



Velvyslanectví České republiky v
Jakarta



Indonésie - exportní příležitosti

Jakub Černý, ZÚ Jakarta

13. 12. 2017



Tematické okruhy

1. Indonésie - ekonomická situace
charakteristika teritoria
2. Příležitosti ve vybraných oborech
3. Důležité kroky při vstupu na trh
4. Jak se dělá business v Indonésii
5. Otázky na závěr

Motto:

*Indonésie není pro každého, ale když se
snaha zúročí, úspěch stojí za námahu.*





Základní parametry Indonésie

- Největší trh v rámci ASEAN, 16. ekonomika světa, člen G-20
- 260 mil. obyvatel s rostoucí životní úrovní, odhadem 10 mil. skutečně bohatých
- 17,5 tisíce ostrovů; centrální ostrov Jáva: 140 mil. lidí na 130 tis. Km²
- Nejlidnatější muslimská země (87 %), ale také křesťanství (10 %), hinduismus aj.





Charakteristika hospodářství Indonésie

- dynamicky rostoucí ekonomika – 5,1% růst HDP odhad pro rok 2017
- 2016 návrat k růstu po 5 letech, v současnosti na hraně maximálního potenciálu
- financování dalšího růstu - výběr daní nebo zahraniční investice (FDI)
- ambiciózní plány rozvoje infrastruktury – podmínka dalšího rozvoje
(35GW elektriny, 2200 km železnic a 500 km železniční rychlodráhy, metro v
 Jakarta, 50 nových letišť, stovky km dálnic, tisíce km silnic, stovky nemocnic)
- domácí spotřeba – tradiční základna tvorby HDP - 55% (roste podíl dovozů)



Charakteristika hospodářství Indonésie II.

- tradičně silný protekcionismus a snaha o soběstačnost
- přetlačování liberálů s tradicionalisty; volby 2019
- ozdravení státních financí – úspěšná deregulace cen komodit (pokles kupní síly obyvatel a snížení spotřeby na tvorbě HDP)
- zvýšení objemu FDI; snaha o zjednodušení vstupu na indonéský trh – Index EODB v roce 2017 skok z 91. na 72. příčku (pragmatické sledování hodnocených parametrů; faktické zhoršení podmínek v podobě netarifních bariér a byrokratických překážek)
- silná role státu - nejen regulace ale i státní podniky (*SOE - State Owned Enterprise*)
- regiony s autonomními pravomocemi – de iure nebo de facto
- nepřehledné a nepředvídatelné regulatorní prostředí
- zbytnělá byrokracie, vyspělá úroveň korupce





Oborové charakteristiky ekonomiky Indonésie

- export surovin - ostrovní země s obrovskými zásobami přírodních zdrojů na pevnině i v mořském prostoru (ropa, plyn, uhlí, nikl, měď ale také palmový olej, kaučuk, dřevo)
- zemědělství - tradiční, zaměstnává přes třetinu obyvatel, generuje asi 14% HDP, motto: snaha o soběstačnost
- průmysl – rozvíjí se, zaměstnává přes 20% obyvatel, generuje asi 40% HDP, snaha o přidanou hodnotu, snaha o domácí výrobu
- služby – tradiční ale rychle se modernizuje a digitalizuje, zaměstnává asi 45% obyvatel, generuje zhruba 46% HDP

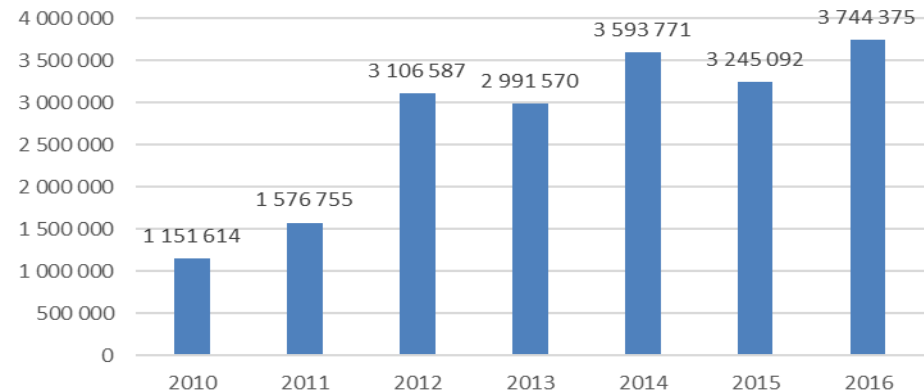




Vzájemný obchod ČR - Indonésie

- v roce 2016 vyvezly české firmy zboží za 3,7 mld. Kč; nejúspěšnější rok v za poslední období
- dovoz z Indonésie v roce 2016 dosáhl 7,8 mld. Kč
- od roku 2010 do 2014 se výrazně zlepšilo záporné saldo obchodní bilance.
- indonéské statistiky naopak evidují deficit v bilanci na své straně (země původu, reexporty)
- Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Indonéské republiky o podpoře a ochraně investic, 1998
- EU – jednání CEPA *Comprehensive Economic Partnership Agreement*

Vývoz do Indonésie v CZK (tis.)



2016

- Buničina
- Stroje a zařízení
- Sloučeniny dusíkové
- Přístroje elektrické
- Parní turbíny



Sektorové příležitosti

- **energetika** – tradiční, zelená, engineering, produktovody, sítě
- **těžba** - těžební technika
- **dopravní infrastruktura** - železniční, silniční, letecká, námořní, městská
- **zdravotnictví** - zařízení, farmacie
- **vodní a odpadové hospodářství** – čističky, spalovny, „waste to energy“
- **chemický a potravinářský průmysl**
- **obrný průmysl**
- **strojírenství**
- **digitální technologie** - ICT, eCommerce, Fintech, Cyber security
- **luxus**





Doporučené kroky při vstupu na trh I

...a s čím můžeme pomoci

Indonésii je nutné si prožít, osobně poznat. Klíčem k úspěchu je nalezení správného partnera.

- oficiální návštěva, styková akce s podnikatelským doprovodem
- PROPED – možnost seznámení s trhem, první smysluplné kontakty;
- samostatná cesta firmy, nebo firem – dílčí podpora při přípravě plánu a schůzek
- EU a podpora exportu – EU Gateway / Business Avenues
- EU Novumm projekty – v gesci CzechTrade
- rozvojové projekty – ČRA – B2B, Aid For Trade



Doporučené kroky při vstupu na trh II.

...a s čím můžeme pomoci

Koordinace a úzká spolupráce s CzechTrade Jakarta (B2G vs. B2B)

- základní analýza a průzkum trhu, konkurence
- stanovení alespoň základní cíle a jak k nim dospět (vč. rozpočtu na dané aktivity)
- vyhledání obchodních partnerů
- ověření obchodního partnera
- účast na veletrhu – pomoc při zajištění schůzek
- zajištění networkingových seminářů, kulatých stolů.
- dlouhodobá asistence – ušetření nákladů na průběžnou komunikaci s místními partnery (oprašování vztahů a komunikace)



Doporučené kroky při vstupu na trh III.

...a co můžeme poradit

Do Indonésie je nutné se vracet, budovat a prohlubovat obchodní a osobní vztahy

- zdaleka ne všechny kontakty někam povedou, tím spíše ty rychle a snadno získané
- v případě větší firmy nebo instituce, je třeba se prokousat hierarchií a zrcadlit hierarchii i na své straně, hierarchie odpovídá fázi jednání
- drobné zdvořilosti, hierarchie, klid a rozvaha, vizitka oběma rukama, Bahasa
- kvalitní kontakty je nutné opečovávat a udržovat, jsou klíčem k budoucímu

...s čím počítat a na co si dávat pozor

- změny na poslední chvíli, rušení domluveného, zpoždění
- dobrý pocit ze schůzky, nemusí v praxi ještě automaticky znamenat úspěch, dokonce ani uzavřená smlouva...
- alkohol, šortky, krátké sukně



Doporučené kroky při vstupu na trh IV.

...a kdo další může poradit a poskytnout informační zdroje

- **Eurocham** – komora sdružující evropské firmy a národní obchodní komory v Indonésii (www.eurocham.id)
- **KADIN** – hospodářská komora Indonésie, Partner HK ČR, středoevropská sekce (www.kadin-indonesia.or.id)
- **EIBN** – EU-Indonesia Business Network, projekt financován z fondů EU, pro podpora vstupu evropských firem na indonéských trh, částečně zdarma vs. dotované poplatky (www.eibn.org)
- Specializované regionální projekty podpory – např. **South-East Asia IPR SME Helpdesk** – poradenství malým a středním evropským firmám v otázkách práv duševního vlastnictví; pro celý region JV Asie
- **Cekindo Business Group** – profesionální poskytovatel služeb - zakládání a správa firem, registrace produktů, účetnictví aj. (<http://www.cekindo.com>)



Podnikání a obchodování – zakotvení na trhu

Založení firmy a podnikání vs. fungování prostřednictvím distributora

- zahraniční investice mandatorně aprobuje BKPM (úřad pro koordinaci investic), nejde o další byrokratické úskalí, snaha zkvalitnit a zlepšit prostředí pro investory
- přímá investice skrze entitu založenou podle indonéského práva
 - a) pobočka zahraniční společnosti s vlastní subjektivitou (KPPA)
 - b) zastoupení zahraniční společnosti „Representative Office“ (K3PA)
 - c) společnost s ručením omezeným (PT PMA)
- distributor a nepřímé působení na trhu je nejčastější v případě obchodování se zbožím a produkty, **Pozor na (nechtěnou) exkluzivitu místnímu distributorovi !**



Podnikání a obchodování - negativa

- dlouhý seznam překážek vstupu na trh
- negativní investiční seznam - výčet jednotlivých oborů s uvedením poměru domácího a zahraničního kapitálu.
- restrikce dovozu (mléčné výrobky, textil, alkohol – 230%, pneumatiky „halal“, restrikce vývozu
- požadavek využití domácí práce a produkce, transfer technologií a výroby
- přijetí zákona o garanci HALAL produktů
- registrace potravin, kosmetiky a léčiv určených k prodeji na místním trhu – lhůty pro obdržení registrace od národního úřadu (BPOM) jsou neúměrně dlouhé.
- požadavek na použití speciálních forem balení při přepravě zboží
- značení potravin - štítky musí být napsány v indonésčém jazyce, označení „NEHALAL“
- nedostatečná infrastruktura, nízká produktivita práce a úroveň vzdělání
- kulturní a jazyková bariéra



Ministerstvo zahraničních věcí
České republiky



Co o nás říkají sami Indonésané?

- Máte zajištěno exportní financování?
- Známe motorku Jawa
- Neprodávejte nám jen zboží, ale investujte a spolupracujte jako Němci, Japonci, Nizozemci, Američané
- Když budete mít dobrou cenu, tak není problém. O kvalitě víme, že je dobrá.
- Musíte být více vidět. Ne jen rozdat katalogy a už se neukázat
- Slováci, Lotyšši a Finové jsou mnohem agresivnější
- Čechoslováky máme rádi – jste odborníci a dobří inženýři





Možnosti pro všechny, šance jen pro připravené

- příležitosti leží na zemi, ale sebrat je, není jednoduché nebo automatické
- nikdo na nás nečeká, aktivní přístup je podmínkou naděje
- komplexní řešení a dlouhodobější vazby než jednorázové prodeje
- financování a zajištění výhodného úvěru je u větších projektů klíčové
- je třeba usilovat o kompetitivní nabídky ke konkurenci z jiných zemí



Ministerstvo zahraničních věcí
České republiky

Děkuji za pozornost a těším se na Vaše dotazy!

Jakub Černý
+62 811 1941 263
jakub_cerny@mzv.cz