



# Export do Vietnamu

**manuál pro exportéry**

Zastupitelský úřad ČR v Hanoji ©2012

Milan Vágner  
ekonomický rada

Vážení přátelé,

Vietnam je zemí, která nabízí obrovské možnosti pro české exportéry i investory. Samotný vietnamský trh má 90 mil. obyvatel, ale přístup na něj otevírá možnosti umístit své výrobky na celém trhu sdružení ASEAN, který čítá cca 600 mil. obyvatel a kde funguje oblast volného obchodu AFTA a od roku 2015 bude vytvořen společný trh.

Vietnam je zemí, která má bohaté přírodní bohatství (uhlí, ropa, plyn, měď, zinek, titan, bauxit), ale dosud nedobudovanou infrastrukturu dopravní i energetickou se zastaralými strojírenskými podniky. To jsou právě oblasti podnikání, kde české firmy umí celosvětově uplatnit své výrobky. Příležitost mají i potravinářské komodity, environmentální technologie a obory s vysokou přidanou hodnotou jako je ICT, biotechnologie a elektrotechnické výrobky.

Podnikání ve Vietnamu není jednoduché, existují zde byrokratická omezení i překážky obchodu nebo značná korupce, ale při troše trpělivosti je to trh perspektivní. Podnikat ve Vietnamu však vyžaduje jak osobní kontakt s obchodními partnery, tak pevné řízení a kontrolu všech pracovních procesů. Lze zde založit reprezentační kancelář či pobočku nebo nalézt vhodného zástupce, k čemuž lze využít i Vietnamce v minulosti pracující či studující v našich zemích.

Milan Vágner  
ekonomický rada  
ZÚ Hanoj





## ZHODNOCENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI VÝROBKU

Při vstupu na vietnamský trh si české firmy musí uvědomit, že zde panuje obrovská konkurence z celého světa od věhlasných evropských a nyní i amerických firem až po firmy z vyspělých asijských ekonomik jako je Korea a Japonsko. Pochopitelně jedním z největších konkurentů jsou čínské firmy, které se podbídnou (někdy i se státní podporou) cenou, přestože kvalita mnohdy pokulhává, ovšem i tento nedostatek oproti konkurenci z vyspělých zemí se rok od roku snižuje. V případě konkurence z vyspělých asijských zemí se český dodavatel zejména zařízení a technologií investičního charakteru bude potýkat s nabídkou úvěrových podmínek konkurence, o které nemůže ani snít.

Jednou z komparativních výhod českých firem ve Vietnamu je tradice bilaterálních hospodářských vztahů, početná komunita česky/slovensky hovořících odborníků žijících v zemi a stále povědomí o dobré kvalitě českých výrobků za dobrou cenu.

Proniknutí na místní trh vyžaduje mít správného zástupce či distributora, který má výborné kontakty do nejvyšších míst hospodářského i politického života země. Budování pevné pozice na trhu vyžaduje trpělivost a osobní přítomnost na trhu.

Z pohledu marketingového mixu je nutno brát v úvahu následující skutečnosti:

- 1) **Produkt:** z výše uvedeného je patrné, že je v oblasti JV Asie obrovská konkurence. Produkt či služba ze vzdálené České republiky musí mít proto velkou přidanou hodnotu. Český vývozce si proto při pronikání na místní trh musí položit několik otázek:

Je můj produkt skutečně originální, aby obstál na místním trhu, kde působí levná konkurence z Asie i high tech z vyspělých zemí?

Bude provedení a design výrobku odpovídat asijské/vietnamské mentalitě? Pozn.: např. obliba červené barvy je ve Vietnamu/Asii vyšší než v Evropě.

Jaké jsou světové trendy v daném oboru? Jsem schopen je následovat nebo dokonce překročit? Jsem na světové špici se svým výrobkem? Pozn.: k zodpovězení otázek poslouží SWOT analýza v daném segmentu a vytipování silných a slabých stránek mého výrobku.

Jsem schopen ochránit své know-how na vietnamském trhu? Pozn.: otázka IPR je v asijských zemích velmi citlivá a ochrana majitele patentu či ochranné známky není zajištěna, přestože existuje legislativní rámec v dané zemi.



- 2) **Price:** bude cena mého výrobku konkurenceschopná po započtení nákladů na dopravu a promotion, cla, popř. spotřební daně?

Z obchodního hlediska jsou ceny ve Vietnamu často tzv. zkažené, marže jsou minimální. Na druhou stranu je cenová hladina v regulované a ochranné ekonomice někdy vyšší než v jiných zemích. Např. cena mléčných výrobků, piva a některých dalších potravin a nápojů je v porovnání s Českou republikou přibližně dvojnásobná. Podobně je to s tzv. luxusním zbožím jako je značková kosmetika nebo křišťál. Pochopitelně vliv na to má i vysoké dovozní clo a spotřební daně u vybraných komodit.

- 3) **Place:** budu své výrobky s ohledem na jeho povahu nabízet jen v centrech obchodu nebo si vytvořím vlastní distribuční síť i pro další provincie?

Existuje povědomí, že 70% obchodu ve Vietnamu se realizuje v Hočiminově Městě (HCMC) a 30% ve zbytku Vietnamu. V každém případě existují 2 hlavní centra obchodu: Hanoj + přístavní město Haiphong na severu a Hočiminovo Město na jihu. Obě centra jsou od sebe vzdálena vzdušnou čarou více než 1000 km.

- 4) **Promotion:** jaké nástroje pro reklamu/promotion svého výrobku zvolím?

To je pochopitelně odvislé od prodávané komodity. Pro průmyslové výrobky je veletrh vhodnou příležitostí pro vstup na místní trh. Nelze však očekávat rozsah výstav, na které jsme zvyklí z Německa nebo i ČR z Brna. Hlavní exportní položkou ČR do Vietnamu jsou stroje, ale účast na strojírenských či všeobecných veletrzích se v minulosti neosvědčila. Doporučit lze spíše úzce specializované veletrhy či semináře typu ILDEX, Cosmobeaute, Food & Hotel Vietnam, Pharm & Healthcare atd. Cena za pronájem plochy na veletrhu vč. stánku se pohybuje okolo 400 USD/m<sup>2</sup>.

Pro vstup spotřebního zboží a potravin na místní trh je kromě veletrhu možné zvolit i propagační akci např. ve významném hotelu spojenou s degustací či prodejem komodity. Pronájmy se pohybují řádově okolo 20,- USD na osobu vč. občerstvení + pronájem techniky cca 400 USD,- + překlad (velmi kvalifikovaná osoba čeština/vietnamština 700 USD za den) + náklady na rozesílání pozvánek aj.





## JAK ZÍSKAT INFORMACE O TRHU A OBCHODNÍ KULTUŘE

Informace o trhu i obchodní kultuře lze získat jednak z českých, tak i mezinárodních zdrojů.

### 1) Internetové odkazy

#### a) české odkazy

- [www.mzv.cz/ekonomika](http://www.mzv.cz/ekonomika) (oficiální stránky MZV)
- [www.mzv.cz/hanoi](http://www.mzv.cz/hanoi) (velvyslanectví ČR v Hanoji)
- [www.export.cz](http://www.export.cz)
- [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz) (portál poskytující informace o aktuálních obchodních příležitostech, kde lze dohledat aktuální informace ze zastupitelského úřadu, vč. Souhrnné teritoriální informace)
- [www.mpo.cz](http://www.mpo.cz) (oficiální stránky Ministerstva průmyslu a obchodu)
- [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz) (stránka státní agentury na podporu exportu CzechTrade)

#### b) vietnamské odkazy

- [www.mpi.gov.vn](http://www.mpi.gov.vn) (Ministerstvo plánování a investic Vietnamu)
- [www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn) (Ministerstvo průmyslu a obchodu Vietnamu)
- [www.mt.gov.vn](http://www.mt.gov.vn) (Ministerstvo dopravy Vietnamu)
- [www.agroviet.gov.vn](http://www.agroviet.gov.vn) (Ministerstvo zemědělství Vietnamu)
- [www.mof.gov.vn](http://www.mof.gov.vn) (Ministerstvo financí Vietnamu)
- [www.sbv.gov.vn](http://www.sbv.gov.vn) (Státní banka Vietnamu Vietnamu)
- [www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn) (Hlavní statistický úřad Vietnamu)
- [www.evn.com.vn](http://www.evn.com.vn) (Vietnamská energetická společnost)
- [www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn) (Agentura Vietrade, státní TPO, informace o VN exportních příležitostech i možnostech investování v zemi)
- [www.vir.com.vn](http://www.vir.com.vn) (Vietnam Investment Review, týdeník spadající pod Ministerstvo plánování a investic VN s informacemi o aktuálních investičních příležitostech)
- [www.vccinews.com](http://www.vccinews.com) (Vietnam Business Forum, platforma k dialogu vlády s podnikatelskou komunitou místní i zahraniční)
- Nejdůležitější komory a asociace:

Viet Nam Chamber of Commerce and Industry (VCCI), [www.vcci.com.vn](http://www.vcci.com.vn)

Viet Nam Electronic Industries Association (VEIA), [www.veia.org.vn](http://www.veia.org.vn)

Viet Nam Software Association (VINASA), [www.vinasa.org.vn](http://www.vinasa.org.vn)

Viet Nam Association of Mechanical Industry (VAMI), [www.vami.com.vn](http://www.vami.com.vn)

Viet Nam Association of Seafood Exporters and Producers (VASEP), [www.vasep.com.vn](http://www.vasep.com.vn)

Handicraft And Wood Industry Association (HAWA), [www.hawa.com.vn](http://www.hawa.com.vn)



Viet Nam Leather and Footwear Association (LEFASO), [www.lefaso.org.vn](http://www.lefaso.org.vn)  
Viet Nam Textile and Clothing Association (VITAS), Email: [vitashn@hn.vnn.vn](mailto:vitashn@hn.vnn.vn)  
Viet Nam Plastics Association (VPAS), [www.vpas.vn](http://www.vpas.vn)  
Viet Nam Fruit Association (VINAFRUIT), [www.vinafruit.com](http://www.vinafruit.com)  
Viet Nam Steel Association (VSA), [www.vsa.com.vn](http://www.vsa.com.vn)  
Viet Nam Pulp and Paper Association (VPPA), [www.vppa.vn](http://www.vppa.vn)  
Viet Nam Association of Liquor, Beer and Beverage, [www.vba.com.vn](http://www.vba.com.vn)

Vietnam Food Association (VFA), [www.vietfood.org.vn](http://www.vietfood.org.vn)  
Viet Nam Banks Association (VNBA), [www.vnba.org.vn](http://www.vnba.org.vn)  
Viet Nam National Cement Association (VNCA), [www.vnca.org.vn](http://www.vnca.org.vn)  
Viet Nam Association of Small and Medium Enterprises (VINASME), [www.vinasme.vn](http://www.vinasme.vn)  
Viet Nam Building Ceramic Association (VIBCA), [www.vnceramic.org.vn](http://www.vnceramic.org.vn)  
Viet Nam Tourism Association (VITA), [www.vita.vn](http://www.vita.vn)  
Viet Nam Association of Construction Contractors (VACC), Email: [vacc@hn.vnn.vn](mailto:vacc@hn.vnn.vn)  
Viet Nam Pharmaceutical Companies Association (VNPCA), [www.vnpca.gov.vn](http://www.vnpca.gov.vn)

c) mezinárodní odkazy

- [www.delvnm.ec.europa.eu](http://www.delvnm.ec.europa.eu) (zastoupení Evropské komise ve Vietnamu)
- [www.eurochamvn.org](http://www.eurochamvn.org) (Evropská obchodní komora EuroCham ve Vietnamu)
- [www.vietnamlaws.com](http://www.vietnamlaws.com) (Phillips Fox Vietnam Laws Online)
- <http://news.vnanet.vn/vietnamlaw/> (Vietnam Law & Legal Forum)
- [www.worldbank.org/vn](http://www.worldbank.org/vn) (Světová banka ve Vietnamu)

d) Odborné semináře

V ČR odborné semináře organizují jak státní instituce (Ministerstvo zahraničních věcí, Ministerstvo průmyslu a obchodu, agentura CzechTrade), tak podnikatelské svazy a sdružení (Hospodářská komora, Svaz průmyslu a obchodu, International Chamber of Commerce. Asociace malých a středních podniků).

Velmi praktickou možností jak získat aktuální informace o obchodních a investičních příležitostech ve Vietnamu (i dalších zemích) je setkání s ekonomickým radou ZÚ Hanoj a ředitelem zahraniční kanceláře CzechTrade Hočiminově Městě, které pravidelně pořádá Svaz průmyslu a dopravy poslední červnový týden v Praze během výroční porady diplomatů pro ekonomické záležitosti českých zastupitelských úřadů.

Poslední realizované semináře o Vietnamu:

- 29.6.2012 Export – záchranná brzda v krizi, PS Parlamentu ČR, za účasti ekonomických diplomatů z vybraných zemí včetně Vietnamu

- 4.9.2012 Teritoriální setkání Vietnam, ICC, za účasti velvyslance M. Klepetka



Oba semináře byly využity k podpoře hospodářských (vývozních i investičních) vztahů mezi ČR a Vietnamem s důrazem na povýšení spolupráce do roviny transferu technologií a výměny know-how. Vietnam potřebuje modernizaci průmyslových podniků a výstavbu infrastruktury energetické i dopravní, navíc má bohaté přírodní zdroje. Proto české firmy mají možnost do země dodávat: energetická zařízení (parní, vodní, obnovitelné zdroje), těžební techniku, dopravní systémy, prostředky a jejich díly, ekologická zařízení (čističky vody, spalovny odpadu), průmyslové linky vč. pro zpracování zemědělských komodit (maso, ovoce, zelenina, ryby), balící stroje, obráběcí stroje, zemědělskou techniku a zavlažovací systémy. Vietnam se snaží rozvíjet obory s vyšší přidanou hodnotou jako je ICT, elektrotechnický a farmaceutický průmysl. Široká biodiverzita Vietnamu nabízí příležitosti v biotechnologiích.

#### **e) Specializované konzultační firmy**

Nabídka konzultačních firem je obrovská, výsledky spolupráce však nejsou vždy uspokojivé. Doporučujeme proto prvotní konzultaci se ZÚ Hanoj nebo zahraniční kanceláří CzechTrade v Hočiminově Městě. Pro úplnost uvádíme několik renomovaných právních kanceláří ve Vietnamu:

PricewaterhouseCoopers Vietnam, [www.pwc.com/vn/en/index.jhtml](http://www.pwc.com/vn/en/index.jhtml)

Phillips Fox Co., [www.hg.org/attorney/dla-phillips-fox-vietnam/41379](http://www.hg.org/attorney/dla-phillips-fox-vietnam/41379)

Vojan & Associates, [www.vovan-associates.com](http://www.vovan-associates.com)

Mayer Brown – JSM, [www.jsm.com](http://www.jsm.com), [www.mayerbrown.com/locations/Ho-Chi-Minh-City/](http://www.mayerbrown.com/locations/Ho-Chi-Minh-City/)

Vision & Associates Co., [www.vision-associates.com](http://www.vision-associates.com)

Baker and McKenzie, [www.bakermckenzie.com/Vietnam/](http://www.bakermckenzie.com/Vietnam/)

Duan Morfia Vietnam LLC, [www.duanemorris.com](http://www.duanemorris.com)

#### **f) Akviziční cesta do teritoria**

Tento způsob získávání informací je velmi efektivní, ale i finančně náročný. Proto doporučujeme před cestou do teritoria mít již udělaný „domácí úkol“ a zjistit si informace z dostupných zdrojů ještě před odjezdem, např. ze Souhrnné teritoriální informace, z portálu [businessinfo.cz](http://businessinfo.cz) nebo webstránek v bodě a) této kapitoly.

#### **g) Účast na veletrhu, výstavě či specializovaném semináři nebo v podnikatelské misi**

Přehled odkazů, kde získat informace o nejdůležitějších veletrzích, je uveden v kapitole 4, bod 2. Pokud se týká veletrhů, seminářů a podnikatelských misí, existuje několik druhů účasti s podporou státu:



a) oficiální účasti na výstavách a veletrzích organizovaných Ministerstvem průmyslu a obchodu ([www.mpo.cz](http://www.mpo.cz));

b) specializované výstavy a veletrhy dotované z evropských fondů, které zajišťuje Hospodářská komora ČR ve spolupráci s CzechTrade ([www.komora.cz](http://www.komora.cz));

c) účasti na výstavách, veletrzích a specializovaných seminářích, které organizují zastupitelské úřady ČR jako projekty ekonomické diplomacie s finanční podporou Ministerstva zahraničních věcí (pro rok 2013 ZÚ Hanoj uvažuje o projektu zaměřeném na zelené/ekologické technologie v září 2013);

d) účast v podnikatelské misi, která je pořádána Svazem průmyslu a dopravy nebo Hospodářskou komorou při příležitosti návštěvy vysokého státního představitele v dané zemi; obvykle je součástí programu i specializovaný seminář a matchmaking s firmami z partnerské země. Pozn.: ve dnech 19.-22. ledna 2013 je do Vietnamu a dalších zemí připravována cesta ministra průmyslu a obchodu v doprovodu podnikatelů; podrobnější informace na stránce Svazu průmyslu a dopravy <http://www.spcr.cz/mise/podnikatelska-mise-do-vietnamu-thajska-a-barmy>.

#### **h) Souhrnná teritoriální informace**

Pravidelně doplňovaný dokument poskytne ucelenou informaci o ekonomice teritoria i oborových příležitostech a působení českých subjektů v teritoriu vč. doporučení čeho se vyvarovat. Informaci lze najít na [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz), teritoriální informace.







## VSTUP PŘÍMO ANEBO V ZASTOUPENÍ

Vstup na místní trh je obdobný jako v řadě jiných zemí ve světě:

- a) S využitím místních zástupců nebo dovozců/distributorů;
- b) Prostřednictvím vlastního reprezentačního zastoupení (není považováno za formu přímé investice)
- c) Přímou investicí, která může mít různé formy:
  1. Výrobní kooperace (Business Cooperation Contract)
  2. Společný podnik (Joint Venture)
  3. Podnik se 100 % zahraniční účastí (100 % Foreign Invested Enterprise)
  4. BOT, BT a BTO (Build-Operate-Transfer, Build-Transfer, Build-Transfer-Operate)
  5. Nákup akcií, kapitálové příspěvky
  6. Slučování a akvizice podniků

Zahraníční firmy se na místním trhu obvykle etablojí zpočátku přes místního zástupce a pokud na základě důkladného průzkumu trhu zjistí reálnost své obchodní/exportní politiky, vytváří v zemi vlastní zastoupení formou reprezentační kanceláře nebo nejlépe vytvořením podniku se 100% zahraniční účastí, aby byly eliminovány případné snahy o ovlivňování ze strany vietnamských partnerů.

### **Ad a) Místní zástupce nebo dovozce/distributor**

Výběr vhodného vietnamského zástupce či dovozce je rozhodující pro úspěch podnikání. Znalost prostředí i neformální vazby mezi podnikateli i se státními úředníky jsou rozhodující. Vzhledem k tomu, že se většinou jedná o dlouholetou spolupráci, je třeba výběru partnerů věnovat mimořádnou pozornost. Při výběru VN zástupců je možno spolupracovat s Vietnamci podnikajícími v ČR (doporučujeme důkladně porvěřit kontakty), současně ZÚ Hanoj je schopen prostřednictvím svých místních kontaktů či na základě osobních zkušeností budoucího zástupce buď doporučit nebo ověřit.

**Zástupce/agent** získává za sjednaný obchod provizi, zatímco **dovozce či distributor** zboží přímo kupuje a s příslušnou marží prodává na místním trhu. Není doporučeno udělovat výhradní zastoupení ihned po navázání spolupráce; případná malá aktivita výhradního zástupce by českému vývozci uzavřela či znepríjemnila přístup na místní trh přes jiné zástupce. Zástupce se musí při výběru prokázat svými profesními zkušenostmi (případně licencí k provozování obchodní/podnikatelské činnosti) a dodat reference na své předešlé obchodní aktivity. Česká firma musí současně eliminovat případné střety zájmu s dosavadní činností agenta, aby např. nezastupoval konkurenci apod.

### **Ad b) Reprezentační zastoupení (RZ)**



Řada zahraničních firem zakládá ve Vietnamu své reprezentační zastoupení, jehož hlavním smyslem je „rozjezd“ plánovaného investičního projektu. RZ se nepovažuje za formu přímé zahraniční investice a podléhá zvláštním právním předpisům. Orgánem zodpovědným za vydávání licencí pro reprezentační zastoupení zahraničních firem ve Vietnamu je Ministerstvo průmyslu a obchodu VSR. Podmínky k udělení licence jsou uvedeny v Souhrnné teritoriální informaci Vietnam, kapitola 8.3., viz [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz).

RZ nesmí ve Vietnamu vykonávat výrobu ani obchod se zbožím či službami za účelem dosažení zisku a nesmí zastupovat zájmy jiných firem. RZ má právo pronajmout si prostory pro svou činnost a pro ubytování svých pracovníků, najímat místní pracovní sílu, otevřít si účet v místní měně a dovézt do Vietnamu veškeré zařízení a vybavení pro svou činnost, které však podléhá běžným dovozním předpisům a není osvobozeno od placení dovozního cla. RZ musí zasílat vždy v lednu roční zprávy o činnosti příslušným licenčním úřadům. Ty mohou kdykoli vyžadovat doplňující údaje.

### **Ad c) Přímá zahraniční investice**

Přímé zahraniční investice jsou regulovány investičním zákonem z roku 2005, který vytváří jednotné podmínky pro zahraniční investory na základě principů WTO a zahrnuje princip rovnoprávnosti konkurenčních příležitostí a podmínek (praxe ukazuje něco jiného). Anglický překlad zákona je možno najít na webových stránkách ZÚ Hanoj [www.mzv.cz/hanoi](http://www.mzv.cz/hanoi) v sekci Obchodní úsek.

Zahraniční investice ve Vietnamu jsou zákonem chráněny proti znárodnění a všem investorům je garantováno „spravedlivé a rovnocenné zacházení“, zahraniční investoři jsou oprávněni repatriovat své zisky do zahraničí. Zahraniční investoři mají právo pronajmout a využívat v souladu se schváleným podnikatelským záměrem vietnamskou půdu a vodní i mořskou plochu. V případě těžby nerostných surovin jsou pak povinni platit „daň z přírodních zdrojů“.

Každý projekt zahraniční investice musí být nejprve posouzen a schválen vietnamskými státními orgány a obdržet tzv. investiční licenci. Žádost o udělení investiční licence podává žadatel na Ministerstvu plánování a investic /MPI/, které ve spolupráci s příslušnými odbornými ministerstvy a orgány místní samosprávy projekt posuzuje. Projekty státního významu navíc podléhají schválení předsedou vlády. Výjimku tvoří banky a právní služby a zdravotnictví, kde spolurozhodují zodpovědná ministerstva.

Kromě MPI vydávají licence i odbory plánování a investic provinčních lidových výborů (podle jednotlivých provincií lze vyhledat na [www.mpi.gov.vn/portal/page/portal/mpi\\_en/44391](http://www.mpi.gov.vn/portal/page/portal/mpi_en/44391)) a řídicí výbory průmyslových zón, a to v závislosti na objemu a povaze zahraniční investice.

### **Možné formy přímých zahraničních investic:**

#### **1. Společný podnik (JV)**

JV je nejrozšířenější forma zahraničních investic ve Vietnamu a jejím prostřednictvím zde podniká více než 65 % zahraničních investorů. Minimální podíl zahraničního partnera na JV je



30 %, obvyklý poměr podílů však bývá 70-75 % ve prospěch zahraničního partnera, ve strategických oborech (infrastruktura nebo cementáren) však vietnamská strana požaduje minimálně 30-40 % podíl. Doba činnosti společného podniku se stanovuje na dobu určitou a až na výjimky nesmí přesáhnout 50 let. Kapitálový vklad zahraničního partnera může být tvořen finančními prostředky, strojním zařízením, nástroji, patenty, know-how nebo technickými službami. Vietnamský partner do podniku vkládá obvykle pozemky a výrobní prostory a zařízení. Může samozřejmě přispět i finančními prostředky, což ale v praxi není příliš obvyklé. JV je řízen správní radou (Board of Management) v níž jsou zastoupeny obě strany podle podílu na JV, ale vietnamská strana v ní musí mít minimálně 2 zástupce. Výkonné pravomoci mají správní radou jmenovaní generální ředitel a jeho náměstkové, přičemž generální ředitel nebo jeho první náměstek musí být vietnamský občan.

## **2. Podnik se 100 % zahraniční účastí**

V současné době činí kolem 30 % všech projektů zahraničních investic a je možno touto formou investovat prakticky do všech oblastí. Schvalovací proces investiční licence formou 100 % zahraniční účasti je delší a komplikovanější než u JV, ministerstva rovněž nerada schvalují odkup vietnamské části JV a jeho převod na 100 % zahraniční investici.

Přesto tuto formu investice ZÚ Hanoj jednoznačně doporučuje, neboť ve srovnání s JV má podstatné výhody: odpadají zdlouhavá a komplikovaná vyjednávání s VN partnerem, činnost podniku může být zahájena rychleji a podle vlastní volby, rozhodování o personálních otázkách, podnikové strategii, výběru obchodních partnerů atd. je zcela v rukou zahraniční firmy.

## **3. Výrobní kooperace**

Výrobní kooperace bývá realizována na základě dohody mezi zahraniční firmou a vietnamským partnerem s cílem vyrábět určité zboží nebo poskytovat služby (např. v textilním a obuvnickém průmyslu). Dohodou nevzniká nový subjekt, související legislativa je mnohem jednodušší než v obou předchozích případech. Jednodušší je i vlastní spolupráce mezi partnery, která probíhá podle vzájemně odsouhlasených pravidel. Dohoda o výrobní kooperaci však přesto podléhá schválení ze strany Ministerstva plánování a investic. I tato forma investice je praktičtější než JV.

Z důvodu jednoduchosti a kapitálové nenáročnosti je tato forma velmi vhodná pro menší projekty výrobní spolupráce nebo jako úvodní test místního partnera před rozsáhlejší investicí do založení společného podniku.

## **4. BOT, BT a BTO (Build-Operate-Transfer, Build-Transfer, Build-Transfer-Operate)**

Tyto investiční projekty se týkají budování infrastruktury (silnice, mosty, letiště, elektrárny a zařízení pro úpravu a dodávky vody). Délka těchto kontrahovaných projektů nesmí přesáhnout 50 let a určuje ji vietnamská vláda.

Organizací, která se ve Vietnamu zabývá správou přímých zahraničních investic, je Foreign Investment Agency (<http://fia.mpi.gov.vn>) při Ministerstvu plánování a investic, ale vliv na



umístění a schválení investice mají i provinční odbory pro investice a plánování.

Pozn.: Zakládání zastoupení nebo firmy ve Vietnamu vyžaduje hlubokou znalost místní legislativy, proto je firmám uvažujícím o vstupu na místní trh doporučeno využít služeb renomovaných právních nebo auditorských firem působících ve Vietnamu, např.: Pricewaterhouse Coopers Vietnam nebo Baker & McKenzie atd., viz. kapitola 2, bod 3.



## MARKETINGOVÁ STRATEGIE

Ve Vietnamu panuje silná mezinárodní konkurence, kde trh má svá specifika jako jsou tarifní i netarifní bariéry obchodu, státní zakázky, kontakty na správné „decision makers“ atd. Český vývozce musí tato specifika při vstupu na vietnamský trh akceptovat a přizpůsobit jim svoji marketingovou strategii, pokud se chce prosadit.

### 1) Průzkum trhu

České firmy mají možnost využít služeb zahraniční kanceláře CzechTrade v HCMC, případně služeb vietnamských či zahraničních firem etablovaných na místním trhu. Následuje výčet nejdůležitějších vietnamských a zahraničních firem, které poskytují služby související s průzkumem trhu :

- a) IDC Information Development Copany (dceřiná firma hospodářské komory VCCI), [www.vidc.com.vn](http://www.vidc.com.vn), [idc-hn@hn.vnn.vn](mailto:idc-hn@hn.vnn.vn)
- b) FTA Research & Konsultant, [www.ftaresearch.com/contact.php](http://www.ftaresearch.com/contact.php)
- c) VINALINK MEDIA, Market Research Division, [www.vietnamsurvey.com](http://www.vietnamsurvey.com), [vinalink@gmail.com](mailto:vinalink@gmail.com)
- d) Indochina Reasearch Copany, [www.indochinaresearch.com](http://www.indochinaresearch.com), [vietnam@indochinaresearch.com](mailto:vietnam@indochinaresearch.com)
- e) New Galaxy Marketing and Advertisement Ltd., Co, Email: [kinguyenmoi@hn.vnn.vn](mailto:kinguyenmoi@hn.vnn.vn)
- f) BBI Company – Traing and Consultancy Institute, [bbi-hanoi@netnam.vn](mailto:bbi-hanoi@netnam.vn)
- g) Vietnam Solution Ltd., Copany, [vietnamsolutions@yahoo.com](mailto:vietnamsolutions@yahoo.com)
- h) GFK Asia Ltd., Co, [www.gfkasia.com](http://www.gfkasia.com), [linh\\_vh@gfkvet.com.vn](mailto:linh_vh@gfkvet.com.vn)
- ch) Sovico Holdings Copany, [www.sovicoholdings.com](http://www.sovicoholdings.com), [infohanoi@sovicoholdings.com](mailto:infohanoi@sovicoholdings.com)
- i) AC Nielsen, [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

### 2) Účast na veletrzích a specializovaných výstavách

Přehled vhodných veletrhů je možno nalézt na stránce státní agentury pro podporu exportu Vietrade ([www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn)) nebo na stránkách nejvýznamnějších organizátorů veletrhů v zemi:



1. Vietnam Centre of Exhibition and Fair, [www.vefac.vn](http://www.vefac.vn)
2. The Vietnam International Trade Fair and Advertising, [www.vinexad.com.vn](http://www.vinexad.com.vn)
3. VCCI Exhibition Organization Com., Ltd, [www.vietchamexpo.com](http://www.vietchamexpo.com)

Místo k prezentaci na veletrhu je odvislé od komodity. Hanoj jako hlavní město má možnost přivést „decision makers“ z řad státních úředníků rozhodujících o státních zakázkách, naopak HCMC na jihu země je tradičním obchodním střediskem země.

Stejně jako u dalších asijských zemí platí pravidlo mít na stánku překladatele (z češtiny do vietnamštiny, což ve Vietnamu není problém), nabídnout katalogy ve vietnamštině nebo alespoň v angličtině. Pokud se týká exponátů, pokud to technický charakter umožní, je upřednostňována expozice hotového výrobku (možno nabídnout speciální „veletržní cenu“ a prodat na místě, aby se ušetřilo za dopravu zpět).

### **3) Branding produktu**

Vietnamci a Asijci obecně si potrpí na tradici, což souvisí i s historií firmy, s jejím věhlasem a síle. Západní výrobky jsou a priori spojovány s vyšší kvalitou (snad s výjimkou elektrotechniky), přestože výrobky z Koreje, Japonska a dalších zemí mají shodné či lepší parametry. České výrobky mají s ohledem na historické konsekvence velmi dobrý zvuk v oblasti spotřebního zboží i ve strojírenských technologiích.

### **4) Propagace a reklama**

I ve Vietnamu se prosazují moderní metody propagace a reklamy, mezi které můžeme zařadit Internet, televizní a rozhlasové spoty. Navíc ve Vietnamu je hojně využívána pouliční reklama s využitím bannerů (např. na sloupech osvětlení apod.), podél skromné sítě dálnic existují obrovské billboardy a pochopitelně funguje cenově přístupnější reklama a inzerce v novinách a časopisech (distribuce prospektů do poštovních schránek není běžná, což může být ovlivněno jinými než obchodními aspekty podnikání; v zemi existuje přísná kontrola obsahu reklamy). Výstavy a veletrhy jsou tradiční a stále velmi efektivní metodou propagace. Konkrétně ve Vietnamu připravuje ZÚ Hanoj účast na veletrhu zelených technologií v 9/2013.

#### Kontakt na vybrané reklamní firmy:

- Hai Van Event – Advertising and Commercial Co., Ltd, Email: [haivandesign@gmail.com](mailto:haivandesign@gmail.com), <http://www.haivanevent.com/en/>
- Unit Advertising Joint Stock Company, [uniad@uniad.com.vn](mailto:uniad@uniad.com.vn)
- Tin Phat Event management Co.,Ltd, [info@tinphat.com.vn](mailto:info@tinphat.com.vn), [tinphatad@gmail.com](mailto:tinphatad@gmail.com), <http://tinphat.com.vn>, [tinphat.vn](http://tinphat.vn)
- PONAGAR T&M, [info@ponagar.com.vn](mailto:info@ponagar.com.vn), <http://media.ponagar.com>
- Royal International Event, [lienhe@tochucsukien.com](mailto:lienhe@tochucsukien.com), [www.tochucsukien.com](http://www.tochucsukien.com)
- 4HMEDIA, [www.4hmediavn.com/en.html](http://www.4hmediavn.com/en.html)
- VASC Software and Media Company, [www.vasc.com.vn](http://www.vasc.com.vn)
- Bac Thang Long Media, Bac Thang Long Holdings, [info@bacthanglongmedia.com](mailto:info@bacthanglongmedia.com), <http://bacthanglongmedia.com/contact.html>



- IMJ International Media, <http://bienquangcao.org>  
-GTO Media, [info@media-gto.com](mailto:info@media-gto.com), <http://media-gto.com/>

## 5) Uvedení na trh

Tady platí obecná pravidla marketingu jako v jiných zemích. Ve Vietnamu je však kladen větší důraz na brandname, značku. Jeden český obchodník prohlásil: „Ve Vietnamu se neznačkové věci prostě nenesí“ – byť se mnohdy jedná o pouhé napodobeniny. Značkou je třeba i francouzské víno nebo české či německé pivo, české sklo.

Jak již zaznělo několikrát, velmi důležitý je osobní kontakt mezi prodávajícím a kupujícím. Jednání s Vietnamcem či Asiatem má svá specifika, obchod se nesmí „uspěchat“. Pozvání na pracovní večeři či oběd patří k rituálu souvisejícímu s obchodem, mnohdy konkrétnímu jednání o zboží předchází společenská konverzace o rodině (i když tento v minulosti uznávaný prvek vyjednávání studiem na zahraničních universitách i u Vietnamců opadá).

Prodávající při uvedení na trh musí zvolit správnou cenovou strategii opřenu o důkladný průzkum trhu. Výrobek nesmí být příliš levný oproti konkurenci (to vyvolává podezření). Metody uvedení na trh již byly popsány v kapitole 1.



## DOPRAVA ZBOŽÍ

Pro dopravu zboží do Vietnamu připadají v úvahu pouze letecká nebo námořní doprava.

### Námořní doprava:

Výhoda: levnější cena za přepravu, velkoobjemová přeprava  
Nevýhoda: délka přepravy

Přestože Vietnam má více než sto přístavů, k mezinárodní přepravě je možno využít prakticky jen následující přístavy. Na jihu země je to Saigon Port (HCMC) a moderní Cai Mep, na severu země Haiphong a nová báze v Cai Lan. Pro dopravu do středního Vietnamu lze využít Danang. Až na výjimky nejsou uvedené přístavy s ohledem na technické podmínky obsluhovány napřímo, ale s využitím překládky přes Hong Kong, Singapur či malajsijský Tanjung Pelapas, což plavbu prodlužuje.

Délka plavby vč. překládky: 35 – 42 dní, Saigon Port 28-30 dní.

Cena:

- 500 kg/1,5 cbm, CFR Haiphong	350 USD
- 20' kontejner, CFR Haiphong	1 640 USD
- 40' kontejner, CFR Haiphong	2 485 USD



Přepravce se zastoupením v ČR i ve Vietnamu: DACHSER, [www.dachser.cz](http://www.dachser.cz)

Další přepravce se zkušenostmi s Vietnamem: FARMTRANS a.s. Praha, [www.farmtrans.cz](http://www.farmtrans.cz)

### **Letecká doprava:**

Výhoda: rychlost

Nevýhoda: vysoká cena, nelze přepravovat velkoobjemové zboží

Vietnam má 9 mezinárodních letišť (Hanoi, HCMC, Danang, Nha Trang, Haiphong, Cantho, Chulai, Dalat, Hue). 85% kapacit letišť vč. mezinárodní dopravy se soustřeďuje na letiště v Hanoji, HCMC a Danangu.

Z Prahy neexistuje přímé spojení, ale k letům lze využít Vietnam Airlines přes Paříž, dále Lufthansu, Air France/KLM, Emirates, Etihad, Korean Air, Turkish Airlines. Pro kargo přepravu je vhodné trasování přes západoevropská letiště (Paříž, Frankfurt) nebo přes Koreu (Seoul), kam létá z Prahy pravidelná kargo linka.

Dálka přepravy s minimální jednou překládkou je u expresního zboží 48 hodin u standardu 5 dnů.

Cena: - 500 kg, CPT Hanoi 1 770 USD

### **Celní předpisy**

Nejsou ve Vietnamu nijak odlišné od sousedních zemí, oficiálně mají napomáhat rozvoji mezinárodní směny a především podporovat výrobu a export ze země. Problematickým bodem je celní služba (více na severu), neboť zboží je na vstupu do země převedeno do dočasného uskladnění a další procedura může trvat až 30 dnů, teprve po úhradě cla a daně je zboží uvolněno. Potřebné dokumenty pro dovoz:

- Celní dovozní přihláška
- Dovozní licence (je-li pro danou komoditu vyžadována)
- Kopie obchodní smlouvy
- Obchodní faktura a balicí list
- Nákladní či náložný list
- Osvědčení o původu (je-li pro danou komoditu vyžadováno)
- Další zvláštní dokumenty: země uplatňuje zákazy na dovoz obalů ze surového dřeva dle dohody ISPM15 a ošetření dřevěného obalu musí být doloženo.

Veškeré **vyvážené zboží podléhá celní kontrole**, jejíž intenzita závisí na rozhodnutí celního úřadu. Teprve po provedené celní kontrole může být zásilka naloděna či odeslána letecky do zámoří. Potřebné dokumenty pro vývoz:

- Vývozní celní prohlášení
- Vývozní licence (týká se zboží podléhajícího licenčnímu řízení)
- Balicí list
- Osvědčení o původu (je-li v zámoří vyžadováno) Zvláštností v námořním exportu je hojně použití FIATA B/L.



**Zákazy dovozu:** zbraně, střelivo, výbušniny a válečný materiál (u těchto komodit je dovoz pro státní instituce upraven zvláštním režimem), starožitnosti, jedy, produkty ohrožující národní kulturu, ohňostroje, hračky narušující mravní výchovu a národní bezpečnost, použité spotřební zboží, cigarety, dopravní prostředky s pravým řízením, motocykly se zdvih. objemem přes 175cm<sup>3</sup>.

**Zákazy vývozu:** živé rostliny a zvířata včetně zárodků, publikace a videonosiče podléhající kontrole, atd.

Vietnam není dosud členem příslušné úmluvy o použití ATA karnetu pro dočasný dovoz (průvoz) do země. Pro dočasné dovozy ne delší než 90 dnů (nově 45 dní) se nabízí zvláštní režim, vztahující se především na zásilky na výstavu, vratné vybavení zahraničních investic, dopravní prostředky s krátkodobým postojem v zemi (včetně námořních kontejnerů), živá zvířata, automobily pro osobní potřebu. Dočasně dovezené zboží musí být opatřena zvláštním povolením vydaným orgánem příslušným k dané komoditní skupině. Zboží lze reexportovat po částech či najednou; prodej či bezúplatný převod (dar) dočasně dovezeného zboží (např. automobilů) je možný pouze v rámci příslušného omezení a příslušně licencované osobě proti úhradě cla a daně.

**Informace o celních sazbách lze najít na následujících stránkách:**

[www.customs.gov.vn/Lists/BieuThue2012/TraCuu.aspx](http://www.customs.gov.vn/Lists/BieuThue2012/TraCuu.aspx)

[www.customs.gov.vn/default.aspx](http://www.customs.gov.vn/default.aspx) (Files, HS ...)

[www.hssearch.net](http://www.hssearch.net) (HS nebo „Bieu...2012“)

**Kontakt na místní celní úřady:**

[www.customs.gov.vn/Lists/HaiQuanVietNam/HaiQuanDiaPhuong.aspx](http://www.customs.gov.vn/Lists/HaiQuanVietNam/HaiQuanDiaPhuong.aspx) (stránka je ve vietnamštině a poskytuje kontaktní adresy a telefony/faxy na celní úřady po celé zemi)

**Velvyslanectví České republiky ve Vietnamu**

13 Chu Van An, Hanoi

**Telefon** +844/ 3 8454131-2

**Fax** +844/38233996

**E-mail** [Commerce.Hanoi@mzv.cz](mailto:Commerce.Hanoi@mzv.cz)

**Web:** [www.mzv.cz/hanoi](http://www.mzv.cz/hanoi)

