služby související s vývozem** zahrnují především bankovní záruky, otevírání akreditivů, zajišťovací operace a financování místních nákladů v zemi sídla nebo trvalého pobytu dovozce. Význam bankovních záruk je zřejmý především v kombinaci s ostatními produkty exportního financování zvláště dlouhodobého charakteru. Neplatební záruky vystavuje exportní banka podle konkrétních podmínek obchodních případů ve prospěch zahraničních beneficentů. Lze je i kombinovat a jsou vydávány, pokud jsou podmínkou uskutečnění obchodního případu (Beneš, V., 2004).

Seznam hlavních produktů ČEB je uveden v příloze 2.

2. 5. Služby agentury CzechTrade

Za jednu ze základních podmínek úspěšného exportu je dnes z hlediska vývozců považováno získání potřebných a včasných informací o zahraničních trzích za výhodnou cenu, spolu se znalostmi, jak s informacemi naložit. Ve všech vyspělých tržních ekonomikách zajišťují informační servis specializovaní, profesionálně zdatné proexportní instituce, které ve své většině mají status vládních institucí (jsou až z 90% dotovány ze státního rozpočtu). Tyto instituce mají své kanceláře po celém světě, příp. alespoň v zemích exportního zájmu (Plchová, B., 2001).

Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade je národní proexportní organizací Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky. Byla založena rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu 1. května 1997. CzechTrade poskytuje nejširší individuální asistenční služby v zahraničí. V současnosti nabízí 34 zahraničních zastoupení v 31 zemích. V zemích EU pomáhá zejména malým a středním firmám nalézt nové kontakty a vyhledává české firmy pro zahraniční zájemce o tuzemské zboží. Ve vzdálenějších teritoriích navíc pomáhá získat informace o technických podmínkách obchodu a

budovat identitu svých klientů. Kanceláře úzce spolupracují s českými zastupitelskými úřady a doplňují jejich ekonomické úkoly o praktickou asistenci podle individuálních potřeb českých firem. Služby agentury jsou dostupné ve 14 regionálních zastoupeních vytvořených ve spolupráci se sítí hospodářských komor ČR, přičemž rozložení regionálních zastoupení kopíruje jednotlivé kraje. Cílem CzechTrade je zpřístupnit veškeré služby v rámci všech regionů ČR (Nabídka služeb agentury CzechTrade, 2009).

Českým firmám poskytuje CzechTrade prostřednictvím zahraničních kanceláří služby například při vyhledávání obchodních kontaktů, ověření bonity zahraniční firmy, zpracování průzkumu trhu, zajištění prezentace nabídky zákazníkům v zahraničí, organizaci úvodního obchodního jednání v zahraničí atd. Ověření zájmu o nabízený produkt je nejžádanější službou CzechTrade; klient získá přímou zpětnou vazbu o příležitostech na daném zahraničním trhu. Služba zahrnuje aktivní vyhledávání a oslovení potenciálních zahraničních zájemců o spolupráci s českou firmou. Novinkou je služba nazvaná Virtuální kancelář, která umožňuje vysoký stupeň spolupráce mezi zahraniční kanceláří CzechTrade a klientem, a to v dlouhodobém horizontu. Její exkluzivita je v až pětidenní stáži ředitele zahraniční kanceláře CzechTrade v příslušné české firmě, vypracování SVOT analýzy zaměřené na proniknutí na konkrétní zahraniční trh, vypracování marketingového plánu a návrh v hodné proexportní akce v teritoriu s následnou realizací. Klient také získává zázemí v dané zahraniční kanceláři při organizaci jeho zahraničněobchodních aktivit (Beneš, V., 2004).

Služby v oblasti poradenství a vzdělávání tvoří samostatnou ucelenou skupinu v nabídce CzechTrade. V roce 2002 zavedla agentura řadu nových, individuálně orientovaných tréninkových služeb, které se setkaly s kladnou odezvou. Další novinkou jsou ryze poradensky pojaté asistence při realizaci strategické přípravy vstupu na zahraniční trhy či prohlubování exportních aktivit na stávajících trzích. Podnikatelé mají rovněž možnost zlepšit si své vědomosti prostřednictvím otevřených seminářů a cyklu s názvem „Úspěšná exportní praxe“. Konkrétní problémy svého obchodního případu mohou konzultovat s odborníky také v pravidelných konzultačních dnech či v rámci konzultačních dnů při setkání s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade. Největší důraz je kladen na praktický prvek všech vzdělávacích akcí (Beneš, V., 2004).

Jednou ze základních priorit CzechTrade je důkladné poznání předmětu podnikání klienta a pochopení jeho potřeb. Nabídka služeb se odvíjí od připravenosti klienta na export, takže je sestavena z jednotlivých na sebe logicky navazujících kroků, které by měl podnikatel postupně realizovat, aby dosáhl exportních úspěchů na jednotlivých zahraničních trzích, na které chce proniknout. CzechTrade nabízí služby nejen začínajícím exportérům. Poskytuje úvodní konzultace, kdy pomáhá podnikatelům zjistit exportní příležitosti a ukázat způsob, jak je využít. Přitom se opírá o odborné zázemí a zkušenosti. Dále pomáhá se vstupem na zahraniční trhy, s vyhledáváním nových zákazníků a poskytuje v zahraničí marketingové služby. Zároveň organizuje různé vzdělávací akce, jako jsou semináře, workshopy a školení, jejichž cílem je poskytnout co neapraktičtější informace, které jsou důležité nejen pro rozhodování, ale i pro přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy (CzechTrade, 2009).

Agentura CzechTrade nabízí služby s názvy: začínám s exportem, vstupuji na nový trh, hledám nové zákazníky, potřebuji marketingovou podporu. Podrobnější popis těchto služeb je uveden v příloze 3: Služby agentury CzechTrade.

2. 6. Dotace z fondů EU

Na cestě k evropským penězům budou na žadatele o dotaci čekat především dvě velké překážky. První z nich je splnění všech stanovených procedurálních požadavků, administrativních a legislativních podmínek a pravidel pro úspěšné podání žádosti o dotaci. Druhou pak pro většinu žadatelů bude zajištění finančních zdrojů pro financování projektu až do doby proplacení dotace. Nutnou podmínkou pro to, aby žádost o dotaci postoupila z prvního vyřazovacího kola, je především dodržení formálních náležitostí. Materiály obsažené v žádosti by také měly myšlenkově, formulačně a terminologicky vycházet z principů a cílů evropské strukturální politiky a navazujících národních dokumentů. Evropské dokumenty vymezují podmínky čerpání dotací ze strukturálních fondů rámcově. Konkrétní informace o tom komu, kdy, jak a v jaké výši mohou být dotace poskytnuty, je pak třeba hledat především v jednotlivých operačních programech a programových dodatcích (Bukač, P., 2004).

Proces získání peněz ze strukturálních fondů EU je časově i administrativně velmi náročný. Čerpání dotace z fondů EU je velká investice z hlediska času i vynaložené energie. Zpracování podkladů, které je nutné předkládat spolu s žádostí o dotaci, vyžaduje často značné administrativní i odborné síly. Ne všichni zájemci o „evropské peníze“ také ví, že u naprosté většiny tuzemských operačních programů je dotace proplácena zpětně, až po ukončení celého projektu nebo po uzavření jeho dílčích etap. Tak jako tak je tedy třeba zajistit si nejprve vlastní předfinancování. Náročný je navíc nejen samotný postup získání dotace, ale i její udržení. Týká se to zejména formálních procesů souvisejících s následnou vlastní realizací projektu. Ani po skončení projektu však pro vás vaše „závazky“ vůči poskytovateli dotace úplně nekončí. Obvykle totiž platí povinný předpoklad tříleté i víceleté udržitelnosti projektu – vytvořená pracovní místa musí být po určenou dobu zachována, technologie a vybavení musí sloužit svému účelu, apod. Měnit se nesmí také subjekt, který původně dotaci získal (Jak na dotaci z fondů EU, 2009).

Veškeré podstatné informace a pokyny ke zpracování žádosti by měly být obsaženy v instrukcích, jež vydávají instituce, které příslušný program řídí či implementují. Tyto instrukce jsou většinou součástí „Příručky pro žadatele“ (nebo podobného dokumentu), která je vždy součástí podkladů v rámci výzvy pro předkládání žádostí u daného dotačního titulu. Podklady by měly být vždy zpracovány v souladu s doporučenou metodikou. Nevyplatí se rovněž podceňovat význam nepovinných příloh – někdy mohou výrazně ovlivnit výsledné bodové ohodnocení projektu, které rozhoduje o udělení či neudělení dotace. Užitečným vodítkem při zpracování žádosti proto bývají i hodnotící a bodovací kritéria, podle nichž bude žádost posuzována (Jak na dotaci z fondů EU, 2009)

2. 6. 1. Průběh dotačního řízení

1. Objektivní zhodnocení, zda je žadatel se svým projektem schopen splnit všechny stanovené požadavky (formální, věcné, finanční).
2. Vypracování projektu podle doporučené metodiky tak, aby svým obsahem, strukturou, terminologií atd. respektoval stanovená pravidla.

3. Doplnění projektu povinnými přílohami (SWOT analýza, CBA analýza, studie proveditelnosti, vyjádření místních úřadů, posouzení vlivu na životní prostředí atd.).
4. Zajištění finančních zdrojů pro financování projektu až do doby proplacení dotačních prostředků (vlastní zdroje, bankovní úvěr atd.).
5. Zpracování žádosti o dotaci a kompletnosti všech povinných příloh.
6. Registrace žadatele u implementační agentury.
7. Rozhodnutí o přidělení dotace na základě výběrového řízení z předložených žádostí o dotaci.
8. Po schválení žádosti o dotaci zahájení realizace projektu.
9. Po dokončení projektu vyhodnocení a kontrola dosažení cílů a dodržení stanovených podmínek zpětné proplacení dotace (Bukač, P., 2004).

2. 6. 2. Program Marketing

CzechTrade je realizátorem programu exportních pobídek pro malé a střední podniky pod názvem Marketing. Jde o program, který má pomocí finančních dotací zvýšit šance firem uspět na zahraničních trzích. Program je financován Ministerstvem průmyslu a obchodu z prostředků na podporu MSP (malých a středních podniků). Podnikatel může v rámci programu Marketing získat dotaci v maximální hodnotě rovné 500 tis. Kč, pouze však 60 % vynaložených nákladů, které má doloženy platnými účetními doklady. Maximální limity pro jednotlivé činnosti pak stanoví vládní vyhlášení programu. Z profesního pohledu se programu tradičně účastní zejména podniky z oboru strojírenské výroby, výroby nábytku a sportovních a textilních výrobků. Největší zájem přitom exportéři mají o podporu aktivit v zemích sousedících s Českou Republikou (Machková, H., Sato, A., Zamykalová, M., 2002).

Program Marketing je zaměřený na rozvoj aktivit českých exportérů na zahraničních trzích a zvýšení využití exportních příležitostí, které na světovém trhu existují. V rámci programu je podporováno např. získávání marketingových informací v souvislosti se vstupem na zahraniční trhy, tvorba studií vstupu na tyto trhy, prezentace podniku na veletrzích a výstavách v zahraničí a s tím související tvorba propagačních materiálů.

Zprostředkujícím subjektem programu Marketing byla do 30. 9. 2007 Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade. Od 1. 10. 2007 je administrací programu pověřena agentura CzechInvest. Přijímání registračních žádostí do programu Marketing v rámci 1. výzvy bylo ukončeno 31. prosince 2007. O dotace v rámci programu Marketing byl mezi podnikateli obrovský zájem. V současné době jsou vydávána Rozhodnutí o poskytnutí dotace u schválených projektů, kterých je téměř 700 s požadovanou dotací v celkové výši 0,42 mld. Kč. Dne 15. 7. 2008 byl zahájen příjem žádostí o platbu prostřednictvím aplikace eAccount. O výsledku hodnocení jednotlivých projektů jsou žadatelé informováni průběžně po ukončení hodnocení jednotlivých projektů v rámci první výzvy (Marketing, 2009).

Podporovanými aktivitami jsou:

1. Individuální projekty MSP a projekty seskupení MSP podporující vstup MSP na zahraniční trhy;
2. Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí schválených MPO pro příslušné období;
3. Oborové a katalogové prezentace realizované agenturou CzechTrade podporující zvýšení konkurenceschopnosti ekonomiky ČR na zahraničních trzích;
4. Rozvoj služeb agentury CzechTrade v oblasti mezinárodního obchodu - Internacionalizace (Marketing, 2009).

3. Cíl a metodika práce

3. 1. Cíl práce

Cílem diplomové práce bude analyzovat možnosti financování exportu vybraného podnikatelského subjektu a navrhnout optimální řešení. Dílčím cílem bude koncipovat strategie formy podpory exportu, proexportních služeb a podpůrných programů pro vybranou společnost.

Práce bude zaměřena na firmu FARMTEC, a. s., která se zabývá výrobou zemědělské technologie a jejím prodejem na českém i zahraničním trhu. Firma se při mezinárodním obchodování zaměřuje zejména na země východní a jihovýchodní Evropy.

3. 2. Metodika práce

Teoretické informace byly získány studiem dokumentů a odborné literatury, zaměřené na sledovanou problematiku a poté aplikovány při rozpracování možnosti financování exportu. Byla provedena situační analýza podpory exportu vybraného podnikatelského subjektu. Na závěr byly doporučeny optimální možnosti financování exportní činnosti pro vybraný podnikatelský subjekt. Byly vyčísleny náklady spojené s využíváním faktoringu od České spořitelny, náklady na pojištění prospekce zahraničních trhů od společnosti EGAP, náklady na dokumentární akreditiv od společnosti ČEB a náklady na zápis do oborového katalogu společnosti CzechTrade. Na vybraném příkladu bylo nastíněno čerpání dotace z programu Marketing. Dále byla vypracována analýza činnosti společností České exportní banky, a. s. a Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. a aplikována na sledovanou firmu.

Metoda rozhovoru Face to face byla využita pro zjišťování a získávání konkrétních informací od zaměstnanců firmy FARMTEC, a. s. Tyto informace byly získávány formou osobních návštěv, telefonických konzultací a elektronických zpráv. Informace týkající se bankovních úvěrů a dotací byly získány od vedoucího finančního oddělení firmy, ostatní informace z oblasti financování exportu poskytl ředitel financování.

4. Vlastní práce

4. 1. Základní údaje o společnosti

Obchodní jméno společnosti: FARMTEC, a. s.

Logo:



FARMTEC je ochranná známka, registrovaná u Úřadu průmyslového vlastnictví.

Sídlo vedení společnosti: Jistebnice 326

391 33 Jistebnice

Právní forma: akciová společnost

Základní kapitál: 1.005.000 Kč

Nominální hodnota akcie: 1.000 Kč

Počet vydaných akcií: 1.005 kusů

Společnost FARMTEC, a. s. vznikla 14. 2. 1996 registrací u Krajského Obchodního soudu v Českých Budějovicích. Původně fungovala pouze jako obchodní firma, která se zabývala především poradenstvím v oblasti technologií živočišné výroby a projekcí v oblasti zemědělství. Od dubna 1996 v pronajatých prostorách začala postupně výroba technologií pro živočišnou výrobu a dojení. V roce 1997 došlo k rozhodnutí o vstupu na zahraniční trhy prostřednictvím dceřiných společností a v roce 1999 byl získán certifikátu ISO 9000, prokazující shodu ve všech předmětech činnosti společnosti od DNV – Veritas s působností v Evropě a dalších zemích světa. Dále se rozšiřovaly činnosti společnosti do oblasti financování, uvedl se nový finanční produkt společnosti – *FARMTEC-leasing* ve spolupráci s OB Leasingem při financování vyráběných technologií. Velmi významným krokem je spuštění programu OP RVMZ v roce 2004, kdy společnost napomáhá zemědělcům k získání dotace na investice do zemědělské prvovýroby z fondů EU.

4. 1. 1. Výrobní program

Výrobní program FARMTEC, a. s. v sobě zahrnuje vývoj, výrobu a montáž kompletních technologických celků do:

- staveb pro všechny kategorie skotu,
- staveb pro všechny kategorie prasat,
- dojíren a dojících zařízení pro skot,
- dojíren pro ovce a kozy,
- staveb pro uskladnění kejdy a hnoje,
- generální dodávky bioplynových stanic.

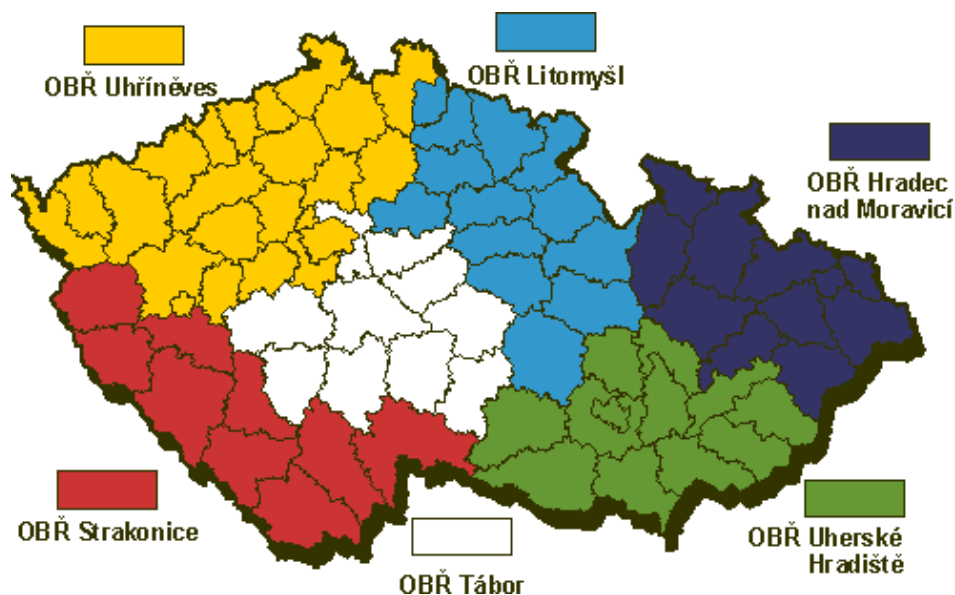
Firma zajišťuje prodej jednotlivých výrobků a součástí na domácím i zahraničním trhu. Všechny tyto výrobní činnosti společnost provádí v souladu s normami ISO 9001:2000. Každý rok uvádí FARMTEC, a. s. na trh okolo 40 nových výrobků a své starší a provozem osvědčené výrobky dále inovuje a modernizuje. Sortiment též doplňuje o některé kvalitní zahraniční výrobky. Firma zajišťuje dobré servisní síť po celé republice, které vychází z nastavení jasných pravidel. Zástupci servisních organizací mají prakticky nepřetržitý kontakt s pracovníky, kteří zajišťují prodej a distribuci náhradních dílů.

4. 1. 2. Regionální působnost na domácím trhu

Součástí akciové společnosti FARMTEC, a. s. je pět oblastních ředitelství, které zajišťují činnost firmy ve svém regionu. Firma dlouhodobě pracuje na budování územního principu, takže dnes pokrývá celou Českou republiku. Jednotlivá oblastní ředitelství se nacházejí v Táboře, v Hradci nad Moravicí, v Uherském Hradišti s menší jednotkou v Mikulově, v Litomyšli a ve Strakonících. Pod ředitelství Tábor patří i menší středisko ve Slaném. Všechna oblastní ředitelství pracují velmi dobře. Z hlediska obratu je dlouhodobě nejsilnější ředitelství v Litomyšli, což souvisí také s tím, že jde o tradičně chovatelsky významnou oblast, kde v minulosti došlo k nejmenším poklesům objemu živočišné výroby.

Oblastní ředitelství jsou organizačně i ekonomicky samostatné jednotky s vlastní pravomocí i zodpovědností. Každé z nich má jasně definované náklady i výnosy. Před třemi lety firma zavedla ekonomicko-organizační a informační systém Scala, který sjednotil veškeré způsoby práce v celé společnosti. Všechny postupy jsou pouze na úrovni: ano – ne, což vedlo k obrovskému zpřesnění činnosti všech zaměstnanců. Během uplynulých deseti let to byl jeden z nejvýznamnějších kroků i otřesů ve firmě, který ovlivnil činnost všech tehdy 120 zaměstnanců. V kombinaci se systémem řízení kvality ISO 9001 tak firma vytvořila nezbytné prostředí pro vlastní kvalitní a úspěšnou činnost.

Obrázek 1: Regionální působnost na domácím trhu



Zdroj: interní data firmy, 2008

4. 1. 3. Firemní strategie zahraničního obchodu

Při vstupu na zahraniční trhy musí podnik překonávat mnoho bariér. Hlavní z nich je odlišnost kulturní, politická, ekonomická a právní. Pro lepší překonávání těchto

překážek má firma zřízeno zahraniční oddělení. Toto oddělení je rozděleno na jednotlivé úseky podle cílových zemí, se kterými firma obchoduje. Zaměstnanci jednotlivých úseků musejí znát danou zemi nejen z právního a ekonomického, ale i z kulturního a politického hlediska. Samozřejmostí je dokonalá jazyková vybavenost. Firma se snaží v tomto zahraničním oddělení zaměstnávat specialisty ze zemí, do kterých vyváží své produkty. Veškeré propagační materiály, které firma uvádí na trh, jsou kromě české verze i v anglickém a ruském jazyce.

Pro zdokonalování a zvyšování znalostí vysílá firma své zaměstnance na zahraniční cesty a studijní pobyty do celého světa. Nejčastějšími cílovými zeměmi jsou Rusko, Dánsko, Itálie a Německo. V současné době začíná firma navazovat kontakty například i ve Španělsku a v USA. Firma pravidelně pořádá pro své zaměstnance mítinky a školení o jednotlivých cílových zemích a zaměstnanci mají možnost se účastnit i jazykových kurzů pořádaných firmou a to přímo v místě svého pracoviště.

Volbu cílového trhu ovlivňují tři faktory, kterými jsou velikost daného trhu, růstový potenciál a atraktivnost tohoto trhu. Trh, který si firma zvolí pro svůj vstup, by měl být dostatečně velký, aby bylo pro podnik rentabilní na něj působit vybranými marketingovými nástroji. I když se cílový trh jeví jako atraktivní, růstový a dostatečně velký, přesto musí firma ještě zvážit, zda cílový trh odpovídá jejím možnostem a kompetencím. Firma FARMTEC, a. s. se orientuje na trhy východní a jihovýchodní Evropy. Je to způsobeno tím, že v těchto zemích převažuje zemědělská výroba a činnosti s ní spojené. Dalším důvodem je velmi malá konkurence na trhu způsobená nedávnou politickou situací. Tyto trhy jsou pro firmu velmi lukrativní díky svému rychlému dynamickému růstu.

Výběru zahraničních trhů předchází důkladná analýza a průzkum daného trhu. Cílem tohoto průzkumu je shromáždit co největší množství informací a jejich následný rozbor. Tyto informace umožňují firmě získat veškeré poznatky o podnikání na zahraničních trzích a zamezit vzniku možných rizik. Pro firmu jsou nejdůležitější informace o cenách, konkurenci, spotřebních zvyklostech, životním stylu a hlavně sortimentu zboží.

Každý podniky při vstupu na zahraniční trhy musí překonávat mnoho bariér. Těmi základními jsou kulturní, politická, ekonomická a právní odlišnost. Firma FARMTEC, a. s. používá v současné době dva způsoby pronikání na zahraniční trhy. Prvním způsobem je založení dceřiné společnosti v cílové zemi. Tímto způsobem si firma FARMTAC, a. s. vybuďovala vlastní zahraniční síť s majetkovou účastí. V některých státech firma má 100% majetkovou účast, v jiných je to jen 33% majetková účast. Na obdobném principu jako oblastní ředitelství v České republice funguje i dceřiná společnost Farmtec Slovakia v Nitre. Podobně působí i druhá dceřiná společnost Farmtec Polska se sídlem v Opoli. Dceřinou společností Farmtec Vostok má firma i v Bělorusku, stejně jako v Ruské federaci. Druhým způsobem, kterým firma FARMTEC, a. s. vstupuje na některé zahraniční trhy, je nepřímá obchodní metoda, a to prostřednictvím uzavření smlouvy s distributorem. Dlouhodobě, především na distributorské bázi, firma spolupracuje s Agrofarmem Göda v bývalém východním Německu. Tato oblast je pro firmu významným místem inspirace, ale také inovací technologií. Dále firma tento postup využívá v Chorvatsku, Bulharsku a Itálii.

4. 2. Situační analýza podpory exportu

4. 2. 1. Běžný účet firmy

Výběr běžného účtu je pro firmu jedním z klíčových rozhodnutí. Banka, jejíž běžný účet si v nabídce na trhu firma vybere, se totiž stává jakýmsi hlavním finančním partnerem firmy. Běžný účet tak neslouží pouze pro realizaci běžných finančních transakcí, ale předurčuje také to, na koho se bude firma obracet při řešení úvěrových operací, při financování exportu, při zajištění rizik nebo při investování volných finančních prostředků. Při volbě banky bere firma FARMTEC, a. s. v úvahu profesionální úroveň banky, její zkušenosti v oblasti mezinárodního platebního styku a její jméno v zahraničí. Cena rozhodně pro firmu nehraje jedinou a zásadní roli, důležitá je kvalita a pružnost. Firma má zřízené dva běžné účty. Jeden u banky ČSOB, který je veden v korunách a druhý u České spořitelny vedený v Eurech. Podle Rozvahy firmy za rok 2007 činí cizí

zdroje firmy 83 376 tis. Kč, z toho jsou bankovní úvěry a výpomoci v hodnotě 12 986 tis. Kč.

U banky ČSOB má firma FARMTEC, a. s. zřízeno Obchodní konto, které je určeno středním podnikům se sídlem nebo místem podnikání v ČR. Toto konto zajišťuje firmě každodenní provoz podniku s častějším platebním stykem, který zároveň vyžaduje širší nabídku služeb. Hlavní výhodou konta je rychlý mezinárodní platební styk. Měsíčně můžete zdarma provést až 150 elektronických tuzemských platebních operací (vč. trvalých příkazů). Mezi další přednosti patří například 100 tuzemských příchozích plateb měsíčně zdarma, nepřetržitý přístup k penězům nebo dostupnost povoleného přečerpání účtu.

Druhý běžný účet si firma FARMTEC, a. s. zřídila u České spořitelny. Tento účet je veden v cizí měně (Euro) s širokou škálou navazujících produktů a služeb sloužících k zajištění základních finančních potřeb firmy. Mezi výhody tohoto účtu patří rychlé a spolehlivé provádění platebních transakcí, využití elektronického bankovníctví, vinkulace (rezervace) prostředků a jejich následné použití ke stanovenému účelu atd. Firma může snadno provádět zahraniční jednorázové i trvalé příkazy k úhradě jako jsou přeshraniční převody a ostatní zahraniční platby. Firma může v rámci běžného účtu využívat produktu PRIEURO při provádění nebo přijímání úhrady v měně EUR do států EHP (Evropský hospodářský prostor). Úhrada v měně EUR je realizována z účtu plátce až na účet příjemce do čtyř hodin od okamžiku předání příkazu plátcem jeho bance. Příjemce tak obdrží prostředky ještě tentýž den, kdy mu byly zaslány plátcem.

4. 2. 2. Úvěry firmy

Pro financování svých podnikatelských potřeb čerpá firma FARMTEC, a. s. bankovní úvěry. Prostřednictvím investičního úvěru firma pořizuje hmotný i nehmotný investiční majetek. Maximální výše je omezena bonitou firmy FARMTEC, a. s., výší investice a způsobem zajištění. Banky vždy pro úvěr pevně stanoví plán čerpání a splácení a firma ho obvykle čerpá jako střednědobý nebo dlouhodobý. K zajištění tohoto účelového úvěru slouží nejčastěji nemovitost nebo směnka. Firma úvěr používá k efektivnímu

financování podnikatelského rozvoje, především tehdy, když rozšiřuje prostor pro výrobu nebo při nákupu strojního vybavení.

U obou bank má v rámci běžných firemních účtů firma FARMTEC, a. s. sjednané kontokorentní úvěry, které firmě souží k financování nenadálých finančních výkyvů a jako finanční rezerva. Tento úvěr je firmě poskytován jako krátkodobý a je vázán na podmínku jednou za určené časové období dorovnat finanční prostředky na účtu do plusového stavu. Stinnou stránkou tohoto úvěru je vysoké úročení, úrok se platí pouze z čerpané částky. Kontokorentní úvěr je pro firmu jeden z nejrychlejších bankovních úvěrů a firma ho používá v případě, pokud by jeho nevyužitím podnik přišel o zakázku, jejíž výnosy by převýšily celkové náklady zakázky včetně úroku a transakčních nákladů kontokorentního úvěru. Druhým okamžikem, kdy firma FARMTEC, a. s. začne čerpat kontokorentní úvěr, je, pokud není možný jiný způsob financování. Firma se ale co nejvíce snaží předcházet čerpání kontokorentního úvěru.

V rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů ve firmě FARMTEC, a. s. často fungují odložené platby ze strany odběratele. Takovýto dodavatelský úvěr zajišťuje směnka, kterou vystavuje odběratel. Pro firmu FARMTEC, a. s. pak směnka slouží jako převoditelný cenný papír, který si může eskontovat u banky, čímž přemění dodavatelský úvěr na úvěr bankovní. Firma používá dodavatelský úvěr i jako nástroj konkurenčního boje, nabízí svým obchodním partnerům výhodnější podmínky v možnosti odložit platbu. Poskytnutí záloh ze strany odběratele je také znakem perfektních dodavatelsko-odběratelských vztahů firmy. Firmě FARMTEC, a. s. tímto způsobem vznikne závazek vůči odběrateli a získává likvidní prostředky, aniž by předala hotový výrobek.

4. 2. 3. Produkt TOP Export

Banka Česká spořitelna nabízí výhodný produkt TOP Export pro právnické osoby podnikající v oblasti průmyslu, obchodu a sektoru služeb nebo v oblasti výroby a zpracování zemědělských produktů, které sídlí v České republice. Základní podmínky pro vstup do programu jsou obrat podniku větší než 30 mil. Kč nejvýše však 1500 mil. Kč v roce podání a podíl exportu na celkovém obratu společnosti musí činit minimálně

10 % nejméně však 10 mil. Kč. Firma FARMTEC, a. s. splňuje všechny stanovené podmínky pro vstup do tohoto programu.

Svým programem TOP Export Česká spořitelna usnadní firmě FARMTEC, a. s. navýšení objemu exportu, proniknutí na nové zahraniční trhy nebo zajištění a posílení své pozice na trhu. Ve dvou úrovních s různým rozsahem služeb zajistí banka firmě atraktivní platební podmínky pro zahraniční partnery, poskytne exportní financování, usnadní úvěrové řízení a poskytne služby zajišťující inkasa plateb. TOP Export České spořitelny dokáže nabídnout obdobná zajištění jako akreditivy a šeky avšak s výhodou flexibility běžných tuzemských platebních lhůt. TOP Export ochrání exportující firmu FARMTEC, a. s. od nedostatku pracovního kapitálu, významným způsobem ozdravuje tok finanční hotovosti a umožní zkvalitnit plánovací procesy. V konečném důsledku tento produkt České spořitelny umožní českým firmám konkurovat svými produkty v zahraničí a současně umožní poskytnout svým obchodním partnerům atraktivní platební podmínky. V rámci programu TOP Export nabízí Česká spořitelna dva produkty s různou úrovní poskytovaných služeb: TOP Export I a TOP Export II.

Pro firmu FARMTEC, a. s. by bylo výhodné čerpat produkt TOP Export II, který je určený pro náročnější společnosti požadující nejvyšší standard služeb s úplným zabezpečením formou faktoringu. Rozsahem je programem TOP Export II nejkomplexnější služba zahrnující řízení veškeré administrativy spojené s exportem a zabraňující vázání hotovosti v neuhrazených exportních fakturách. Do 48 hodin po vystavení faktury a provedení vyskladnění zboží bude exportující firmě FARMTEC, a. s. uhrazeno až 85 % z fakturované částky. V případě bezregresního způsobu obdrží exportující firma nejpozději do 90 dní 100 % fakturované částky bez ohledu na skutečnost, zda odběratel fakturu uhradil či nikoliv. Riziko nesplacení pohledávky přebírá na sebe Faktoring České spořitelny.

Pro žádost o zařazení do programu jsou k dispozici k tomu určené formuláře a informační materiály v každém komerčním centru nebo v centrále České spořitelny, kde lze o tyto formuláře požádat. Základním předpokladem pro vstup do programu je schválení úvěruschopnosti klienta a projektu ze strany České spořitelny. Firma

FARMTEC, a. s. požádá o zařazení do programu na samostatném formuláři a v případě splnění podmínek může být do něj zařazena. Dále musí firma předložit dokumenty vztahující se k úvěrovému procesu, které slouží k vyhodnocení informací a rozhodnutí o zařazení do programu TOP Export:

- ověření pravosti podpisu oprávněných osob dle výpisu z Obchodního rejstříku (jen u nových zákazníků)
- žádost o zařazení do programu (formulář)
- seznam pohledávek
- zástavní smlouvy k poskytnutým úvěrům, u kterých je ručení pohledávkami
- ostatní (účetní uzávěrky za poslední období a účetní uzávěrky za poslední 3 roky v plném rozsahu).

Hlavní výhodou pro firmu FARMTEC, a. s. při využívání faktoringu je dostupnost finančních prostředků ve sjednané výši bezprostředně po realizaci kupní smlouvy a možnost účinnějšího plánování cash-flow. Dostupnost zdrojů pro firmu je takřka neomezená, závisí pouze na výši realizovaného prodeje. Firma může nabídnout svým odběratelům výhodnější platební lhůty a tím zvýšit vlastní konkurenční schopnost. Pokud firma využívá faktoringu, nemusí si sjednávat žádné dodatečné zajištění operace. Náklady na faktoring představuje faktoringový poplatek, diskontní sazba apod. Faktoring lze považovat za relativně dostupnou a výhodnou formu financování podnikatelské činnosti.

4. 2. 4. EGAP

Firma FARMTEC, a. s. si často pojišťuje dlouhodobé vývozní úvěry u Exportní garanční a pojišťovací společnosti, a. s. Firma využívá produktu s názvem C – Pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru. Tento typ pojištění je realizován se státní podporou, která spočívá zejména v ručení státu za závazky EGAP vzniklé z pojistných smluv a z pojištění vývozních úvěrových rizik. Pojištění kryje riziko nezaplacení vývozního dodavatelského úvěru, jehož splatnost je delší než 2 roky. Toto pojištění se řídí pravidly Konsensu OECD.

Pojistnou událostí je dílčí nebo úplné nezaplacení pojištěného úvěru v důsledku komerčních, teritoriálních příčin nebo jejich kombinace. Komerčními příčinami jsou všeobecná neschopnost dovozce platit své splatné závazky (platební neschopnost) nebo odepření zaplacení bez právního důvodu (platební nevůle). Mezi teritoriální příčiny patří např. administrativní rozhodnutí nebo legislativní opatření země dovozce, které mu zabrání zaplatit, nebo omezení konverze plateb v důsledku politických událostí v zemi dovozce, ale také jiné události v zemi dovozce, jako je válka, revoluce, občanské nepokoje a přírodní katastrofy.

Aby firma získala pojištění vývozního úvěru, musí být v souladu s pravidly pro původ zboží. Jednou ze základních podmínek pojištění se státní podporou, kterou firma FARMTEC, a. s. splňuje, je, že podíl českého zboží a služeb na celkové hodnotě vývozu dosahuje minimálně 50 %. Dále pro určení českého původu zboží musí být firma registrovaná v ČR a rovněž všechny subdodávky, které firma FARMTEC, a. s. nakupuje od jiných českých výrobních firem, jsou považovány za dodávky českého původu. Požadavek českého původu zboží je splněn i v případě subdodávek, které firma sice nakupuje v zahraničí, ale dále je ve výrobě pro vývoz zhodnocuje.

Nejprve musí firma FARMTEC, a. s. předložit smlouvu u vývozu, po té proběhne bankovní krytí vývozní pohledávky střednědobým nebo dlouhodobým úvěrem a je sepsána pojistná smlouva se společností EGAP. Dále se uskuteční pojistné plnění vývozci, nebo na jeho žádost bance. Výše pojistného závisí na objemu vývozu, sjednaných platebních podmínkách, způsobu zajištění plateb, hodnocení charakteru a rizikovosti dovozce, hodnocení rizikovosti země nebo teritorií souvisejících s plněním smlouvy o vývozu a na výši spoluúčasti. Sjednaná výše pojistného již v sobě zahrnuje možné zvýšení nebo snížení pojistného rizika a je neměnná po celou dobu trvání pojištění. Firma FARMTEC, a. s. tímto způsobem spolupracuje se společností EGAP dlouhodobě. Tato spolupráce slouží firmě k pokrytí nepředvídatelných rizik, které nemůže firma nijak ovlivnit. Pojištěný obchodní kontrakt se státní podporou dává firmě FARMTEC, a. s. a její bance záruku, že neutrpí škodu bez odpovídající náhrady.

4. 2. 5. Analýza činnosti společnosti EGAP

Tabulka 1 hodnotí činnost společnosti EGAP v posledních pěti letech. Z tabulky 1 je patrné, že celková pojišťovací činnost společnosti EGAP za rok 2007 je 178 mld. Kč, z toho činí pojišťovací činnost se státní podporou, které využila i společnost FARMTEC, a. s., 50 mld. Kč a komerční pojištění 128 mld. Kč. Celkové výsledky pojišťovací činnosti v posledních pěti letech neustále rostou. Dále vidíme, že předepsané pojistné v roce 2007 je 1651 mil. Kč. Vyplacené pojistné plnění v roce 2007 dosáhlo hodnoty 722 mil. Kč, z toho 589 mil. Kč jsou pojistná plnění se státní podporou a 133 mil. Kč komerční pojištění. Firma FARMTEC, a. s. čerpala pojistné plnění se státní podporou poslední čtyři roky, to znamená od roku 2004. V roce 2007 činí 226 mld. Kč souhrnnou hodnotu podpořeného vývozu. Oproti roku 2006 tato hodnota nepatrně klesla, ale v předešlých letech zmiňovaná hodnota neustále rostla. Nakonec tabulka 1 obsahuje vývoj podílu pojištěných úvěrů na českém vývozu, který v posledním sledovaném roce činí 7,2 %.

Tabulka 1: EGAP v číslech

Rok	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Celkové výsledky pojišťovací činnosti (v mld. Kč)						
Celkem	69,9	83,9	102	122,9	158,9	178
se státní podporou	16,3	18,7	17	22,2	29,9	50
komerční pojištění	53,6	65,2	85	100,7	129	128
Předepsané pojistné (v mil. Kč)						
Celkem	452	438	559	563	1216	1651
se státní podporou	269	221	281	274	911	1381
komerční pojištění	183	217	278	289	305	270
Vyplacená pojistná plnění (v mil. Kč)						
Celkem	1034,9	373,1	849,3	713,2	635	722
se státní podporou	868,5	271,3	738,7	603	471	589
komerční pojištění	166,4	101,8	110,6	110,2	164	133
Souhrnná hodnota podpořeného vývozu (v mld. Kč)						
Celkem	145	159	179	222	230	226
Vývoj podílu pojištěných úvěrů na českém vývozu (v %)						
Celkem	5,6	6,1	6	6,6	7,4	7,2

Zdroj: Businessinfo, vlastní zpracování, 2009

4. 2. 6. Řešení současné hospodářské krize

Jako reakci na současnou hospodářskou krizi představenstvo EGAP rozhodlo o dočasném zvýšení pojistného krytí rizik, spojených s vývozními úvěry, akreditivy a bankovními zárukami vystavovanými v souvislosti s exportními kontrakty až na 99 % a v případech pojištění teritoriálních rizik u investic i na 100 %. Pro české vývozce to znamená výrazné snížení rizikovosti vývozu a podstatnou úsporu nákladů spojených se zajištěním spoluúčasti, která nyní činí pouhé 1% nebo je dokonce nulová. Tímto krokem chce EGAP i v důsledku světové finanční krizi podpořit české exportéry, kteří jsou hlavní tažnou silou české ekonomiky. Přehled opatření ke zlevnění a zlepšení podmínek pojištění je v tabulce 2.

Tabulka 2: Přehled opatření ke zlevnění a zlepšení podmínek pojištění

Stručný popis	Přínosy
Dočasné zvýšení pojistného krytí u všech typů vývozních úvěrů z 95% na 99%.	Snížení rizikovosti vývozu, snížení nákladů na zajištění spoluúčasti.
Zvýšení pojistného krytí akreditivů z 80% na 95%, tj. snížení spoluúčasti z 20 na 5% - trvale.	Snížení spoluúčasti bank, rychlejší vyřizování krátkodobého financování od zahraničních bank, zvýšení limitů zahraničních bank u českých bank.
Zlevnění pojištění tzv. výrobního rizika o 30%, zlevnění až o 50% při souběhu s pojištěním vývozního úvěru.	Snížení nákladů vývozce.
Zlevnění pojištění investic při souběhu pojištění úvěru na financování investice a vlastního vkladu investora.	Snížení nákladů investorů.
Zlevnění procedury posuzování vlivu vývozu a investic na životní prostředí.	Snížení nákladů vývozců a investorů o prvotní náklady spojené s expertízou (hradí EGAP).
Zjednodušení režimu pojišťování předexportních úvěrů a záruk pro MSP.	Snížení nákladů malých a středních vývozců. Podstatné zkrácení doby vyřízení.

Zdroj: Businessinfo, 2009

Pro firmu FARMTEC, a. s. by bylo nyní výhodné využívat nového protikrizového produktu společnosti EGAP. Jedná se o produkt Pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce. Tento zcela nový produkt je určen především malým a středním podnikům a kryje riziko finanční ztráty v důsledku úplného nebo částečného neúspěchu prospekce. Pojištění mohou využít vývozci se zavedenou výrobou, kteří vyrábějí zboží či poskytují služby, pro něž budou prospekci provádět, po dobu nejméně dvou let. Firma FARMTEC, a. s. se může tímto produktem pojistit proti finanční ztrátě v důsledku úplného nebo částečného neúspěchu prospekce. Zmíněný protikrizový produkt bude platit zatím do konce roku 2009.

Produkt Pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce firmě FARMTEC, a. s. umožní financovat průzkum zahraničního trhu, na nějž hodlá vstoupit. Produkt firmě kryje případné finanční ztráty na základě úplného nebo částečného neúspěchu prospekce, tedy činnosti mající za cíl zahájení, případně zvýšení vývozu zboží a služeb do jedné či více zemí. Součástí prospekce je především promotion formou reklamy, inzerce a propagačních materiálů, účast na obchodních akcích v zahraničí, exportní a marketingové poradenství včetně analýz a rovněž právní služby, skladování zboží a certifikace výrobků a služeb v zahraničí. Vzhledem k tomu, že rizika spojená s prospekci jsou relativně vysoká, bude společnost EGAP pojišťovat pouze vývozce, který je prokazatelně úspěšný. Financování se poskytuje na základě zpracovaného prospekčního záměru schváleného agenturou CzechTrade.

4. 2. 7. ČEB

Firma FARMTEC, a. s. využívá produktu České exportní banky, a. s. s názvem Doprovodné finanční služby, který zajišťuje dokumentární operace, hladký platební styk a další služby. Firma si prostřednictvím dokumentárního akreditivu zabezpečuje kontrolu nad svým zbožím až do jeho zaplacení. Dokumentární akreditiv je písemný závazek banky vystavující akreditiv, který vystavuje na základě požadavku příkazce (kupujícího, aplikanta), poskytnout příjemci akreditivu (oprávněnému, prodávajícímu)

určité plnění, pokud příjemce akreditivu splní do určité doby podmínky akreditivu stanovené příkazcem. U dokumentárního akreditivu je v závazku banka. ČEB zpracovává výhradně dokumentární akreditivy řídicí se UCP 500 nebo UCP 600. Dokumentární akreditivy (exportní i importní) jsou v ČEB zpracovávány především v souvislosti s poskytováním podpořeného financování. Firma FARMTEC, a. s. využívá dokumentárního akreditivu s poskytnutým financováním vývozu formou přímých úvěrů vývozci nebo zahraniční osobě na základě uzavřené smlouvy o úvěru.

Exportní banka jako banka avizující, resp. potvrzující obdrží od banky vystavující exportní akreditiv, vystavený ve prospěch firmy FARMTEC, a. s. (příjemce akreditivu). Firma již má uzavřenou smlouvu s Exportní bankou o úvěru a tato smlouva je platná. Dále firma předá Exportní bance akreditivní dokumenty. Pokud Exportní banka obdrží akreditivní dokumenty a řádně vyplněnou žádost o čerpání od vývozce, proběhne zpracování exportního akreditivu. Poté je smlouva o akreditivu nahrazena akreditivem a jeho přijetím Exportní bankou a smlouvou o úvěru.

Firma FARMTEC, a. s. platí podle sazebníku ČEB platného 17.3.2008 za výplatu z akreditivu 0,25 % z vyplacené částky, min. 2000,- Kč. Poplatek banka účtuje i v případě, že k výplatě z akreditivu nedojde z důvodů neproplacení ze strany otevírající banky. Avizování akreditivu nebo změna akreditivu je bez poplatku a potvrzování akreditivu si ČEB účtuje individuálně. Tato cena se stanoví zvláštní dohodou mezi ČEB a klientem (firma Farmtec). Dokumentární akreditiv patří k nejlépe propracovaným platebním nástrojům, který pro prodávajícího představuje poměrně vysoký stupeň platebního zajištění. Tomu odpovídají i relativně vyšší náklady spojené s jeho použitím.

Od 1. května 2002 zavedla Česká exportní banka a. s. povinnost žadatele o vývozní financování předkládat bance informace, které umožní vyhodnotit vliv uvažovaného vývozu nebo investice v zahraničí na životní prostředí v zemi jejich konečného určení. Tato povinnost vyplývá z mezinárodního závazku České republiky, přijatého na půdě OECD v listopadu 2001 a zásadně se týká všech vývozních projektů a investic v zahraničí se splatností úvěru dva roky a déle. Ze strany ČEB bude ovšem tento postup uplatněn pouze v případě, kdy poskytnutí exportního financování nebude pojištěno

EGAP. Ve všech ostatních případech bude obdobné hodnocení provádět EGAP podle svých vnitřních postupů a žadatel bude povinen předložit ČEB výsledek tohoto hodnocení. Ve většině případu, kdy firma FARMTEC, a. s. čerpala dokumentární akreditiv, byla pojištěna u společnosti EGAP, proto firma nemusela předkládat formuláře s hodnocením vlivu vývozu na životní prostředí.

4. 2. 8. Analýza činnosti společnosti ČEB

Česká exportní banka (ČEB) v roce 2008 poskytla českým vývozcům, investorům a jejich zahraničním obchodním partnerům úvěry a záruky v hodnotě 24,5 mld. Kč, což je o 0,5 mld. Kč více než v roce předchozím. Firma FARMTEC, a. s. také v roce 2008 patří mezi příjemce úvěru od banky ČEB. Banka financuje zejména expanzi českých firem na trhy mimo Unii, které se dosud na českém vývozu podílejí přibližně patnácti procenty. Největší podíl úvěrového portfolia připadá stále na Rusko, na další státy Společenství nezávislých států, na Vietnam, Čínu a další asijské země. Čeští vývozci se podle něj stále častěji začínají zajímat o balkánské trhy, perspektivní trh představuje i Vietnam.

Z tabulky 2 je patrné, že Česká exportní banka, a. s. v roce 2007 uskutečnila největší část výdajů na odběratelské vývozní úvěry. Tato částka přesáhla 10 mld. Kč a podle grafu 1 tvoří 43 % úvěrového portfolia ČEB. Další nejvyužívanější úvěry v loňském roce byl odběratelský úvěr na investice a odběratelský vývozní úvěr bankám. Oba tyto úvěry přesáhly částku 4,5 mld. Kč a každý tento úvěr tvoří téměř 20% část úvěrového portfolia banky. Dále podle tabulky 2 bylo 1,9 mld. Kč vydáno na předexportní úvěry. Nejméně používané produkty banky jsou dodavatelské vývozní úvěry klientům a odkoupené pohledávky. Na každý z těchto produktů ČEB vydala 238 mil. Kč. Firma FARMTEC, a. s. čerpala v roce 2007 dodavatelský vývozní úvěr.

Tabulka 3: Struktura úvěrového portfolia ČEB

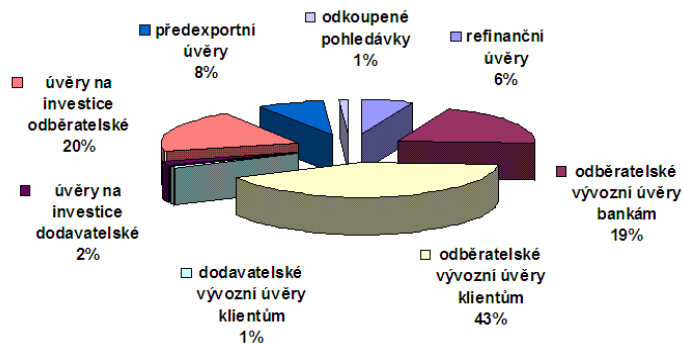
<p>Struktura úvěrového portfolia podle typu úvěru k 31.12.2007 (v mil. Kč)</p>
--

Odběratelské vývozní úvěry	10 244,32
Odběratelské úvěry na investice	4 764,80
Odběratelské vývozní úvěry bankám	4 526,56
Předexportní úvěry	1 905,92
Refinanční úvěry	1 429,44
Dodavatelské úvěry na investice	476,48
Dodavatelské vývozní úvěry klientům	238,24
Odkoupené pohledávky	238,24
Celkem	23 824,00

Zdroj: ČEB, vlastní zpracování, 2009

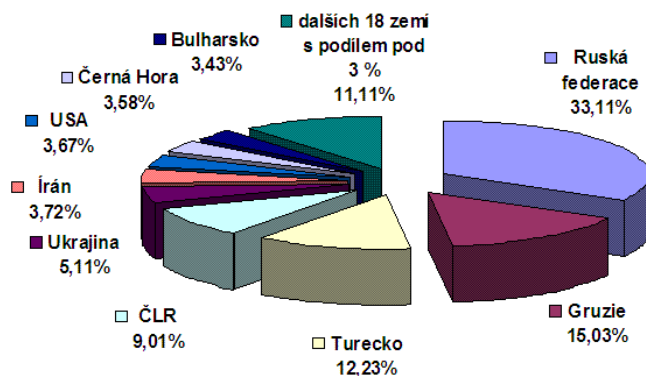
Nejpoužívanějším typem úvěru je podle grafu 1 odběratelský úvěr klientům, který z úvěrového portfolia ČEB tvoří 43 % z celkové částky 23 824 mil. Kč. Z grafu 2 je patrné, že pro exportéry je nejčastější cílová země vývozu Ruská federace, z celkového portfolia úvěrů je to 33,11 %. Dalšími častými cílovými zeměmi jsou Gruzie (15,3 %), Turecko (12,23 %) a Ukrajina (5,11 %). Firma FARMTEC čerpala v roce 2007 dodavatelský vývozní úvěr, který je v grafu zastoupen pouze 1 %.

**Graf 1: Struktura úvěrového portfolia podle typu úvěru k 31.12.2007
(celkem 23 824 mil. Kč)**



Zdroj: Externí data ČEB, 2009

**Graf 2: Teritoriální struktura stavu úvěrů k 31.12.2007 podle cílové země vývozu
(celkem 23 824 mil. Kč)**



Zdroj: Externí data ČEB, 2009

4. 2. 9. CzechTrade

Firma FARMTEC, a. s. má se spoluprací s Českou agenturou na podporu obchodu (CzechTrade) minimální zkušenosti. Jedná se o spolupráci při účasti na některých veletrzích v zemích, kde firma nemá založenou dceřinou společnost (Německo, Chorvatsko, Bulharsko, Itálie). CzechTrade nabízí spolupráci při prezentaci klientů v rámci veletrhu a katalogovou prezentaci klientů. Všechny tyto služby jsou placené dle aktuálního sazebníku poplatků a nákladů na realizace. Při spolupráci s agenturou CzechTrade firma FARMTEC, a. s. prezentuje na stánku CzechTrade prostřednictvím svých prezentačních materiálů. Po celou dobu výstavy je na stánku přítomen zástupce CzechTrade, který je v přímém kontaktu s potenciálními partnery a shromažďuje individuální poptávky pro všechny účastníky této katalogové prezentace. Každý účastník katalogové prezentace obdrží po skončení akce seznam potenciálních partnerů, kteří projeví zájem o spolupráci a dále celkovou hodnotící zprávu z výstavy a průběhu akce.

4. 2. 10. Adresář českých exportérů

Je výhodné prezentovat firmu v oficiálním Adresáři českých exportérů, který nabízí agentura CzechTrade. Firma FARMTEC, a. s. tím může získat náskok před svou konkurencí. Zápisem do Adresáře získá firma větší zviditelnění v zahraničí. Prezentace

je provedena až v šesti světových jazycích z aktuální nabídky 13 jazyků a uvedena prostřednictvím více jak 30 zahraničních kanceláří CzechTrade. Dojde ke spojení se značkou vládní proexportní agentury CzechTrade se silnou pozicí v zahraničí. V neposlední řadě probíhá propagace Adresáře na Internetových stránkách zastupitelských úřadů ČR ve světě. CzechTrade nabízí několik druhů zápisů. Pro firmu FARMTEC, a. s. je nejvýhodnější zápis BUSINESS – rozšířený zápis firmy. Firma tím získá větší prostor pro prezentaci v zahraničí. K tomuto produktu je zajištěn profesionální překlad a firma se zařadí do oborového katalogu Adresáře českých exportérů před ostatní firmy s bezplatným zápisem.

Zápisu BUSINESS obsahuje firemní logo a základní identifikační a kontaktní údaje firmy. Anotace může být v maximálním rozsahu 250 znaků a popis činnosti firmy nesmí přesáhnout 900 znaků. Anotace i popis činnosti firmy je v češtině, angličtině a až pěti dalších jazycích vybraných z aktuální nabídky. Dále zápis obsahuje označení geografického teritoria zájmu a exportu firmy, údaje o zahraničním zastoupení a ekonomické údaje o firmě. Cena zápisu činí 2.900 Kč (bez DPH) na 12 měsíců. Firma FARMTEC, a. s. by tímto způsobem byla dostatečně propagována v zahraničí v oborově tříděné databázi v on-line formě a získala by větší důvěru u potenciálních zahraničních partnerů.

4. 2. 11. Dotace

Firma FARMTEC, a. s. využívá dotační program Marketing, který je zaměřený na rozvoj aktivit českých exportérů na zahraničních trzích a dále na světových trzích zvyšuje využití exportních příležitostí. Tento program realizuje Prioritní osu 6 "Služby pro rozvoj podnikání" Operačního programu Podnikání a inovace pro období 2007-2013. Firma FARMTEC, a. s. zpracovala kvalitní podnikatelský záměr s jasnou představou o tom, jak projekt uskutečnit, realizovat a financovat. Tento projekt je v souladu se zaměřením příslušného dotačního programu a je dostatečně efektivní a udržitelný. Dále firma odeslala prostřednictvím aplikace eAccount Registrační žádost včetně požadovaných příloh (Finanční výkaz). Po schválení Registrační žádosti sdělil firmě CzechInvest datum pro vznik způsobilých výdajů a lhůtu pro předložení Plné

žádosti. Tuto žádost firma vyplnila a odeslala ve stanovené lhůtě. Výsledky kontroly o správnosti žádosti byly doručeny opět elektronicky přes eAccount a projekt byl postoupen do dalšího hodnocení. Po kladném výsledku hodnocení byly firmě zaslány Podmínky poskytnutí dotace společně s výzvou k jejich podpisu a dalšími instrukcemi.

Následně Ministerstvo průmyslu a obchodu zaslalo firmě FARMTEC, a. s. Rozhodnutí o poskytnutí dotace. Firma jako úspěšný žadatel realizovala projekt podle podmínek, ke kterým se zavázala při podpisu Podmínek poskytnutí dotace. Podpora je vyplácená zpětně na základě přeložení žádosti o platbu. Příjem žádostí o platbu byl zahájen dne 15. 7. 2008 prostřednictvím aplikace eAccount. V této aplikaci je pravidelně po celou dobu CzechInvest informován firmou FARMTEC, a. s. o projektu ve zprávách realizace a poté v monitorovacích zprávách, které přehledně shrnují průběh realizace projektu. Zprávu je nutné zpracovat za každých 6 měsíců realizace.

Firma FARMTEC, a. s. čerpá dotace na způsobilé výdaje spojené s činností exportu, které musí splňovat následující podmínky. Výdaje jsou vynaloženy v souladu s cíli programu a musí bezprostředně souviset s realizací projektu. Jako způsobilé výdaje může firma označit pouze ty výdaje, které jsou vynaloženy nejdříve v den přijatelnosti projektu. Dále firma jako příjemce podpory musí tyto výdaje prokazatelně zaplatit před proplacením ze strukturálních fondů a všechny způsobilé výdaje musí být doloženy průkaznými doklady a uhrazeny dodavatelům. Konkrétně firma FARMTEC, a. s. čerpá dotaci na náklady spojené se získáváním a tvorbou marketingových informací a propagačních materiálů, dále pak na pronájem, zřízení a provoz stánku na výstavách a veletrzích v zahraničí, na propagaci celého projektu i na doprovodné propagace.

4. 2. 12. Účast na výstavách a veletrzích

Účast na mezinárodních výstavách a veletrzích je pro firmu FARMTEC, a. s. velmi důležitá. Mezinárodní akce podporují firemní image, pozitivní vztahy veřejnosti k firmě a umožňují dlouhodobě ovlivňovat názory veřejnosti. Prostřednictvím výstav a veletrhů firma získává informace o aktivitách konkurence, nových trendech a možnostech mezinárodního podnikání v dané zemi.

Firma FARMTEC, a. s. se účastní několika domácích i zahraničních výstav a veletrhů. Mezi dva nejznámější mezinárodní veletrhy patří Agrokomplex v Nitře a ZOLOTAJA OSEŇ v Moskvě. Veletrh Agrokomplex v Nitře je nejvýznamnějším veletrhem zaměřeným na zemědělství a technologie na Slovensku. Dále se firma účastní mezinárodního veletrhu v Moskvě s názvem ZOLOTAJA OSEŇ, který je významným veletrhem, kde se prezentují firmy zemědělsko-potravinářského komplexu Ruské federace včetně prezentace regionů. Veletrh je významný i z hlediska agrární diplomacie a navázání politických a společenských kontaktů mezi zástupci vládních orgánů, orgánů samosprávy a podnikatelských kruhů.

Pro získání většího počtu zákazníků a větší prestiže firmy se FARMTEC, a. s. představuje i na dalším významném veletrhu na území Ruska, kterým byl veletrh MOLOČNAJA INDUSTRIJA. Pro ještě větší zviditelnění a prestiž firmy v loňském roce vystavovala i dceřiná společnost FARMTEC RUS na velmi významné regionální výstavě BAŠKORTOSTAN konané v Ufě.

Firma FARMTEC, a. s. se při účasti na výstavách a veletrzích řídí stanovenými pravidly. Technická a organizační příprava veletrhu začíná vyžádáním podmínek účasti na daném veletrhu. Před zahájením výstavy nebo veletrhu firma rozesílá osobní pozvánky vybraným firemním partnerům. Dále firma věnuje velkou pozornost výběru, umístění a koncepci stánku. Stánek nemusí být velký, ale musí být umístěn tak, že okolo něj projde co největší počet návštěvníků. Stánek musí být co nejvíce přístupný, dobře osvětlený, vhodný pro vedení obchodního jednání, přítomní zaměstnanci musí být nejen přívětiví, ale také schopni podávat kvalifikované informace. Pracovníci musí být perfektně jazykově vybaveni na odborné úrovni. Na stánku by také měl být dostatek informačních materiálů, které umožňují zpětnou vazbu (např. vložená vizitka, pozvánka k návštěvě nebo žádanka o další dokumentaci).

Firma FARMTEC, a. s. na tyto zahraniční výstavy a veletrhy čerpá státní finanční příspěvek, který je vyplácen formou dotace. Pro získání příspěvku musí firma splnit řadu požadavků jako např.: umístění loga oficiální účasti, předaného realizační firmou, na viditelném místě (nejlépe na límec); na límci expozice musí být uveden název

českého vystavovatele i v případě, že je v expozici společně se zahraničním partnerem fyzická; přítomnost vystavovatele nebo jeho pověřeného zástupce na stánku po celou dobu konání veletrhu; vystavovatel musí být schopen prokázat, že uhradil náklady za plochu své expozice atd.

4. 3. Stanovení nejlepší možnosti financování exportu

Firma FARMTEC, a. s. plánuje vstoupit na rumunský trh. Rumunsko je zcela určitě zemí budoucnosti v rámci EU; zemí s nejen ohromným ekonomickým potenciálem, ale i úžasným přírodním bohatstvím, využitelným jak v oblasti turistického ruchu, tak v oblasti průmyslu a zemědělství. V této kapitole budou vyčísleny náklady spojené s financováním exportu při vývozu na rumunský trh.

4. 3. 1. Produkt České spořitelny – TOP EXPORT

Pro firmu FARMTEC, a. s. by bylo výhodné čerpat produkt TOP Export II, který je rozsahem nejkomplexnější služba zahrnující řízení veškeré administrativy spojené s exportem a zabraňující vázání hotovosti v neuhrazených exportních fakturách. Do 48 hodin po vystavení faktury a provedení vyskladnění zboží bude exportující firmě FARMTEC, a. s. uhrazeno až 85 % z fakturované částky. V případě bezregresního způsobu obdrží exportující firma nejpozději do 90 dní 100 % fakturované částky bez ohledu na skutečnost, zda odběratel fakturu uhradil či nikoliv. Riziko nesplacení pohledávky přebírá na sebe Faktoring České spořitelny. Za stanovení úvěrového limitu je účtován jednorázový poplatek, pro Rumunsko poplatek činí 2.500 Kč, následně firma hradí monitorovací poplatek 210 Kč za měsíc. Výše faktoringového poplatku je závislá na obratu firmy a činí 0,7 % a poplatek za převzetí rizika nezaplacení v případě bezregresního faktoringu je účtován ve výši 0,3 % z nominální hodnoty postoupených pohledávek. Pokud firma FARMTEC, a. s. bude realizovat obchod s Rumunskem v celkové hodnotě 5. mil. Kč a použije úplné zabezpečení formou faktoringu, výše

faktoringového poplatku bude 35.000 Kč a poplatek za převzetí rizika nezaplacení 15.000 Kč.

4. 3. 2. EBAP

Pro firmu FARMTEC, a. s. by bylo výhodné při vstupu na rumunský trh využívat nového protikrizového produktu společnosti EGAP. Jedná se o produkt Pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce. Produkt Pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce firmě FARMTEC, a. s. umožní financovat průzkum zahraničního trhu, na nějž hodlá vstoupit. Produkt firmě kryje případné finanční ztráty na základě úplného nebo částečného neúspěchu prospekce, tedy činnosti mající za cíl zahájení, případně zvýšení vývozu zboží a služeb do jedné či více zemí. Financování se poskytuje na základě zpracovaného prospekčního záměru schváleného agenturou CzechTrade. Pojistnou událostí je potom vznik finanční ztráty vývozce, kdy náklady na prospekci stanovené rozpočtem převýší rozdíl mezi výnosy a náklady na vývoz za pojistnou dobu. Hodnota záruky je 5 mil. Kč, délka záruky 24 měsíců. Náklady na pojištění prospekce rumunského trhu činí 30.000 Kč (0.6 %). Cena za zpracování prospekčního záměru schváleného agenturou CzechTrade čítá 2.100 Kč bez DPH. (3 hodiny x 700 Kč).

4. 3. 3. ČEB

Firma FARMTEC, a. s. využívá produktu České exportní banky, a. s. s názvem dokumentární akreditiv, který zabezpečuje kontrolu nad svým zbožím až do jeho zaplacení. Podle sazebníku platného 17.3.2008 platí firma za výplatu z akreditivu 0,25 % z vyplacené částky, min. 2000,- Kč. Poplatek banka účtuje i v případě, že k výplatě z akreditivu nedojde z důvodů neproplacení ze strany otevírající banky. Pokud firma FARMTEC, a. s. bude realizovat obchod s Rumunskem v celkové hodnotě 5 mil. Kč a zabezpečí si tuto operaci pomocí dokumentárního akreditivu, zaplatí 12.500 Kč. Avizování akreditivu nebo změna akreditivu je bez poplatku a potvrzování akreditivu si ČEB účtuje individuálně. Tato cena se stanoví zvláštní dohodou mezi ČEB a klientem (firma Farmtec). Dokumentární akreditiv představuje pro firmu poměrně vysoký stupeň platebního zajištění, tomu odpovídají i relativně vyšší náklady spojené s jeho použitím.

4. 3. 3. CzechTrade

Firma FARMTEC, a. s. se zařadí do oborového katalogu Adresáře českých exportérů pomocí zápisu BUSINESS, který obsahuje firemní logo a základní identifikační a kontaktní údaje firmy. Akontace může být v maximálním rozsahu 250 znaků a popis činnosti firmy nesmí přesáhnout 900 znaků. Anotace i popis činnosti firmy je v češtině, angličtině a až pěti dalších jazycích vybraných z aktuální nabídky. Dále zápis obsahuje označení geografického teritoria zájmu a exportu firmy, údaje o zahraničním zastoupení a ekonomické údaje o firmě. Cena zápisu činí 2.900 Kč (bez DPH) na 12 měsíců. Za hodinu práce si kanceláře CzechTrade účtují 700 Kč (bez DPH) a zpracování podkladů firmy FARMTEC, a. s. bude trvat 5 hodin. Firma zaplatí agentuře CzechTrade za zpracování 3.500 Kč a celkové náklady za zapsání do Adresáře českých exportérů činí 6.400 Kč (2.900 + 3.500). Spolupráce s agenturou CzechTrade je sice nákladnější, ale firma získá větší zviditelnění v zahraničí a náskok před konkurencí.

4. 3. 4. Dotace

Firma FARMTEC, a. s. čerpá dotace na způsobilé výdaje spojené s činností exportu. Konkrétně firma čerpá dotaci na náklady spojené se získáváním a tvorbou marketingových informací a propagačních materiálů, dále pak na pronájem, zřízení a provoz stánku na výstavách a veletrzích v zahraničí, na propagaci celého projektu i na doprovodné propagace. Pokud firma splní všechny stanovené podmínky, může při účasti na veletrhu v Rumunsku využívat dotačního programu Marketing, který realizuje Prioritní osu 6 "Služby pro rozvoj podnikání" Operačního programu Podnikání a inovace pro období 2007-2013. Firma může čerpat dotaci ve výši 0,1 – 2 mil. Kč, maximálně 50 % způsobilých výdajů. Pokud se firma FARMTEC, a. s. zúčastní rumunského veletrhu a její způsobilé výdaje budou činit 800.000 Kč, tak po splnění všech podmínek obdrží firma dotaci ve výši 400.000 Kč.

5. Shrnutí závěrů

5. 1. Úvěry

Firma FARMTEC, a. s. má zřízené dva běžné účty. Jeden u banky ČSOB, který je veden v korunách a druhý u České spořitelny vedený v EUR. U banky ČSOB má firma zřízeno Obchodní konto, které je určeno středním podnikům se sídlem nebo místem podnikání v ČR. Konto zajišťuje firmě každodenní provoz podniku s častějším platebním stykem, který zároveň vyžaduje širší nabídku služeb. Druhý běžný účet si firma zřídila u České spořitelny. Tento účet je veden v cizí měně (Euro) s širokou škálou navazujících produktů a služeb sloužících k zajištění základních finančních potřeb firmy. Firma může v rámci běžného účtu využívat produktu PRIEURO při provádění nebo přijímání úhrady v měně EUR do států EHP (Evropský hospodářský prostor). Úhrada v měně EUR je realizována z účtu plátce až na účet příjemce do čtyř hodin od okamžiku předání příkazu plátcem jeho bance. Příjemce tak obdrží prostředky ještě tentýž den, kdy mu byly zaslány plátcem.

Pro financování svých podnikatelských potřeb čerpá firma FARMTEC, a. s. bankovní úvěry. Prostřednictvím investičního úvěru firma pořizuje hmotný i nehmotný investiční majetek. Firma úvěr používá k efektivnímu financování podnikatelského rozvoje, především tehdy, když rozšiřuje prostor pro výrobu nebo při nákupu strojního vybavení. U obou bank má v rámci běžných firemních účtů firma sjednané kontokorentní úvěry, které firmě slouží k financování nenadálých finančních výkyvů a jako finanční rezerva. Firma se ale co nejvíce snaží předcházet čerpání kontokorentního úvěru. V rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů ve firmě často fungují odložené platby ze strany odběratele. Firma používá dodavatelský úvěr i jako nástroj konkurenčního boje, nabízí svým obchodním partnerům výhodnější podmínky v možnosti odložit platbu. Poskytnutí záloh ze strany odběratele je také znakem perfektních dodavatelsko-odběratelských vztahů firmy.

V práci bylo navrženo jako výhodné řešení pro firmu FARMTEC, a. s. čerpání produktu TOP Export II, který je určený pro náročnější společnosti, požadující nejvyšší standard

služeb s úplným zabezpečením formou faktoringu. Tento produkt nabízí banka Česká spořitelna a firma splňuje všechny stanovené podmínky pro vstup do tohoto programu. Výhoda spočívá v tom, že do 48 hodin po vystavení faktury a provedení vyskladnění zboží bude firmě uhrazeno až 85 % z fakturované částky. V případě bezregresního způsobu obdrží exportující firma nejpozději do 90 dní 100 % fakturované částky bez ohledu na skutečnost, zda odběratel fakturu uhradil či nikoliv. Riziko nesplacení pohledávky přebírá na sebe Faktoring České spořitelny. Hlavní výhodou pro firmu při využívání faktoringu je disponibilita finančních prostředků ve sjednané výši bezprostředně po realizace kupní smlouvy a možnost účinnějšího plánování cash-flow. Dostupnost zdrojů pro firmu je takřka neomezená, závisí pouze na výši realizovaného prodeje. Firma může nabídnout svým odběratelům výhodnější platební lhůty a tím zvýšit vlastní konkurenční schopnost. Pokud firma využívá faktoringu, nemusí si sjednávat žádné dodatečné zajištění operace.

5. 2. EGAP

Firma FARMTEC, a. s. si často pojišťuje dlouhodobé vývozní úvěry u Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. Firma využívá produktu s názvem C – Pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru. Tento typ pojištění je realizován se státní podporou, která spočívá zejména v ručení státu za závazky EGAP vzniklé z pojistných smluv a z pojištění vývozních úvěrových rizik. Pojištění kryje riziko nezaplacení vývozního dodavatelského úvěru, jehož splatnost je delší než 2 roky. Aby firma získala pojištění vývozního úvěru, musí být v souladu s pravidly pro původ zboží. Firma tímto způsobem spolupracuje se společností EGAP dlouhodobě. Spolupráce slouží firmě k pokrytí nepředvídatelných rizik, které nemůže firma nijak ovlivnit. Pojištěný obchodní kontrakt se státní podporou dává firmě a její bance záruku, že neutrpí škodu bez odpovídající náhrady.

Pro firmu FARMTEC, a. s. by bylo nyní výhodné využívat nového protikrizového produktu společnosti EGAP, které bylo vydáno jako rekce na současnou hospodářskou krizi. Jedná se o dočasné zvýšení pojistného krytí rizik, spojených s vývozními úvěry, akreditivy a bankovními zárukami vystavovanými v souvislosti s exportními kontrakty

až na 99 % a v případech pojištění teritoriálních rizik u investic i na 100 %. V práci bylo navrženo čerpání produktu Pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce. Tento zcela nový produkt je určen především malým a středním podnikům a kryje riziko finanční ztráty v důsledku úplného nebo částečného neúspěchu prospekce.

5. 3. ČEB

Firma FARMTEC, a. s. využívá produktu České exportní banky, a. s. s názvem Doprovodné finanční služby, který zajišťuje dokumentární operace, hladký platební styk a další služby. Firma si prostřednictvím dokumentárního akreditivu zabezpečuje kontrolu nad svým zbožím až do jeho zaplacení. Firma využívá dokumentárního akreditivu s poskytnutým financováním vývozu formou přímých úvěrů vývozci nebo zahraniční osobě na základě uzavřené smlouvy o úvěru. Ve většině případu, kdy firma FARMTEC, a. s. čerpala dokumentární akreditiv, byla pojištěna u společnosti EGAP, proto firma nemusela předkládat formuláře s hodnocením vlivu vývozu na životní prostředí. Firma platí podle sazebníku ČEB platného 17.3.2008 za výplatu z akreditivu 0,25 % z vyplacené částky, min. 2000,- Kč. Poplatek banka účtuje i v případě, že k výplatě z akreditivu nedojde z důvodů neproplacení ze strany otevírající banky. Avizování akreditivu nebo změna akreditivu je bez poplatku a potvrzování akreditivu si ČEB účtuje individuálně. Tato cena se stanoví zvláštní dohodou mezi ČEB a firmou.

5. 4. CzechTrade

Firma FARMTEC, a. s. má se spoluprací s agenturou CzechTrade minimální zkušenosti. Jedná se o spolupráci při účasti na některých veletrzích v zemích, kde firma nemá založenou dceřinou společnost. Při spolupráci s agenturou firma prezentuje na stánku CzechTrade prostřednictvím svých prezentačních materiálů. Po celou dobu výstavy je na stánku přítomen zástupce agentury, který je v přímém kontaktu s potencionálními partnery a shromažďuje individuální poptávky pro všechny účastníky této katalogové prezentace. Každý účastník katalogové prezentace obdrží po skončení akce seznam potencionálních partnerů, kteří projevíli zájem o spolupráci a dále celkovou hodnotící zprávu z výstavy a průběhu akce.

V práci bylo jako výhodné řešení navrženo prezentovat firmu v oficiálním Adresáři českých exportérů, který nabízí agentura CzechTrade. Firma FARMTEC, a. s. tím může získat náskok před svou konkurencí. Zápisem do Adresáře získá firma větší zviditelnění v zahraničí. Pro firmu byl navržen jako nejvýhodnější zápis BUSINESS – rozšířený zápis firmy. Firma tím získá větší prostor pro prezentaci v zahraničí. K produktu je zajištěn profesionální překlad a firma se zařadí do oborového katalogu Adresáře českých exportérů před ostatní firmy s bezplatným zápisem. Cena zápisu činí 2.900 Kč (bez DPH) na 12 měsíců. Firma by tímto způsobem byla dostatečně propagována v zahraničí v oborově tříděné databázi v on-line formě a získala by větší důvěru u potenciálních zahraničních partnerů.

5. 5. Dotace

Firma FARMTEC, a. s. využívá dotační program Marketing, který je zaměřený na rozvoj aktivit českých exportérů na zahraničních trzích a dále na světových trzích zvyšuje využití exportních příležitostí. Tento program realizuje Prioritní osu 6 "Služby pro rozvoj podnikání" Operačního programu Podnikání a inovace pro období 2007-2013. Firma čerpá dotace na způsobilé výdaje spojené s činností exportu, které musí splňovat předepsané podmínky. Konkrétně firma využívá dotaci na náklady spojené se získáváním a tvorbou marketingových informací a propagačních materiálů, dále pak na pronájem, zřízení a provoz stánku na výstavách a veletrzích v zahraničí, na propagaci celého projektu i na doprovodné propagace. Firma se účastní několika domácích i zahraničních výstav a veletrhů, na které čerpá státní finanční příspěvek vyplácený formou dotace.

6. Závěr

Cílem diplomové práce bylo analyzovat možnosti financování exportu vybraného podnikatelského subjektu a navrhnout optimální řešení. Dílčím cílem bylo koncipovat strategie formy podpory exportu, proexportních služeb a podpůrných programů pro vybranou společnost. Práce byla zaměřena na firmu FARMTEC, a. s., která se zabývá výrobou zemědělské technologie a jejím prodejem na českém i zahraničním trhu. Zatím převažuje obchod s partnery v České republice, ale vývoz do zahraničí každý rok stoupá. Je to způsobeno především nasycením českého trhu a poměrně velkou konkurencí. Společnost exportuje své výrobky hlavně na trhy východní a jihovýchodní Evropy.

Firma FARMTEC, a. s. využívá v rámci běžného účtu produktu PRIEURO při provádění nebo přijímání úhrady v měně EUR do států EHP (Evropský hospodářský prostor). Úhrada v měně EUR je realizována z účtu plátce až na účet příjemce do čtyř hodin od okamžiku předání příkazu plátcem jeho bance. Pro financování své činnosti firma nejčastěji používá investiční úvěr, kontokorentní úvěr a dodavatelský úvěr.

Dále firma FARMTEC, a. s. spolupracuje se společnostmi EGAP, ČEB a CzechTrade. Firma čerpá produkt společnosti EGAP s názvem C – Pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru. Tento typ pojištění je realizován se státní podporou, která spočívá zejména v ručení státu za závazky EGAP vzniklé z pojistných smluv a z pojištění vývozních úvěrových rizik. Od společnosti ČEB firma využívá produkt s názvem Doprovodné finanční služby, který zajišťuje dokumentární operace, hladký platební styk a další služby. Firma využívá dokumentárního akreditivu s poskytnutým financováním vývozu formou přímých úvěrů vývozci na základě uzavřené smlouvy o úvěru. S agenturou CzechTrade firma spolupracuje při účasti na některých veletrzích v zemích, kde firma nemá založenou dceřinou společnost.

Firma FARMTEC, a. s. při financování svých zahraničních aktivit využívá dotační program Marketing, který je zaměřený na rozvoj aktivit českých exportérů na zahraničních trzích. Konkrétně firma využívá dotaci na náklady spojené se získáváním a

tvorbou marketingových informací a propagačních materiálů, dále pak na pronájem, zřízení a provoz stánku na výstavách a veletrzích v zahraničí, na propagaci celého projektu i na doprovodné propagace.

Jako optimální řešení bylo navrženo pro firmu FARMTEC, a. s. čerpání produktu TOP Export II, který je určený pro náročnější společnosti požadující nejvyšší standard služeb s úplným zabezpečením formou faktoringu. Produkt nabízí Česká spořitelna. Dále bylo firmě doporučeno využívání nového protikrizového produktu společnosti EGAP. V práci bylo navrženo čerpání produktu společnosti EGAP - Pojištění prospekce zahraničních trhů proti riziku ztrát v důsledku neúspěchu prospekce, který kryje riziko finanční ztráty v důsledku úplného nebo částečného neúspěchu prospekce.

V práci bylo jako výhodné řešení dále navrženo prezentovat firmu v oficiálním Adresáři českých exportérů, který nabízí agentura CzechTrade. Zápisem do Adresáře získá firma větší zviditelnění v zahraničí. Pro firmu byl navržen jako nejvýhodnější zápis BUSINESS – rozšířený zápis firmy. Firma tím získá větší prostor pro prezentaci v zahraničí.

7. Summary

The main objective of the diploma work was to analyze possibilities of export financing of chosen enterprise subject and to suggest optimal solution. Partial target was to draw up strategy of export support forms, export services and supportive programs for selected enterprise.

Subject of this work is company FARMTEC, a. s., active in production of agricultural technology and its sale on Czech and foreign markets. Investment loan, overdraft financing and supplier credit are the prevailing sources of financing used by this company. As well cooperation with companies EGAP, ČEB and Czech Trade is maintained.

Financing product TOP Export II offered by Česká spořitelna is found as the best solution for company FARMTEC, a. s. It comprises factoring financing. Further it is recommended to use a new against-crisis product currently offered by EGAP. It is proposed to present company in official address book of Czech export companies offered by Czech Trade.

8. Přehled použité literatury

- Beneš, V. a kol. Zahraniční obchod. Praha: Grada Publishing, 2004. 328 s. ISBN 80-247-0558-3
- Böhlm, A., Janatka, F. Pojištění úvěrových rizik v mezinárodním obchodě. Praha: Grada Publishing, 2004. 204 s. ISBN 80-247-0816-7
- Budinský, V., Grulich, T., Půlpán, K., Procházka, J. Export import investment 2008 – 2009. Praha: Public History, 2008. ISBN 80-86445-22-4
- Kislingerová, E. a kol. Manažerské finance. Praha: C. H. Beck, 2004. 714 s. ISBN 80-7179-802-9
- Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A. a kol. Mezinárodní obchodní operace. Praha: Grada Publishing, 2003. 230 s. ISBN 80-247-0686-5
- Machková, H., Sato, A., Zamykalová, M. a kol. Mezinárodní obchod a marketing. Praha: Grada Publishing, 2002. 268 s. ISBN 80-247-0364-5
- Marková, J. Mezinárodní měnové instituce. Praha: VŠE Praha, Fakulta financí a účetnictví, 2002. 251 s. ISBN 80-245-0431-6
- Pivrnec, J. Finanční management. Praha: Grada Publishing, 1995. 167 s. ISBN 80-85623-92-7
- Plchová, B., a kol. Zahraniční obchod. Praha: Bankovní institut vysoká škola, a. s., 2001. 273 s. ISBN 80-7265-048-3
- Tichá, L. Vnější obchodní vztahy. České Budějovice: JCU, 2007. 167 s. ISBN 978-80-7394-015-7

Internetové zdroje

- Nabídka služeb EGAP [online]. [cit. 2009-03-05]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/exportni-garancni-a-pojistovaci/nabidka-sluzeb-exportni-garancni-a/1000562/2023/>>
- Státní podpora exportu [online]. [cit. 2009-03-05]. Dostupné na WWW: <<http://www.egap.cz/statni-podpora-exportu/index.php>>

- Parížek, P. Pojištění EGAP je součástí marketinkové prezentace firem [online]. [cit. 2009-03-05]. Dostupné na WWW: <http://exporter.ihned.cz/c4-10120900-16826240-r00000_d-pojisteni-egap-je-soucasti-marketinkove-prezentace-firem>
- Nabídka služeb České exportní banky [online]. [cit. 2009-03-06]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/ceska-exportni-banka/nabidka-sluzeb-ceske-exportni-banky/1000560/1954/>>
- Seznam hlavních produktů podpořeného financování ČEB [online]. [cit. 2009-03-06]. Dostupné na WWW: <<http://www.ceb.cz/content/view/54/25/>>
- Nabídka služeb agentury CzechTrade [online]. [cit. 2009-03-06]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/czechtrade/nabidka-sluzeb-czechtrade/1001668/2146/>>
- CzechTrade [online]. [cit. 2009-03-06]. Dostupné na WWW: <<http://www.podnikatel.cz/urady/podpora-podnikani/czechtrade/>>
- Nabídka služeb agentury CzechTrade [online]. [Cit. 2009-03-06]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/czechtrade/nabidka-sluzeb-czechtrade/1001668/2146/>>
- Vinter, J.: Úvěry v mezinárodním obchodě. Měsíc [online]. 2006, [cit. 19. března 2009]. Dostupný na WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/uvery-v-mezinarodnim-obchode/>>
- Bukač, P. Jak získat evropské peníze [online]. [cit. 2009-02-25]. Dostupné na WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/jak-ziskat-evropske-penize/>>
- Jak na dotaci z fondů EU [online]. [cit. 2009-02-25]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/zdroje-financovani-z-eu-2007-2013/jak-na-dotaci-z-fondu-eu/1001573/51780/>>
- Marketing [online]. [cit. 2009-02-26]. Dostupné na WWW: <<http://www.czechinvest.org/marketing>>

Odborné časopisy

- Czech industry
- TRADE REVIEW
- Export v kostce

Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek 1: Regionální působnost na domácím trhu str. 23

Tabulka 1: EGAP v číslech str. 32

Tabulka 2: Přehled opatření ke zlevnění a zlepšení podmínek pojištění str. 33

Tabulka 3: Struktura úvěrového portfolia ČEB str. 36

Graf 1: Struktura úvěrového portfolia podle typu úvěru k 31.12.2007
(celkem 23 824 mil. Kč) str. 37

Graf 2: Teritoriální struktura stavu úvěrů k 31.12.2007 podle cílové země vývozu
(celkem 23 824 mil. Kč) str. 37

Seznam příloh

Příloha 1: Přehled pojistných produktů EGAP

Příloha 2: Seznam hlavních produktů ČEB

Příloha 3: Služby agentury CzechTrade

Příloha 1: Přehled pojistných produktů EGAP

Základní druhy pojištění poskytovaného se státní podporou

- B - Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru
- Bf - Pojištění bankou financovaného krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru
- C - Pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru
- Cf - Pojištění bankou financovaného střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru
- D - Pojištění vývozního odběratelského úvěru
- E - Pojištění potvrzeného akreditivu
- F - Pojištění úvěru na předexportní financování
- I - Pojištění investic českých právnických osob v zahraničí
- If - Pojištění úvěru na financování investic českých právnických osob v zahraničí
- P - Pojištění prospekce zahraničních trhů
- V - Pojištění proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu
- Z - Pojištění bankovních záruk vystavených v souvislosti s exportním kontraktem

Základní komerční pojištění poskytované bez státní podpory

Pojištění rizika nezaplacení krátkodobého dodavatelského úvěru tuzemským nebo zahraničním dlužníkem

Příloha 2: Seznam hlavních produktů ČEB

- Úvěr na financování výroby pro vývoz (předexportní úvěr) - umožňuje českému výrobcí, resp. vývozci financovat náklady spojené s realizací dodávek pro zahraničního kupujícího (dovozce)
- Přímý vývozní dodavatelský úvěr - umožňuje českému vývozci profinancovat pohledávky vůči zahraničnímu kupujícímu (dovozce)
- Přímý vývozní odběratelský úvěr (příjemcem úvěru je zahraniční dovozce) - umožňuje realizaci objemnějších dodávek českého vývozce pro zahraničního kupujícího (dovozce)
- Nepřímý vývozní odběratelský úvěr (příjemcem úvěru je banka zahraničního dovozce) - umožňuje realizaci objemnějších dodávek českého vývozce pro zahraničního kupujícího (dovozce)
- Úvěr na investice v zahraničí - umožňuje českému investorovi získat dlouhodobé úvěrové zdroje pro realizaci investice v zahraničí
- Refinanční vývozní dodavatelský úvěr - umožňuje poskytnout bance vývozce prostředky, které tato využije k poskytnutí úvěru vývozci za zvýhodněných podmínek
- Refinanční vývozní odběratelský úvěr - umožňuje poskytnout bance vývozce prostředky, které tato využije k poskytnutí úvěru zahraničnímu dovozci za zvýhodněných podmínek
- Odkup pohledávek z akreditivů bez postihu - umožňuje českému vývozci již v současnosti realizovat pohledávku z vývozu spojenou s dokumentárním akreditivem s odloženou platbou či s akceptací směnky
- Odkup vývozních pohledávek s pojištěním bez postihu - umožňuje českému vývozci již v současnosti realizovat pohledávku z vývozu, která je pojištěna proti vývozním úvěrovým rizikům
- Bankovní záruky
- Financování prospekce zahraničních trhů - umožňuje českému podnikateli financovat průzkum zahraničního trhu, na nějž hodlá vstoupit
- Doprovodné finanční služby - dokumentární operace, hladký platební styk a další služby

Zdroj: Seznam hlavních produktů podpořeného financování ČEB, 2009

Příloha 3: Služby agentury CzechTrade

Začínám s exportem - začít exportovat je strategickým rozhodnutím, kterému předchází náročná příprava. Tu lze však podstoupit až v případě, kdy splňujete následující dva předpoklady: disponujete vhodným výrobkem či službou pro export a máte lidské zdroje pro realizaci exportních aktivit. Přípravná fáze slouží především k definování exportního záměru a návrhu marketingových aktivit v zahraničí. CzechTrade vám v této fázi může nabídnout následující služby: úvodní konzultace - příprava na exportní aktivity, exportní vzdělávání a manuál úspěšného exportéra. Nabídka publikací agentury CzechTrade je určena nejen začínajícím, ale i již zkušeným exportérům. Všechny publikace včetně těch tištěných jsou poskytovány zdarma. Jedna se především o on-line publikace, on-line časopisy a tištěné publikace.

Vstupuji na nový trh - při vstupu na nový zahraniční trh potřebujete své rozhodnutí podložit informacemi z teritoria. CzechTrade může pomoci získat celou řadu informací, které budou odpovídat individuálním potřebám. Důležitým předpokladem úspěšné spolupráce je připravenost v těchto oblastech: disponujete vhodným výrobkem či službou pro export, máte volné lidské zdroje pro realizaci exportních aktivit, máte znalosti s realizací exportních aktivit, máte promyšlený exportní záměr.

CzechTrade nabízí služby, které pomohou potvrdit exportní záměr, výběr teritoria nebo plán marketingových aktivit v zahraničí:

- informační služby zahraničních kanceláří CzechTrade;
- exportní příležitosti, on-line databáze;
- CzechTrade denně - elektronické zasílání informací;
- mapa oborových příležitostí CzechTrade.

Hledám nové zákazníky - případě, že jste již rozhodnutí vstoupit na konkrétní trh a znáte tamní podmínky podnikání nebo chcete rozšířit své aktivity na stávajícím trhu, může Vám CzechTrade pomoci vyhledat a oslovit vhodné partnery. V souladu

s potřebami firmy a se znalostí místních podmínek CzechTrade pomůže efektivně vyřešit tyto jinak časově a finančně náročné úkoly: asistenční služby zahraničních kanceláří CzechTrade, vyhledání obchodních kontaktů a zjištění bonity firmy.

Potřebuji marketingovou podporu - tyto služby jsou určeny především úspěšným exportérům při realizaci vašich vlastních marketingových aktivit, mezi které patří prezentace české firmy v zahraničí a exportní klub CzechTrade (Nabídka služeb agentury CzechTrade, 2009).

Zdroj: Nabídka služeb agentury CzechTrade, 2009