

Turecký trh je velmi perspektivní

Redakce Technického týdeníku představí na počátku léta české firmy na stále atraktivnějším tureckém trhu. Aktivní pomoc našim firmám na tomto dynamicky se rozvíjejícím ekonomickém teritoriu dlouhodobě poskytuje Česko-turecká smíšená obchodní komora. Nad některými aspekty česko-turecké ekonomické a vědeckotechnické kooperace se s námi zamýšlel předseda jejího představenstva JUDr. Aleš Eppinger:

Jaké je poslání Česko-turecké smíšené obchodní komory a jakým aktivitám napomohla v posledním období?

Česko-turecká smíšená obchodní komora je nezisková organizace, zřízená se souhlasem Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Hlavním účelem existence komory je navazovat a rozvíjet hospodářské styky mezi Českou republikou a Tureckem. Komora není sektorově vyhraněná, byť musím připustit, že nejvíce členů se rekrutuje z oblasti strojírenství a energetiky.

Naše komora je díky své unikátní struktuře (kanceláře v Praze a Istanbulu) ideální platformou pro realizaci česko-tureckých podnikatelských aktivit, neboť disponujeme nejen specifickým know-how (včetně znalostí právního prostředí a negociačních praktik), ale

i jazykovým, personálním a logistickým vybavením.

Naše komora v poslední době úspěšně doprovází zejména české firmy při expanzi na turecký trh. Jedná se o větší strojírenské projekty, o zakládání dočasných společností, o vyhledání vhodných kandidátů na pozici „country manager“ pro Turecko atd.

Jak hodnotíte zájem a dosažené výsledky českých podnikatelských subjektů uplatnit své výrobky a služby na tureckém trhu?

Všem českým firmám, které nás vyhledají s přáním expandovat do Turecka, vždy na úvod říkáme, že turecký trh je sice velmi perspektivní, ale bohužel pro naši středoevropskou mentalitu krajně specifický. Bez znalostí lokálních reálií, tureckého jazyka, negociační strategie, ale i samotné mentality tureckých obchodních partnerů mohou končit i dobré podnikatelské plány obchodním krachem a osobní frustrací. Obecně platí, že je mnohem snazší targetovat na tureckém trhu obchodního partnera pro import zboží a služeb do ČR než naopak.

Je potěšitelné, že Česká republika má v Turecku v některých průmyslových odvětvích stále velmi dobrý zvuk a těží z historické spolupráce tamějších subjektů s tehdejšími Československem. To platí zejména pro

strojírenské výroby, zemědělské stroje, automobily a energetické celky. Toto tradičně dobré jméno českých firem je však třeba dále budovat, a to s přihlédnutím na měnící se investiční prostředí na tureckém trhu.

Pokud české podniky navazují na ekonomické a vědeckotechnické styky s tureckými partnery, jaká legislativní, věcná, organizační a jiná specifika musí při tom respektovat?

Především si třeba uvědomit, že Turecko prozatím není součástí EU. Z toho mj. vyplývá fakt, že dosud ani zdaleka nedošlo k implementaci příslušné evropské legislativy – zejména v oblasti veřejných zakázek, ochrany spotřebitelů atd. Na jedné straně to může přinášet výhody v tom smyslu, že není třeba plnit mnohdy přehnaně přísná či byrokratická nařízení evropské legislativy, která vzájemný obchod spíše brzdí. Na straně druhé se však lze setkat s odchylnými a pro naše středoevropské pojetí práva těžko pochopitelnými pravidly a způsobem jejich interpretace a dodržování.

V každém případě bych velmi doporučil vždy před započetím konkrétních obchodních aktivit v Turecku spojit se s někým, kdo již příslušnými specifickými znalostmi lokálního trhu disponuje.

Dopady globální ekonomické krize se přirozeně nevyhnuly ani dynamické turecké ekonomice. Jak hodnotíte její další vývojové tendence? Jaké zbožíové komodity české provenience mají podle vás největší vyhlídky pro aktuální či dlouhodobé uplatnění na tureckém trhu?

Turecká ekonomika v posledních 5–7 letech vykazuje nebývalou konjunkturu. Kupříkladu růstem HDP v několika předchozích obdobích předčila dokonce i čínskou ekonomiku, mnohými evropskými politiky tolik vydávanou za cíl.

Ano, je pravda, že globální ekonomická krize se nevyhnula ani Turecku. Nicméně po drobném zakolísání v roce 2009 turecká ekonomika momentálně konzistentně roste a celosvětově se řadí na 16. místo (v Evropě na 6. místo za Německo, Velkou Británii, Francii, Itálii a Španělsko). Aktuální čísla HDP atakují 9procentní růst s mírně pozitivním střednědobým výhledem.

Z českého pohledu jsou vysoce konkurenceschopné tradiční komodity z oblasti strojírenského a automobilového průmyslu a energetické investiční celky. Rád bych zmínil i výrobky s vysokou přidanou hodnotou a specifické služby, kupř. IT produkty. Každopádně: turecký trh s téměř 80 000 000 spotřebitelů je pro všechny české exportéry velká výzva. ■

/lav/

České firmy na tureckém trhu

chce aktuálně představit také Technický týdeník, a to ve spolupráci se svými tamějšími partnery z odborných médií. Pokud máte zájem prezentovat své produkty a služby na velkém a dynamicky se rozvíjejícím tureckém trhu, kontaktujte naši redakci (Nádražní 32, 150 00 Praha 5), Ing. Tamaru Raidovou či Ing. Jaromíra Milického (viz tiráž časopisu).



Çek-Türk ticari ilişkileri

8