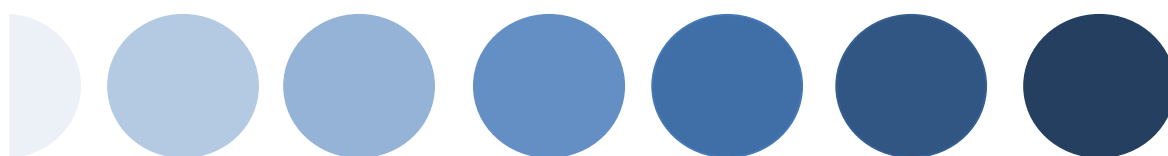


:



# Export na Slovensko

**manuál pro exportéry**

Zastupitelský úřad ČR v Bratislavě ©2012

Autoři

Pavel Buchta

Hildegarda Horská

Vážení podnikatelé,

Slovensko zůstává pro podnikání - i přes změny v důsledku dluhové krize eurozóny - nadále zajímavou lokalitou, která skýtá několik důležitých výhod. První výhodou je jazyk. Absence jazykové bariéry umožňuje českému podnikateli snadnou komunikaci se slovenskými úřady a i s místními podnikateli. Další významnou výhodou lze najít v legislativě. Zákony o podnikání, jako je Obchodní zákoník a Živnostenský zákon, byly vytvářeny v období společného státu a nesou shodné znaky, resp. vychází ze stejného základu. Proto je zakládání společností nebo opatření podnikatelského oprávnění velice podobné českému procesu. Podnikatelská kultura a zvyklosti jsou prakticky identické s českými. Slovensko má ještě jednu výhodu – ještě stále levnější pracovní sílu.

Uvažujete-li o expanzi Vaší společnosti za hranice domácího trhu, pak Slovensko nabízí vhodnou příležitost, kde můžete snadno a ve srovnání s jinými trhy stále levně zúročit nabyté zkušenosti z domácího trhu a ověřit své ambice a schopnosti Vaší firmy v prostředí, které již obsahuje prvky a procesy zahraničního obchodu.

Slovensko může představovat pomyslnou bránu expanze Vaší firmy do dalších mimoevropských regionů. Využijte těchto výhod a získejte nezbytné zkušenosti s podnikáním v zahraničí právě na Slovensku, ve stabilní zemi, kde neexistují velké hospodářské výkyvy.

Manuál pro exportéry, který jsme pro Vás připravili, je zaměřený zejména na malé a střední podniky, které se dlouhodobě významně podílejí na vzájemném obchodu se Slovenskou republikou. Vstup velkých společností a jejich export služeb anebo zboží upravuje legislativa veřejných zakázek. Podmínky soutěže poskytují evropský a slovenský věstník o veřejných zakázkách (blíže viz kapitola 2.).

Mgr. Pavel Buchta  
Ing. Hildegarda Horská





## ZHODNOCENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI VÝROBKU

Začít s exportem je klíčovým rozhodnutím, ke kterému je nutná dostatečná příprava. Obstojí Váš produkt na slovenském trhu? Konkurence na slovenském trhu je vzhledem k otevřené ekonomice země a její integraci do společného evropského trhu značná. Často převažujícím kritériem u výrobku je jeho cena při zachování vysoké kvality. Má-li se Váš produkt uchytit na místním trhu, pak je nutné zvážit, zda Váš produkt je konkurenceschopný i v prostředí, které je stále ještě charakterizováno nižšími provozními náklady.

Máte inovační postup, který je lepší než slovenský, využíváte rezervy, které konkurence využít nedokáže? Má Váš výrobek potenciál prosadit se na místním trhu? Slovenský trh se v mnohém příliš neliší od českého obchodního prostředí. Přesto se vyplatí být před vstupem na místní trh dobře připravený. V první řadě se doporučuje prověřit, zda Vaše společnost dokáže zvládnout expanzi na nové trhy. Marketingový plán Vám pomůže lépe vyhodnotit Vaše šance a zanalyzovat, např. prostřednictvím marketingového mixu, zda výrobek (služba) osloví slovenské spotřebitele.

Nástroje marketingového mixu:

### 1. Výrobek

Znáte dobře svůj výrobek a jeho marketingové přednosti? Pakliže ano, pak vyzdvihněte vlastnosti jakými jsou např. kvalita, tradice (značka), dodací lhůty, servis, záruka apod.

### 2. Cena

Vstup na nový trh může být finančně značně náročný. Proto je nezbytné připravit cenovou strategii odpovídající novému prostředí. Stanovení ceny pro slovenský trh by měla odrážet náklady spojené např. s dopravou, dále by měla zahrnovat slevy, termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru. Stanovení ceny a souvisejícím faktorům věnujte zvýšenou pozornost.

### 3. Propagace

Vaše společnost by měla mít jasnou představu o způsobu, jak se spotřebitelé o produktu dozvědí. Způsobu je několik – reklamní kampaň, přímý prodej, podpora prodeje (např. poradenství) atd.



#### 4. Distribuce (Placement)

V neposlední řadě je nutné mít vyřešenu otázku dostupnosti produktu - kde a jak bude produkt prodáván, včetně distribučních cest, volba distribuční sítě a prodejního sortimentu, zásobování a doprava.

Slovenská ekonomika je všeobecně považovaná za fungující tržní ekonomiku. Slovensko je plnohodnotným členem Evropské unie, NATO, OECD a Schengenského prostoru. Slovensko přijalo euro dne 1. ledna 2009 a tím se stalo 16. členským státem eurozóny. SR si udržuje velmi dobrou pozici v růstu HDP mezi zeměmi EU, navzdory světové hospodářské krizi, která způsobila v jiných státech Unie propad růstu HDP.

K výhodám, jež může slovenský trh nabídnout, lze zařadit dobrou geografickou polohu země ve střední Evropě, nižší náklady na pracovní sílu při poměrně vysoké produktivitě práce, pomalu se zlepšující dopravní infrastrukturu, nízké náklady spojené s dopravou zboží v porovnání s náklady na dopravu do zemí mimo EU apod.

Zvažujete-li podnikání nebo rozšíření Vašeho podnikatelského portfolia v zahraničí, pak je pro českého podnikatele Slovensko velmi příhodnou volbou. Slovenská republika je země s politickou a ekonomickou stabilitou, která za posledních deset let prošla výraznými strukturálními změnami s vizí stát se atraktivní zemí pro potenciální investory. Na Slovensku je několik průmyslových odvětví s dlouhodobou tradicí jako jsou například strojírenský, chemický, elektrotechnický, dřevozpracující a potravinářský průmysl. Tato odvětví se rozvíjela ještě během společné federativní československé republiky. Dnes je většina hospodářských odvětví na velmi podobné úrovni jako v ČR. To se však týká i nových oborů, neboť nejen podnikatelské ale i vzdělávací systémy a vědecké prostředí je mezi Prahou a Bratislavou významně propojeno.

Z pohledu obchodních příležitostí by se dalo říct, že na Slovensku panují i v tomto směru téměř identické podmínky jako v ČR. Začít s exportem je klíčovým rozhodnutím, které si vyžaduje důkladnou přípravu, tedy dostatek informací o regionu. Na Slovensku působí pro tento účel určená příspěvková organizace Ministerstva hospodářství SR - Slovenská agentura pro rozvoj investic a obchodu (SARIO),. Tato agentura poskytuje konzultační a poradenské služby z oblasti legislativy, daní, založení nové společnosti, získání státní podpory na investiční projekt, vyhledání vhodné lokality a nemovitosti pro investiční záměr, subdodavatelů, joint-venture partnerů, apod. ([www.sario.sk](http://www.sario.sk)). Aktuální informace o exportních a kooperačních možnostech lze také hledat na webových stránkách:

[www.slovakiasourcing.com](http://www.slovakiasourcing.com)





## JAK ZÍSKAT INFORMACE O TRHU A OBCHODNÍ KULTUŘE

Další podstatnou výhodou je snadná dostupnost velkého množství informací o slovenském trhu na veřejných sítích, navíc v jazyce, kterému Čech snadno porozumí.

Slovenské vládní instituce a obchodní komory mají ve většině případů přehledně zpracované webové stránky. Taktéž veřejné podnikatelské portály poskytují zdarma celou řadu užitečných informací:

### 2.1. Internetové zdroje

Základní informace o vývoji obchodu najdete na stránkách Ministerstva hospodářství SR <http://www.economy.gov.sk/>

Užitečné informace zdarma naleznete také na stránkách Slovenské agentury pro rozvoj investic a obchodu (SARIO) <http://www.sario.sk>. Tato agentura je obdobou českého CzechTrade a CzechInvestu dohromady.

Statistický úřad SR umožňuje přístup k mnohým údajům o vývoji obchodu v SR <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=4>

Obchodní registr Vám pomůže při ověřování existence slovenských společností <http://www.orsr.sk/>. Hledáte-li podnikatele, pak lze využít Živnostenský registr <http://www.zrsr.sk/>

Informace o administrativních pravidlech poskytuje Portál veřejné správy SR <http://portal.gov.sk/Portal/sk/default.aspx>

Pro bližší informace o dovozu konkrétní komodity doporučujeme využít k základní orientaci webové stránky Celní správy SR <http://www.colnasprava.sk>



Informace, rady, postupy při různých správních procesech s veřejnými institucemi a o tom, jaké administrativní náležitosti jsou vyžadovány, integruje Portál veřejné správy SR <http://portal.gov.sk/Portal/sk/default.aspx>

Nejvíce podnikatelských subjektů na Slovensku se sdružuje ve Slovenské obchodní a průmyslové komoře (SOPK). Informace o činnosti a kontakty na potenciální partnery lze hledat na webové stránce komory <http://web.sopk.sk>

Na stránkách [www.euroekonom.sk](http://www.euroekonom.sk) najdete vše o ekonomice: obchod, podnikání, makroekonomie, mikroekonomie, management, marketing, finance a investování, teoretické informace, odborné texty a články.

Pro malé a střední podnikatele je určen web Národní agentury pro rozvoj malého a středního podnikání [www.nadsme.sk](http://www.nadsme.sk) NARMSP podporuje různými programy růst konkurenceschopnosti sektoru malého a středního podnikání, disponuje sítí regionálních pracovišť atd.

Základní informace a charakteristiku slovenského obchodního prostředí poskytují oficiální portál agentury CzechTrade [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz), dále Ministerstvo zahraničních věcí ČR [www.mzv.cz](http://www.mzv.cz) a Velvyslanectví ČR v Bratislavě [www.mzv.cz/bratislava](http://www.mzv.cz/bratislava)

Velmi užitečný je web Slovensko-české obchodní komory [www.scok.cz](http://www.scok.cz), která vytváří platformu pro setkávání podnikatelů a navazování kontaktů.

Informace o veřejných zakázkách jsou pravidelně uveřejňovány na webech <http://ted.europa.eu>, [www.uvo.gov.sk](http://www.uvo.gov.sk)

## 2.2. Odborné semináře, konference

Důležité informace o směřování a vývoji v daném podnikatelském sektoru a další zkušenosti z praxe z domácího prostředí s Vámi prodiskutují experti na odborných seminářích a konferencích, kterých se na Slovensku organizuje celá řada.

Namátkou vybíráme:

Slovenská kooperační burza (SARIO, pořádána každoročně), EN.KO (odborná každoroční konference zaměřená na energetiku), Mezinárodní konference strojírenství (pořádá Slovenská technická univerzita Bratislava), Inovační rozvoj regionů (NARMSP), workshop Den obchodních kontaktů (MZV ČR), SOFTECON (každoroční odborná konference z oblasti IT), Energetická bezpečnost Slovenska (každoročně organizuje Slovenská společnost pro zahraniční politiku), INTRACO (rozvoj obchodu a marketingu ve střední Evropě, důraz na Slovensko) a další.



Informace o obchodních vztazích na Slovensku, doporučení a kontakty na potenciální obchodní partnery lze také získat na „sletu“ ekonomických radů působících v zahraničí na zastupitelských úřadech a v kancelářích CzechTrade. Dvoudenní akce se koná každý rok vždy v červnu a je organizován MZV ČR, MPaO ČR, a SPaD ČR.

### 2.3. Konzultační společnosti

Na Slovensku působí mnoho společností, které se zabývají průzkumem trhu, poradenskou proexportní činností, marketingovým a investičním poradenstvím. Níže uvádíme přední poradenské firmy na Slovensku:

GfK Slovakia, [www.gfk.sk](http://www.gfk.sk)

TNS Slovakia, [www.tns-global.sk](http://www.tns-global.sk)

EasyLink Business Services, s.r.o, [www.easylink.cz](http://www.easylink.cz) (česko-slovenská konzultační společnost)

PricewaterhouseCoopers (PwC), [www.pwc.com/sk](http://www.pwc.com/sk)

Deloitte Advisory s.r.o, [www.deloitte.com/sk](http://www.deloitte.com/sk)

Agentúra sociálnych analýz, ASA s.r.o., [www.agenturaasa.sk](http://www.agenturaasa.sk)

### 2.4. Veletrhy

Veletrhy jsou místem, kde lze snadno načerpat zkušenosti od firem, které již na Slovensku působí. Neocenitelným přínosem je i to, že každý veletrh má svůj vlastní doprovodný program sestávající se z odborných seminářů a workshopů, prostřednictvím kterých si můžete vyměnit své postřehy přímo s participujícími odborníky, ale i zástupci veřejných institucí

Nejvýznamnější veletrhy na Slovensku se konají de facto ve třech lokalitách – Nitra (**Agrokomplex – Výstavnictví Nitra** [www.agrokomplex.sk](http://www.agrokomplex.sk)), Bratislava (**Incheba** [www.incheba.sk](http://www.incheba.sk)) a Trenčín (**Expo Center** [www.expocenter.sk](http://www.expocenter.sk)).

### 2.5. Souhrnná teritoriální informace (STI)

Souhrnné teritoriální informace (STI) jsou zpracovávány všemi zastupitelskými úřady České republiky v zahraničí. STI Slovensko je aktualizována dvakrát ročně (vždy k 1.4. a 1.10). Kromě makroekonomických informací v ní naleznete i další praktické informace, například aktuální podmínky pro podnikání, exportní příležitosti a důležité kontakty v teritoriu. Souhrnnou teritoriální informaci naleznete na webových stránkách



zastupitelského úřadu ČR v Bratislava ([www.mzv.cz/bratislava](http://www.mzv.cz/bratislava) anebo na [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz)

## 2.6. Oborové komory, družstva, sdružení a svazy

Vstup na slovenský trh v mnohém usnadní kontakt se slovenskou oborovou organizací, která zpravidla disponuje kvalitními informacemi a databází firem a dalších podnikatelských subjektů v daném sektoru. Doporučujeme ověřit si u jednotlivých organizací, které jimi poskytované služby jsou zpoplatněny.

- [Slovenská obchodná a priemyslová komora \(SOPK\)](http://www.sopk.sk) [www.sopk.sk](http://www.sopk.sk)
- [Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu](http://www.sario.sk) [www.sario.sk](http://www.sario.sk)
- [Slovenský elektrotechnický zväz](http://www.sez-kes.sk/) [www.sez-kes.sk/](http://www.sez-kes.sk/)
- [Slovenský zväz stavebných inžinierov](http://www.szsi-sk.sk) [www.szsi-sk.sk](http://www.szsi-sk.sk)
- [Slovenský mliekarenský zväz](http://www.smz.sk) [www.smz.sk](http://www.smz.sk)
- [Slovenský zväz prvovýrobcov mlieka](http://www.szpm.sk) [www.szpm.sk](http://www.szpm.sk)
- [Slovenský zväz spracovateľov mäsa](http://www.slovmaso.sk) [www.slovmaso.sk](http://www.slovmaso.sk)
- [Slovenský zväz výrobcov tepla](http://www.szvt.sk) [www.szvt.sk](http://www.szvt.sk)
- [Slovenský živnostenský zväz](http://www.szz.sk) [www.szz.sk](http://www.szz.sk)
- [Zväz chemického a farmaceutického priemyslu Slovenskej republiky](http://www.zchfp.sk) [www.zchfp.sk](http://www.zchfp.sk)
- [Zväz priemyslu Slovenska](http://www.zpz.sk) [www.zpz.sk](http://www.zpz.sk)
- [Asociácia slovenských kúpeľov](http://www.ask.sk) [www.ask.sk](http://www.ask.sk)
- [Zväz slovenských vedecko-technických spoločností](http://www.zsvts.sk) [www.zsvts.sk](http://www.zsvts.sk)
- [Zväz stavebných podnikateľov Slovenska](http://www.zsps.sk) [www.zsps.sk](http://www.zsps.sk)
- [Zväz strojárskoho priemyslu Slovenskej republiky](http://www.zspsr.sk) [www.zspsr.sk](http://www.zspsr.sk)
- [Zväz zamestnávateľov energetiky](http://www.zzes.sk) [www.zzes.sk](http://www.zzes.sk)







## **VSTUP PŘÍMO ANEBO V ZASTOUPENÍ**

### **Vstup přímo anebo v zastoupení**

Rozhodnutí o podnikání ve Slovenské republice formou přímého vstupu anebo v zastoupení se podobně jako v ČR odvíjí jednak od předmětu a způsobu podnikání a také od statutu osoby hodlající podnikat na Slovensku. Podnikání mohou vykonávat buď jednotlivci (fyzické osoby) nebo obchodní společnosti (právnícké osoby).

Dle předmětu a způsobu podnikání se jedná o podnikání živnostenské a podnikání dle obchodního zákoníku. Pro obě formy platí, že se musí jednat o soustavnou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek ustanovených živnostenským zákonem a obchodním zákoníkem.

Podnikání občanů EU na území Slovenska se po vstupu SR do EU zjednodušilo a mohou podnikat za stejných podmínek jako občané SR.

Základními právními předpisy upravujícími podnikání v SR jsou:

- zákon č. 455/1991 Zb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů a
- zákon č. 513/1991 Zb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

K dalším právním předpisům patří:

- zákon č. 40/1964 Zb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 177/2004 Z. z., o evropském seskupení hospodářských zájmů
- zákon č. 562/2004 Z. z., o evropské společnosti
- zákon č. 91/2007 Z. z., o evropském družstvu
- zákon č. 90/2008 Z. z., o evropském seskupení územní spolupráce
  - zákon č. 530/2003 Z. z., o obchodním registru ve znění pozdějších předpisů

Přehled právních předpisů je k dispozici na: <http://jaspi.justice.gov.sk/>.



Pokud exportér - a to mnohdy i v případě tak geograficky i jazykově blízkého Slovenska - nedokáže sám monitorovat zahraniční trh a aktivně na něm působit, hledá i na slovenském trhu lokálního partnera. Tento partner může být ve vztahu k exportérovi v různém postavení. Na slovenském trhu se nejčastěji setkáváme s postavením agenta, obchodního zástupce, distributora a tichého společníka.

### Agent

Agent je zprostředkovatelem obchodu. Zavazuje se, že bude vyvíjet činnost směřující k tomu, aby zájemce měl příležitost uzavřít jistou smlouvu se třetí osobou a zájemce se zavazuje zaplatit zprostředkovateli provizi. Když ve smlouvě není zprostředkovatel výslovně zmocněn k uzavírání kontraktů, nesmí vstupovat do právních vztahů jménem exportéra, tedy zastupované osoby, případně ani vést jednání. Při uzavírání smlouvy o obchodním zastoupení se nedoporučuje jí uzavírat na příliš dlouhou dobu a ve smlouvě je třeba upravit podmínky prodloužení kontraktu po vzájemné dohodě obou zainteresovaných stran. Samozřejmostí by mělo být smluvně dojednaný zákaz činnosti ve prospěch konkurence. Taktéž by měl být smluvně nadefinován exaktní mechanismus výpočtu provize za zrealizované kontrakty. Zvláštní pozornost by měla být věnována článku smlouvy o ukončení smlouvy s okamžitou platností, kde je třeba specifikovat důvody ukončení, výši a způsob odškodnění zástupce v návaznosti na slovenskou legislativu.

### Obchodní zástupce

Ve smyslu platné legislativy se obchodní zástupce jako podnikatel zavazuje pro zastoupeného vyvíjet činnost směřující k uzavření smluv anebo dojednat a uzavírat obchody jménem zastoupeného a na jeho účet. Zastoupený se zavazuje zaplatit obchodnímu zástupci provizi.

Slovenská legislativa rozlišuje dvě formy zastoupení – výhradní a nevýhradní zastoupení. V případě nevýhradního zastoupení může zastoupený pověřit i jiné osoby obchodním zastoupením a obchodní zástupce může vykonávat činnost i pro jiné osoby. V případě výhradního obchodního zastoupení nemůže zastoupený používat v určené územní části a pro určený okruh obchodů jiného obchodního zástupce a obchodní zástupce není oprávněn vykonávat obchodní zastoupení pro jiné osoby na vlastní účet anebo účet jiné osoby.

Zprostředkovateli ze smlouvy o obchodním zastoupení plynou i další povinnosti, jako např. pravidelný výzkum trhu, reporting exportérovi, sledování bonity kupujícího a podobně. Lze doporučit před uzavíráním smluv konzultaci s právníkem

### Distributor

Distributor jako obchodní mezičlánek je na jistou dobu majitelem prodávajícího zboží a při jeho dalším prodeji plně zodpovídá za jeho stav. Z hlediska prodávajícího/exportéra je distributor vhodnou formou pronikání i na slovenský trh při výrobcích s delší životností vyžadujících servis a jiné technické služby. Bývá pověřen výhradním prodejem na přesně



vymezeném území. Každý prodej distributorovi má být považován za samostatný obchodní případ se samostatnou kupní smlouvou.

### Tichý společník

Za speciální formu pronikání i na zdejší trh lze považovat tichého společníka. Práva a povinnosti tichého společníka upravuje zákon č. 513/1991 Zb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Při rozhodování, kterou z forem vstupu, resp. pronikání na slovenský trh, zájemce použije, je klíčovou podmínkou nalezení dobrého, zkušeného a poctivého partnera. Jako způsob nalezení lze využít místní poradenské agentury, exportní konzultanty, obchodní komoru apod.

Uvádíme vybrané kontakty:

PETERKA & PARTNERS v.o.s. advokátska kancelária organizačná zložka:  
[www.office@peterkapartners.sk](mailto:www.office@peterkapartners.sk)

Slovenská obchodná a priemyselná komora: [www.sopk.sk](http://www.sopk.sk)

Personální agentura Amrop: [www.amrop.sk](http://www.amrop.sk)

Národní agentura pro rozvoj malého a středního podnikání (NADSME): [www.nadsme.sk](http://www.nadsme.sk)

Geografická blízkost a prakticky žádná jazyková bariéra zařazuje teritorium Slovenska i z hlediska získávání kontaktů a výběru vhodných kandidátů na pozici zprostředkovatele obchodu nebo obchodního zástupce za vcelku bezproblémové. Nicméně obezřetnost je nezbytná a doporučuje se proto mít všechny formy vstupu na trh upraveny perfektní smlouvou tak, aby bylo možné vzájemný vztah v případě potřeby bezproblémově rozvázat.

### **Nepřímá forma vstupu - vstup v zastoupení**

Na základě průzkumu trhu a příznivých ohlasů na základě některé z forem průniku na slovenský trh se český výrobce může rozhodnout o vstupu na slovenský trh formou založení organizační složky – odštěpného závodu.

Při provozování odštěpného závodu se používá obchodní jméno podnikatele s dodatkem, že se jedná o odštěpný závod.

Pro odštěpný závod jsou charakteristické následující znaky:

- nemá právní subjektivitu;
- vzhledem na zápis do obchodního rejstříku může tuto formu zřídit pouze podnikatel zapsaný do obchodního rejstříku.



Výhodou této formy průniku jsou poměrně nízké náklady, založení nevyžaduje základní kapitál a je poměrně rychlé. Nevýhodou je, že nemá právní subjektivitu, a tedy nemůže vstupovat do právních vztahů. Za jistou nevýhodu - a to i přesto, že neexistuje jazyková bariéra - lze po zkušenostech českých podnikatelů považovat problematické nalezení vhodného představitele na post vedoucího organizační složky. I v této souvislosti je nezbytné důsledné písemné dojednání všech podmínek činnosti vedoucího organizační složky. Jeho daňové a jiné odvodové povinnosti spadají do režimu slovenské legislativy. Zaměstnavatel, tedy zahraniční firma, odvádí za zaměstnance na Slovensku odvody rovněž podle slovenské legislativy a do slovenských příslušných institucí – sociální pojištění, zdravotní pojištění, pojištění v nezaměstnanosti atd.

Další možností vstupu je založení dočasného společenství - konsorcia vznikajícího pro realizaci určitého cíle, obvykle rozsáhlého projektu. Konsorcium jako celek nemá právní subjektivitu.

Základní kroky při otevření pobočky na Slovensku a postup při zahájení podnikání na Slovensku lze najít na: [http://europa.eu/youreurope/business/expanding-business/opening-branch/slovakia/index\\_sk.htm](http://europa.eu/youreurope/business/expanding-business/opening-branch/slovakia/index_sk.htm)

### **Přímá forma vstupu**

I přes nenáročnost založení a fungování organizační složky - odštěpného závodu upřednostňuje většina investorů založení dceřiné společnosti. Podmínky založení upravuje zákon č. 513/1991 Zb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů. V jeho smyslu platí pro zahraniční osoby hodlající podnikat na Slovensku stejné podmínky jako pro slovenské osoby. Zahraniční osobou se pro tyto účely rozumí fyzická osoba s bydlištěm anebo právnická osoba se sídlem mimo území SR. Zahraniční osoba se může podílet na založení slovenské právnické osoby nebo se může stát společníkem již založené společnosti.

Podnikat zde možno jako:

- fyzická osoba (FO) nezapsána v obchodním rejstříku (OR) anebo FO zapsána v OR;
- právnická osoba - obchodní společnost.

Jak fyzická osoba, tak i právnická osoba je v případě živnostenského podnikání povinna svou živnost zaregistrovat na místě příslušném živnostenském úřadě.

Živnostenské podnikání upravuje zákon č. 455/1991 Zb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů.

Obchodní zákoník upravuje tyto základní druhy obchodních společností:

- veřejná obchodní společnost – právnická osoba, kterou tvoří nejméně dva společníci, ručí za závazky celým svým majetkem společně;



- komanditní společnost je personální společností dvou skupin společníků - komplementáře a komanditisty;
- společnost s ručením omezeným může založit i jedna osoba, společnost může mít nejvíce 50 společníků. Povinné základní jmění je nejméně 5 tis. eur, přičemž hodnota vkladu jednoho společníka musí být nejméně 750 eur;
- akciová společnost je kapitálovou obchodní společností povinně vytvářející základní jmění. Hodnota základního jmění musí být nejméně 25 tis. eur;
- družstvo je společenství s nejméně pěti členy, neplatí to v případě, že jsou jeho členy alespoň dvě právnické osoby.

V souladu s právem ES může zahraniční právnická osoba založená pro účely podnikání také přemístit své sídlo ze zahraničí na území SR.

Od roku 2004 jsou slovenskými právnickými osobami i tzv. „nadmárodní formy“ podnikatelských subjektů.

#### Administrativní postupy při zahájení podnikání na Slovensku

V rámci vykonávání Směrnice o službách byly i na Slovensku vytvořena jednotná kontaktní místa v podobě portálů elektronické veřejné správy, které pomáhají podnikům elektronicky vyřídit administrativní formality. Poskytují kompletní informace o všech administrativních formalitách souvisejících se založením a rozšiřováním podnikatelských aktivit týkajících se služeb.

Pro právnickou osobu anebo fyzickou osobu, která založí podnik na Slovensku nebo získá část podniku, platí registrační povinnost pro daň z přidané hodnoty, a to do 10 dnů od vzniku této skutečnosti. V případě, že nelze určit místní příslušnost podle sídla anebo pobytu osoby, je místně příslušný Daňový úřad Bratislava 1 <http://www.drsrc.sk>

Podmínky založení a ukončení podnikání v SR jsou k dispozici na:

<http://portal.gov.sk/>

<http://www.minv.sk>

Podmínky poskytování služeb v SR a seznam jednotných kontaktních míst je k dispozici na:

<http://www.economy.gov.sk/8117-menu/133660s>





## MARKETINGOVÁ STRATEGIE

Marketingová řešení a kreativní strategie zaměřené na zviditelnění a ke zvýšení prodeje mohou napomoci naplnit cíle Vaší společnosti v zahraničí. Důsledná příprava je základem úspěchu.

### Průzkum trhu

Nebojte se investovat do průzkumu trhu. Na Slovensku působí několik kvalitních společností, které se analýzou trhu zabývají. Mezi přední slovenské společnosti zabývající se průzkumem trhu a proexportním poradenstvím patří: EasyLink Business Services, s.r.o, GfK Slovakia, TNS Slovakia, Agentura sociálních analýz ASA, dále Deloitte Advisory s.r.o a PwC. Kromě vyjmenovaných firem existuje na Slovensku celá řada dalších poradenských firem. Jejich výběr můžete provést na vyhledávači [www.azet.sk](http://www.azet.sk)

### Veletřhy

Využijte výhody zúčastnit se veletrhu, resp. výstavy na Slovensku. Náklady spojené s účastí a prezentací Vašich výrobků v sousední zemi nejsou tak vysoké jako u jiných lokalit. Každým rokem se zde pořádá několik mezinárodních veletrhů a výstav. Bližší informace a kalendáře o jednotlivých akcích naleznete na webových stránkách slovenských výstavišť. Doporučujeme navštívit stránky těch nejvýznamnějších - v Nitře [www.agrokomplex.sk](http://www.agrokomplex.sk), Bratislavě [www.incheba.sk](http://www.incheba.sk) a Trenčíně [www.expocenter.sk](http://www.expocenter.sk).

Nižší náklady na dopravu využijte na kvalitní propagaci. Na firemním stánku by neměl chybět produkt, s kterým chcete vstoupit na slovenský trh, a propagační materiály. Vysoká odbornost a komunikativnost obchodního zástupce a jeho přítomnost na veletrhu je samozřejmostí.

### Branding produktu

Branding a uvedení produktu na trh je prvek marketingové strategie, který v současnosti stále více nabírá na důležitosti. Cílená marketingová a reklamní kampaň má za úkol z produktu udělat „brand“, čili jedinečný projev, od kterého lze odvozovat atributy jako kvalita, image, postavení, apod. Branding má zdůraznit hlavní charakteristiku (přednost) výrobku, ať už je to spolehlivost, elegance, bezpečnost atd.

Přestože má český výrobek i vzhledem minulému federativnímu uspořádání pevně zakotvené místo na slovenském trhu a český výrobek představuje pro Slováky stále záruku vysoké kvality, nelze na tuto „tradiční pověst“ automaticky spoléhat, zejména ne před levnými výrobky „made in“ Asie. Doporučujeme proto zdůraznit (je-li to možné):



- kvalitu použitého materiálu, ze kterého je produkt vyroben, a kvalitu zpracování,
- nezávadný výrobní proces produktu, vysoký standard jakostní kontroly u výrobků,
- je-li výrobek šetrný k životnímu prostředí, resp. jeho výroba, případně využívání obnovitelných zdrojů,
- výrobek jako výsledek pečlivého vývoje a výzkumu,
- jakou má výrobek životnost, jaká je záruční lhůta, event. pozáruční servis,
- export na nejnáročnější trhy, získaná ocenění.

U potravinářských a alkoholických výrobků s původem v ČR je vnímání slovenského spotřebitele ve srovnání s jinými zahraničními produkty unikátní – slovenský spotřebitel je zvyklý ještě z dob federace kupovat „své“ české potraviny a alkohol a jejich nákup není tolik ovlivněn cenou, jako u ostatních potravinářských produktů.

Slovenský spotřebitel se od českého příliš neliší. Pro Slováky je cena stále jedním z nejdůležitějších kritérií, nikoli však jediným. Prvořadá je kvalita výrobku a vyžaduje se, aby poměr cena/kvalita byl vyvážený.

### **Propagace a reklama**

Reklamní kampaň je potřebná u nových produktů, které se nově zavádějí na trh. Je třeba, aby si každá firma kvalitně zpracovala reklamní plán, zvážila formu své reklamy, její nástroje, cíle a také její rozpočet.

Na Slovensku můžete představit Vaše zboží a služby zákazníkovi prostřednictvím reklamy v televizi, rozhlasu, novinách, časopisech, inzertních časopisech, na billboardech, na plakátech apod.

Chcete-li, aby se Váš produkt udržel na trhu co nejdéle, pak dbejte na to, aby všechna reklamní tvrzení byla pravdivá a neuváděla zákazníky v omyl. Slováci jsou sice tolerantní, ale také velmi hrdí na své národní hodnoty. Z tohoto pohledu by neměla reklama nijak tyto hodnoty zpochybňovat.

V SR jsou formy reklamy dostupné v obdobných cenových relacích jako u nás.

### **Uvedení na trh**

Způsob jak uvést výrobek na slovenský trh je opět velmi podobný tomu, co již znáte z domácího prostředí.



- Nejdříve byste měli provést průzkum trhu, abyste zjistili, zda je Váš produkt potřebný a žádaný. Zájem o produkt by měl být dostatečně velký, aby mohl následně generovat zisk.
- Je potřeba zjistit, zda existuje v odvětví nějaká konkurence, tzn. identifikace konkurence.
- Pokud Váš nový produkt vyžaduje servis po prodeji, nejdříve vyčíslete náklady, které na to budou potřeba, a také zajistíte lidské zdroje, které budou tuto službu zajišťovat.
- Proveďte odhad objemu produktů, které můžete prodat v určitém časovém období. Je třeba odhadnout i marži. Počítejte také s aktivitami Vaší konkurence, které mohou vést třeba i ke snižování cen jejich produktů. Nastavte cenu tak, abyste mohli zavést slevy či výprodeje.
- Váš produkt by měl být schopný udržet se při změně podmínek na trhu. Současně by neměl být po krátké době zastaralý. Měli byste být schopni Váš produkt inovovat a vyvíjet, aby vždy stačil konkurovat současným technologiím.







## DOPRAVA ZBOŽÍ

Nejčastěji využívaná doprava z ČR na Slovensko je kamionová a železniční. V obou zemích působí mnoho spedičních firem, které často poskytují služby v oblasti logistiky: spedice, celní deklarace, skladování a distribuční systémy. Seznam spedičních společností, přepravců a další užitečné informace spojené s mezinárodní dopravou na Slovensko najdete na veřejném portálu [www.dopravnespolocnosti.sk](http://www.dopravnespolocnosti.sk)

Orientační ceny za přepravu zboží z ČR do SR záměrně neuvádíme, neboť by mohly být nepřesné a zavádějící. Přepravní firmy na svých webových stránkách často ani žádný sazebník neuveřejňují právě kvůli značnému a častému zkreslování ceny. Výpočet konečné ceny za dopravu zboží variuje podle vzdálenosti, druhu, množství zboží, typu vozidla a dalších parametrů.

Přesnou kalkulaci Vám ochotně zpracuje Vámi vybraný přepravce. Pro výběr dopravních firem lze využít např. portál [www.firmy.cz](http://www.firmy.cz)

### **Kamionová doprava**

Silniční nákladní doprava je nejčastější formou přepravy zboží z ČR na Slovensko, a to i přesto, že mezi oběma státy je doposud vybudováno pouze jedno dálniční spojení mezi Brnem a Bratislavou. Kritická je situace zejména mezi ostravským a žilinským krajem, dvěma silnými průmyslovými regiony. Stávající silniční komunikace vedoucí členitým horským terénem kapacitně nevyhovují a vznikají zde často (zejména v zimním období) složité dopravní situace. Kamionovou dopravu na Slovensku omezuje také zatím nedokončená páteřní dálniční komunikace mezi Bratislavou a Košicemi. Dopravu na východní Slovensko komplikuje několik nedokončených úseků mezi Žilinou a Košicemi. Dostavba kompletní dálnice D1 by měla být dokončena v r. 2020.

### **Železniční doprava**

Majoritním železničním nákladním dopravcem v SR je Železniční společnost Cargo Slovakia, a.s., akciová společnost se 100% účastí státu. Kromě ní působí na trhu železniční nákladní dopravy více alternativních dopravců; jejich celkový podíl na výkonech železniční nákladní dopravy se postupně zvyšuje.

Výhody železniční dopravy

- Bezpečnost přepravy, menší výskyt dopravních nehod, ale i menší ztráty, které jsou spojeny s jejich případným výskytem.



- Kladný ekologický dopad železniční dopravy - velké objemy zboží mohou být na velké vzdálenosti přepraveny nejen rychle, ale i s minimálním dopadem na životní prostředí. Ve srovnání s automobilovou nebo leteckou dopravou je železniční doprava nejvíce šetrná k životnímu prostředí.
- Převážná kapacita a cenové podmínky - železniční doprava umožňuje přepravu většího množství zboží na dlouhé a střední vzdálenosti při relativně nízkých nákladech.
- Nižší dopravní omezení - silniční dopravci musí nutně respektovat několik nařízení, ať už jde o omezení pro využívání dálnic a silnic 1. třídy, omezení v dopravních špičkách nebo povinnosti vyplývající z dodržování bezpečnostních přestávek. Výhodou přepravy po železnici mimo zemí EU jsou také kratší čekací časy na hraničních přechodech.

#### **Největší železniční dopravci působící na slovenském trhu:**

Železniční společnost Cargo Slovakia, a.s.

<http://www.zscargo.sk>

ČD Cargo a.s.

<http://www.cdcargo.cz>

Slovenská železniční dopravní společnost, a.s.

<http://www.szds.sk>

První přepravní společnost, s.r.o.

<http://www.pus.sk>

Sped-Trans Levice, a.s.

<http://www.sped-trans.sk>

Suroviny přepravované po železnici: uhlí, stavebniny, železo a strojírenské výrobky, chemické výrobky a kapalná paliva, dřevo a papírenské výrobky, zemědělské výrobky, a další.

Cena za přepravu zboží po železnici činí – velmi orientačně!!! – cca 200 Kč/t.

#### **Celní problematika**

Po vstupu SR do Evropské unie se v oblasti cel rozlišuje mezi obchodem s členskou zemí EU, tzv. vnitrounijním obchodem, a obchodem se třetími zeměmi, tj. zeměmi, které nejsou členy EU. Výměna zboží mezi ČR a EU nepodléhá celní kontrole, ani clům a poplatkům vybíraným v souvislosti s dovozem a vývozem zboží.



## DPH

SR uplatňuje základní sazbu DPH v hodnotě 20 %. V případě snížené sazby DPH uplatňuje Slovensko sazbu ve výši 10 %.

I když pohyb zboží uvnitř EU nepodléhá clo a ostatním poplatkům, neznamená to, že by byl exportér osvobozen od daně z přidané hodnoty. DPH je upravena právními předpisy jednotlivých členských zemí v souladu se směrnicí ES a je příjmem státního rozpočtu těchto zemí.

Změny v zákoně o DPH (zákon č. 222/2004 Z. z., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) účinné od 1.1.2012 se týkají:

- použití nemovitosti k podnikání a jiný (soukromý) účel - změnou se chce dosáhnout, aby i v případě, pokud si plátce DPH při pořízení odečetl daň v plné výši a později začne tento majetek využívat i pro soukromé účely, uplatnil odpočet v poměrné výši,
- elektronického posílání faktur - kromě elektronického podpisu a elektronické výměny dat mohou být od 1.1.2012 použity i jiné postupy nebo technologie (např. elektronická ochranná značka) pro elektronické zasílání faktur za předpokladu, že budou splňovat podmínky zabezpečení věrohodnosti původu a neporušenost obsahu - faktury předané nezabezpečené mailem ale nadále nesplňují tuto podmínku,
- vypuštění § 78a, kterým se ruší placení záloh na DPH zahraniční osobou při prodeji zboží na tržním místě (z tohoto důvodu se mění od 1.1.2012 i vzor přiznání k DPH),
- lhůt pro vrácení nadměrného odpočtu (přerušení lhůty, vrácení nadměrného odpočtu uplatněného v dodatečném daňovém přiznání, v případě výkonu daňové kontroly),
- sankcí za nepravdivé údaje při vrácení nadměrného odpočtu - pokud byl nadměrný odpočet vrácen ve zkrácené lhůtě na základě nepravdivých údajů, daňový úřad uloží pokutu ve výši 1,3 % z částky vráceného nadměrného odpočtu,
- nedostatků v souhrnném výkazu a sankcí - nedostatky, které zjistí daňový úřad v podaném souhrnném výkazu, je osoba, která ho podala, povinna na základě výzvy finančního úřadu odstranit do 5 dnů od doručení výzvy, jinak jí bude uložena sankce.

Novela zákona o DPH zpřísňuje podmínky pro povinnou i dobrovolnou registraci plátce DPH, ale zejména pro tzv. rizikové subjekty (např. které v současnosti nebo v minulosti vlastnily nebo řídily společnosti, které mají nebo měly nedoplatky na DPH vůči finančnímu úřadu nebo jde o osobu povinnou k dani, která neuskutečňuje v době podání žádosti o registraci pro daň dodání zboží nebo služeb, ale vykonává jen přípravnou činnost na podnikání).

Daňový úřad bude moci zamítnout registraci vymezeným kategoriím osob, pokud nesloží jistinu (v případě dobrovolné registrace na DPH). Jde-li o žadatele o povinnou registraci, jistina se bude od subjektu vyžadovat automaticky. Jistina se složí formou peněžních prostředků na účet správce daně nebo bankovní zárukou. Daňový úřad by měl jistinu na daň určit v takové výšce, která bude odpovídat potenciální míře zneužití systému DPH. Navrhovaná částka jistiny je minimálně 1 000 eur a maximálně 500 000 eur.



Podrobné informace o daňovém a celním systému v SR naleznete např. na webových stránkách Finanční správy SR [www.financnasprava.sk](http://www.financnasprava.sk) nebo [www.drsrc.sk](http://www.drsrc.sk). Aktuální informace o daňové správě SR přináší i další veřejné portály:

[www.dane.sk](http://www.dane.sk) nebo [www.podnikajte.sk](http://www.podnikajte.sk)

### **Velvyslanectví České republiky ve Slovenské republice**

Hviezdoslavovo nám 190/8, P.O. BOX 208, 810 00 Bratislava

#### **Obchodně ekonomický úsek:**

Tel: +421 2 5920 3323

e-mail: [commerce\\_bratislava@mzv.cz](mailto:commerce_bratislava@mzv.cz)

web: [www.mzv.cz/bratislava](http://www.mzv.cz/bratislava)

