

Exportní cena ocení úspěchy českých exportérů v zemích blízkého východu

Kterým českým vývozcům se v uplynulém roce nejvíce dařilo? Kdo zaznamenal úspěch na trzích zemí Blízkého východu? Nejen tyto otázky zodpoví 21. ročník soutěže Exportní cena DHL UniCredit pod záštitou agentury CzechTrade, která podporuje, a hlavně oceňuje úspěchy českých vývozců. Ceny si vítězové tradičně převezmou v kategoriích Malá společnost, Středně velká společnost, Globální exportér nebo Exportér teritoria. Soutěž opět probíhá pod záštitou vládní agentury CzechTrade, která vyhlásí vítěze dalších dvou kategorií.

V kategorii Exportér teritoria si v letošním roce převezme cenu firma, která úspěšně vyváží své produkty či služby do zemí Blízkého východu, tedy oblasti zahrnující severovýchodní Afriku, jihozápadní Asii a jihovýchodní Evropu, kterou tvoří státy Bahrajn, Egypt, Irák, Írán, Izrael, Jordánsko, Katar, Kuvajt, Kypr, Libanon, Omán, Jemen, Saúdská Arábie, Sýrie, Turecko a Spojené arabské emiráty.

„V DHL máme jako zakladatelé velkou radost, že Exportní cena DHL UniCredit není jen další v řadě soutěží, kde se dočkají ocenění a výhod pouze vítězové, ale je to naopak místo, kde se setkávají čeští exportéři obchodující s rozmanitými komoditami a různými zahraničními partnery, předávají si své zkušenosti a sdílejí spolu informace, které jim mohou usnadnit vstup na zahraniční trhy. Znat spotřebitele a své potenciální klienty i konkurenci na cílovém trhu je totiž pro úspěch na mezinárodním trhu klíčové,“ říká obchodní ředitel DHL Express pro region střední Evropy Luděk Drnec s tím, že je nezbytné, aby firma flexibilně reagovala na trendy ve světě obchodu. *„Aktuálně je to především nakupování online a já pevně věřím, že i české firmy dokážou využít obrovský potenciál, který trh mezinárodní e-Commerce nabízí. Jako nejjednodušší a nejlevnější forma vstupu na globální trh je navíc online prodej vhodný způsob geografické diverzifikace exportu, kterou česká ekonomika potřebuje. Také proto se tématu mezinárodního online obchodování budeme věnovat i my na klubových setkáních v rámci soutěže,“* dodává Drnec.

Stejně jako v předešlých ročnících budou české firmy oceněny v kategoriích Malá společnost, která je určena pro firmy s maximálním počtem 50 zaměstnanců a s obratem do 300 milionů korun, a Středně velká společnost, tedy firma do 250 zaměstnanců a s obratem do 1,5 miliardy korun. Cena poroty v kategorii Globální exportér hodnotí zejména nárůst exportních destinací v posledních dvou hodnocených letech. Kategorie Exportér teritoria ocení nejúspěšnějšího vývozce vybraného teritoria. Ten bude vybrán na základě míry růstu exportu za poslední rok. *„Pro úspěšnou expanzi na zahraniční trhy je stále klíčové zajištění konkurenceschopného financování, ošetření platebních rizik vyplývajících z obchodních kontraktů a nalezení spolehlivých obchodních partnerů. Na exotičtějších blízkovýchodních trzích je neméně důležitá znalost a analýza tamního trhu a národních, respektive kulturních specifik. Firmy, plánující hladší vstup na dané trhy, mohou využít i subvence státu a dobré jméno českých výrobců. Státy v teritoriu Blízkého východu nabízí obrovský potenciál růstu, především v odvětvích energetiky, petrochemie, zemědělství či v automobilovém průmyslu. UniCredit Bank díky spolupráci s místními finančními institucemi a pobočce v Abu Dhabi dokáže všechny české firmy podpořit jak finančně, tak svým lokálním know-how,“* vysvětluje Jiří Flégl, manažer strukturovaného a exportního financování UniCredit Bank.

Exportní cena DHL UniCredit se koná pod záštitou agentury pro podporu obchodu CzechTrade. „Zájem českých exportérů o expanzi na zahraniční trhy se zvyšuje. Potvrzuje to mimo jiné i narůstající počet vývozců exportujících do více zemí. Konkrétně do více než pěti destinací exportuje dnes již 69 % všech vývozců. Při vstupu na nové trhy se však exportéři mohou setkat s nejrůznějšími problémy, které se liší teritorium od teritoria. Firmy často potřebují pomoci s hledáním vhodných partnerů či s překonáním jazykových bariér, problematická může být i neznalost místní legislativy či obchodních zvyklostí. Exportéři oceňují také analýzy trhů a pomoc při jednání s úřady. Při expanzi do ciziny vždy platí, že si musíte dopředu zjistit maximum informací. A v tom podporuje vývozce CzechTrade. V loňském roce jsme s podobnými úkoly pomohli téměř 2500 malých a středních firem,“ říká Radomil Doležal, generální ředitel agentury CzechTrade. Svého nejúspěšnějšího klienta za loňský rok a nejzajímavější příběh uskutečněného exportu ocení agentura ve dvou vlastních kategoriích.

Odborným garantem soutěže je společnost CRIF - Czech Credit Bureau. Kromě poskytování služeb spojených s prověřováním firem v ČR a SR v aplikaci Cribis je cílem skupiny CRIF umožnit klientům rovněž prověřování obchodních partnerů ve světě prostřednictvím mezinárodní služby SkyMinder, která je též dostupná v rámci aplikace Cribis. Klienti služby získají přístup k vyhledávání reportů o více než 200 milionech společnostech z 230 zemí a území světa. „Reporty pomohou klientům posoudit finanční bonitu a získat varovné informace prověřovaných společnosti díky jednotné struktuře reportů, které jsou k dispozici buď on-line přímo v aplikaci nebo off-line na vyžádání. Určitě je efektivní se problémům spojeným se špatným výběrem zahraničního obchodního partnera, zejména s ohledem na vysoké náklady při vymáhání případných pohledávek, předem vyhnout. Firmy zabývající se zahraničním obchodem by proto měly věnovat prověřování zahraničních obchodních partnerů zvýšenou pozornost,“ popisuje Pavel Finger, místopředseda představenstva společnosti CRIF - Czech Credit Bureau.

Pokud se firma rozhodne zaměřit na export, musí počítat s nutností reagovat na celou řadu situací, které vývoz za hranice České republiky ovlivňují. „Pro exportéry bude především v příštím období výzvou vypořádání se s částečně silnějším kurzem koruny, která doposud exportérům nahrávala. Určitou překážku zaznamenáváme u našich exportních klientů též ve stagnující zahraniční poptávce. V neposlední řadě je pro exportéry stále překážkou, stejně tak jako pro ostatní podnikatele, vypořádat se s nedostatkem pracovních sil. Přesto se domnívám, že konkurenceschopnost českých firem je již na takové úrovni, že i letošní rok ještě překoná současný historický exportní rekord,“ konstatuje Petr Šíma, partner poradenské firmy NSG MORISON.

Mezi úspěšnými exportéry lze pozorovat několik znaků, které jim jsou společné, zejména co se dodržování pravidel pro dosažení úspěchu týká. „Kvalitní analýza trhu, dobře zvolená obchodní strategie, znalost místního prostředí a důkladné zvážení všech rizik. To jsou základní pravidla, která nesmí úspěšný exportér podcenit, pokud chce prorazit na novém zahraničním trhu a udržet se tam. A když se podíváte na úspěšné české vývozce, tak zjistíte, že naprostá většina z nich se těmito pravidly řídí,“ prozrazuje člen představenstva a náměstek pro řízení rizik v EGAP Martin Růžička.

„Je zřejmé, že exportéři se na své cestě za úspěchem musí vypořádat s mnoha výzvami nejrůznějšího charakteru a překonat překážky, které je na této cestě potkají. Jsem velmi ráda, že projekt Exportní cena a také Klub exportérů, který na něj navazuje, poskytuje tuzemským vývozcům prostor pro vzájemné setkávání a spolupráci. Díky naší analýze jsme schopni připravit program vhodný pro určitou skupinu firem, ať již zaměřením na e-commerce - B2B či B2C export, ukázat, jaké příležitosti přináší Blízký Východ, jak zavádět moderní technologie do praxe či se bavit o tom, jak řídit své týmy a motivovat své zaměstnance, či další aktuální podněty (GDPR). Exportní cena a celé aktivity naší firmy již nejsou dílčím projektem, ale komplexním systémem efektivní spolupráce řady podnikatelských subjektů.“ říká Helena Kohoutová, pořadatelka Exportní ceny.

Kritéria soutěže:

Do Exportní ceny DHL UniCredit pod záštitou CzechTrade se mohou přihlásit vývozci, kteří splňují podmínky vlastnictví a hranici minimálního vývozu. Základní hodnocení vývozců vychází z indexu vypočítaného jako násobek meziročního růstu exportu (rok 2016 a rok 2017) a podílu exportu na obratu firmy. Na základě získaných výsledků jsou společnosti rozděleny do kategorií a je určeno jejich konečné pořadí v soutěži. Soutěže se mohou zúčastnit společnosti se sídlem v České republice, které vznikly před 1. lednem 2016. Obrat firmy je zařazujícím kritériem pro stanovení, ve které kategorii firma bude soutěžit (malá či středně velká firma).

Soutěžní kategorie:

- **Malá společnost** - kategorie je určena pro malé firmy s maximálním počtem 50 zaměstnanců a s obratem do 300 milionů korun. Podíl zahraničního vlastníka ve firmě nesmí přesáhnout 49 %.
- **Středně velká společnost** - kategorie je určena pro středně velké firmy s maximálním počtem 250 zaměstnanců a obratem do 1,5 miliardy korun. Ani zde nesmí podíl zahraničního vlastníka společnosti přesáhnout 49 %.
- **Cena poroty - Globální exportér** - v této kategorii je oceněn nejúspěšnější exportér mezi malými a středně velkými společnostmi, u kterého podíl zahraničního vlastníka nepřesáhl 49 %. Hodnotí se zejména nárůst exportních destinací v posledních dvou hodnocených letech.
- **Exportér teritoria** - Kategorie je zamýšlena pro exportéry s vývozem do vybraného teritoria. Nejúspěšnější exportér je vybírán podle míry růstu exportu za poslední rok.
- **Nejúspěšnější klient CzechTrade** - kategorie je určena pro klienty agentury CzechTrade, kteří za poslední rok deklarovali více než jeden úspěšný exportní případ podpořeného vývozu. Hodnotí se celkový objem realizovaného obchodu.
- **Exportní příběh roku** - kategorie je určena pro klienty agentury CzechTrade. Její konzultanti vybírají klienta s nejzajímavějším příběhem uskutečněného exportu, který může inspirovat další firmy ke vstupu na zahraniční trhy.

Více informací o soutěži naleznete na www.exportnicena.cz.

Partneři 21. ročníku soutěže Exportní cena DHL UniCredit pod záštitou agentury CzechTrade

- DHL
- UniCredit Bank
- CzechTrade
- CRIF - Czech Credit Bureau, a.s.
- MetLife
- EGAP Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.
- Kompass
- Presentigo
- Zátíší group

- Vinařství Maláník & Osička
- Mediarex
- Farmax
- Blue Holiday
- NSG Morison

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Prémiový rezidenční komplex Bakers Court přináší na realitní trh komfortní bydlení s 5* službami](#)
- [ESG Simple jako praktická opora pro ESG reporting malých a středních podniků](#)
- [Digitální důkazy z webu v soudním řízení: jak doložit, co bylo online zveřejněno?](#)
- [V lednu přišel šok. Ze seznamu zmizely tisíce soudních překladatelů](#)
- [Koupě nemovitosti v Rakousku: vedlejší náklady v praxi](#)
- [Legal Innovation Day 2026: Praktické využití umělé inteligence v právní praxi](#)
- [Prémiový rezidenční komplex Bakers Court přináší na realitní trh komfortní bydlení s 5* službami](#)
- [Festival jako prestižní teambuilding](#)
- [Spojení Generali České a Právní ochrany D.A.S. přináší první výhodu: navýšení pojistného limitu na 5 milionů](#)
- [Kultura jako prestižní benefit: Proč by právní firmy měly sázet na „inteligentní zážitky“? Rozhovor s JUDr. Martinou Jankovskou](#)
- [Wolters Kluwer uvádí na český trh AI právní pracovní prostor Libra s integrovaným obsahem ASPI](#)