

EXPORTNÍ PLÁN

- I. Titulní stránka
- II. Obsah
- III. Stručné shrnutí
- IV. Popis společnosti

1. Historie

- Významné mezníky ve vývoji firmy
- Exportuje již vaše společnost? Pokud ano, jaká je strategie rozvoje exportního trhu?
- Právní podniková struktura, dceřiné společnosti, pobočky, joint ventures, strategické aliance

2. Management

- Vlastnictví společnosti
- Organizační struktura
- Identifikace klíčových osob a jejich kvalifikace, exportní zkušenosti

3. Exportní tým

- Identifikace jednotlivců a jejich pracovní pozice
- Vytyčení zodpovědnosti
- Identifikace znalostí a zkušeností (jazyky, internacionální marketing, logistika a spedice, bankovníctví a finance, mezinárodní vztahy a ekonomie, mezinárodní právo, mezikulturní znalosti)

4. Přehled stavu prodeje/příjmů/financí

- Zhodnocení finančního zdraví společnosti
- Jaký podíl prodeje a zisků plyne z exportních aktivit?

- Kolika procenty přispívají exportní aktivity k celkovému růstu prodeje a zisku?

5. Cíle

- Hlavní cíle společnosti
- Exportní cíle společnosti: jak exportní aktivity přispívají k dosažení hlavních cílů společnosti?

V. Charakteristika výrobků nebo služeb

1. Domácí a zahraniční výrobky a/nebo služby

- Jedinečné prodejní charakteristické vlastnosti nebo konkurenční výhody
- Typický profil koncového zákazníka
- Popis nutných modifikací výrobku v souvislosti s exportním trhem
- Sezónnost a životní cyklus výrobku
- Ochrana duševního vlastnictví

2. Potenciál růstu

- Domácí a existující mezinárodní trhy
- Výzkum a vývoj nových výrobků/služeb
- Ochrana duševního vlastnictví v souvislosti s novými výrobky

VI. Analýza cílového exportního trhu

1. Zdůvodnění exportu

- Harmonizace s hlavními cíli společnosti

2. Zdůvodnění pro zvolení cílového trhu

- Proč chce firma proniknout právě na tento konkrétní trh?

3. Profil cílové země

- Politické, ekonomické a sociální podmínky
- Právní systém

- Fiskální/daňová struktura
- Stav infrastruktury (silnice, přístavy, železnice, letiště, telekomunikace a internet)
- Kulturní a obchodní zvyklosti

4. Profil odvětví

- Širší identifikace přímých zákazníků (např. nákupčí, agenti, distributoři, obchodní domy) nebo koncových spotřebitelů (jednotlivců) a současných trendů trhu
- Analýza konkurence
 - všeobecné konkurenční podmínky
 - konkurenti na trhu: analýza jejich slabých a silných stránek, příležitostí a hrozeb (SWOT)
 - jedinečné prodejní charakteristické vlastnosti nebo konkurenční výhody jednotlivých konkurentů
 - existující výrobní faktory a distribuční cesty
 - používané marketingové praktiky
 - všeobecně nabízené platební podmínky

VII. Strategie vstupu na trh

1. Strategické aliance, pokud jsou aplikovatelné (co-marketing, spoluvýroba, společný podnik, licencování, franchising)

2. Profil cílového zákazníka

- Kdo je cílovým zákazníkem?
- Charakteristika přímého nebo koncového zákazníka (nákupčí, distributoři, obchodní domy, jednotlivci)
- Demografické charakteristiky
- Identifikace klíčových aktérů rozhodování při nákupu
- Celková velikost trhu a možný budoucí potenciál

3. Popis produktu/služby k exportu na cílový trh

- Způsob použití koncovými spotřebiteli

- Jedinečné prodejní charakteristické vlastnosti nebo konkurenční výhody
- Popis nutných modifikací výrobku pro cílový trh
- Charakteristika produktu (design, styl, barvy atd.)
- Kvalitativní charakteristiky
- Zdravotní a bezpečnostní standardy
- Označení, balení, jazyky
- Sezónnost a životní cyklus výrobku/služby
- Ochrana duševního vlastnictví na cílovém trhu (obchodní značka, název firmy, obchodní tajemství, patenty, design výrobku, copyright atd.)

4. Cenové strategie

- Analýza exportních nákladů
- Cenová omezení
- Legislativa (antidumpingová opatření, cenové kontroly, maloobchodní udržení konstantních cen, atd.)
- Cenové strategie na trhu (pokud je to nezbytné, uvažujte obvyklé marže v distribučním řetězci)
- Citlivost poptávky na cenu (reakce trhu na zvýšení nebo snížení ceny)
- Cenová strategie průniku na cílový trh

5. Strategie prodeje a propagace

- Metody prodeje (obchodní zástupce, dceřiná společnost, místní obchodní agent, místní broker, nabídka zboží přes internet/mail)
- Metody propagace
- Dostupnost inzerce a regulační omezení (noviny, časopisy, rádio, televize, internet, plakáty, letáky, dopisy atd.)
- Prezentace zboží, veletrhy, obchodní mise atd.
- Nástroje reklamy (vzorky, slevy, reklamní dárky, zasílání zboží atd.)
- Reklamní sdělení (uvažujte kulturní a náboženská omezení, životní styl zákazníků atd.)
- Záruky plnění a podmínky garance
- Poprodejní služby (možnost vrácení zboží, záruky, servis, komunikace se zákazníkem atd.)

6. Logistika a doprava

- Časové prodlevy mezi zpracováním objednávky a doručením (smluvní ujednání, výroba, fakturování, dodávky, komunikace atd.)
- Podmínky dodání – INCOTERMS
- Požadavky a dostupnost skladišť a úschoven
- Způsoby kontroly zásob zboží
- Požadavky na pojištění dopravy
- Způsoby dopravy, identifikace speciálních potřeb (např. chlazení zboží, vytápění, citlivost na vlhkost)
- Využití profesionálních služeb prostředníků (speditéři a brokeři)
- Dokumentace (dovoz, vývoz, normy, kvóty atd.)
- Požadavky na balení a označování zboží
- Pracovní smlouvy, servisní smlouvy (požadavky na akreditaci, víza, imigrační náležitosti)

VIII. Mezinárodní právo (doporučujeme právního zástupce)

1. Smluvní ujednání k problematice řešení sporů:

- Smírčí klauzule (dohoda stran o řešení konfliktu před smírčím soudem)
- Smluvní právo – výběr právního systému, v jehož rámci bude smlouva vynuována
- Soudní jurisdikce, volba příslušného soudu (neboli kde bude probíhat soudní řízení)
- Souhlas stran se závazností soudního rozsudku přijatého v rámci dohodnuté jurisdikce

2. Volba jazyka smlouvy (vázanost smluvních stran)

3. Smluvní podmínky a předpoklady

- INCOTERMS
- Platební měna a měnový kurz
- Způsob platby (v hotovosti, akreditiv, dokumentární inkaso, otevřený účet, barter, protiobchod, konsignace)

- Standardy kvality výrobku
- Pojištění
- Záruka, poprodejní služby

4. Odpovědnost za výrobek: platnost mezinárodního práva a regulačních omezení

5. Ochrana duševního vlastnictví na místním trhu

6. Dohody s obchodními agenty a/nebo distributory

- Význam mezinárodního práva a regulačních omezení a jejich vliv na dohody stran
 - zplnomocnění
 - území
 - povinnosti
 - pravomoci
 - ukončení platnosti

IX. Finanční analýza (doporučujeme účetní poradenství)

1. Požadavky na zařízení a technologické vybavení v souvislosti s exportem (v podobě podrobného seznamu výdajových položek)

2. Předpověď očekávaných tržeb pro exportní trh

- počet exportovaných jednotek
- cena za jednotku
- celkové tržby (na 3 až 5 let, s měsíčními predikcemi pro první rok)

3. Náklady na prodané zboží pro exportní trh (odpovídá seznamu exportních nákladů)

- počet exportovaných jednotek
- náklady na jednotku
- celkové náklady na prodané zboží

4. Výkaz plánovaných příjmů z mezinárodního obchodu: určení tržeb z mezinárodního obchodu, nákladů na prodané zboží na zahraničním trhu a exportních režijních nákladů za účelem výpočtu očekávaného zisku z exportu
5. Předpokládané peněžní toky z mezinárodního obchodu: očekávané peněžní výdaje a příjmy z mezinárodního obchodu
6. Analýza úpadku: určení minimálního množství prodaného zboží a výše tržeb nutných k pokrytí nákladů na prodej zboží na exportním trhu a exportních režijních nákladů
7. Finanční požadavky: identifikace časových lhůt financování a požadavků na pracovní kapitál, zajištění financování prostřednictvím vlastního kapitálu a kolaterálu
8. Zdroje financování: výčet zdrojů financování

X. Risk management

1. Rizika exportního prostředí

- politická nejistota (války, revoluce, změny režimů)
- nejistota uskutečněných vládních opatření (fiskální a monetární reformy, cenová kontrola, omezení obchodu, vládní omezení, bariéry v přesunu zisku, nedostatečné poskytování veřejných služeb)
- makroekonomické nejistoty (inflace, změny relativních cen, úrokové sazby, směnné relace)
- sociální nejistoty (změny sociálních postojů, sociální nepokoje, demonstrace, teroristické ohrožení)
- přírodní nejistoty (přírodní katastrofy, zemětřesení)

2. Rizika odvětví:

- vstupy (nejistota kvality, přesuny a změny v zásobování, změny v požadovaném množství ostatních odběratelů)
- produkt (změny v preferencích spotřebitelů, dostupnost substitutů, nedostatek komplementů)

- konkurence (konkurence mezi podniky, noví hráči vstupující na trh, nejistota v oblasti technologie, inovace)

3. Obchodní rizika:

- úvěrová bonita
- nejistota plynoucí z neplnění a nedodržení závazků (např. zpoždění, odmítnutí přijetí zboží, nesolventnost zákazníků)

4. Rizika podniku:

- provozní nejistota (pracovní síla – pracovní nespokojenost, bezpečnost práce; nejistota zásobování; nejistota produkce)
- odpovědnostní nejistota (odpovědnost za výrobek, za znečištění a emise)
- nejistota výzkumu a vývoje
- úvěrové nejistoty (problémy s vymáháním pohledávek)
- prospěchové jednání (manažerské a zaměstnanecké jednání zaměřené na vlastní prospěch)