

**UNIVERZITA PARDUBICE
DOPRAVNÍ FAKULTA JANA PERNERA**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

Barbora Koníčková

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Vstup vybraného dopravce na zahraniční trh

Barbora Koničková

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Barbora KONÍČKOVÁ**
Osobní číslo: **D07019**
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**
Studijní obor: **Technologie a řízení dopravy-Logistické technologie**
Název tématu: **Vstup vybraného dopravce na zahraniční trh**
Zadávací katedra: **Katedra technologie a řízení dopravy**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Úvod

1 Analýza možností podnikání českých subjektů v zahraničí

2 Podmínky a postup ke zřízení dceřiné společnosti JIPET logistik s.r.o.

3 Zhodnocení vstupu vybraného dopravce včetně návrhů na posílení pozice na zahraničním trhu

Závěr

Rozsah grafických prací: 2-3
Rozsah pracovní zprávy: 30-40
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

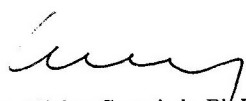
- (1) JANATKA, F. et al. Dceřiné firmy. Vydavatelství ASPI a.s, Praha, 2005. 200 s ISBN 80-7357-068-8
- (2) Zřízení společnosti v zahraničí. Businessinfo: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. 2001 [cit. 2009-11-12]. Dostupný z WWW: <www.businessinfo.cz>.
- (3) PAVLÍČEK, F., KLEPRLÍK, J., BRÁZDOVÁ, M. Technologie a řízení dopravy IV : Silniční doprava. Universita Pardubice, 1999. 142 s. ISBN 80-7194-182-4

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Nachtigall**
Katedra technologie a řízení dopravy

Datum zadání bakalářské práce: **1. února 2010**
Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2010**


prof. Ing. Bohumil Culek, CSc.
děkan

L.S.


prof. Ing. Václav Cempírek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 1. února 2010

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle §60 ods. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 19. května 2010

Barbora Koníčková

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá problematikou vstupu společnosti JIPET logistik s.r.o. na zahraniční trh. Součástí práce je postup zřízení a volba umístění dceřiné společnosti, včetně legislativního rámce vztahujícího se k danému tématu. Na závěr bylo provedeno celkové zhodnocení vstupu společnosti na zahraniční trh na základě provedených analýz a faktorů působících na společnost. Cílem se stala eliminace faktorů, které byly ohodnoceny jako negativní s návrhem na posílení současné pozice zvýšením konkurenceschopnosti.

KLÍČOVÁ SLOVA

dceřiná společnost, dopravce, eurolicence, zahraniční trh, konkurence.

TITLE

Entering of the Selected Transport Company on Foreign Market

ANNOTATION

The bachelor thesis deals with problematic of entering of JIPET logistik, s.r.o., company on foreign market. There belongs a procedure of establishment and location of subsidiary company including legal framework. At the conclusion has been made an evaluation of proposed entering on the basis of deep analysis and SWOT analysis. The main goal was in elimination of negative factors with achievement of higher competitive strength.

KEYWORDS

subsidiary, carrier, eurolicence, foreign market, competition

Na tomto místě bych chtěla poděkovat pracovníkům společnosti JIPET logistik, s.r.o., kteří mi poskytli čas, potřebné informace a podklady k vypracování bakalářské práce. Dále vedoucímu bakalářské práce Ing. Petru Nachtigallovi Ph.D. za pravidelné konzultace, odborné vedení a připomínky při jejím zpracování.

Barbora Koníčková

OBSAH

ÚVOD	9
1 ANALÝZA MOŽNOSTÍ PODNIKÁNÍ ČESKÝCH SUBJEKTŮ V ZAHRANIČÍ.....	10
1.1 Právní úprava volného pohybu služeb a svobody usazování.....	10
1.1.1 Volný pohyb zboží	10
1.1.2 Volný pohyb osob.....	10
1.1.3 Volný pohyb služeb	11
1.1.4 Volný pohyb kapitálu a plateb.....	11
1.2 Zahraniční trh.....	11
1.3 Formy vstupu na mezinárodní trh	12
1.3.1 Forma provozovny.....	12
1.3.2 Forma odštěpného závodu	13
1.3.3 Forma dceřiné společnosti	13
1.4 Právní formy podnikání v EU	14
1.4.1 Akciová společnost a ekvivalenty v EU	15
1.4.2 Společnost s ručením omezeným a ekvivalenty v EU.....	16
1.5 Povolení k vykonávání mezinárodní přepravy zboží	17
1.5.1 Eurolicence	17
1.5.2 Koncesní listina	17
2 PODMÍNKY A POSTUP KE ZŘÍZENÍ DCEŘINÉ SPOLEČNOSTI JIPET LOGISTIK S.R.O.	18
2.1 Popis mateřské společnosti JIPET logistik, s.r.o.	18
2.2 Postup ke zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH	19
2.3 Podněty zřízení dceřiné společnosti	20
2.4 Finanční náklady	21
2.5 Volba trhu	22
2.5.1 Konkurence.....	22
2.5.2 Analýza přeprav.....	23
2.5.3 Zákazníci	24
2.6 Analýza faktorů ovlivňující vstup na zahraniční trh	24
2.6.1 Pozitivní faktory	25
2.6.2 Negativní faktory	25
2.6.3 Celkové zhodnocení	26

2.7	Právní předpisy k zřízení dceřiné společnosti v SRN.....	26
2.7.1	Kontaktování Obchodní a průmyslové komory.....	26
2.7.2	Uzavření společenské smlouvy formou notářského zápisu.....	27
2.7.3	Otevření bankovního konta a vložení základního jmění	27
2.7.4	Žádost o zápis do živnostenského rejstříku	27
2.7.5	Zápis společnosti do obchodního rejstříku	28
2.8	Zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH v SRN	28
2.8.1	Organizační struktura JIPET Spedition GmbH	29
2.8.2	Dispečink společnosti JIPET Spedition GmbH.....	29
2.8.3	Vozový park společnosti JIPET Spedition GmbH	30
3	ZHODNOCENÍ VSTUPU VYBRANÉHO DOPRAVCE VČETNĚ NÁVRHŮ NA POSÍLENÍ POZICE NA ZAHRANIČNÍM TRHU	31
3.1	Zhodnocení zvoleného trhu a lokality umístění JIPET Spedition GmbH.....	31
3.1.1	Zhodnocení zvoleného trhu	31
3.1.2	Zhodnocení lokality umístění	33
3.1.3	Celkové zhodnocení	34
3.2	Návrh na posílení pozice na zahraničním trhu a eliminace faktorů ohodnocených negativně.....	37
3.2.1	Nabídka lepších služeb v oblasti poskytování informačních zdrojů během přepravního procesu.....	38
3.2.2	Zřízení pozice „ Obchodního MANAGERA“	41
	ZÁVĚR.....	43
	SEZNAM INFORMAČNÍCH ZDROJŮ	45
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	46
	SEZNAM TABULEK	47
	SEZNAM PŘÍLOH	48
	SEZNAM ZKRATEK.....	49

ÚVOD

Nezbytnost zapojení firmy do mezinárodních podnikatelských sítí je předurčeno jak charakterem české ekonomiky, malým vnitřním trhem, vysokou konkurencí, provázaností trhu s okolními státy, tak i dynamickým vývojem globalizace světové ekonomiky. Vstup České republiky do Evropské unie umožnil prudký rozvoj mezinárodního podnikání, a to nejen v oblasti dopravy. České společnosti tak získaly lepší pozici pro vyjednávání se zahraničními společnostmi a přístup na globální trhy.

Tato bakalářská práce je rozdělena na tři hlavní kapitoly. Zabývá se problematikou vstupu společnosti JIPET logistik, s.r.o., na zahraniční trh zřízením dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH.

První kapitola bakalářské práce je vyčleněna k charakteristice základních pojmů dané problematiky. Je zaměřena teoreticky, zabývá se volným pohybem osob, zboží, kapitálu, služeb a analýzou možností podnikání českých subjektů na zahraničním trhu. Jsou zde uvedeny způsoby vstupu na zahraniční trh. Kapitola dále obsahuje údaje o právních formách podnikání, jejich porovnání v rámci společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti v EU.

Druhá kapitola se zabývá problematikou vstupu dopravce na zahraniční trh. Pro zpracování tohoto tématu byla přednostně vybrána společnost JIPET logistik, s.r.o., která vstoupila na německý trh roku 2007. Jsou zde uvedeny informace o průběhu volby zahraničního trhu, výhody a úskalí, která jsou se vstupem spojená. Podmínky a postup zřízení dceřiné společnosti na zahraničním trhu. Problematika je uvedena v diagramu, který obsahuje vnitřní, vnější analýzy a podrobně znázorňuje jednotlivé kroky postupu expanze společnosti na zahraniční trh. Součástí kapitoly je i právní legislativní rámec, jemuž se musí podrobit každá nově založená společnost.

Třetí kapitola obsahuje celkové zhodnocení vstupu, volby trhu a lokality umístění dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH. Zhodnocení bylo provedeno na základě provedených analýz a faktorů působících na firmu. Cílem bakalářské práce je eliminace negativních dopadů spojených s volbou vstupu a provedení návrhu na posílení současné pozice na trhu. Jádrem těchto návrhů se stala problematika konkurenceschopnosti.

Přílohy zobrazují dokumenty používané v dopravní praxi a právní dokumenty nutné ke zřízení dceřiné společnosti ve Spolkové republice Německo.

1 ANALÝZA MOŽNOSTÍ PODNIKÁNÍ ČESKÝCH SUBJEKTŮ V ZAHRANIČÍ

Vstup České republiky (ČR) do Evropské unie (EU) odstranil mnohé překážky, které omezovaly možnosti pohybu podnikatelů a jejich aktivit v rámci Evropy. Rozvoj mezinárodní dopravy byl ovlivněn právní úpravou podnikání v zahraničí, poskytováním služeb v rámci svobody usazování a hospodářskou spoluprací se státy EU.

1.1 Právní úprava volného pohybu služeb a svobody usazování

Evropská unie je založena na tzv. jednotném vnitřním trhu (prostor bez vnitřních hranic), na němž je zaručena realizace „čtyř svobod“, tj. volného pohybu zboží, služeb, kapitálu a pracovních sil. Tyto čtyři svobody jsou zajištěny ustanovením Smlouvy o Evropském společenství (dále ES) z roku 1958. ES tvoří základní právní rámec vnitřního trhu a stanovuje pravidla pro zastoupení podnikatelských subjektů v členských zemích EU. Společný trh měl za úkol nejen zvýšit konkurenceschopnost a ekonomický růst, ale také snížit napětí mezi jednotlivými evropskými státy a zlepšit vztahy mezi občany těchto zemí.(1)

1.1.1 Volný pohyb zboží

Volný pohyb zboží je první ze čtyř základních svobod vnitřního trhu EU. Svoboda pohybu zboží je zaručena Smlouvou o ES, články 23-31 Smlouvy. Je-li zboží uvedeno na trh, či vyrobeno v souladu s právními předpisy členského státu EU, má toto zboží zaručeno volný přístup na trhy všech ostatních států EU bez překážek. Jsou odstraněna veškerá cla, neexistují pravidelné celní kontroly pohybu zboží přes vnitřní hranice a podnikatelům odpadají povinnosti spojené s celním řízením. (1,2)

1.1.2 Volný pohyb osob

Volný pohyb osob je druhou svobodou vnitřního trhu EU. Zabezpečuje právo usazovat se, pracovat, podnikat a žít v jakékoliv členské zemi. Zahrnuje jednak volný pohyb pracovníků, ale i volný pohyb podnikatelů (tzv. svoboda usazování). Svoboda usazování umožňuje podnikatelským subjektům jednoho členského státu EU podnikat v kterémkoliv dalším členském státě i z jeho území, jsou zakázána omezení při zřizování zastoupení, poboček nebo dceřiných společností státními příslušníky. Podle právní úpravy je svoboda

volného pohybu osob zakotvena v člancích 39-42 (pracovníci), resp. 43-48 (právo podnikání) Smlouvy o ES. (3)

1.1.3 Volný pohyb služeb

Tato svoboda doplňuje svobodu pohybu pracovníků a volnost podnikání tím, že zahrnuje výdělečné činnosti na území jiného členského státu, a to bez usazení v tomto státě. Službu poskytuje dočasně a příležitostně, a to na základě oprávnění získaného v zemi sídla. Za službu se považuje jakákoli samostatná výdělečná činnost poskytovaná za úplatu. Tito poskytovatelé služeb podléhají právu země, kde mají registrované sídlo firmy, i když poskytují služby klientům v jiných zemích EU. Volný pohyb služeb je v rámci Smlouvy o ES upraven čl. 49-55. (1)

1.1.4 Volný pohyb kapitálu a plateb

Svoboda byla oficiálně završena 1. července 1990. Je zaručeno, že veškeré finanční operace a pohyb investičního kapitálu mezi členskými státy EU a třetími zeměmi budou probíhat bez omezení. Volný pohyb kapitálu je definován jako mezistátní převod peněz a jiných majetkových hodnot za účelem investice. Pojem „volný pohyb kapitálu“ zahrnuje pohyb věcného kapitálu (veškeré výrobní prostředky umožňující výrobu zboží, poskytování služeb) a peněžního kapitálu (cenné papíry, úvěry). Volný pohyb plateb označujeme jako mezistátní převod peněz a jiných majetkových hodnot za účelem splnění závazku. V současné době je volný pohyb kapitálu a plateb realizován na základě čl. 56-60 Smlouvy o ES. (1)

1.2 Zahraniční trh

Jestliže firma uvažuje o zapojení do mezinárodního obchodu a vstupu na zahraniční trh, měla by analyzovat zahraniční okolí. Zahraniční okolí je charakterizováno jako více konkurenční, heterogenní a komplexnější než okolí podniků v rámci ekonomiky jedné země. Důvodem se stává existence rozdílných společností, právních systémů, ekonomických struktur a kultury. Faktory zahraničního okolí mohou pro podnik znamenat velké příležitosti, ale zároveň také hrozby. Hrozby zpravidla přicházejí od mezinárodních konkurentů, dále mohou pramenit z:

- ekonomických rizik – nestabilita domácí ekonomiky,
- sociálních rizik, stávek, neodpovídající distribuce příjmů,

- finančních rizik – měnící se kurzy, změny daňové politiky a
- politických rizik-regionalismus, války.

1.3 Formy vstupu na mezinárodní trh

Podnik si může zvolit řadu forem vstupu na zahraniční trhy. Volba je velmi důležitá, neboť nastavení směru firmy je v budoucnu značně obtížné, dá se říci, že se jedná o jedno z klíčových rozhodnutí. Na zahraniční trh lze vstoupit v podobě vývozních a dovozních operací ve formě nenáročné na kapitálové investice, či jako kapitálový vstup podniků na zahraniční trhy.

Výběr formy vstupu ovlivňují zejména následující faktory:

- Investiční náročnost vstupu na zahraniční trhy,
- potenciál cílového trhu,
- možnost kontroly mezinárodních podnikatelských aktivit,
- rizikovost podnikání na cílovém zahraničním trhu a
- celková konkurenceschopnost firmy v mezinárodním prostředí.

Tato část bakalářské práce je zaměřena především na přímé zahraniční investice v podobě zřízení dceřiné společnosti. Vstup mohou brát jako investici do budoucna, kde je předpokládána dlouhodobá návratnost.

1.3.1 Forma provozovny

Provozovna, neboli organizační složka, je definována živnostenským i obchodním zákoníkem jako prostor, v němž je uskutečňována podnikatelská činnost. Nemá vlastní právní ani účetní subjektivitu a zůstává součástí českého subjektu. Je považována za administrativně nejjednodušší formu zastoupení českého podnikatele v zemích EU a to z více důvodů. Nemá zakladatelskou listinu, nesplácí základní kapitál a nejmenuje jednatele. Název organizační složky v zahraničí je obvykle stejný jako její domácí společnost s dodatkem „Organizační složka.“ Dle § 7ods. 3) *obchodního zákoníku* musí být provozovna označena obchodním jménem. Je výhodná zejména pro mapování místního trhu, nebo jako informační centrum. Může být využívána i pro skladování a činnosti, které samy o sobě nezajišťují bezprostředně příjem. (4, 5)

1.3.2 Forma odštěpného závodu

Odštěpný závod je mezistupněm mezi provozovnou a dceřinou společností. Nemá samotnou právní subjektivitu a nemůže být žalován, ani podávat žaloby. Dle § 7 odst. 1) *obchodního zákoníku* se jedná o organizační složku podniku, která je jako odštěpný závod zapsána v obchodním rejstříku. K jeho zřízení nemusí mít žadatel základní jmění, protože za něj ručí český subjekt, jehož zůstává právní součástí. Odštěpný závod musí vykazovat určitou samostatnost, a to tím, že má vlastní vedení s dispoziční volností, oddělené účetnictví, účetní rozvahu a od hlavního závodu přidělené obchodní jmění. Je výhodný v případech, kdy český subjekt provádí v zahraničí drobnou výrobu či opravy, ale z různých důvodů si chce zachovat českou právní subjektivitu. Musí vést dvojí účetnictví – jedno jako subjekt účetního a daňového systému v zemi usazení, druhé v rámci centrálního účetnictví české firmy. (5, 6)

1.3.3 Forma dceřiné společnosti

Dle § 66a odst. 2) *obchodního zákoníku*, je dceřiná společnost ovládaná společnost, jejíž ovládající osobou se stává její mateřská společnost. Je zcela plnohodnotným právním i daňovým podnikatelským subjektem v zemi usazení. Musí mít příslušné základní jmění a splňovat veškeré požadavky a postupy dle práva dané země. Druhy společností jsou v zemích EU obdobné jako v ČR – společnost s ručením omezeným (s.r.o.), akciová společnost (a.s.), veřejná obchodní společnost (v.o.s.), komanditní společnost (k.s.) atd. K jejímu založení je třeba využít služeb místního právníka a notáře. Je výhodná především pro provozování zcela samostatné podnikatelské činnosti. Označení dceřiná společnost zahrnuje všechny v praxi používané názvy subjektů českých firem v zahraničí, nebo zahraniční firmy působící v České republice (majetková účast, afilace, pobočky). (5)

▪ **Majetková spoluúčast**

Vyjadřuje skutečnost, že český subjekt má v zahraničí kapitálový podíl. Společnost vzniká převzetím podílu v místní firmě, nebo dvě strany založí nový podnik. Tato forma zastoupení je vhodná pro obchodní subjekty s nedostatkem finančních nebo manažerských prostředků. Majetková spoluúčast má i své nevýhody, a to především v rozdílných názorech na investice, marketing a jiné oblasti podnikání společníků. Proto je dobré dbát na výběr svých partnerů a hned zpočátku si vyjasnit svá očekávání a cíle.

- **Afilace**

Jedná se o samostatnou obchodní společnost zřízenou svým mateřským podnikem. V současné době je slovo afilace v českém právním prostředí objasněno souslovím organizační složka zahraniční právnické osoby se 100% podílem. Afilace slouží zejména k získávání nových odbytišť, upevňování pozic na místním trhu, získávání nových zákazníků, k propagaci a reprezentaci mateřské firmy.

- **Pobočka**

Někdy též označována jako filiálka (z lat. filialis, synovský, dceřiný). Pobočka může mít různé formy jak z hlediska právní subjektivity, tak i samostatného zápisu do firemního rejstříku. V zásadě ji lze charakterizovat jako oddělenou organizační složku firmy.

1.4 Právní formy podnikání v EU

Podnikáním, dle obchodního zákoníku (zákon 513/1991 Sb.), se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Všeobecně můžeme říci, že se jedná o právní formu podnikání, pod kterou český subjekt vstupuje na trh. Podnikatel si musí rozmyslet, která z právních forem je pro jeho podnikání ta nejvýhodnější s ohledem na různá kritéria. Obecně řečeno, co je výhodou u jedné formy, je nevýhodou u druhé a naopak. Společnost může vstoupit na trh v podobě akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným, komanditní společnosti, dále jako malý živnostník, osoba samostatně výdělečně činná atd. V tabulce č. 1 jsou uvedeny jednotlivé názvy akciových společností a společností s ručením omezeným ve vybraných státech EU. (6)

Tab. č. 1: **Jednotlivé názvy společností v EU**

Stát	s.r.o. a ekvivalent v EU	a.s. a ekvivalent v EU
Rakousko	GmbH Gesellschaft mit beschränkter Haftung	AG Aktiengesellschaft
Německo	GmbH Gesellschaft mit beschränkter Haftung	AG Aktiengesellschaft
Nizozemsko	BV Besloten Vennootschap met Beparkte Aansprakelijkheid	NV Naamloze vennootschap
Polsko	Sp. z o.o. Spółka z ograniczona odpowiedzialności	Sa Spółka akcyjna
Itálie	S.r.l Società a responsabilità limitata	SpA Società per azioni
Česko	s.r.o. Společnost s ručením omezeným	a.s. akciová společnost
Slovensko	d.o.o. Družba z omejeno odgovornostjo	d.d. Dělnická družba
Belgie	SPRL Société privée a responsabilité limitée	SA Société anonyme
Španělsko	S.R.L. Sociedad de Responsabilidad Limitada	S.A. Sociedad Anónima
Francie	SARL Société à responsabilité Limitée	SA Société anonyme

Zdroj: www.businessinfo.cz

Jednotlivé typy právních forem podnikání v ČR jsou upraveny v obchodním zákoníku. Obchodní zákoník č. 513/1991 Sb. a živnostenský zákon č. 455/1991. Část 1.4.1 a 1.4.2 je zaměřena především na kapitálové společnosti. (akciovou společnost a společnost s ručením omezeným). V kapitálových společnostech je povinností zakladatelů vložit vklad, přičemž jeho výše je stanovena zákonem dané země.

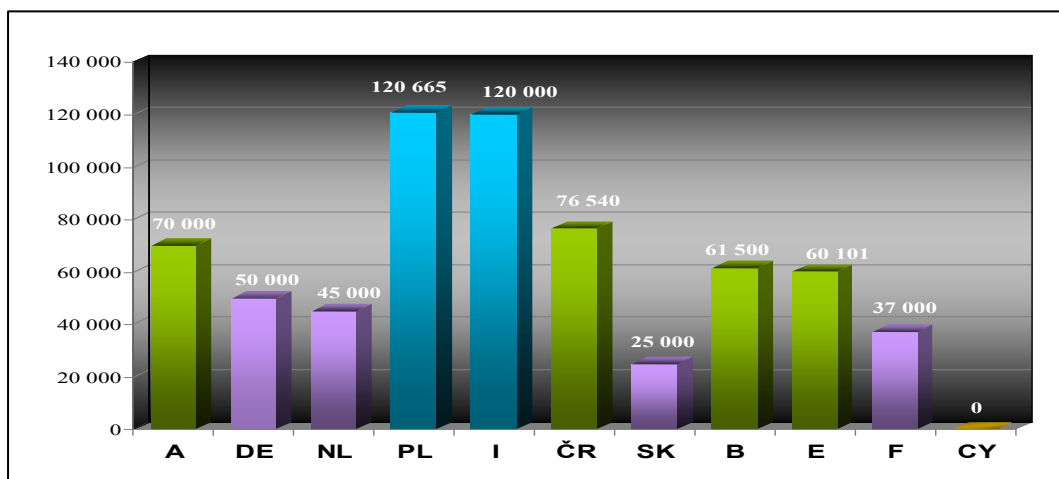
1.4.1 Akciová společnost a ekvivalenty v EU

Nejdůvěryhodnější formou podnikání je akciová společnost. Jedná se o typickou kapitálovou společnost, jejíž kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Akcie mohou mít i reálnou hodnotu, která se může od jmenovité hodnoty výrazně lišit. Jmenovitá hodnota je předem určená hodnota podílu, vyznačená na akci. Oproti tomu reálná hodnota akcie je vyjádřena kurzovní cenou, tj. cenou, za kterou se akcie prodává a kupuje na trhu cenných papírů. Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem, ale akcionáři neručí za závazky společnosti (stejně jako u s.r.o.).

Akcie mohou být vydány v listinné podobě nebo v zaknihované podobě a musí obsahovat:

- Název a sídlo společnosti,
- jmenovitou hodnotu,
- označení formy akcie, u akcie na jméno firmu název nebo jméno akcionáře,
- výši základního kapitálu a počet akcií k datu emise,
- datum emise.

Obrázek č. 1 znázorňuje přehled základního kapitálu zakládání akciové společnosti nebo jejího nejbližšího ekvivalentu v jednotlivých zemích EU. (7)



Obr. č. 1: Porovnání základního kapitálu zřízením a.s. ve vybraných státech EU v €
Zdroj: www.bussinesinfo.cz

1.4.2 Společnost s ručením omezeným a ekvivalenty v EU

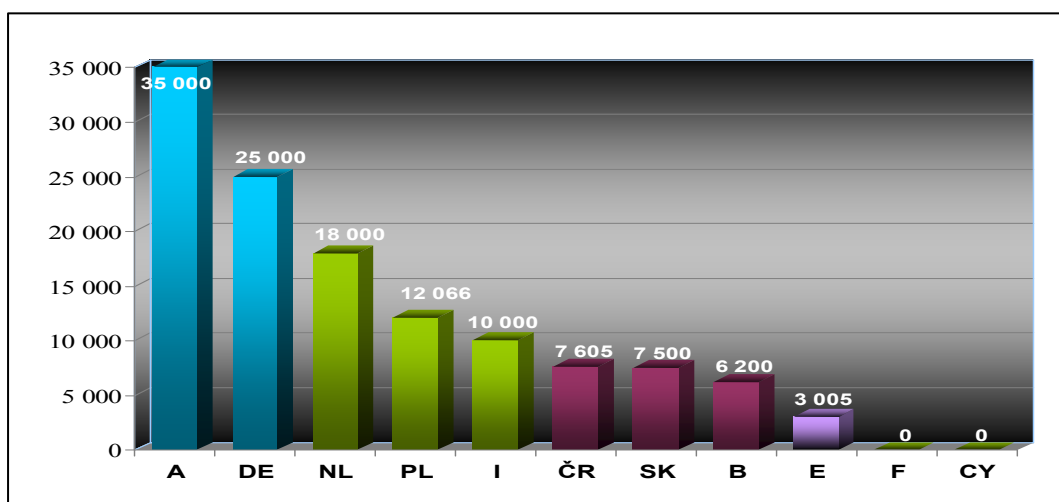
V České republice je nejoblíbenějším typem společnosti společnost s ručením omezeným. Kapitálovou společností postavenou na více méně stejných principech jako české s.r.o. znají právní řády všech členských zemí Evropské unie. V některých případech je zřízení společnosti upraveno takřka totožně, ale např. v zemích anglosaské právní tradice (Velká Británie, Kypr) jsou větší odlišnosti.

Základní kapitál se zpravidla pohybuje mezi několika tisíci až několika desetitisíci eur. V některých zemích (ve Velké Británii, na Kypru či v Irsku) není minimální limit kapitálu stanoven a teoreticky lze založit společnost se základním kapitálem ve výši jediného eura. V praxi se však s takovými společnostmi málo setkáváme, neboť společnost s ručením omezeným bez významného kapitálu má pochopitelně problémy se svou důvěryhodností v podnikatelském životě (např. při získávání úvěru).

Výše nutného kapitálu však není jediným úskalím při zakládání společnosti. Světová banka prozkoumala podrobně nutné administrativní kroky v jednotlivých zemích z hlediska jejich trvání a náklady s nimi spojenými.

Založení s.r.o. v EU vyžaduje 3 až 15 kroků, které společnost časově vytíží na týden až dva měsíce. Informace o založení společnosti se musí v každé zemi dostat k podobnému počtu úřadů (obchodní rejstřík, daňový úřad, statistický úřad atd.). Zásadní rozdíl je v tom, jak tyto úřady komunikují mezi sebou. (7)

Na obrázku č. 2 je znázorněno porovnání základního kapitálu, na principu společnosti s ručením omezeným a jejího ekvivalentu ve vybraných státech EU. Jednotlivé hodnoty jsou uvedeny v jednotné měně euro.



Obr. č. 2: Porovnání základního kapitálu zřízením s.r.o. ve vybraných státech EU v €
Zdroj: www.businessinfo.cz

1.5 Povolení k vykonávání mezinárodní přepravy zboží

Při provozování vnitrostátní i mezinárodní silniční nákladní dopravy je třeba vycházet zejména ze zákona č. 111/1994 Sb, zákon o silniční dopravě, ve znění pozdějších předpisů, které vyšly pod č. 103/2004 Sb. Pro vykonávání mezinárodní dopravy zboží v rámci Evropské unie je zapotřebí získat eurolicenci a koncesní listinu. Orgánem odpovědným za vydávání eurolicencí byly stanoveny Krajské úřady (příslušné odbory dopravy).

1.5.1 Eurolicence

Eurolicence je základním předpokladem pro provozování mezinárodní kamionové dopravy v EU příloha č. 1. Jedná se o doklad, který nahradil používaná zahraniční vstupní povolení a opravňuje k provádění bilaterálních, tranzitních či třetizemních přeprav na území členských států EU. Dopravce obdrží jeden originál eurolicence a počet opisů, kolik provozuje vozidel (ať vlastních, nebo na základě smluv o pronájmu či leasingu). Platnost licence je stanovena na pět let, má jednotný vzor a vydává ho příslušný úřad v místě bydliště nebo v místě sídla dopravce. Eurolicence je vydána na jméno dopravce a je nepřenosná. Počet povolení je neomezen a pro vydání není třeba skládat žádné zkoušky. (8)

Eurolicenci je zapotřebí mít u vozidla, jehož celková hmotnost⁽¹⁾, včetně celkové hmotnosti přípojného vozidla, přesahuje 6 tun, nebo jejichž užitečná hmotnost⁽²⁾, včetně užitečné hmotnosti přípojného vozidla, přesahuje 3,5 tuny. Pro získání eurolicence je nutné mít koncesní listinu pro mezinárodní silniční dopravu.

1.5.2 Koncesní listina

Koncesní je doklad, který stvrzuje kladné rozhodnutí živnostenského úřadu umožňující podnikat v silniční dopravě pro cizí potřebu. Žádost může podat fyzická osoba, která dosáhla stanoveného věku 18 let a je způsobilá k právním úkonům. Žádost se podává písemnou formou. U koncesovaných živností musí podnikatel splňovat vedle všeobecných podmínek také zvláštní podmínky pro provozování živnosti – dobrou pověst, odbornou a finanční způsobilost apod. (9, 10)

⁽¹⁾ Celková hmotnost – je součet pohotovostní a užitečné hmotnosti vozidla.

Pohotovostní hmotnost vozidla je hmotnost kompletně vybaveného vozidla s předepsanou výbavou a nářadím, s plnou zásobou provozních hmot.

⁽²⁾ Užitečná hmotnost - nebo taky užitková hmotnost vozidla je hmotnost nákladu, osob a pomocného nebo pracovního zařízení.

2 PODMÍNKY A POSTUP KE ZŘÍZENÍ DCEŘINÉ SPOLEČNOSTI JIPET LOGISTIK S.R.O.

V této části bakalářské práce jsou stanoveny podmínky a postup zřízení dceřiné společnosti na zahraničním trhu, firmou JIPET logistik, s.r.o. Při rozhodování o vstupu na zahraniční trh musí společnost zohlednit velké množství podmínek. Jednotlivé podmínky mají v procesu zřízení jinou váhu, kterou musí být firma schopna vyhodnotit. Zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH na německém trhu je součástí marketingového plánu, který dává obchodním partnerům, konkurenci, a hlavně zákazníkům zřetelně na vědomí, že trh považuje za významný, a proto na něj vstupuje.

2.1 Popis mateřské společnosti JIPET logistik, s.r.o.

Firma byla založena fyzickou osobou Petrem Skalníkem, jako osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ).⁽³⁾ V období let 1999 – 2008 působila společnost v oblasti logistiky a zasilatelství pod názvem JIPET logistik. Na konci roku 2008 došlo k završení integračního procesu změnou názvu a formy podnikání společnosti na JIPET logistik, s.r.o., (organizační struktura společnosti je uvedena na příloze č. 2). Mezi charakteristické znaky společnosti JIPET logistik, s.r.o., se sídlem v Brně patří poskytování služeb v mezinárodní dopravě a spedice. Postupem času firma expandovala i do dalších tržních odvětví, například velkoobchodní prodej hutního materiálu. V oblasti dopravy se společnost zaměřuje zejména na západní Evropu. Poskytuje jak expresní služby, přepravy JUST IN TIME, tak i přepravu celovozových a kusových zásilek. Společnost využívá moderní technologie, umožňující přímé propojení se zákazníky, operativní komunikaci s řidiči, dopravci i zahraničními partnery. Disponuje vlastními dopravními prostředky, které mají nezanedbatelný přínos ke zvýšení kvality služeb. Kvalita služeb je zajištěna nejen dopravními prostředky, technickým vybavením, ale i proškoleným personálem. V současné době jsou na území České republiky strategicky rozmístěny tři pobočky v Břeclavi, Ústí nad Labem a Rokycanech. Dále tři dceřiné společnosti v Německu, Itálii a Litvě. Charakteristickým znakem zahraničních dceřiných společností je také poskytování služeb v oblasti mezinárodní dopravy a spedice. Společnost

⁽³⁾ OSVČ – Právní forma podnikání. Právní základ je v zákoně o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb. OSVČ nemusí vytvářet základní kapitál. Podniká na základě získání živnostenského oprávnění či koncesní listiny.

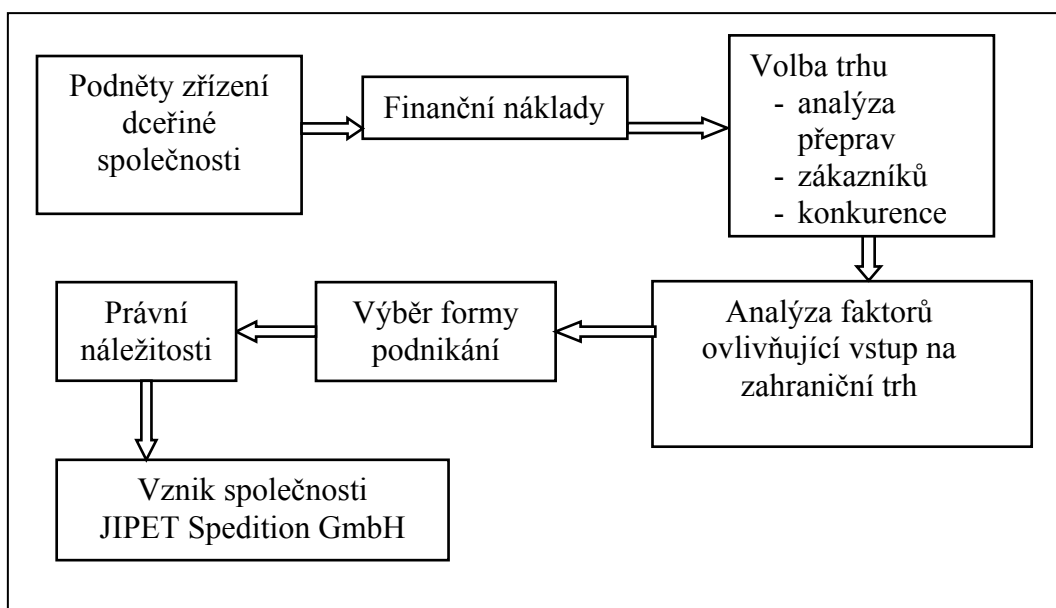
klade velký důraz na ekologii, a všechny její dopravní prostředky splňují ekologické normy EURO 3, EURO 4, EURO 5. Normy stanovují limitní hodnoty škodlivin a kouřivosti pro motory využívané u nákladních automobilů a autobusů.

2.2 Postup ke zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH

Rozhodovací proces společnosti probíhal v několika etapách. Obrázek č. 3 znázorňuje nastínění postupu společnosti JIPET logistik, s.r.o., zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH. Firma uvažující o vstupu na zahraniční trh, např. v podobě dceřiné společnosti, by měla provést a vyhodnotit minimálně stejné analýzy, jaké byly provedeny společností JIPET logistik, s.r.o. Jednotlivé etapy jsou podrobněji popsány v níže uvedených podkapitolách.

Společnost musela nejprve analyzovat jak vnitřní, tak vnější prostředí a z následného vyhodnocení stanovit, zda se vstup na zahraniční trh jeví jako pozitivní, či negativní krok dlouhodobé strategie podniku. Způsob zřízení nejvíce ovlivňuje mateřská společnost (volbou trhu, finančními prostředky, formou podnikání, analýzou konkurence atd.) a legislativa daného státu (podmínky formy podnikání, právní dokumentace, získávání licencí atd.).

Úspěšnost vstupu na trh je závislá především na podpoře mateřské společnosti a vhodně zvolené strategii. Čím více otázek si společnost zodpoví z počátku, čím více problémů si promyslí a vyřeší, tím snazší budou nejen její podnikatelské začátky, ale i dosažení stanovených cílů.



Obr. č. 3: Postup zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH

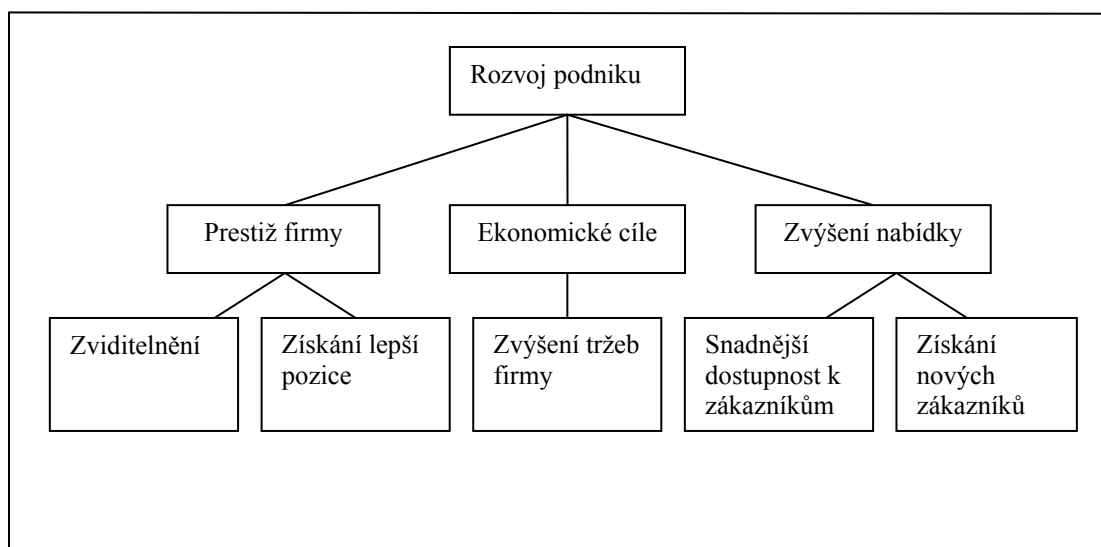
Zdroj: Autorka

2.3 Podněty zřízení dceřiné společnosti

Po upevnění pozice na českém trhu společnost JIPET logistik, s.r.o., začala zvažovat možnost expanze na zahraniční trh. Podněty k tomuto rozhodnutí byly zejména z důvodu omezení možnosti dalšího růstu na již nasyceném domácím trhu, zvýšení důvěryhodnosti zahraničních partnerů a tržeb podniku. Hlavní přínos vzniku a existence těchto dceřiných společností spočívá v konkurenční výhodě vyplývající z mezinárodní sítě. Zahraniční dceřiné společnosti sbírají informace na daném trhu a přináší je do mateřské firmy, která je může efektivně využívat. Získávají nové zkušenosti, inspiraci pro expanzi na další zahraniční trhy a možnost využití organizačních zkušeností na domácím trhu. Díky získání nových zákazníků se stávají konkurenceschopnějšími vůči ostatním společnostem. Úspěšnými se stávají ti, kteří neváhají využít všech dostupných informací a naskytnutých příležitostí.

Společnost JIPET logistik, s.r.o., si je vědoma komplikovanosti propojení jednotlivých trhů, které se neustále rozvíjí. Proto je jejich snahou reagovat pružně, a svou volbu a rozhodnutí konzultují s těmi, kteří perfektně znají prostředí daného regionu.

Společnost si určila primární cíle, které očekává od zřízené dceřiné společnosti. Jejich úsilím je těchto cílů v budoucnu dosáhnout. Stanovené cíle společnosti JIPET logistik, s.r.o., jsou znázorněny na obrázku č. 4. Tyto cíle jsou z větší části obdobné u většiny dopravních firem rozšiřujících oblast svého působení. Rozvoj podniku má být pro společnost přínosem v podobě zvýšení nabídky, tržeb a prestiže firmy, na které navazují další dílčí prvky.



Obr. č. 4: Stanovené a očekávané cíle od zřízené dceřiné společnosti

Zdroj: Autorka na základě informací společnosti JIPET logistik, s.r.o.

2.4 Finanční náklady

Zřízení dceřiné společnosti na zahraničním trhu přináší na jedné straně výhody z mezinárodního pokrytí sítě, získání nových zákazníků, důvěryhodnosti v očích zahraničních partnerů a přímé znalosti prostředí. Na druhé straně přináší rizika v nenaplnění stanovených cílů, očekávání a dalších investičních nákladů. Návratnost těchto nákladů je několikaletá. Společnost JIPET logistik, s.r.o., nejprve zanalyzovala své finanční možnosti z důvodu stanovení míry, jakou je schopna se podílet na počátečních nákladech dceřiné společnosti. Finanční analýza je nezbytností pro rozhodnutí o investicích u každého podnikatelského subjektu. Podrobnou analýzu vyžadují i banky, a to v případě, že podnikatel není schopen zřízení společnosti financovat z vlastních zdrojů a žádá o úvěr. Z finanční analýzy podniku vyplynulo, že je společnost JIPET logistik, s.r.o., schopna vynaložit finanční prostředky na pokrytí nákladů z vlastních zdrojů.

Mezi počáteční náklady lze zařadit: finanční prostředky na chod společnosti (nájemné, náklady na energie, parkovací plochy, mzdy zaměstnanců, vybavení atd.). Tyto náklady jsou variabilními a jejich výše je závislá od velikosti podniku, volby lokality atd. Dále uhrazení fixních nákladů spojených se založením společnosti viz příloha č. 3 a sepsáním právních smluv se stává podmínkou každého podnikatele vstupujícího na německý trh.

Tab. č. 2: Náklady při založení společnosti s ručením omezeným v ČR a SRN

Úkon	cena € s.r.o	cena € GmbH
Vložení základního kapitálu	7 605 €	25 000 €
Společenská smlouva a další administrativní poplatky	517 €	3100 €
CELKOVÉ NÁKLADY	8 122 €	28 100 €

Zdroj: 1) [www. http://www.e-sro.cz/](http://www.e-sro.cz/), 2) Interní materiál společnosti JIPET logistik, s.r.o.

V tabulce č. 2 jsou uvedeny náklady na založení společnosti s ručením omezeným s jedním společníkem a jednatelem v České republice a SRN. Výše uvedený rozpočet nákladů na založení společnosti (s.r.o./GmbH) je pouze orientační a zobrazuje náklady na vložení základního kapitálu a náklady na uhrazení administrativních poplatků. Tedy (sepsání společenské smlouvy notářským zápisem, návrh na zápis do obchodního rejstříku, výpisy z trestního, obchodního a živnostenského rejstříku, ohlášení živnosti a další poplatky. Celkové náklady na založení společnosti GmbH v SRN jsou více než tři násobné oproti nákladům v České republice.

2.5 Volba trhu

Cílem analýzy je shromáždění základních charakteristik vybraného teritoria, která mají vliv na podnikání. V případě, že se firma rozhodne pro expanzi na zahraniční trh, vznikají pro ni pozitiva v možnosti dalšího růstu a zvyšování zisků, ale i možná negativa v podobě hrozeb a rizik vyplývajících z nedokonalé analýzy trhu. Úspěšnost vstupu je závislá na zvoleném zahraničním trhu, jehož výběr je podložen kvalitní analýzou. Podnikatel má možnost na daném trhu provést průzkum teritoriální a komoditní. Náplní **teritoriálního** průzkumu je získání dat o daňovém systému, solventnosti trhu jako celku a makroekonomických ukazatelů. Informace poskytují centrální banky, obchodní komory, specializované organizace na podporu zahraničního obchodu i některá ministerstva. Při **komoditním** průzkumu je pozornost soustředěna na danou službu v oblasti zvoleného trhu. Provádí se průzkum konkurence, cen, potřeb a poptávky po službě. Dále je vhodné ověřit, zda možná rizika trhu jsou akceptovatelná s ohledem na současný politický a ekonomický vývoj v dané zemi. Veškeré informace jsou obtížně získatelné. Vzhledem k složitosti dané problematiky a omezenému rozsahu bakalářské práce byla zvolena analýza volby trhu z hlediska přeprav, konkurence a zákazníků společnosti JIPET logistik, s.r.o.

2.5.1 Konkurence

Díky vstupu České republiky do EU a rozvoji tržního hospodářství došlo k rozsáhlé expanzi soukromých podniků. V žádném jiném druhu dopravy nebyl nárůst konkurence tak vysoký, jako tomu bylo právě v silniční dopravě. Je to vzhledem k neúměrné nabídce kapacity zcela přirozené. Dopravci místo toho, aby se dohodli na určitých pravidlech hry a tato pravidla dodržovali, podbízejí se cenou jeden druhému ve snaze maximálně vytížit draze získaná vozidla. K prosazení podniku v konkurenčním prostředí je nutné, aby byl podnik schopen nabídnout zákazníkovi služby, které jsou kvalitnější než služby konkurence. Zahraniční prostředí je obecně přijímáno jako více konkurenční a komplexnější než okolí domácího prostředí. Mezi konkurenty společnosti JIPET logistik, s.r.o., lze zařadit dopravce, kteří nabízejí stejný druh služeb a usilující o stejné zákazníky. Jedná se jak o zahraniční, tak i o domácí dopravce. V tabulce č. 3 jsou uvedeny konkurenční faktory, ovlivňující chování zákazníka.

Tab. č. 3: **Konkurenční faktory**

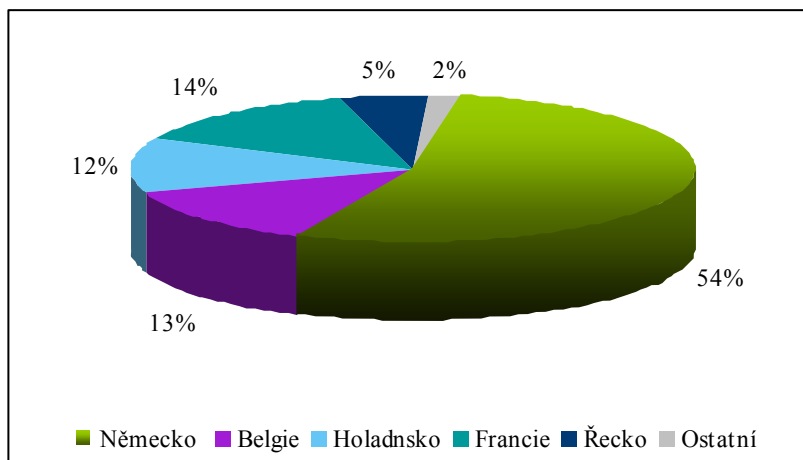
▪ ceny	▪ kvality přepravy
▪ rychlosti dodání	▪ přístupu k zákazníkovi
▪ flexibility	▪ pokrytí sítě a doplňkových služeb

Zdroj: Autorka

2.5.2 Analýza přeprav

Zkušenosti společnosti JIPET logistik, s.r.o., (dříve OSVČ) se zahraničním obchodem byly od počátku podnikání spojeny převážně se SRN. Přeprava byla uskutečňována dodávkovými vozidly do celkové hmotnosti 3,5 tun. Po vstupu ČR do Evropské unie v roce 2004 došlo k nákupu nákladních vozidel, z důvodu pokrytí potřeb nových zákazníků. V květnu roku 2005 se společnost zapojila do podnikání v oblasti velkoobchodu s hutním materiálem. Nákup tohoto materiálu probíhá i v současné době, hlavním zdrojem je belgický (B), německý (D) a holandský (NL) trh. Jednalo se o plechy a pásy různých rozměrů určené pro české a slovenské zákazníky zabývající se profilováním, lisováním, ohýbáním, vyřezáváním, atd. Přínosem podnikání s hutním materiálem pro dopravní firmu se stal dostatek materiálu k vytěžování vozidel ze zahraničních trhů B, NL, D, na trh domácí.

Dalším zdrojem přeprav se stal automobilový a elektrotechnický průmysl pro vytěžování jízdních souprav. V roce 2007 dosáhl vývoz do SRN hodnoty 54 % z celkových exportů společnosti do zahraničí.



Obr. č. 5: **Procentuální podíl cílových oblastí společnosti JIPET logistik, s.r.o., 2007**
Zdroj: Interní materiál společnosti JIPET logistik, s.r.o.

Na obrázku č. 5 je znázorněn procentuální podíl zahraničního vývozu pro cizí potřebu do jednotlivých zemí společnosti JIPET logistik, s.r.o. Z uvedených údajů lze vyčíst orientaci firmy na země Evropské unie, přičemž největší podíl přeprav byl uskutečněn do SRN.

2.5.3 Zákazníci

Společnost JIPET logistik, s.r.o., se specializuje na poskytování dopravních služeb zákazníkům v oblasti mezinárodní kamionové přepravy. Společnost spolupracuje s více společnostmi na různých trzích. Díky snaze o dosažení maximální spokojenosti zákazníka se podařilo vytvořit jejich stálý okruh. Převážně se jedná o zahraniční spediční firmy.

Společnost udržuje dlouhodobé smluvní vztahy s německou společností ENGEMANN & CO se sídlem v Hannu. Přepravy jsou realizovány na základě specifických smluvních dohod. Ve smlouvě je stanovena konkrétní dopravní služba a cena. Většinou se jedná o nižší sazby, ale výhodou je, že poptávku po službách zná společnost JIPET logistik, s.r.o., předem. Dopravce má díky smlouvě větší kontrolu nad přepravní činností a na základě smluv může spolehlivě předvídat přepravní náklady a výkony. Díky této skutečnosti získá stabilní příjem, který zabezpečí částečné pokrytí počátečních nákladů. Může lépe využít vozidlo a minimalizovat prázdné jízdy. Společnost spolupracuje dlouhodobě s obchodními partnery na základě jednorázových přepravních smluv. V tabulce č. 4 jsou uvedeny nejčastější obchodní partneři společnosti JIPET logistik, s.r.o., jejich místo podnikání a přepravními komodity.

Tab. č. 4: Nejčastější obchodní partneři společnosti JIPET logistik, s.r.o.

Společnost	Místo podnikání	Přepravy
MHM Internationale GmbH	Rakousko- Wien	hrací automaty
Duvenbeck Logistik GmbH	Rakousko- Graz	autodily
Hortim-International, s.r.o.	ČR - Brno	ovoce, zelenina
Schenker AG	Německo, Rakousko	patetizované zboží
Dachser GmbH	Německo, Rakousko	patetizované, sběrné zboží
Hamacher Logistik GmbH	Německo- Gronou	sběrné zboží
Engemann & CO GmbH	Německo - Haan	paletové, sběrné zboží
DHL Freight GmbH	Německo - Maintal	paletové, sběrné zboží
Ewals Cargo Care GmbH	Německo	paletové zboží

Zdroj: Interní materiál společnosti JIPET logistik, s.r.o.

2.6 Analýza faktorů ovlivňující vstup na zahraniční trh

Při expanzi na zahraniční trh nerozhoduje pouze jediný faktor, ale především jejich kombinace. V tabulce č. 5 jsou znázorněny pozitivní a negativní faktory spojené se vstupem na zahraniční trh. Tyto faktory mají pro společnost velký význam v procesu rozhodování.

Čím více otázek si potenciální podnikatel zodpoví zpočátku, čím více problémů si promyslí a vyřeší, tím snadnější budou nejen jeho podnikatelské začátky, ale i dosažení stanovených cílů.

Tab. č. 5: **Pozitivní, negativní faktory**

POZITIVNÍ FAKTORY:	NEGATIVNÍ FAKTORY:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zvýšení prestiže společnosti, ▪ urychlení vzájemné komunikace, ▪ zkušenosti se zahraničními strategiemi, ▪ zapojení do mezinárodního obchodu umožňuje lépe držet krok s konkurencí, ▪ členství v hospodářských komorách, ▪ přímá znalost tržního prostředí. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nasycené trhy, ▪ jazykové bariéry, ▪ vysoká konkurence, ▪ ekonomický vývoj a současný pokles poptávky, ▪ nedostatek informací.

Zdroj: Autorka

2.6.1 Pozitivní faktory

Otevření vlastního zastoupení na zahraničním trhu v jakékoliv formě přispívá v každém případě ke **zvýšení prestiže české společnosti**, neboť tato společnost v tomto okamžiku vystupuje vůči svým zahraničním partnerům do pozice domácího subjektu. Podstatnou výhodou je **urychlení vzájemné komunikace** a každodenní mapování podmínek trhu, se kterým je možno navázat mnohem užší kontakt. Nikoliv nepodstatnou výhodou je možnost získávat rychleji a přímo **zkušenosti se zahraničními strategiemi**, které se mohou stát zdrojem inspirace a motivace i pro podnikatelské aktivity prováděné mateřskou společností v ČR. Nové zkušenosti týkající se zejména způsobu práce, řízení podniku, organizace práce a marketingu. Poměrně nepopulární povinné **členství v hospodářských komorách** přináší výhody v podobě rychlých a přímých informací o dění na trhu.

2.6.2 Negativní faktory

V dnešní době je obtížný vstup na trh vzhledem k jeho **nasycenosti**. Dosavadní poskytovatelé služeb se snaží díky tomuto faktoru udržet své stálé zákazníky a postavení na trhu. Schopnost komunikace v cizím jazyce je nesporným základem úspěchu v podnikání na zahraničním trhu. **Úroveň jazykových znalostí** u některých českých podnikatelů, především malých a středních firem, není dostačující. Pokud chce podnikatel obstát v mezinárodním prostředí, měl by se zaměřit na vzdělávání v oblasti jazyků. V důsledku **nedostatku informací** o konkurenčním prostředí na zahraničním trhu se připravují o výhody plynoucích ze správně použitých obranných mechanismů.

Každý podnikatel si musí uvědomit, že vedle zákazníka a jeho firmy se vyskytuje **konkurence**. V oblasti podnikání se musí s konkurencí počítat. Podnikání lze označit jako trvalou soutěž mezi konkurenčními podniky, které se ucházejí o stejného zákazníka. Firma by měla na nárůst konkurence reagovat zlepšením svých služeb.

2.6.3 Celkové zhodnocení

Na závěr této analýzy bylo zpracováno výsledné vyhodnocení pozitivních, negativních motivačních faktorů plynoucích ze vstupu na zahraniční trh. Cílem zvolené analýzy je posouzení předpokladů a následků, které by společnosti vstup na zvolený trh přinesl. Zatímco pozitivní motivační faktory mají dlouhodoběji působící vliv, negativní mohou být pouze dočasné. V případě zkvalitnění služeb je velká pravděpodobnost **prosazení firmy** na daném trhu a udržení si zákazníka. Svým působením na zahraničním trhu v jakékoliv formě, subjekty získávají nové zkušenosti se zahraničním, a **vytváří si** lépe zahraniční **kontakty**. Mohou získat přístup k novým dovednostem či **investičním příležitostem**. Jako nevýhoda je uvedena jazyková bariéra. Osvojení jazyka cílové země je pro příchodí společnost jedním z nejdůležitějších integračních kroků. Otázkou však zůstává **současný vývoj ekonomiky** v jednotlivých zemích EU. Spousta podniků není schopna reagovat na **pokles poptávky** na daných trzích, a dochází k navýšení nákladů a poklesu ceny, která nemůže mít dlouhodobé trvání z důvodu neziskovosti podniku.

2.7 Právní předpisy k zřízení dceřiné společnosti v SRN

Postup a dokumenty, nutné k zřízení dceřiné společnosti formou GmbH v SRN, jsou obdobné jako při zřízení společnosti s ručením omezeným v ČR. Založení a vznik obchodní společnosti je složitý proces, ve kterém existuje určitá návaznost právních úkonů. Zakladatel obvykle tuto činnost svěřuje do rukou právních zástupců, kteří veškeré dokumenty připraví, zařídí a nadále informují příslušné soudy, orgány a úřady. Společnost JIPET Spedition GmbH vznikla dne 14.9.2007 zápisem do obchodního rejstříku.

2.7.1 Kontaktování Obchodní a průmyslové komory

Při zakládání mateřská společnost JIPET logistik, s.r.o., kontaktovala Obchodní a průmyslovou komoru (IHK) v Hannoveru, zda neexistuje možnost záměny názvu dceřiné společnosti s některou stávající společností. V případě nepodniknutí tohoto kroku může nastat komplikace při zápisu do obchodního rejstříku a následného odmítnutí z důvodu duplicity. IHK prověří, zda zvolený název dceřiné společnosti již není registrován. K názvu firmy je nutné připojit právní formu podnikání (GmbH, pro s.r.o. atd.). (9)

2.7.2 Uzavření společenské smlouvy formou notářského zápisu

Základní podmínkou pro založení společnosti JIPET Spedition GmbH bylo sepsání společenské smlouvy, která musela být podepsána všemi zakladateli, (majitelem společnosti Petrem Skalníkem a jednatelem Andreasem Heinzem). Nezbytnou podmínkou platnosti tohoto dokumentu se stalo ověření podpisů společníků notářským zápisem. Nedostatek notářského ověření by způsobil neplatnost smlouvy. Notářský zápis vyhotoví notář na základě podkladů, které jsou mu sděleny zakladatelem či jeho jednatelem. Společnost si zvolila notáře Georg Burchard, viz příloha č. 2. Před zápisem do obchodního rejstříku společnost s ručením omezeným (GmbH) jako právnická osoba ještě neexistuje.

V okamžiku, kdy byla notářsky ověřena společenská smlouva, se tato společnost nachází v přechodném stavu JIPET Spedition GmbH in Gründung. K tomuto časovému okamžiku je možno již ohlásit živnost. Zápisem do obchodního rejstříku a existencí výpisu z obchodního rejstříku zaniká dodatek v založení i.G. Tuto změnu bylo nutné znovu ohlásit živnostenskému úřadu. (11)

2.7.3 Otevření bankovního konta a vložení základního jmění

Správce vkladů založí bankovní účet (v případě JIPET logistik s.r.o. byla zvolena COMERZBANK) viz příloha č. 3. Na tento účet Správce vkladu složí stanovený základní kapitál. V SRN je stanovena částka ve výši 25 000 €. Vklad může být i nepeněžitý, pak ale musí být ve společenské smlouvě jasně identifikován a finančně ohodnocen. Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku muselo být splaceno nejméně 12 500 €.

Bankovní účet je tzv. technický účet, s jehož vkladem nemůže firma ani nikdo jiný disponovat. Vklad slouží jako záruka dopravce k provozu minimálního počtu automobilů dle licenčních norem SRN. Zjednodušeně lze tento vklad chápat jako zálohu na vydání licenčního oprávnění: první automobil 14 000 €, každý další 5 000 €. Banka na vyžádání vydá potvrzení o složení vkladů a o jeho výši. K vydání potvrzení je nutné předložit společenskou smlouvu. Potvrzení slouží jako jeden ze zakladatelských dokumentů a dokládá se při podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku. (11)

2.7.4 Žádost o zápis do živnostenského rejstříku

Společnost JIPET Spedition GmbH byla založena za účelem podnikání, proto musel jednatel (Andrea Heinz) požádat o vydání živnostenského oprávnění, příloha č. 4. Vydání živnostenského oprávnění platí pro každého podnikatele nezávisle na právní formě zřízené společnosti. Živnost byla ohlášena u příslušného úřadu v místě sídla podniku (Hannoveru).

- *Živnostenskému úřadu je nutné při ohlášení živnosti předložit následující podklady:*
 - vyplněný formulář žádosti o zápis do živnostenského rejstříku,
 - doklad identity – občanský průkaz nebo cestovní pas,
 - příp. výpis z obchodního rejstříku,
 - příp. licenční povolení.

2.7.5 Zápis společnosti do obchodního rejstříku

Pro zápis společnosti do obchodního rejstříku je nutné mít vždy dvě ověřené kopie následujících dokumentů, včetně úředního překladu

- společenská smlouva,
- výpis z českého obchodního rejstříku a živnostenského rejstříku potvrzující existenci firmy,
- plná moc k zastupování firmy a jednání ve jménu firmy osobou, která firmu zakládá. Pokud plná moc nevychází z výpisu z obchodního rejstříku, pak notářsky ověřená plná moc.

Společnost dostanete od soudu rozhodnutí o zápisu, které je doporučeně zasláno do sídla zakládané společnosti. Zápisem do obchodního rejstříku dne 14.9.2007 vznikla dceřiná společnost JIPET Spedition GmbH.

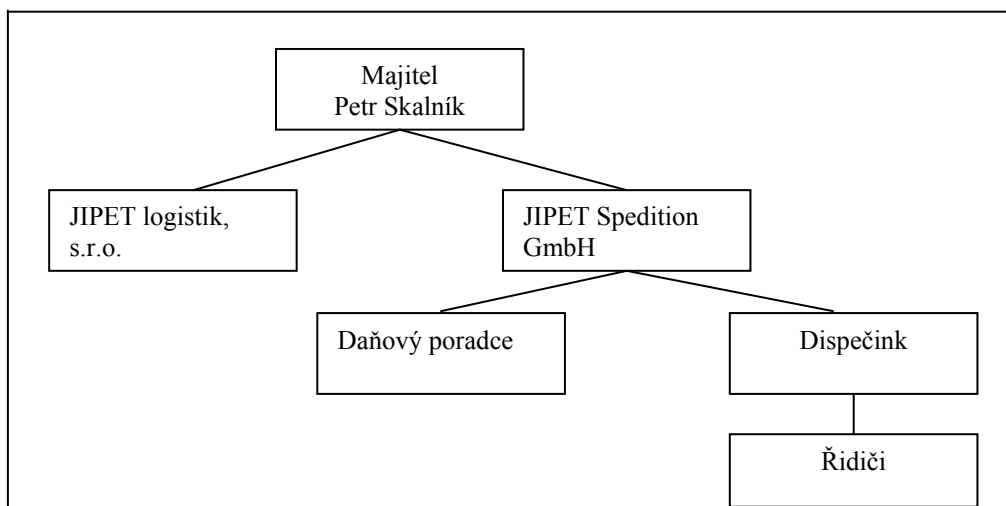
2.8 Zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH v SRN

Společnost JIPET logistik, s.r.o., vstoupila 14.9 2007 na německý trh zřízením dceřiné společnosti v Hannoveru formou GmbH. Příležitost a volba německého trhu vyplývala z provedených analýz společnosti (postup výběru trhu je znázorněn v kapitole 2.5).

Spolková republika Německo je považována za vyspělý evropský trh, který lze označit jako vstupní bránu na trhy západní Evropy. Dceřiná společnost JIPET Spedition GmbH se zabývá taktéž mezinárodní nákladní silniční dopravou. V konkurenčním prostředí jsou zdrojem výhod podniku především podnikové schopnosti, znalosti a majetek. Vedoucí pozice jsou obsazeny zkušenými zaměstnanci s dlouholetou praxí. Organizační struktura společnosti je znázorněna na obrázku č. 6. V současné době pronajímají kancelářské prostory, parkovací, skladovací plochy a jsou vlastníky deseti silničních návěsových souprav (tahač + návěs).

2.8.1 Organizační struktura JIPET Spedition GmbH

Schopnosti podniku jsou produktem organizační struktury a řídicího systému. Organizační struktura společnosti specifikuje jak, kde a kdo podnik řídí a rozhoduje. Společnost JIPET Spedition GmbH ve vlastnictví Petra Skalníka zaměstnává odborné německé pracovníky se značnými zkušenostmi. Jejich zkušenosti nabyly praxí v bývalých dopravních podnicích, kde pracovali např. na pozici dispečera, speditéra. Nemalou výhodou se stala pro ně znalost daného prostředí, spolupráce a kontakty v dopravních a spedičních firmách. V současné době se na vrchních pozicích vyskytují - jednatel Andreas Heinz a Denis Becker. Zaměstnávají zkušené řidiče, kteří svým jednáním se zákazníky dělají vizitku celému podniku. Společnost se řadí mezi malé podniky s max. 49 zaměstnanci a s předpokládaným ročním obrátem do deseti mil. euro.



Obr. č. 6: Organizační struktura společnosti JIPET Spedition GmbH
Zdroj: Autorka

2.8.2 Dispečink společnosti JIPET Spedition GmbH

Dispečer společnosti JIPET Spedition GmbH v současné době využívají pro svou práci informační systém TimoCom. Program umožňuje společnosti získat jednotlivé kontakty poskytovatelů služeb v oblasti dopravy a logistiky, umožňuje aktualizovat nabídku volných vozů, nákladu a mnoho dalších možností. Pro komunikaci s okolím a zjišťování o poloze vozidla používají mobilní telefony za pomoci mobilního operátora O2.

Dispečer zjistí zákaznickou představu a požadavky vyplývající z přepravované zásilky (telefonicky, emailem). Sdělí zákazníkovi cenu za přepravu. Cena není stanovena pouze kalkulací, ale zhodnocuje i současnou situaci na dopravním trhu (nabídku, poptávku v dané lokalitě, současnou krizi, atd.) Jestliže zákazník tuto cenu akceptuje, zašle objednávku

(emilem, faxem). Na objednávce je uveden celý popis přepravy, včetně způsobu a termínu placení.

Touto činností práce dispečera nekončí. Dle stanovené objednávky vypraví vhodně vybrané vozidlo způsobilé k dané přepravě, spolu s řidičem, který je řádně informován o přepravních náležitostech. Následně se pokusí dispečer vyhledat zakázku pro zpětné vytížení vozidla. Jednotlivé zakázky jsou získány prostřednictvím programu TimoCom nebo spolupráce s ostatními obchodními partnery. TimoCom je program, který si můžeme představit jako celoevropskou burzu nákladů a volných vozů. Dále v dispečerově zájmu je, aby byla objednávka splněna vzhledem k dodacím lhůtám a zákazníkem zaplacená ve stanovené době.

2.8.3 Vozový park společnosti JIPET Spedition GmbH

V první fázi upevňování pozice na trhu měla společnost JIPET Spedition GmbH k dispozici tři dopravní prostředky, jejich výše byla omezena počtem získaných licenčních oprávnění. Jednalo se o klasické návěsy typu Schmitz a tahače MAN, které splňují emisní normy EURO 3 a EURO 4. Díky vysoké poptávce po přepravě na německém trhu v průběhu roku 2008 byl rozšířen vozový park o dalších šest tahačů značky Mercedes, které splňují emisní normy EURO 5 s návěsy Schwarzmüller s vnitřní výškou 3 m. V současné době vozový park činí deset návěsových souprav, viz struktura vozového parku společnosti JIPET Spedition GmbH tabulka č. 6. Veškerý vozový park je pojištěn do výše deseti milionů korun a vznikl převzetím z vozového parku mateřské společnosti JIPET logistik, s.r.o., viz příloha č. 5. Návěsové soupravy s vnitřní výškou 3 metry jsou využívány převážně k dopravě automobilových dílů pro automobilové závody Ford, Škoda, Volkswagen a Peugeot. Vlastnictví vozového parku se stalo nemalou výhodou společnosti.

Spojení mezi dispečerem a jednotlivými vozidly probíhá prostřednictvím mobilního telefonu (hlasová komunikace a textové zprávy, které obsahují například místo nakládky, vykládky, kód přepravovaného zboží atd.) Poloha vozidla se zjišťuje z údajů předaných řidičem, a nemusí tedy být zajištěn aktuální přehled pozice vozidla s nákladem.

Tab. č. 6: **Struktura vozového parku společnosti JIPET Spedition GmbH**

Návěs	výrobce	počet [ks]	rozměry [m]	hmotnost [t]
návěsy	Schmitz	6	13,6 x 2,48 x 2,8	24 t
plachtové	Schwarzmüller	4	13,6 x 2,48 x 3	24 t

Zdroj: Interní materiály společnosti JIPET Spedition GmbH

3 ZHODNOCENÍ VSTUPU VYBRANÉHO DOPRAVCE VČETNĚ NÁVRHŮ NA POSÍLENÍ POZICE NA ZAHRANIČNÍM TRHU

Kapitola je zaměřena na zhodnocení zvoleného trhu a lokality umístění JIPET Spedition GmbH. Zhodnocení bylo provedeno na základě získaných údajů z německé Statistické ročenky z roku 2009. Z těchto údajů byly vyvozeny faktory, na kterých je následně provedeno celkové zhodnocení volby vstupu na zahraniční trh. Součástí kapitoly je návrh na eliminace faktorů, které byly v celkovém zhodnocení označeny stupněm tři a více, a posílení součastné pozice společnosti, zvýšením konkurenceschopnosti.

3.1 Zhodnocení zvoleného trhu a lokality umístění JIPET Spedition GmbH

Vzhledem k provedeným analýzám (viz kapitola 2) a celkovým zkušenostem firmy v mezinárodní dopravě, byl zvolen mateřskou společností německý trh se sídlem dceřině společnosti JIPET Spedition GmbH v Hannoveru. V následujících podkapitolách je provedeno zhodnocení zvoleného trhu a lokality umístění.

3.1.1 Zhodnocení zvoleného trhu

Trh v SRN patří k nejvyspělejším trhům v EU. Má dobrou politickou a ekonomickou stabilitu (oproti jiným státům Evropské unie) a je významným obchodním partnerem ČR. Do Německa míří největší část českého exportu, která dosáhla roku 2009 hodnoty 32 % z celkového objemu⁽⁴⁾ viz příloha č. 6. Rovněž spadá do Schengenského prostoru a je součástí tzv. eurozóny, kterou tvoří státy s jednotnou evropskou měnou euro.

Na německém trhu působí přibližně 128 431 společností podnikajících v oblasti silniční nákladní dopravy⁽⁵⁾, a proto není lehké se na tomto trhu prosadit a vybudovat pozici. Vysoká konkurence vytváří tlak na snižování cen. Náklady neustále rostou a dopravci jsou schopni ustát tento konkurenční boj s velkými obtížemi. Společnosti nevytváří zisky, stávají se platebně neschopnými a dochází k jejich zadlužení. V případě segmentace trhu dle velikosti podniku tvoří největší část společnosti s max. ročním obrátem do dvou mil. €. Tyto firmy nepatří mezi přímé konkurenty JIPET Spedition GmbH, neboť nemohou nabídnout stejnou kvantitu a zároveň i kvalitu služeb.

⁽⁴⁾ Statistická ročenka České republiky 2009, Struktura zahraničního obchodu teritoriálních seskupení, dostupné na www.czso.cz

⁽⁵⁾ Statistická ročenka Německé republiky 2009. Doprava, dostupné na www.destatis.de

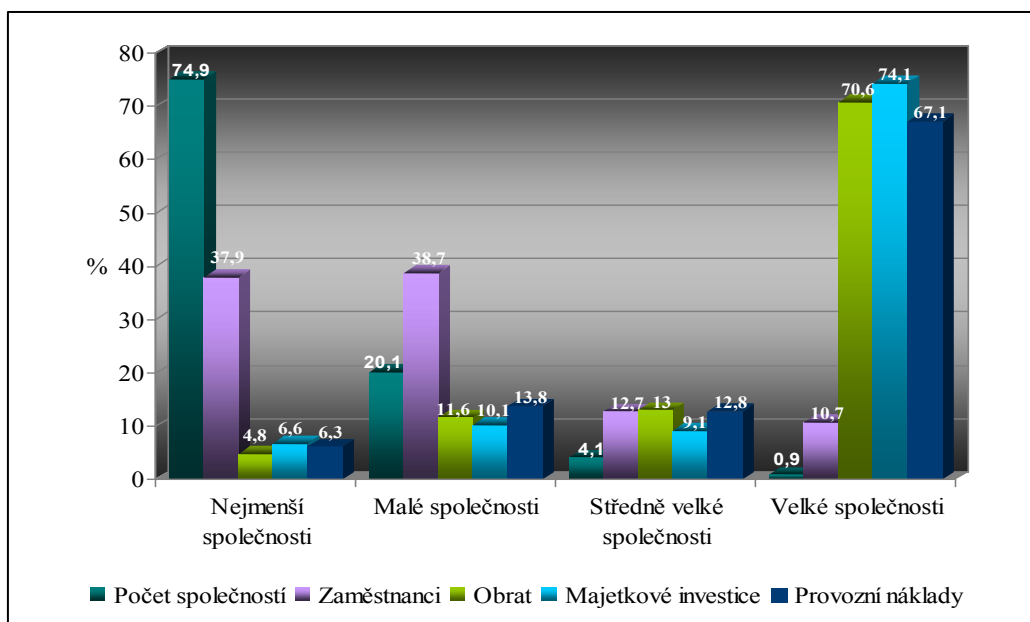
JIPET Spedition GmbH spadá do kategorie malých společností s ročním obrátem do deseti mil. €, viz tabulka č. 7. Největší konkurenci pro ni představují stejně velké a větší společnosti.

Tab. č. 7: Rozdělení společností dle zaměstnanců, ročního obrátu.

Rozsah	Počet zaměstnanců	Roční obrát	Doprava, logistika
Nejmenší společnosti	do 9	do 2 mil. €	111 286
Malé společnosti	do 49	do 10 mil. €	14 043
Střední společnosti	do 249	do 50 mil. €	2 643
Velké společnosti	nad 249	nad 50 mil. €	459

Zdroj: Statistická ročenka Německé republiky 2009, www.destatis.de

Obrázek č. 7 zobrazuje aktuální situaci na dopravním trhu a porovnává jednotlivé dopravní společnosti SRN. Společnost JIPET Spedition GmbH spadá do malých společností, jejichž podíl tvoří celkem 20,1 % z celkového počtu dopravních společností na německém trhu. Obrát, majetkové investice a provozní náklady těchto společností jsou srovnatelné se středně velkými společnostmi, které představují 4,1% podíl. Obrát tvoří 11,6 %, majetkové investice 10,1 % a provozní náklady 13,8 % z celkového segmentu všech společností.



Obr. č. 7: Zhodnocení dopravních společností v SRN

Zdroj: Německá statistická ročenka 2009 SRN, www.destatis.de

Německý trh splňuje tři základní požadavky, které by měl dopravce zvážit před vstupem na jakýkoliv zahraniční trh. Mezi tyto požadavky patří dobrá dostupnost, vysoká poptávka a solventnost většiny zákazníků. Společnost JIPET logistik, s.r.o., tyto skutečnosti dobře

odhadla. Spolupracovala s německými partnery již od počátku podnikání, a tímto způsobem si lépe upevnila vazby a vybudovala nové vztahy.

3.1.2 Zhodnocení lokality umístění

Hannover se nachází na území bývalého západního Německa, ve Spolkové zemi Dolní Sasko, jehož ekonomika byla v tehdejší době velmi silná a i po sjednocení Německa jsou patrné rozdíly mezi tímto územím a územím bývalého východního Německa.

▪ *Napojení na dopravní infrastrukturu a severoněmecké přístavy*

Hannover je považován za významné průmyslové a obchodní centrum s rozvinutou sítí služeb a dobrým napojením na dopravní infrastrukturu, viz příloha č. 7.

Je napojen na hlavní dopravní tepny A2, A7 s dobrou dostupností na všechny světové strany. Dálnice A7 představuje přímé napojení na přístav Hamburg a dále A27 umožňuje spojení s přístavem Bremerhaven. Přístavy slouží jako vstupní a výstupní brány toku zboží určeného pro celou Evropu a pro vývoz zboží k distribuci na obchodních trzích po celém světě. Silniční doprava má vysoký podíl na celkových výkonech většiny přístavů a terminálů. V rámci kontejnerové přepravy dosahuje podíl silniční dopravy 37 % na výkonech v přístavu Bremerhaven a 66% v přístavu Hamburg. Dobré napojení na severní německé přístavy lze tedy označit za stěžejní pro podnikání v silniční nákladní dopravě, a to nejen v oblastech Dolního Saska, celého Německa, ale i ve střední, jižní či východní Evropě.

▪ *Platební neschopnost Dolního Saska*

Dolní Sasko s hlavním městem Hannoverem se řadí mezi první tři území s nejvyšší platební neschopností, což nemusí působit na investory a ostatní dopravní společnosti příliš důvěryhodně. Proto je doporučeno společnostem vstupujícím na německý trh v tomto ohledu volit jinou lokalitu, např. Sasko-Anhaltsko, kde je platební neschopnost o 2/3 nižší. Platební neschopnost dané lokality je znázorněna v příloze č. 10.

Je zajímavé porovnat rok 2007 a 2008, ve kterém se Evropa dostává do ekonomické krize, a přesto nárůst firem s platební neschopností v rámci všech oborů nebyl až tak razantní. Ekonomická krize se projevila především u dopravních společností, kde se platební neschopnost zvýšila téměř o 50 %. Procentuální zastoupení dopravních společností na celkovém počtu všech firem s platební neschopností je poměrně nízké, tvoří 9,6 %.

Schopnost platby zákazníků za poskytnuté dopravní služby je základním předpokladem správné funkce tržních principů. Mateřská společnost při plánování zřízení dceřiné společnosti na zahraničním trhu musí zvážit rizika plynoucí z platební neschopností určité

skupiny budoucích zákazníků. V případě rozhodnutí o vstupu musí zabezpečit dostatečnou pojistnou finanční rezervu, kterou bude připravena poskytnout v krátkém časovém období k pokrytí nákladů vzniklých v důsledku neuhrazení platby za poskytnuté služby.

Společnost JIPET logistik, s.r.o., vstoupila na německý trh v roce 2007. V době plánování vstupu na tento trh vycházela z údajů pro rok 2005 – 2006. V tomto období byla platební neschopnost firem poměrně vysoká, avšak na rozdíl od následných období docházelo ke stabilnímu růstu poptávky po dopravních službách.

3.1.3 Celkové zhodnocení

Podnikání na mezinárodním trhu je postaveno na stejných základních principech jako v ČR. Prosazení na německém zahraničním trhu však souvisí s vyššími požadavky a nároky jak ze strany zákazníků, tak ze strany společnosti, která musí splnit určité podmínky daného trhu. Celkové zhodnocení volby vstupu společnosti JIPET logistik, s.r.o., na zahraniční trh bylo provedeno ohodnocením jednotlivých faktorů, viz tab. č. 8. Stupnice hodnocení byla stanovena v rozmezí 1 – 5. Nejlepší umístění představuje hodnota čísla 1, zatímco hodnota čísla 5 je brána za nejhorší pozici. Na základě faktorů, podle kterých byla společnost ohodnocena v rozmezí 3 – 5, byly provedeny návrhy na zlepšení jejího umístění v celkovém zhodnocení.

Tab. č. 8: Celkové zhodnocení volby vstupu na zahraniční trh.

Faktory		Stupnice hodnocení				
		1	2	3	4	5
1	Napojení na dálniční síť	O				
2	Napojení na severoněmecké přístavy		O			
3	Počet malých podniků (konkurence)			O		
4	Majetkové investice		O			
5	Obrat společnosti			O		
6	Provozní náklady		O			
7	Platební neschopnost Dolního Saska				O	
8	Oborová platební neschopnost		O			

Zdroj: Autorka

Rozbor hodnocení jednotlivých faktorů:

1. Napojení na dálniční síť

Hodnocení napojení na dálniční síť bylo provedeno na základě dostupnosti dálniční sítě od sídla firmy. Pro tento účel byla vytvořena tabulka hodnocení vzdáleností, tabulka č. 9.

Tab. č. 9: **Hodnocení vzdáleností napojení na dálniční síť**

Hodnotící stupnice	1	2	3	4	5
Napojení na dálniční síť[km]	(0;10>	(10;20>	(20;30>	(30;40>	(40 a víc)

Zdroj: Autorka

Sídlo společnosti JIPET Spedition GmbH se nachází v těsné blízkosti dálničních komunikací:

- Dálnice A7 – vzdálenost sídla cca. 7,7 km (hodnocení 1)
- Dálnice A2 – vzdálenost sídla cca. 10,7 km (hodnocení 2)
- Dálnice A37 – vzdálenost sídla cca. 1,2 km (hodnocení 1)

Nejdůležitější z těchto komunikací jsou dálnice A2 a A7. Dálnice A2 umožňuje spojení s východní a západní částí SRN, dálnice A7 umožňuje dopravní spojení důležité severní části s jižní částí Německa. Celkové napojení na dálniční síť bylo ohodnoceno **stupněm 1**.

2. *Napojení na severoněmecké přístavy*

Hlavní dopravní spojení mezi Hannoverem a severoněmeckými přístavy zabezpečuje dálnice A7 (přímé spojení s Hamburkem se vzdáleností cca 135 km) a A27 (spojení s přístavem Bremerhaven se vzdáleností 171 km). Vzhledem k druhu komunikací a přímému napojení bylo zvažováno hodnocení stupněm 1, avšak vzhledem ke vzdálenosti přístavů přesahující 100 km bylo celkově napojení hodnoceno **stupněm 2**.

3. *Počet malých podniků (konkurence)*

Dceřiná společnost Jipet Spedition GmbH spadá do skupiny malých společností, kterých je na německém trhu 14 043. Skupinu hlavních konkurentů tvoří společnosti stejné a větší velikosti, kterých je na trhu celkem 17 145. K celkovému počtu společností na německém trhu (128 431) a zahraniční konkurenci bylo hodnocení stanoveno **stupněm 3**.

Návrh na eliminaci dopadu tohoto faktoru je součástí návrhů na posílení pozice na zahraničním trhu, které je rozvedeno v části 3.2.

4. *Majetkové investice*

Majetkové investice společnosti jsou ovlivněny velikostí podniku, počtem zaměstnanců a dopravních prostředků, stejně tak finanční situací a tlakem konkurence. Vzhledem k velikosti dceřiné společnosti v porovnání s ostatními společnostmi na trhu byl faktor majetkových investic hodnocen **stupněm 2**.

5. Obrat společnosti

Obrat společnosti je závislý na počtu uskutečněných přeprav, který je ovlivněn velikostí vozového parku a schopností zaměstnanců (dispečerů) získávat nové zakázky. Společnost JIPET Spedition GmbH dosáhla v roce 2008 obratu 443 000 € a v roce 2009 činil obrat 529 000 €. Došlo tedy k 19,5% meziročnímu nárůstu. Vzhledem k současné hospodářské situaci na německém trhu a možnostem společnosti, je hodnocení tohoto faktoru stanoveno na **stupni 3**.

Zvýšení obratu lze docílit větším počtem uskutečněných přeprav, tedy rozšířením okruhu zákazníků. Současná organizační struktura nedovoluje, se na tuto činnost efektivně zaměřit. Proto návrhovým opatřením je zřízení další pracovní pozice (obchodního manažera), která je dále rozvedena v kapitole 3.2.3.

6. Provozní náklady

Provozní náklady malé společnosti vzhledem k počtu zaměstnanců, dopravních prostředků s růstem velikosti podniku rostou. V rámci německého trhu zauímají náklady malých společností k celkovým nákladům všech společností tohoto segmentu trhu 13,8 %, což je srovnatelné s provozními náklady středně velkých společností, které dosáhly procentuálního podílu 12,8 % při 4,1% podílu na trhu z celkového počtu společností. Hodnocení tohoto faktoru stanoveno **stupněm 2**.

7. Platební neschopnost Dolního Saska

Hannover spadá do oblasti Dolního Saska, které zauímá třetí místo v platební neschopnosti firem v rámci SRN. Tato skutečnost přináší jistá rizika s odlivem zákazníků z důvodu nedůvěryhodnosti společností v dané lokalitě. Z pohledu platební neschopnosti mohlo být zvoleno umístění společnosti lépe. Tento faktor je ohodnocen **stupněm 4**.

Platební neschopnost zvolené lokality nelze přímo ovlivnit, avšak dopad této skutečnosti na společnost lze zmírnit výběrem zákazníka, či budováním dobrého jména podniku včasným hrazením faktur.

8. Oborová platební neschopnost

Společnost vstoupila na německý trh roku 2007. V letech 2007 – 2008 vzrostla platební neschopnost v silniční dopravě z důvodu hospodářské krize o 50 %. V současné době se doprava podílí na celkové platební neschopnosti všech oborů z 9.1%. Tento faktor je hodnocen **stupněm 2**.

Výběr německého trhu a lokality umístění společnosti na základě celkového hodnocení lze označit za vhodně zvolený. Hlavní nedostatky byly zjištěny u faktoru platební neschopnosti zvolené lokality a konkurenci plynoucí z velikosti společnosti. Výběr umístění sídla dceřiné společnosti s dobrým napojením na dopravní infrastrukturu a severoněmecké přístavy bylo provedeno s velkou precizností a rozvahou. V rámci hodnocení faktorů byla dostupnost dopravní sítě hodnocena stupněm 1 a napojení na severoněmecké přístavy stupněm 2. Tyto faktory a pečlivý výběr zákazníků umožnily společnosti udržet svou pozici na trhu i v období nejhoršího dopadu hospodářské krize.

3.2 Návrh na posílení pozice na zahraničním trhu a eliminace faktorů ohodnocených negativně

Společnosti vstupující na zahraniční trh v oblasti silniční nákladní dopravy jsou v počáteční fázi značně znevýhodněny oproti již dlouhodobě působícím dopravním společnostem na trhu. Z celkového hodnocení volby vstupu na zahraniční trh byly označeny za faktory s negativním dopadem konkurence, obrat a platební neschopnost zvolené lokality.

Platební neschopnost razantně ovlivnit nelze, možným řešením je včasné hrazení faktur a budování dobrého jména společnosti. V případě konkurence společnosti existují účinné nástroje obrany. Mezi tyto obranné mechanismy lze zařadit i nabídku lepších služeb v oblasti poskytování informačních zdrojů během přepravního procesu. V případě zvýšení obratu navrhuji zřízení pozice obchodního manažera.

Dceřiná společnost JIPET Spedition GmbH byla v počátku působení na německém trhu znevýhodněna zejména díky působení několika faktorů. Nejvýznamnějším faktorem je konkurence. Společnost působící delší dobu na trhu má lepší znalost tržního prostředí, vytvořený stálý okruh zákazníků a lépe odhaduje jejich požadavky. Společnost JIPET Spedition GmbH s podporou mateřské společnosti (v podobě poskytnutí části vozového parku, viz kap. 2.7.3, spolupráce při získání zákazníků a finančních prostředků) dokázala v počáteční fázi tomuto vysokému tlaku konkurence čelit a postupně upevňovat pozici na zahraničním trhu. V současné době získala stálý okruh zákazníků, se kterými spolupracuje a udržuje přátelské vztahy.

3.2.1 Nabídka lepších služeb v oblasti poskytování informačních zdrojů během přepravního procesu

Včasná informace je neodmyslitelným základem úspěchu dopravní společnosti. JIPET Spedition GmbH využívá pro komunikaci mobilní telefon u mezinárodní společnosti Telefonica O2. V současné době je považován tento způsob získávání informací za zastaralý a nedostačující v souvislosti s poskytovanou kvalitou služeb konkurence. Zákazník je spokojený tehdy, pokud jsou mu poskytnuty kvalitní, aktuální a spolehlivé informace s maximální úsporou času. Jedním ze způsobů, jak tohoto efektu dosáhnout, je monitorování polohy vozidel. Společnost JIPET Spedition GmbH v současné době nedisponuje dostatkem finančních prostředků a investice do vlastního systému (tzv. na míru) by byla značnou finanční zátěží, proto je výhodnější i vzhledem k velikosti vozového parku si tyto služby pronajmout.

Pro porovnání komunikace a úspory času prostřednictvím telefonního zařízení a vlastní monitorování vozidla byla vybrána produkce společnosti Telefonica O2 Car Control. Tato společnost byla zvolena z důvodu již využívání služeb tohoto operátora a dobré reference.

▪ *O2 Car Control*

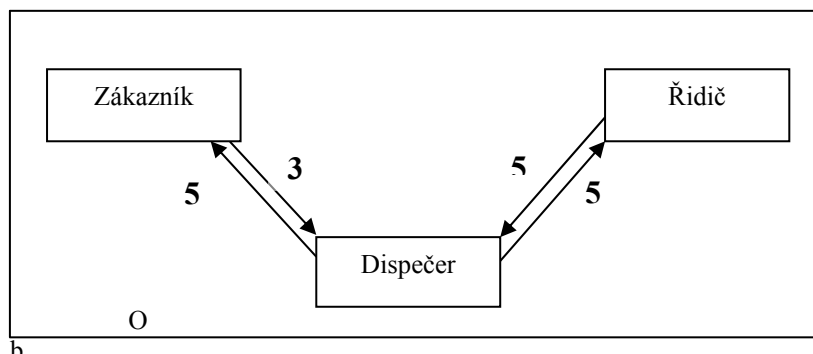
Společnost získá prostřednictvím této služby celkový přehled o jednotlivých jízdách nákladních vozidel, což zaručuje rychlejší a kvalitnější poskytování informací zákazníkovi. Systém umožňuje monitorovat pohyb vozidel v reálném čase, díky kterému má možnost okamžitě reagovat, vyvodit okamžité změny a podat nové dispozice zákazníkům s vynaložením minimálního času. Dále umožňuje vyhodnocovat průběh jednotlivých jízd a připravovat na základě získaných dat elektronickou knihu jízd.⁽⁶⁾ Monitorování vozidla za pomoci služby O2 Car Control je uvedeno v příloze č. 11.

▪ *Časová úspora*

Na obrázku č. 8, č. 9 je znázorněna úspora času a efektivnost poskytování informací o poloze zásilky zákazníka prostřednictvím mobilního zařízení a služby O2 Car Control. Jednotlivé hrany jsou časově ohodnoceny. Časovou jednotkou byla stanovena jedna minuta. Dále bylo provedeno vyhodnocení úspory časů jednotlivých způsobů poskytování služeb.

⁽⁶⁾ Informace o služeb O2 Car Control byly zjištěny na stránkách mezinárodní společnosti O2.
<https://carcontrol.cz.o2>

Obrázek č. 8 znázorňuje způsob poskytování informací zákazníkovi dispečerem a komunikace dispečera s řidiči prostřednictvím mobilního zařízení.



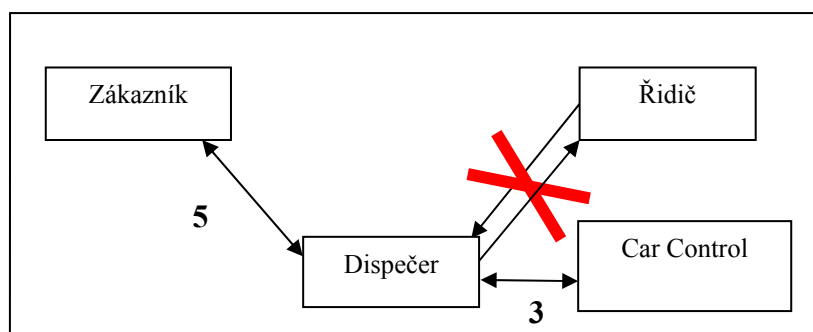
Obr. č. 8: **Komunikace prostřednictvím telefonního zařízení**
Zdroj: Autorka

Tato komunikace probíhá na základě více telefonních hovorů. Zákazník se spojí pomocí mobilního telefonu s dispečinkem dané firmy a sdělí dispečerovi požadavek. Dispečer požadavek přijme. Dále probíhá komunikace mezi dispečerem a řidičem, kdy se dispečer musí spojit s řidičem vozidla pomocí mobilního telefonu a řidič zpětně podá informace o poloze. Následně se dispečer spojí se zákazníkem a sdělí informace o poloze zásilky. Jako celková doba trvání poskytnutí aktuální informace zákazníkovi o poloze přepravované zásilky, byla stanovena minimální hodnota časového úseku 18 minut.

Nevýhody: nebezpečnost pro řidiče, ne vždy zaručeno, že řidič uvede pravdivě svou polohu, nespolehlivé (šum, výpadek signálu), vysoké provozní náklady, zdlouhavé.

Výhody: snadná dostupnost, nízká pořizovací cena mobilních telefonů.

Obrázek č. 9 znázorňuje způsob poskytování informací zákazníkovi dispečerem prostřednictvím mobilního telefonu a služby O2 Car Control.



Obr. č. 9: **Komunikace s využitím O2 Car Control a telefonního zařízení**
Zdroj: Autorka

Komunikace probíhá na základě jednoho telefonního hovoru. Zákazník se spojí pomocí mobilního telefonu s dispečinkem dané firmy a sdělí dispečerovi požadavek. Dispečer požadavek přijme a okamžitě zjistí polohu dané zásilky pomocí služby O2 Car Control a zjištěné informace ihned sděluje zákazníkovi. Celková doba trvání poskytnutí aktuální informace zákazníkovi o poloze přepravované zásilky se pohybuje cca. 8 minut.

Nevýhody: Náklady na pořízení modulu O2 Car Control, které se pohybují cca 400 €, provozní náklady jejichž cena se odvíjí od zvoleného tarifu.

Výhody: Monitorování vozidla v reálném čase, bezpečnost pro řidiče, rychlost získání informací, důvěryhodnost informací.

▪ **Zhodnocení O2 Car Control**

Zavedením monitorování vozidla pomocí O2 Car Control se zvýší kvalita poskytovaných služeb a zákazník získá maximální přehled o své zásilce. Z tohoto důvodu bych společnosti JIPET Spedition GmbH tento systém doporučila. A to nejen z důvodu lepší komunikace, ale i dalších výhod spojených s touto službou, jako je například sledování vykazovaných ujetých kilometrů, informace o rychlosti a spotřebě paliva, nebo aktuální přehled o pohybu vozidel. Zavedením této služby by se společnost vyrovnala dalším dopravcům, kteří již monitorování vozidla aktivně využívají, šetří tak čas i úspory.

Z provedené analýzy bylo zjištěno, že společnost JIPET Spedition GmbH získá prostřednictvím této služby **časovou úsporou** nejméně **10minut**.

Tab. č. 10: Porovnání systémů mobilních telefonů O2 s O2 Car Control

Možnosti	Mobilní telefon O2	O2 Car Control
Pořízení zařízení	nízké	nákladné
Komunikační náklady	vysoké	nízké
Bezpečnost pro řidiče	ohrožující	vysoká
Možnost sledování polohy	NE	ANO
Možnost archivace dat	NE	ANO
Hlasová komunikace	ANO	NE
Aktuálnost informací	ANO	ANO

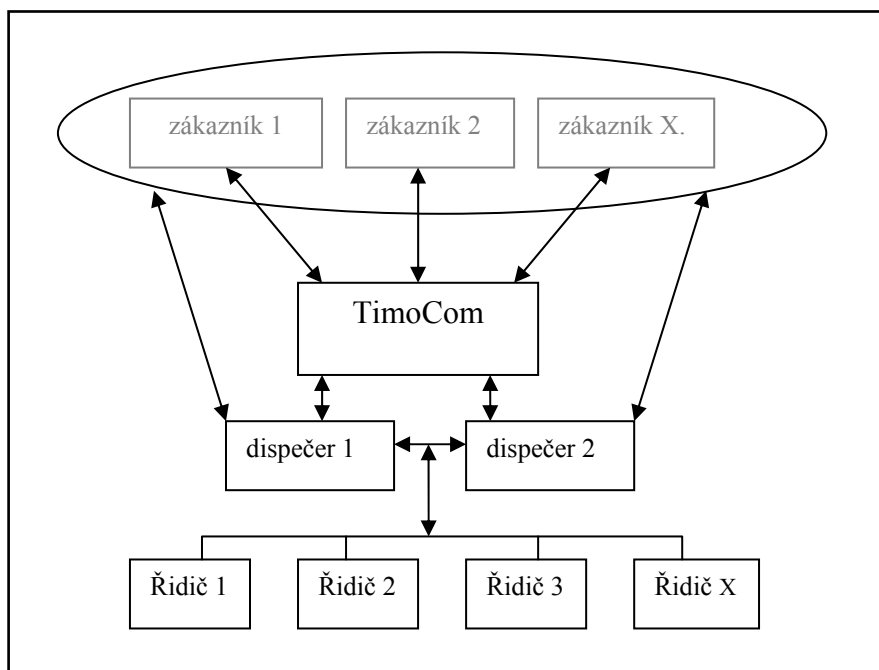
Zdroj: Autorka

Tabulka č. 10 porovnává systém O2 Car Control se službami mobilního telefonu. Je zřejmé, že O2 Car Control je finančně nákladnější na pořízení, ale jeho následující provozní náklady jsou nižší. Řidiči se cítí bezpečně a společnost má nad nimi maximální možnou kontrolu. O2 Car Control umožňuje archivaci dat. Aktuálnost informací zaručují obě služby stejně, avšak hlasovou komunikaci umožňuje pouze mobilní telefon.

3.2.2 Zřízení pozice „Obchodního MANAGERA“

V současné době je společnost řízena jednatelem Andreasem Heinzem a Denisem Beckerem, kteří zároveň zastávají pozice dispečerů, viz organizační struktura společnosti, (kapitola 2.8.1). Každá společnost by měla klást důraz na oslovení zákazníků, ale v této situaci bohužel nemá ani jeden ze spolupracovníků na to dostatek času. Proto bych společnosti doporučila zaměstnat nového pracovníka na pozici obchodního manažera, který by tento úkol splňoval. A tudíž by se z této vedlejší činnosti stala priorita, možnost zvýšení úspěchu a tržeb společnosti.

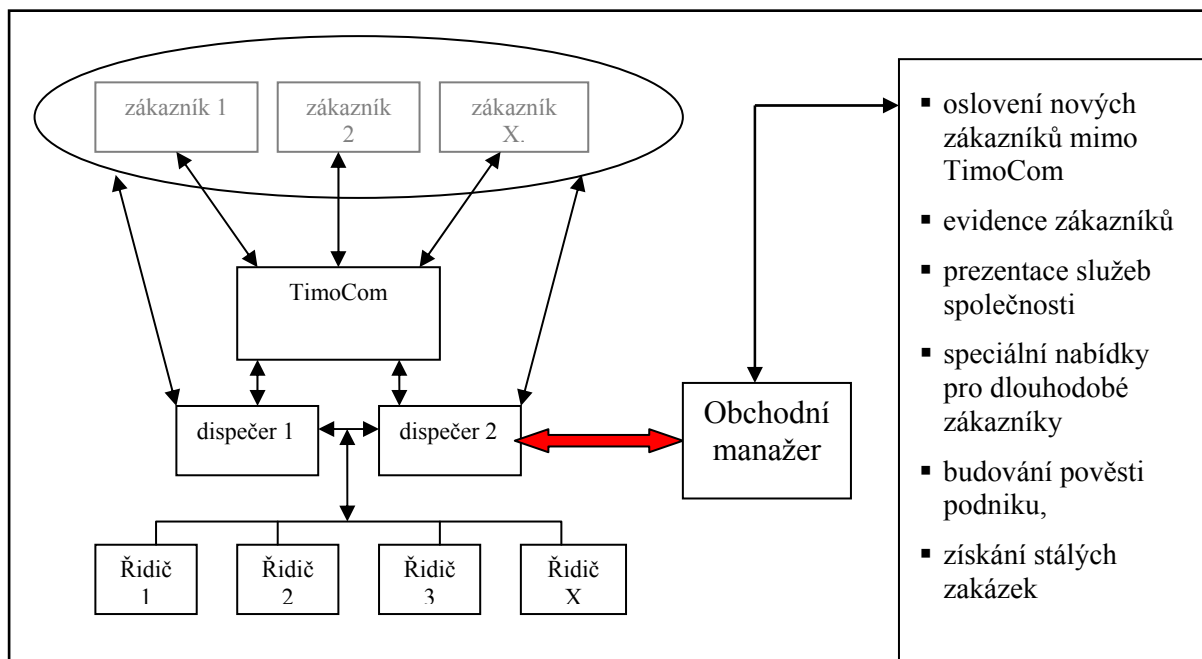
Na obrázku č. 10 je znázorněno získání a oslovení jednotlivých zákazníků společnosti JIPET Spedition GmbH. V současné době získává společnost jednotlivé zakázky prostřednictvím programu TimoCom. Jedná se o program pracující na principu burzy volných nákladů a vozidel. Jednotlivé společnosti využívající tento program zadají svou zakázku (volné náklady, vozy), která se následně zobrazí všem uživatelům programu. Na základě těchto nabídek si dispečeři vyhledají vhodnou přepravu a kontaktují zadavatele, který je uložen v profilu. Po telefonním spojení se zákazníkem si domluví již konkrétní podmínky jednotlivé zakázky. V příchodu objednávky (mailem, faxem) dispečer tuto objednávku potvrdí a kontaktuje řidiče. Řidiči zadá informace o dané přepravě (místo nakládky, vykládky, trase, druhu přepravovaného zboží) a informuje zákazníka o pohybu zásilky.



Obr. č. 10: Schéma získání zakázek prostřednictvím programu TimoCom
Zdroj: Autorka

Na obrázku č. 11 je znázorněn způsob získávání zákazníků prostřednictvím programu TimoCom a oslovením zákazníků obchodním managerem. Osoba na této pracovní pozici by se starala o stávající zákazníky, aktivně vyhledávala a získávala nové zákazníky, vedla evidenci, prezentovala služby společnosti a připravovala speciální nabídky pro klienty.

Péčí o zákazníky mohou získat mnohem větší konkurenční výhodu oproti společnostem, které tolik na ně nedbají. Bez spokojených zákazníků nemůže být dlouhodobě úspěšné žádné podnikání, proto se toto doporučení jeví jako výhodná investice. Je důležité vidět a být viděn, zůstat důvěryhodný a přítomný na scéně společenských a podnikatelských událostí. Pro společnost jsou cenné vzájemné neformální vztahy mezi zástupci různých společností v daném oboru, dochází tak k pevnému budování lepší pověsti podniku, získávání neoficiálních informací atd. Je to jedinečný nástroj, jehož pomocí lze zvyšovat svůj zisk i spokojenost zákazníků zároveň.



Obr. č. 11: **Získávání zakázek prostřednictvím programu TimoCom a oslovením zákazníka obchodním managerem**

Zdroj: Autorka

V dnešní době je udržení si stálých zákazníků velmi těžké a získání nových potenciálních zákazníků ještě těžší. Spokojený zákazník je pro společnost nejlepší reklamou. Naproti tomu každý nespokojený negativně ovlivní další spolupráci. Škody vzniklé tímto zákazníkem nabývají vysokých hodnot a jsou těžce vyčíslitelné. Zavedením pozice obchodního managera by společnost získávala zakázky z více zdrojů a vedla osobnější přístup k zákazníkům. Zakázky by nebyly získávány pouze ze zvoleného programu TimoCom, ale i od okolních zákazníků mimo tento program.

ZÁVĚR

Vstup společnosti JIPET logistik, s.r.o., na německý trh v podobě dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH hodnotím jako úspěšný. Na tomto úspěchu se podílel jednak vhodný výběr trhu, který v případě osmdesátimilionového německého trhu dává společnosti jiné možnosti a šance než desetimilionový trh český. Společnost toho dosáhla také díky tomu, že zvážila své možnosti, stanovila si cíle, analyzovala vnitřní a vnější prostředí a zaměřila se na plánování podnikové strategie. Umístění sídla dceřiné společnosti v Hannoveru s ohledem na provedenou analýzu hodnotím za velmi zdařilé. Jen těžko by se hledala stejně vhodná lokalita s dobrým napojením na dálniční síť v relativně blízké vzdálenosti od severoněmeckých přístavů.

Hlavní přínos vstupu společnosti na německý trh spočívá v lepším přístupu k německým zákazníkům. Dceřiná společnost je brána na německém trhu jako domácí a lépe získává zákazníky, kteří preferují právě tuzemské dopravce. Tyto zákazníky z pozice zahraniční společnosti, v mém případě JIPET logistik, s.r.o., lze získávat jen s obtížemi.

Z provedených analýz vyplynulo, že na dceřinou společnost negativně působí velká konkurence a platební neschopnost dané lokality. Na základě těchto zjištěných faktorů jsem navrhla možná řešení na eliminaci jejich dopadů a posílení současné pozice.

Pro zvýšení konkurenceschopnosti, by se společnost měla zaměřit především na lepší kvalitu poskytovaných služeb zákazníkovi. Hlavní nedostatky, které byly zjištěny, spadají do oblasti poskytování informací o poloze zásilek zákazníkům a monitorování vozidel. Dále nedostatky v oblasti získávání nových zákazníků. V prvním případě doporučuji, využít systém Car Control od společnosti O2. Díky tomuto systému bude společnost schopna poskytnout aktuální a pravdivé informace s celkově výraznou časovou úsporou minimálně deseti minut. Tato včasná informace se stane neodmyslitelným základem úspěchu společnosti a takto ušetřený čas může využít mnohem efektivněji. V případě zlepšení získávání zakázek a tím i dosažení vyššího obratu, navrhuji vytvoření pozice obchodního manažera. Důvodem je předimenzování pracovní náplně dispečerů. Dispečeré získávají zakázky především s využitím systému TimoCom a nezbývá jim dostatek času na získávání zákazníků mimo tento systém. Zřízení pozice obchodního manažera by toto hluché místo vyplnilo. Díky tomu by společnost získala zakázky z více zdrojů, vedla osobnější přístup k zákazníkům a měla možnost zvýšit svůj obrat. Tím by zlepšila nejen svou pozici, ale i celkovou konkurenceschopnost.

V případě platební neschopnosti dané lokality nelze navrhnout nějaká zásadní opatření, která by danou situaci zlepšila. Možným řešením je včasná úhrada faktur a budování dobrého jména společnosti. V procesu získávání zákazníků by se společnost měla vyvarovat zakázek ze společností s platební neschopností. Odhalení těchto společností by mohlo být zajišťováno navrženým obchodním managerem.

SEZNAM INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

- (1) CIHELKOVÁ, E.; ADÁMKOVÁ, V. *Vnitřní trh Evropské unie*. Praha, VŠE., 2000. 60 s. ISBN 80-245-0056-6.
- (2) Podnikání v EU [online]. [cit. 2010-05-20]. Evropská unie v České republice. Dostupné z www: <<http://ec.europa.eu/ceskarepublika/>>.
- (3) Základní svobody EU [online]. 2008 [cit. 2009-12-05]. Dostupný z www: <<http://janamurova.blog.cz>>.
- (4) Provozovna [online]. 1998 [cit. 2009-12-05]. Česky. Dostupný z www: <<http://business.center.cz>>.
- (5) JANATKA, F., et al. *Dceřiné firmy*. Praha 3, ASPI a.s, 2005. 200 s. ISBN 80-7357-068-8.
- (6) Obchodní zákoník [online]. 2007 [cit. 2009-12-05]. Dostupný z www: <<http://podnikatel.cz/zakony>>.
- (7) Businessinfo: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. 2001 [cit. 2009-11-12]. Dostupný z www: <www.businessinfo.cz>.
- (8) Eurolicence [online]. 2009 [cit. 2009-12-05]. Dostupný z www: <<http://board.proridice.eu>>.
- (9) Koncesované živnosti, koncesní listina [online]. 2008 [cit. 2009-12-05] Dostupný z www: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/kdy-je-v-podnikani-nutna-koncesni-listina/>>.
- (10) PAVLÍČEK, F., KLEPRLÍK, J., BRÁZDOVÁ, M. *Technologie a řízení dopravy IV : Silniční doprava*. Universita Pardubice, 1999. 142 s. ISBN 80-7194-182-4
- (11) Businessinfo: Pravidla pro podnikání v Německu [online]. 2001 [cit. 2009-12-05]. Dostupný z www: <www.businessinfo.cz>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1: Porovnání základního kapitálu zřízením a.s. ve vybraných státech EU v €.....	15
Obr. č. 2: Porovnání základního kapitálu zřízením s.r.o. ve vybraných státech EU v €.....	16
Obr. č. 3: Postup zřízení dceřiné společnosti JIPET Spedition GmbH.....	19
Obr. č. 4: Stanovené a očekávané cíle od zřízení dceřiné společnosti	20
Obr. č. 5: Procentuální podíl cílových oblastí společnosti JIPET logistik, s.r.o., 2007	23
Obr. č. 6: Organizační struktura společnosti JIPET Spedition GmbH.....	29
Obr. č. 7: Zhodnocení dopravních společností v SRN	32
Obr. č. 8: Komunikace prostřednictvím telefonního zařízení	39
Obr. č. 9: Komunikace s využitím O2 Car Control a telefonního zařízení	39
Obr. č. 10: Schéma získání zakázek prostřednictvím programu TimoCom.....	41
Obr. č. 11: Získávání zakázek prostřednictvím programu TimoCom a oslovením zákazníka obchodním managerem	42

SEZNAM TABULEK

Tab. č. 1: Jednotlivé názvy společností v EU.....	14
Tab. č. 2: Náklady při založení společnosti s ručením omezeným v ČR a SRN.....	21
Tab. č. 3: Konkurenční faktory.....	22
Tab. č. 4: Nejčastější obchodní partneři společnosti JIPET logistik, s.r.o.	24
Tab. č. 5: Pozitivní, negativní faktory	25
Tab. č. 6: Struktura vozového parku společnosti JIPET Spedition GmbH	30
Tab. č. 7: Rozdělení společností dle zaměstnanců, ročního obrátu	32
Tab. č. 8: Celkové zhodnocení volby vstupu na zahraniční trh.....	34
Tab. č. 9: Hodnocení vzdáleností napojení na dálniční síť	35
Tab. č. 10: Porovnání systémů mobilních telefonů O2 s O2 Car Control.....	40

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Eurolicence

Příloha č. 2: Organizační struktura společnosti JIPET logistik, s.r.o

Příloha č. 3: Náklady na sepsání společenské smlouvy JIPET Spedition GmbH

Příloha č. 4: Notářský zápis společenské smlouvy

Příloha č. 5: Otevření bankovního konta a vložení základního kapitálu

Příloha č. 6: Přihlášení živnosti

Příloha č. 7: Vozový park společnosti JIPET logistik, s.r.o.

Příloha č. 8: Zahraniční obchod České republiky se SRN

Příloha č. 9: Napojení na dopravní infrastrukturu a severoněmecké přístavy

Příloha č. 10: Platební neschopnost Dolního Saska

Příloha č. 11: Monitorování vozidla za pomoci služby O2 Car Control

Příloha č. 12: Interview

SEZNAM ZKRATEK

a.s.	Akciová společnost
B	Belgie
ČR	Česká republika
D	Německo
ES	Evropské Společenství
EU	Evropská unie
IHK	Obchodní a průmyslová komora
k.s.	komanditní společnost
SRN	Spolková republika Německo
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
NL	Holandsko
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná

PŘÍLOHA č. 1: Eurolicence

EUROPÄISCHE WIRTSCHAFTSGEMEINSCHAFT

(1) Bezeichnung der zuständigen Behörde oder Stelle

D

Landeshauptstadt Hannover

Lizenz Nr. D/ D/1206/NI/H

für den grenzüberschreitenden gewerblichen Güterkraftverkehr

Diese Lizenz berechtigt

JIPET Spedition GmbH
~~Rudolf-Diesel-Weg 4~~
 30419 Hannover, *Ery Heropelstr. 64*
 30519

(2)

08. Feb. 2008

Landeshauptstadt Hannover
 Fachbereich Recht und Ordnung
 Der Oberbürgermeister
 im Auftrage

Amtlich ergänzt/
geändert/berichtigt:

auf allen Verkehrsverbindungen für die Wegstrecken im Gebiet der Gemeinschaft zum grenzüberschreitenden gewerblichen Güterkraftverkehr im Sinne der Verordnung (EWG) Nr. 881/92 des Rates vom 26. März 1992 und der allgemeinen Bestimmungen dieser Lizenz.

Besondere Bemerkungen:

zur Führung der Geschäfte bestellte Person:
 Andreas Heinz
 Aarhushof 1
 30457 Hannover

Diese Lizenz gilt vom 25. Sep. 2007


bis zum 24. Sep. 2012

Erteilt in Hannover

am 25. Sep. 2007

Landeshauptstadt Hannover
 Fachbereich Recht und Ordnung
 Fahrerlaubnisbehörde
 Der Oberbürgermeister
 im Auftrage

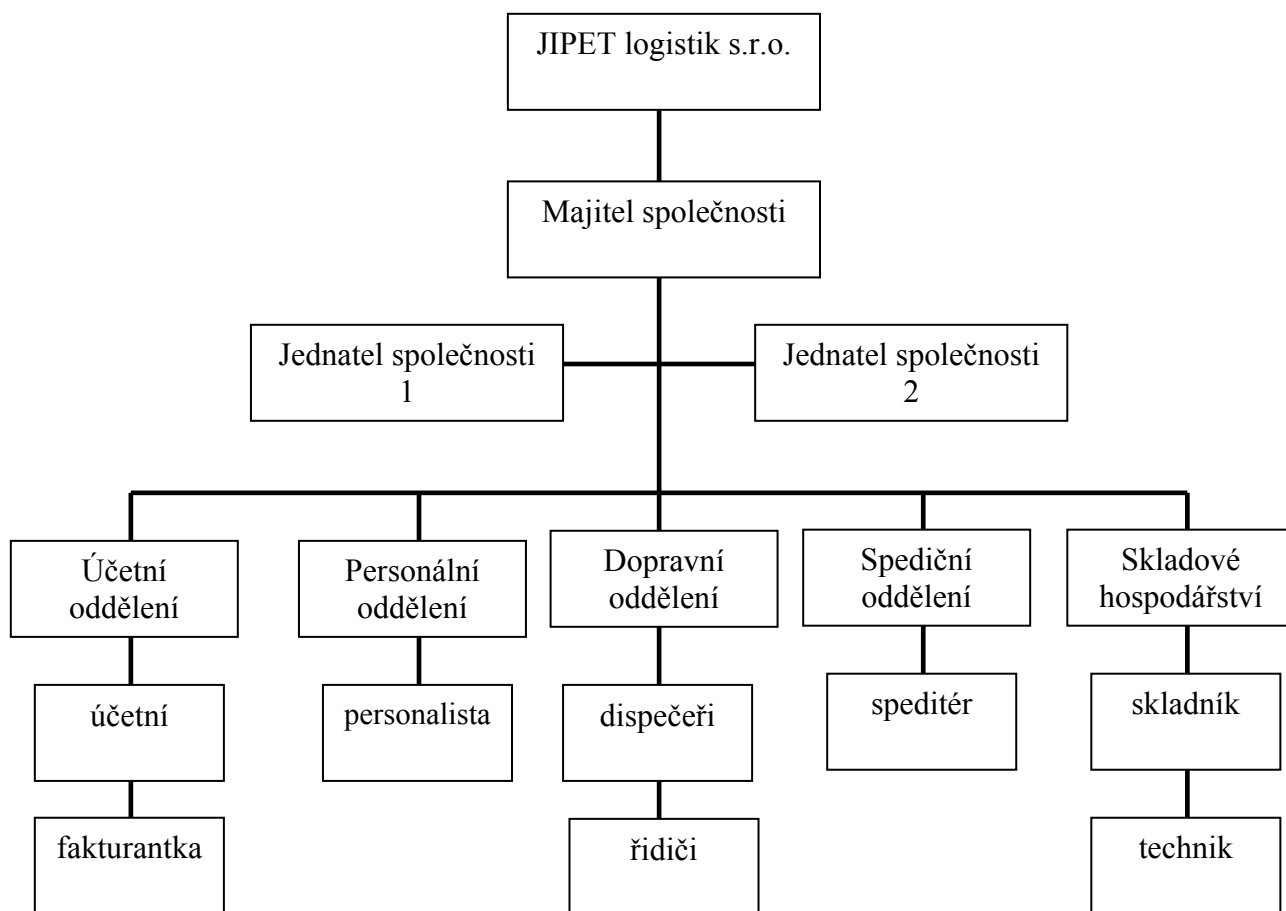
(3)



Nachdruck, Nachvermahlung, Kopieren und elektronische Speicherung verboten!

Deutscher Gemeinschaftsdruck 2007/08
©. Alle Rechte vorbehalten

PŘÍLOHA č. 2: Organizační struktura společnosti JIPET logistik s.r.o.



PŘÍLOHA č. 3: Náklady na sepsání společenské smlouvy JIPET Spedition GmbH

Georg Burchard

RECHTSANWALT UND NOTAR

Roscherstraße 10

30161 Hannover

Telefon (0511) 344911

Telefax (0511) 3180767

GERICHTSFACH 58

RECHTSANWALT U. NOTAR GEORG BURCHARD · ROSCHERSTR. 10 · 30161 HANNOVER

Firma

JIPET Spedition GmbH

Rudolf-Diesel-Weg 4

30419 Hannover

27.09.2007 /sch

Kostenrechnung

gem. §§ 141, 154 KostO

UR.-Nr. 86/2007

UR.-Nr. 87/2007

Rg-Nr. 140/2007

Gesellschaftsvertrag vom

03.08.2007 zu UR.-Nr. 86/2007

Geschäftswert Vertrag: 25.000,00 €

Geschäftswert Beschluss: 25.000,00 €

Gebühr gem. §§ 141, 32, 36 I KostO 10/10

84,00 €

Gebühr gem. §§ 141, 32, 47 KostO 20/10

168,00 €

25 Seiten Dokumentenpauschale à 0,50 €

gem. §§ 136 I Nr. 1, 152 I KostO

12,50 €

Handelsregisteranmeldung und Unter-

schriftsbeglaubigung mit Entwurf

vom 06.08.2007 zu UR.-Nr. 87/2007

Geschäftswert gemäß § 41 a KostO: 25.000,00 €

Gebühr gem. §§ 141, 32, 38 II Nr. 7, 145 Abs. 1 KostO 5/10

42,00 €

9 Seiten Dokumentenpauschale à 0,50 €

gem. §§ 136 I Nr. 1, 152 I KostO

4,50 €

Erstellung der Gesellschafterliste

Wert: 10 % von 25.000,00 € = 2.500,00 €

Gebühr gem. § 147 II KostO 5/10

13,00 €

Post- und Telekommunikationsdienstleistungen

gem. §§ 137 Abs. 2, 152 II Nr. 1 und 2 KostO

3,45 €

327,45 €

19 % Mehrwertsteuer gem. § 151 a KostO

(FA-Nr. 24/107/01412)

62,22 €

Gesamt

389,67 €

=====

by Notar

PŘÍLOHA č. 4: Notářský zápis společenské smlouvy

**Gesellschaftsvertrag
der Firma JIPET Spedition GmbH**



**§ 1
Firma und Sitz**

Die Firma der Gesellschaft lautet:

JIPET Spedition GmbH.

Der Sitz der Gesellschaft ist Hannover.

**§ 2
Gegenstand der Gesellschaft**

Gegenstand der Gesellschaft ist die Spedition internationaler und innerdeutscher Transporte und der Großhandel mit erlaubnisfreien Waren.

Die Gesellschaft ist berechtigt, alle Geschäfte vorzunehmen und alle Maßnahmen zu ergreifen, die mit dem Gegenstand des Unternehmens zusammenhängen oder ihr mittelbar oder unmittelbar zu dienen geeignet erscheinen.

**§ 3
Geschäftsjahr**

Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr. Das erste Jahr ist ein Rumpfwirtschaftsjahr; es endet am 31.12. des Jahres, in dem die Gesellschaft nach Gründung ihre Geschäftstätigkeit aufgenommen hat.

**§ 4
Stammkapital und Stammeinlagen**

Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt 25.000,00 € (in Worten: fünfundzwanzigtausend Euro).

Die Stammeinlage in Höhe von 25.000,00 € übernimmt der alleinige Gesellschafter Petr Skalnik, wohnhaft Zelnicky 815, 69155 Moravska Nova Ves, Tschechische Republik.

Die Stammeinlage ist in bar zu leisten und sofort fällig.

**§ 5
Geschäftsführung und Vertretung**

Die Gesellschaft hat einen oder mehrere Geschäftsführer; falls nur ein Geschäftsführer bestellt ist, vertritt dieser die Gesellschaft allein.

Sind mehrere Geschäftsführer bestellt, so sind sie jeweils gemeinsam vertretungsberechtigt. Die Gesellschafterversammlung kann hiervon abweichende Regelungen treffen. Die Gesellschafterversammlung kann einzelne Geschäftsführer von den Beschränkungen des § 181 BGB befreien.

§ 6 Bekanntmachungen

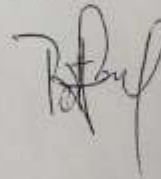
Die Bekanntmachungen der Gesellschaft erfolgen im elektronischen Bundesanzeiger.

§ 7 Schlussbestimmungen

1)
Soweit dieser Vertrag keine abweichenden Regelungen enthält, findet das GmbH-Gesetz Anwendung.

2)
Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so wird die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. Die betreffende Bestimmung ist durch eine wirksame zu ersetzen, die dem angestrebten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Das gleiche gilt bei Vorhandensein einer Lücke.

3)
Die durch die Errichtung der Gesellschaft anfallenden Gründungskosten trägt die Gesellschaft bis zu einem Gesamtaufwand in Höhe von 2.000,00 €.



Kostenberechnung:

Geschäftswert:

a) Gesellschaftsvertrag 25.000,00 €
b) Gesellschafterbeschluss 25.000,00 €

Gebühr gemäß §§ 141, 32, 36 I KostO 10/10	84,00 €
Gebühr gemäß §§ 141, 32, 47 KostO 20/10	168,00 €
19 % Mehrwertsteuer gemäß § 151 a KostO	47,88 €
Gesamtsumme	<u>299,88 €</u> =====

gez. G. Burchard
Notar

Die Übereinstimmung der vorstehenden Ablichtung mit der mir vorliegenden Urschrift wird hiermit bezeugt.

Hannover, den 3. August 2007



G. Burchard
Notar

PŘÍLOHA č. 5: Otevření bankovního konta a vložení základního kapitálu

K27MFT1001 Bargeschäft	COMMERZBANK 	
	FILIALE HANNOVER	
Herr, Frau, Firma JIPET SPEDITION GMBH	Postanschrift: POSTFACH 1229 30012 HANNOVER Geschäftsräume: THEATERSTR. 11 - 12 30159 HANNOVER	
RUDOLF-DIESEL-WEG 4 30419 HANNOVER		
Referenz Nr.: 30000028699	Datum 03.08.2007	Seite 1
Einzahlung		
zu Gunsten		
Begünstigter Kontonummer bei der Bankleitzahl Verwendungszweck Auftraggeber	JIPET SPEDITION GMBH 300 3336088 00 COMMERZBANK AG 250 400 66 EINZAHLUNG S.O.	
Einzahlungsbetrag	EUR	25.000,00
Wir bescheinigen hiermit, den angegebenen Betrag in bar zur Gutschrift auf das angegebene Konto erhalten zu haben.		
Diese Bescheinigung hat nur Gültigkeit, wenn sie die Originalunterschrift des Kassierers trägt.		
Bitte prüfen Sie Betrag, Empfänger- und Verwendungszweckdaten auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Teilen Sie uns Abweichungen unverzüglich mit.		

b

PŘÍLOHA č. 6: Přihlášení živnosti

Landeshauptstadt Hannover - Fachbereich Recht und Ordnung - 32.22.1 - Leinstr. 14, 30159 Hannover Dienstgeb: Vordere Schöneworth 14, 30167 Hannover		Gemeindefachzahl Betriebsstätte (Stz) 03241001	GewA 2
Gewerbe-Ummeldung Nach § 14 GewO oder § 55 c GewO		Bitte vollständig und gut lesbar ausfüllen sowie alle zutreffenden Kästchen ankreuzen.	
Bei Personengesellschaften (z. B. OHG) ist für jeden geschäftsführenden Gesellschafter ein eigener Vordruck auszufüllen. Bei juristischen Personen ist bei Feld Nr. 3 bis 9 und Feld Nr. 30 und 31 der gesetzliche Vertreter anzugeben. Bei inländischer AG wird auf diese Angaben verzichtet. Die Angaben für weitere gesetzliche Vertreter zu diesen Nummern sind ggf. auf Beilagen zu ergänzen.			
Angaben zum Betriebsinhaber		2 Ort und Nr. des Registertrages Hannover, HR B 202106	
1 Im Handels-, Genossenschafts- oder Vereinsregister eingetragener Name mit Rechtsform (ggf. bei GbR: Angabe der weiteren Gesellschafter) JIPET Spedition GmbH			
Angaben zur Person			
3 Name Heinz		4 Vornamen Andreas	
		4a Geschlecht männl. <input checked="" type="checkbox"/> weibl. <input type="checkbox"/>	
5 Geburtsname (nur bei Abweichung vom Namen)		6 Geburtsdatum 08.09.1975	
		7 Geburtsort und -land Prokopjewsk, Russland	
8 Staatsangehörigkeit(en) deutsch <input checked="" type="checkbox"/> andere:			
9 Anschrift der Wohnung (Straße, Haus-Nr., PLZ, Ort) Aarhushof 1, 30457 Hannover			
Telefon-Nr.: 0176/20490295		Telefax-Nr.: freiwillig eMail/Web:	
Angaben zum Betrieb			
10 Zahl der geschäftsführenden Gesellschafter (nur bei Personengesellschaften) / Zahl der gesetzlichen Vertreter (nur bei juristischen Personen)		1	
11 Vertretungsberechtigte Person/Betriebsleiter (nur bei inländischen Aktiengesellschaften, Zweigniederlassungen und unselbständigen Zweigstellen) Name, Vorname: Anschreiben (Straße, Haus-Nr., Plz, Ort):			
12 Betriebsstätte Erythropelstr. 64, 30519 Hannover			
Telefon-Nr.: 0176/20490295		Telefax-Nr.: freiwillig eMail/Web:	
13 Hauptniederlassung (falls Betriebsstätte lediglich Zweigstelle ist) Telefon-Nr.: Telefax-Nr.: freiwillig eMail/Web:			
14 Frühere Betriebsstätte Rudolf-Diesel-Weg 4, 30419 Hannover			
Telefon-Nr.:		Telefax-Nr.: freiwillig eMail/Web:	
Welche Tätigkeit wird nach der Änderung (je nach Art 13: Ausübung von Neben-, Betriebsbetriebsarten und Betriebsbetriebsarten, Unklarheit mit Letzterem oder bei mehreren Tätigkeiten bitte Schwerpunkt angeben) 15 neu ausgeübt (ggf. Beibeh. verwenden)			
16 weiterhin ausgeübt (ggf. Beibeh. verwenden) Spedition internationaler und innerdeutscher Transporte			
16a Sonstiges (z. B. Betriebsverlegung innerhalb der Gemeinde, freiwillig: Aufgabe einer von mehreren Tätigkeiten, Namensänderung, Nebenberuf)			
17 Datum der Änderung 01.02.2008		19 Zahl der tätigen Personen bei Ummeldung (ohne Inhaber) Vollzeit 2 Teilzeit 0 Keine <input type="checkbox"/>	
Die Ummeldung wird erstattet für		20 eine Hauptniederlassung <input checked="" type="checkbox"/> 21 eine Zweigniederlassung <input type="checkbox"/> 22 eine unselbständige Zweigstelle <input type="checkbox"/>	
		ein Automatenaufstellungsgewerbe <input type="checkbox"/> ein Reisegewerbe <input type="checkbox"/>	
Falls der Betriebsinhaber für die angemeldete Tätigkeit eine Erlaubnis benötigt, in die Handwerksrolle einzutragen oder Ausländer ist:			
28 Liegt eine Erlaubnis vor?		Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Wenn Ja, Ausstellungsdatum und erteilende Behörde: 25.09.2007 Landeshauptstadt Hannover 30169 Hannover	
29 Nur für Handwerksbetriebe Liegt eine Handwerkskarte vor?		Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Wenn Ja, Ausstellungsdatum und Name der Handwerkskammer:	
30 Liegt eine Aufenthaltsgenehmigung vor?		Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Wenn Ja, Ausstellungsdatum und erteilende Behörde:	
31 Enthält die Aufenthaltsgenehmigung eine Auflage oder Beschränkung?		Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Wenn Ja, sie enthält folgende Auflagen bzw. Beschränkungen:	
Hinweis: Bitte auf der Rückseite die Unterrichtung nach § 17 des Bundesstatistikgesetzes sowie die Hinweise beachten. Der Empfang dieser Anzeige wird gem. § 15 Abs. 1 GewO bescheinigt.			
32 08.02.2008 33			
(Datum)		(Unterschrift)	
Exemplar für den/die Anzeigende/n Bescheinigt gemäß § 15 Abs. 1 GewO am: 08.02.2008 Gebühr: 25,00 Euro Unterschrift/Siegel: Landeshauptstadt Hannover Fachbereich Recht und Ordnung Gewerbe- und Verkehrsverwaltungsstellen Der Ortsgewerbeleiter			

PŘÍLOHA č. 7: Vozový park společnosti JIPET logistik s.r.o.

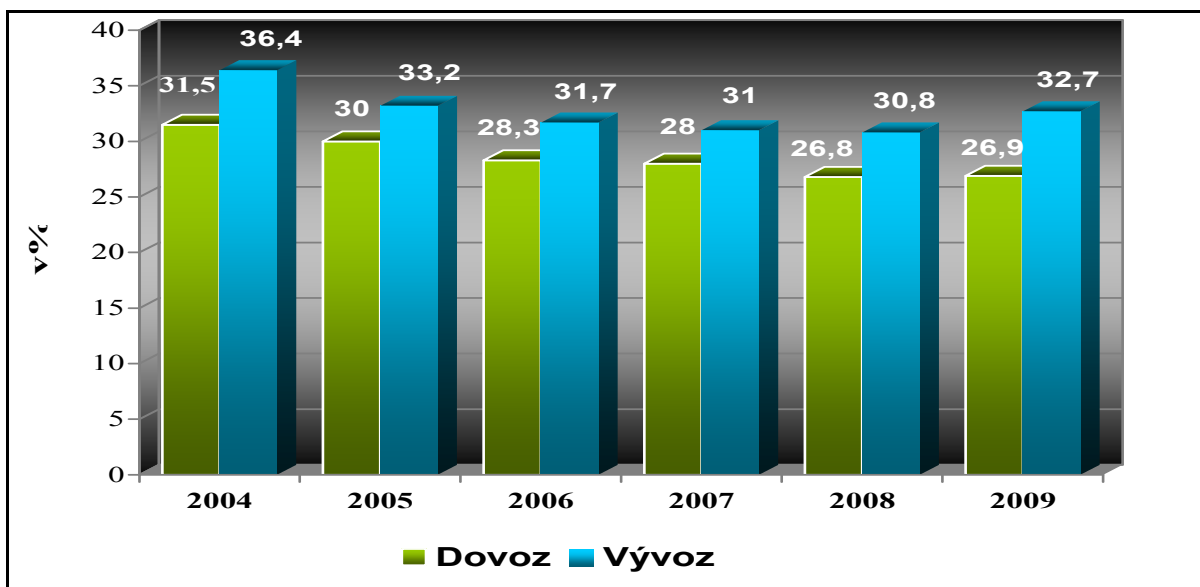
Typ vozidla	Výrobce	počet [ks]	rozměry [m]	hmotnost [t]
dodávkový vůz	Peugeot Boxer	1	4,20 x 2,20 x 2,20	1,5 t
sólo	MAN	3	7,40 x 2,48 x 2,58	5,8 t
	MAN	1	7,40 x 2,48 x 2,58	3,3 t
skříň, FRIGO	Schwarzmüller	2	13,6 x 2,45 x 2,81	22 t
návěs plachtový	Schwarzmüller	8	13,6 x 2,48 x 3	24 t
	Schmitz	4	13,6 x 2,48 x 2,81	24 t
	Kögel	2	13,6 x 2,48 x 2,76	24 t
velkoobjemová souprava	Valník MAN	1	2 x (7,8 x 2,48 x 3)	24 t
	Návěs Schwarz.			

Zdroj: Interní materiál společnosti JIPET logistik s.r.o.



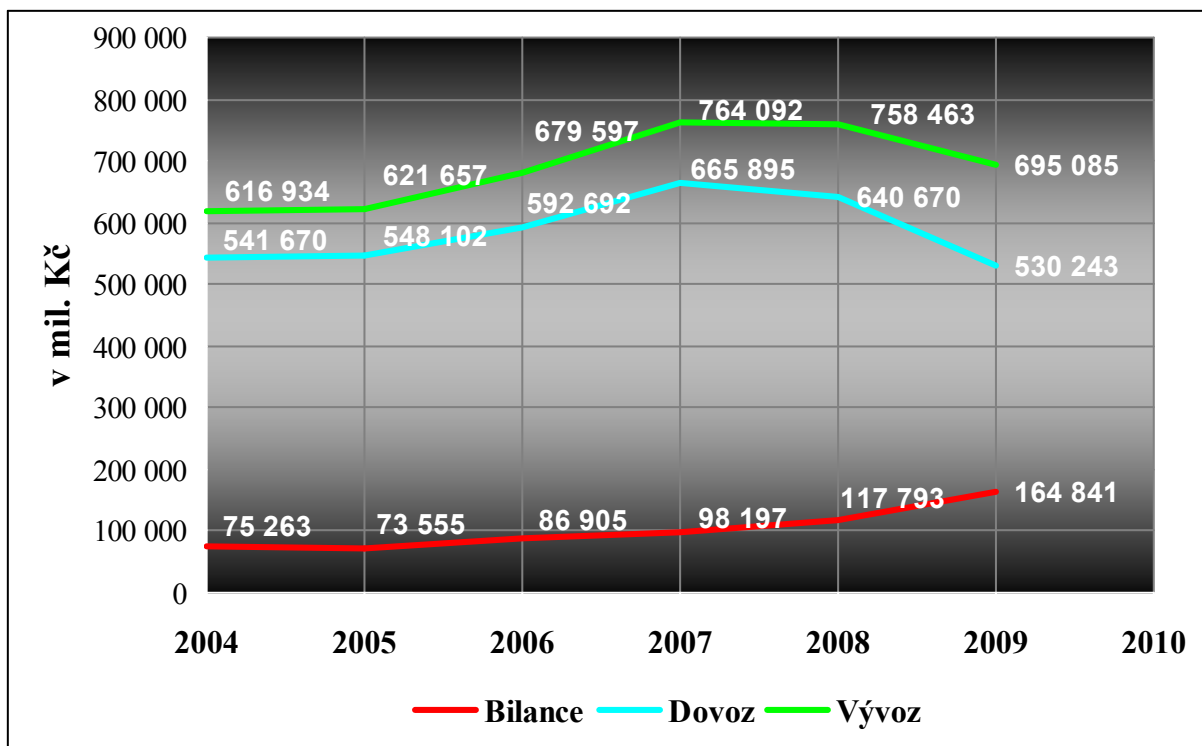
Zdroj: Autorka

PŘÍLOHA č. 8: Zahraníční obchod České republiky se SRN.



Procentuální podíl SRN na celkovém dovozu, vývozu v letech 2004 - 2009

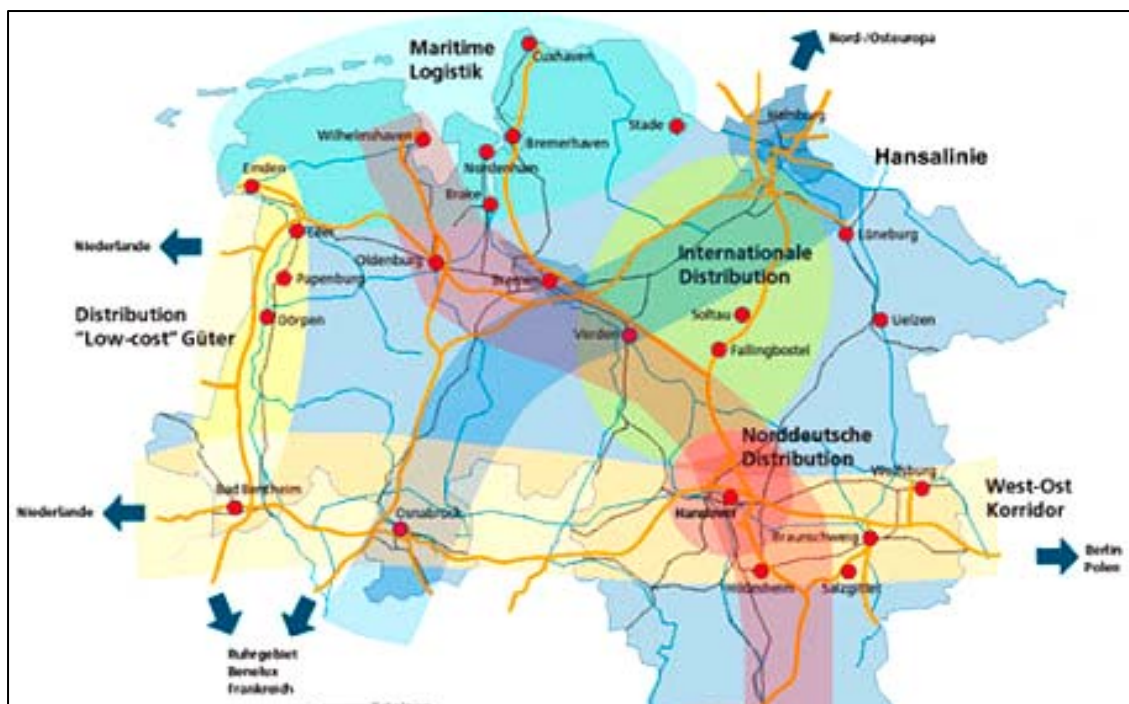
Zdroj: www.czso.cz



Vývoj obchodní bilance zahraničního obchodu s Německem v letech 2004 -2009

Zdroj: www.czso.cz

PŘÍLOHA č. 9: Napojení na dopravní infrastrukturu a severoněmecké přístavy



Zdroj: www.destatis.de



Napojení sídla podnikání na dálniční síť

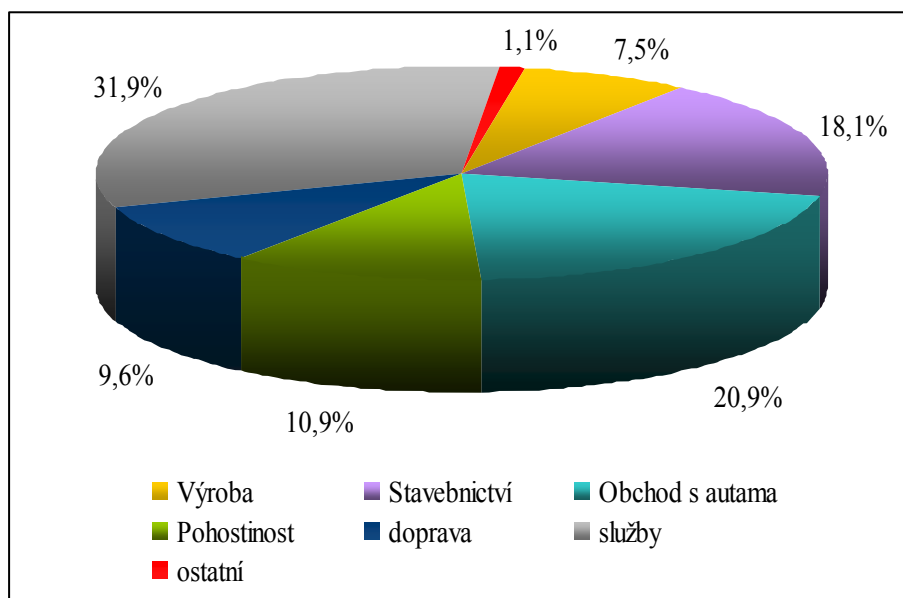
Zdroj: www.mapy.cz

PŘÍLOHA č. 10: Platební neschopnost Dolního Saska

Spolková republika	Počet společností
Německo	29 291
Bádensko-Wutrrembersko	2 202
Bavorsko	3 397
Berlin	1 365
Braniborsko	710
Brémy	190
Hamburg	643
Hessensko	1 638
Mecklenburg-Vorpommern	505
Dolní Sasko	2 333
Severní Porýní-Vestfálsko	10 388
Porýní-Falcko	1 279
Sársko	350
Sasko	1 850
Sasko-Anhaltsko	780
Schleswig-Holstein	1 114
Durynsko	547

Platební neschopnost spolkových republik SRN

Zdroj: Statistická ročenka SRN 2009, www.destatis.de



Platební neschopnost oborů v SRN

Zdroj: Statistická ročenka SRN 2009, www.destatis.de

PŘÍLOHA č. 11: Monitorování vozidla za pomoci služby O2 Car Control



Informace o vozidle za pomoci O2 Car Control

Zdroj: <https://carcontrol.cz.o2>



Monitorování vozidla za pomoci služby O2 Car Control

Zdroj: <https://carcontrol.cz.o2>

Z	M	F/O	Výjezd	Příjezd	Místa	Účel	Řidič	Celkem km	Tachometr
			pá 30.4.2010 23:16	so 1.5.2010 2:57	[DEU] 44 (Groß-Rohrheim) > [DEU] A1 (Senden)	Služební jízda	Souček Bedřich	307,70 km	641 882,92 km
			pá 30.4.2010 21:59	pá 30.4.2010 22:08	[DEU] 44 (Groß-Rohrheim) > [DEU] 44 (Groß-Rohrheim)	Služební jízda	Souček Bedřich	0,20 km	641 575,22 km
			pá 30.4.2010 14:52	pá 30.4.2010 15:01	[DEU] 44 (Groß-Rohrheim) > [DEU] 44 (Groß-Rohrheim)	Služební jízda	Souček Bedřich	0,20 km	641 575,02 km
			pá 30.4.2010 13:24	pá 30.4.2010 14:17	[DEU] A61 (Hockenheim) > [DEU] 44 (Groß-Rohrheim)	Služební jízda	Souček Bedřich	51,90 km	641 574,82 km
			pá 30.4.2010 13:09	pá 30.4.2010 13:16	[DEU] A61 (Hockenheim) > [DEU] A61 (Hockenheim)	Služební jízda	Souček Bedřich	0,60 km	641 522,92 km
			pá 30.4.2010 11:50	pá 30.4.2010 11:54	[DEU] A61 (Hockenheim) > [DEU] A61 (Hockenheim)	Služební jízda	Souček Bedřich	0,40 km	641 522,32 km
			pá 30.4.2010 7:09	pá 30.4.2010 11:41	[FRA] A36 (Marchaux) > [DEU] A61 (Hockenheim)	Služební jízda	Souček Bedřich	347,40 km	641 521,92 km
			pá 30.4.2010 1:22	pá 30.4.2010 5:54	[FRA] D902 (Thonon-les-Bains) > [FRA] A36 (Marchaux)	Služební jízda	Souček Bedřich	333,50 km	641 174,52 km
			čt 29.4.2010 20:32	čt 29.4.2010 20:39	[FRA] D902 (Thonon-les-Bains) > [FRA] D902 (Thonon-les-Bains)	Služební jízda	Souček Bedřich	1,00 km	640 841,02 km

Vygenerování trasy vozidla

Zdroj: <https://carcontrol.cz.o2>

PŘÍLOHA č. 12: Interview

1) Jaký přínos spatřujete v nově založených společnostech?

- *Pro mě to znamená takzvané okno do Evropy. Prostřednictvím nově zřízených společností mohu lépe vstupovat na místní trhy, poněvadž jako cizí státní příslušník je velmi těžké se prosadit. Z praxe můžu říci, že potencionální zákazníci preferují domácí dopravce, anebo se obrací na zahraniční dopravce s očekáváním daleko nižších cen.*

2) Jaký hlavní přínos pro Vás má dceřiná společnost JIPET Spedition GmbH?

- *Umožnilo mi to přímý vstup na německý trh a současně lepší komunikaci s německými zákazníky, kteří mají nejen lepší ceny, ale i platební podmínky.*

3) Jak na Vás zapůsobila ekonomická krize?

- *Ekonomické krize, která nadále probíhá a nelze předvídat, kdy se dostane do lepších světél, na nás dopadla velmi tvrdě. Byli jsme nuceni snížit vozový park o 50 % a zastavila nás v rozvoji a investicích minimálně na tři roky. Co se týče zahraničí, dceřiné společnosti v Hannoveru, tam se krize tolik nepodepsala. Společnost naopak získala nové zákazníky na úkor krachujících dopravců v okolí Hannoveru a postupně přebírala část vozového parku od mateřské společnosti.*

4) Jak reagujete na pokles cen a vysokou konkurenci?

- *Redukcí vozového parku, nás konkurence až tolik netíží, zajišťujeme stabilní zakázky za pevné ceny. Konkurence stlačila ceny na lukrativních přepravách např. (Španělsko, Itálie, řecko) až o 30 %. Vybíráme si destinace za přijatelné ceny, nyní jsou to přepravy kupříkladu z Německa do Francie.*

5) Co říkáte na konkurenci-schopnost okolních států?

- *Problematiku okolních států tolik nesleduji. Každý si řeší problémy a podnikání samostatně. Důležité jsou kontakty a udržování styku se zákazníkem.*

6) Jak vidíte vaši firmu konkurenceschopnou?

- *Konkurujeme hlavně nejmenším společnostem, které nemají zázemí (skladové prostory, speditéry, vlastní vozový park). Tyto společnosti jakékoliv cenové výkyvy okamžitě pocítí a nemohou nabídnout full servis zákazníkovi. Naše výhoda spočívává ve vlastnictví, dlouholeté praxi a kvalifikovaným personálem.*