



CzechTrade

World,
Business
& You

CZECHTRADE

Gryl

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU

SLUŽBY STÁTŮ PARTNERŮM

- ▶ podpora účasti na zahraničních veletrzích
- ▶ podpora účasti na zahraničních veletrzích
- ▶ Zelená cesta k exportu 800 000 331

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

VYUŽIJTE NAŠICH SLUŽEB

- ▶ osobní služby ve více než 50 zahraničních kancelářích
- ▶ Exportní informační centra ve vybraných zahraničních městech
- ▶ účast na zahraničních veletrzích
- ▶ vzdělávací akce Exportní akademie
- ▶ služby příslušnosti z oboru práva
- ▶ Design pro export

YOUR BUSINESS PARTNER
IN THE CZECH REPUBLIC

ZPRÁVA O ČINNOSTI 2009

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU





ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

OBOROVÉ PRIORITY V ZEMÍCH
KTERÝCH PŮSOBI ZAHRANIČNÍ
CELAŘE CZECHTRADE
průmyslové obory
pomoci při rozhodování
zahraniční trhy.



NABÍDKA SKOLARSTVÍ NA ZAHRANIČNÍ FIREMNÍCH

CzechTrade je vladou podporovaná agentura s unikátními informacemi o světových trzích a znalostí pro své podnikání v zahraničí. Nabízíme individuální řešení pro vaši úspěšný export.

EXPORTNÍ AKADEMIE / VZDELÁVÁNÍ
Nabízíme studijní a vzdělávací programy pro exportní agentury a podnikatele, kteří chtějí rozšířit své obchodní kontakty a získat nové partnery v zahraničí. Programy jsou zaměřeny na praktické zkušenosti a řešení reálných problémů. Nabízíme individuální řešení pro vaši úspěšný export.

- výhody datové na zakázku
- možnost získat nové partnery v zahraničí
- možnost získat nové partnery v zahraničí



MŮŽETE SI VYBRAT Z NÁSLEDUJÍCÍCH TEMAT

Česká agentura na podporu obchodu
Česká agentura na podporu obchodu
Česká agentura na podporu obchodu



Obsah



Úvodní slovo / 04

Profil / 06

Kalendárium / 08

Činnost CzechTrade / 12

Organizace CzechTrade / 26

Hospodářské výsledky / 28

Úvodní slovo generálního ředitele CzechTrade

Vážení obchodní partneři, milí exportéři,

před rokem jsem vám na tomto místě přál hodně energie, odvahy a chuti k překonávání překážek, které se mohou stát novými příležitostmi. V předpovědi nejbližšího vývoje hospodářské situace naší země jsem tehdy neplýval přílišným optimismem. Spíše jsem se přikláněl k těm, kteří říkali, že krize ještě neskončila a v roce 2009 nás bude čekat nejedna těžká zkouška. Byl jsem však velkým optimistou, co se týká síly, odvahy a kreativity našich exportérů. A v tom jsem se jednoznačně nemýlil.

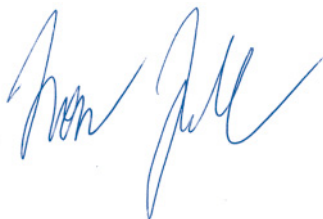
Mnoho našich klientů si již uvědomuje, že chce-li zvýšit svou konkurenceschopnost v zahraničí, musí přejít od podpory investic měnících peníze v produkty k podpoře rozvoje inovací, jejichž zásadní hodnotou a cílem je přeměna produktů v peníze. Od agentury jako je CzechTrade, již nežádají jen dotace, které promění v prezentaci na zahraničním veletrhu. Chtějí od nás komplexní servis a individuální služby. Očekávají dlouhodobé partnerství, z něhož vyplynou cenné rady pro jejich business. A samozřejmě kvalitu, za kterou jsou ochotni zaplatit.

S tím, jak se mění naši klienti, měníme se i my a nabídka našich služeb. Nejsme již pouze agenturou na podporu exportu, jak jsme to dostali před třinácti lety do vínku. Stále častěji hovoříme o podpoře internacionalizace a konkurenceschopnosti našich firem. V tom také vidíme do budoucna hlavní poslání CzechTrade.

Na následujících stránkách se dozvíte, jak jsme si vedli v roce 2009. O tom, že i přes všechny nepříznivé ekonomické vlivy máme za sebou další úspěšný rok, svědčí i spousta chvály od našich klientů, s níž se s vámi chceme podělit. Devět set hodin ročně, které v průměru věnovala českým exportérům každá z našich 33 zahraničních kanceláří, jsou důkazem toho, že nám firmy věří a obracejí se na nás se svými problémy, vizemi a exportními plány.

Mohu vám slíbit, že budeme dělat vše pro to, abychom vaši důvěru nezklamali. Víme, že nás nečeká jednoduchá cesta, ale právě rok 2009 naznačil, že společně můžeme dosáhnout nových ambiciózních úspěchů. Ukazuje se, že po krizi budeme mít na české straně daleko více konkurenceschopných společností, než tomu bylo před krizí. Přeji nám všem, abychom k nim patřili.

Ing. Ivan Jukl, MBA
generální ředitel CzechTrade







*Budoucnost patří lidem, kteří vidí
příležitost před tím, než je vidí ostatní.*

THEODORE LEVITT



Profil

CzechTrade je národní proexportní organizací České republiky. Jejím hlavním cílem je rozvíjet mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty. Již třináct let doprovází svými informačními, asistenčními a poradenskými službami české vývozce na zahraniční trhy. Pro zahraniční firmy přicházející na český trh je kontaktním partnerem při hledání zajímavých a spolehlivých obchodních partnerů a dodavatelů.

Agentura CzechTrade byla založena jako příspěvková organizace na podporu obchodu rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu 1. května 1997.

Klíčové hodnoty

Partnerství se zákazníkem

Naší prioritou je zákazník, jsme jeho rádcem a pomocníkem, těšíme se z jeho úspěchů.

Týmová spolupráce jako podmínka rozvoje firemního know-how

Jsmo tým, který se učí ze zkušeností a ví, že vždy je co zlepšit. Chceme být vždy o krok napřed.

Profesionalita a vysoké ambice

Neříkáme nikdy, že to nejde, ale hledáme a poskytujeme zákazníkům nejlepší možná řešení na míru.

Otevřená a efektivní komunikace

Jednáme věcně, otevřeně a čestně, složité činíme jednoduchým.

Sounáležitost s agenturou

Hrajeme vždy za CzechTrade, jsme hrdi na svoji práci a naši značku.

Certifikace

Začátkem roku 2009 CzechTrade úspěšně prošel hodnocením výkonnosti systémů řízení podle standardu IQRS International Quality Rating System. Jde o daleko náročnější a komplexnější proces hodnocení než ISO 9001:2000, který každoročně úspěšně agentura obhazuje již od roku 2002. Nové hodnocení prokázalo, že máme velmi dobře zavedený systém řízení. Auditóři zkonstatovali, že silnými stránkami CzechTrade jsou kultura řízení, ovzduší otevřenosti a snaha o zlepšování. Nejen tyto získané certifikáty řízení jsou pro nás výzvou k neustálému zkvalitňování činnosti a rozšiřování portfolia služeb pro klienty.

„Nevidíme tak často státní organizaci, která má výkonnost řízení srovnatelnou se soukromým sektorem. Pro organizace státního sektoru je těžké najít schopné manažery a stabilizovat je,“ uvedl doslova Juraj Kramara z Det Norske Veritas (DNV).





Sídlo
agentury
CzechTrade



*Příběhy nám říkají, co jsme věděli, ale zapomněli;
a připomínají nám, co jsme si ještě nepředstavili.*

ANNE WATSON

Kalendárium 2009



Firmy reagují na měnící se trh

Tradičních bezplatných konzultací s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade pod názvem Meeting Point se v únoru zúčastnilo na 250 zástupců českých firem. Příležitostí k více než tisícovce konzultací nevyužily pouze malé a střední firmy, ale mimořádně i ty velké, které hledaly východisko z nepříznivé hospodářské situace.



Rodina vývozních aliancí se rozrůstá

Na počátku roku daly dohromady své síly a zkušenosti například subjekty, zabývající se designem, českým sklem a tradičním českým šperkem. Vznikla aliance Sans Souci Czech Glass, jejímž lídrem se stala pražská společnost Sans Souci, s.r.o. Agentura CzechTrade tak podporuje již 21 exportních aliancí.

Daňový speciál přilákal rekordní počet uživatelů

Portál BusinessInfo.cz zaznamenal rekordní počet uživatelů, kteří navštívili speciální přílohu věnovanou daním z příjmů. Podnikatelé stejně jako v předchozích letech nejvíce využívali „chytře“ daňové formuláře usnadňující výpočet daňové povinnosti. Hned první týden od spuštění se denní návštěvnost zvýšila až trojnásobně. Například za jeden den portál BusinessInfo.cz navštívilo přes 20 tisíc návštěvníků oproti dennímu průměru cca 7 tisíc. Výsledkem byla doposud nejvyšší návštěvnost v historii portálu – více než 365 tisíc uživatelů za měsíc.

Průmyslový design je cestou ke zvýšení konkurenceschopnosti

Co je design a jak jej začlenit do strategie firmy, jak komunikovat s designérem, na co klást v rámci celého procesu největší důraz? Na tyto a další otázky hledali odpovědi účastníci semináře, který pořádal CzechTrade v Českých Budějovicích. Lektorem byl designér Jan Čtvrtník, který získal ocenění Designér roku 2009. Podobných seminářů na téma průmyslový design uspořádala v roce 2009 agentura CzechTrade několik.



CzechTrade má nový web

Nové internetové stránky agentury se otevřely 1. dubna 2009 na tradiční adrese www.czechtrade.cz. Jsou modernější, přehlednější a obsahově kvalitnější. Mezi novinky například patří prezentace jednotlivých zemí, v nichž CzechTrade působí. Jejich součástí jsou perspektivní obory v dané zemi a přehled akcí, které s daným teritoriem souvisí. Na základě požadavků klientů zaznamenal změny také „Kalendář akcí“. Důležitou funkcí nového webu je fulltextové vyhledávání, které umožňuje jednoduše najít konkrétní akci nebo seminář. S kalendářem souvisí i nový a přehlednější systém on-line objednávání vybraných služeb.



CzechTrade představil české sklo v Bruselu

U příležitosti českého předsednictví v Radě EU zařadila agentura CzechTrade prezentaci spolupráce českých firem s předními průmyslovými designéry. Vernisáž obrazů Jana Bártý pod názvem Českýma očima III doprovázelo české sklo sklářské společnosti Astera. Výstava se konala pod patronací eurokomisaře Vladimíra Špidly v hlavní budově Evropské komise v Bruselu.



Zájem o ruské trhy je stále velký

„Berme hospodářskou krizi v Rusku jako příležitost“, zaznělo na Exportní konferenci, kterou v Praze uspořádala agentura CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou. Sešly se na ní téměř dvě stovky zástupců českých firem. Z prezentovaných zkušeností vyplynulo, že v Rusku se lze prosadit pouze s vysoce kvalitním výrobkem. Ačkoliv hlavními lokalitami pro byznys zůstávají Moskva, Petrohrad a Jekatěrinburg, pro menší a střední firmy je vhodné vydat se rovnou do regionů a dále za Ural.



Komunikace CzechTrade obstála

CzechTrade je šestou českou nejlépe komunikující institucí státního sektoru. Vyplynulo to z výsledků výzkumu European Monitor of Government Communications (EMGC) provedeného společností Westminster. Výsledky EMGC odrážejí úroveň komunikace institucí veřejné správy. Výzkum zjišťoval priority úřadu v komunikaci s veřejností a médií, jakou pozornost státní instituce věnuje vnitřní komunikaci nebo jak se prezentuje navenek.



CzechTrade na MSV 2009

Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně nadále zůstává důležitou součástí podnikatelské strategie předních českých i zahraničních výrobců. Jeho 51. ročníku se zúčastnilo přes 1500 vystavujících firem z téměř tří desítek zemí. CzechTrade se prezentoval společně s Ministerstvem průmyslu a obchodu a agenturou CzechInvest na prostorné expozici v pavilonu Z. Na tradiční doprovodnou akci veletrhu Meeting Point CzechTrade přišlo zkonzultovat své exportní aktivity více než 120 firem. Specifika podnikání na Blízkém východě byla hlavním tématem semináře, který uspořádal CzechTrade v rámci doprovodného programu. O své zkušenosti se s exportéry podělili ředitelé kanceláří CzechTrade v Egyptě, Spojených arabských emirátech a Turecku. Během veletrhu zorganizovala agentura i další z řady seminářů pod názvem „Průmyslový design – cesta ke zvýšení konkurenceschopnosti a exportu“. CzechTrade byl také společně s CEBRE pořadatelem akce pod názvem „Export mimo EU – jak na to?“.

Stoupá zájem o Kazachstán

Téměř 150 zástupců českých společností přišlo na konferenci „Den ekonomiky Kazachstánu v ČR“, kterou organizovalo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR společně s velvyslanectvím Kazachstánu v ČR a agenturou CzechTrade. Konference se zúčastnilo více než 20 kazašských firem z oblastí petrochemie, energetiky, dopravy a logistiky, bankovní sféry, farmacie, vodního hospodářství a turistiky. Ukázalo se, že Kazachstán je pro české firmy velkou příležitostí, neboť tamní trh má ohromný potenciál růstu, i vzhledem k nezměrnému přírodnímu bohatství. Také proto ministerstvo tuto oblast zařadilo na seznam dvanácti prioritních zemí. CzechTrade na tento krok reagoval otevřením vlastní kanceláře v Almaty.



Setkání proexportních agentur

Na pozvání CzechTrade se do Prahy sjeli zástupci evropských organizací na podporu obchodu (ETPO) z 22 zemí, aby se zúčastnili v pořadí již 51. pracovního setkání. Průběh konference potvrdil, že se evropské proexportní agentury v současnosti dělí zhruba na dvě velké skupiny. Jední prosazují manažerský přístup, měření výkonnosti i spokojenosti a na prvním místě je pro ně zákazník. Druzí se stále chovají jako klasická státní instituce. CzechTrade je přitom vnímán jako agentura, která patří k těm „manažerským“. Inovace, internacionalizace a konkurenceschopnost – to byla témata, která se při dvoudenním pracovním setkání diskutovala nejvíce. Hovořilo se nejen o nových službách, ale také o změnách vnitřních procesů řízení, které jsou nezbytné pro zvýšení efektivity těchto služeb.



„Musím říci, že CzechTrade za posledních roky urazil nesmírně velký kus cesty – stal se organizací se silnou orientací na zákazníka.“

Jarl Frijs-Madsen, Trade Council of Denmark, Dánsko

Úspěch v anketě WebTop100

Webové stránky CzechTrade obsadily čtvrté místo v prestižní anketě WebTop100, a to v kategorii Obchod a prodej. V konkurenci 34 komerčních firem zůstala agentura jen pět bodů za vítězem a pouhé dvě desítky bodů jí chyběly, aby dosáhla na pomyslnou bronzovou medaili.



Exportní cena DHL HSBC

I přes všudypřítomnou hospodářskou krizi se do 12. ročníku Exportní ceny DHL HSBC přihlásila stejně jako rok předtím stovka firem. Jejich celkový obrat překročil 18,2 miliard Kč a celkový vývoz dosáhl hodnoty téměř 9,3 miliardy Kč. Meziroční nárůst exportu dosáhl za všechny soutěžící téměř 4,51 %, u středně velkých společností 2,88 %, u malých pak dokonce 15,2 %.

V kategorii malá společnost zvítězila společnost SVCS Process Innovation s.r.o., která byla také vyhlášena nejúspěšnějším klientem CzechTrade. Nejlepší mezi přihlášenými středně velkými společnostmi byla firma UniControls a.s. Exportérem teritoria pro oblast Číny se stala Contipro C, a.s. Prvenství v kategorii exportér regionu – Moravskoslezský kraj patřilo společnosti AUTEL, a.s. Zvláštní ocenění CzechTrade za aplikaci průmyslového designu si odnesl představitel společnosti ELTON hodinářská a.s.



*Pouze ti, kteří se odváží jít příliš daleko,
mohou přijít na to, jak daleko se dá jít.*

T. S. ELIOT

Činnost CzechTrade v roce 2009

U moderních organizací, k nimž se CzechTrade řadí, je již překonané mluvit pouze o podpoře exportu, i když ta pro ně zůstává v portfoliu služeb stále klíčovou. Hovoří se spíše o podpoře internacionalizace a konkurenceschopnosti podniků, a to je také do budoucna hlavním posláním CzechTrade.

Agentura pomáhá zvyšovat exportní výkonnost a konkurenceschopnost českých firem na zahraničních trzích, a to bez ohledu na jejich vývozní zkušenosti. Aby naplnila své hlavní poslání, neustále rozšiřuje a přizpůsobuje portfolio nabízených služeb potřebám klientů. Zpětnou vazbu získává z dotazníků spokojenosti, ale také z osobních jednání se zástupci firem.

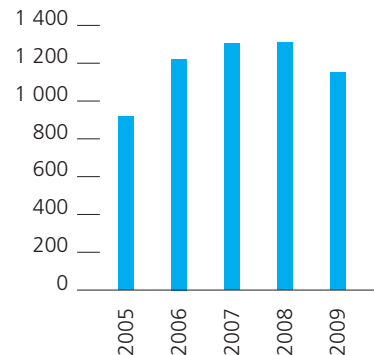
CzechTrade nenabízí pouze jednotlivé služby, ale usiluje o partnerské vztahy s klienty, vybudování dlouhodobé spolupráce při jejich pronikání na zahraniční trhy. Důkladná znalost předmětu podnikání, pochopení potřeb a individuální přístup k požadavkům zákazníka patří k základním prioritám agentury. V současné době CzechTrade připravuje atraktivní služby pro inovativní exportéry.

...děkuji Vám velmi za Váš podíl v procesu vyjednávání s naším dnes již dodavatelem, firmou UJP PRAHA a.s. Jsme přesvědčeni o tom, že Vaše vhodné intervence byly velkým přínosem pro obě společnosti, a jsme od začátku velmi spokojeni s kvalitou a rychlostí vašich služeb, jakož i s dostupností CzechTrade a Vaší osoby, ať už v jednáních s dodavatelem či s našimi klíčovými zákazníky.

*Lic. Edgar Rosales, ARSA Asesores en Radiaciones, S.A.,
z dopisu adresovaného vedoucí zahraniční kanceláře Mexiko*

O významu služeb agentury CzechTrade svědčí dlouhodobý zájem klientů. V roce 2009 si objednalo služby CzechTrade 1144 firem. Mírný pokles oproti roku 2008 byl projevem těžkostí spojených s probíhající hospodářskou krizí, s nimiž se potýkaly především malé a střední podniky.

Počet klientů, kteří si objednali placenou službu CzechTrade



I v roce 2009 nabídka služeb agentury CzechTrade oslovovala firmy převážně z řad malých a středních podniků. Nově projevily větší zájem velké firmy s více než 250 zaměstnanci.

Klienti podle velikosti firem



Počet zaměstnanců	Klienti 2009
> 251	13 %
001 - 010	15 %
011 - 050	26 %
051 - 250	32 %
Neurčeno	14 %

Dokladem trvalého zájmu českých firem o služby agentury je 1900 zrealizovaných zakázek v roce 2009. Firmy žádaly především kompletnější služby s vyšší přidanou hodnotou. Pokud se již rozhodly služby agentury využít, měly zájem o plný servis.

Z níže uvedeného vyplývá, že vedoucí našich zahraničních kanceláří zrealizovali celkem 1246 zakázek pro 771 českých firem. Jednalo se jak o zakázky na individuálních službách, tak o zakázky spojené s prezentací na zahraničních akcích.

Statistika placených služeb v roce 2009

2009	počet zakázek	počet klientů
Služba zahraniční kanceláře	1246	771
z toho		
Zahraniční akce	766	536
Individuální služby	480	324
Design pro export		
Analýza stavu designu	47	42
Elektronické produkty	142	137

Statistika zorganizovaných seminářů

2009	počet seminářů	počet účastníků
Design pro export	4	54
Semináře Exportní akademie	63	877

Služby zahraničních kanceláří

Zahraniční kanceláře CzechTrade poskytují individuální služby českým firmám, zpracovávané na míru podle konkrétních požadavků klienta. Tyto služby využívají především firmy, které již mají s exportem zkušenosti a chtějí rozšířit odbyt svých výrobků na další zahraniční trhy. Naši klienti oceňují především širokou síť zahraničních kanceláří. Z odpovědí na dotazníky spokojenosti dále vyplývá, že je pro ně služba „Průzkum zahraničního trhu“ ten druh služby, který jim nahrazuje složitý vlastní průzkum trhu v zahraničí. Podle jejich mínění si menší firmy obdobný průzkum obvykle nemohou zajistit vlastními silami. Navíc obdržené informace od agentury CzechTrade jsou dobře použitelné pro jejich další obchodní operace v daném teritoriu. Říkají: „Kam nemůžeme my, může CzechTrade (a my s ním)“.

Největšímu zájmu českých firem se těší služba nazvaná „Ověření zájmu o výrobek/službu“, která zahrnuje cílené vyhledání a oslovení potenciálních zahraničních partnerů a zjištění zpětné vazby od oslovených firem. Tato služba je hlavně využívána pro teritoria, kde z důvodů vzdálenosti

a jazykové bariery není snadné pro samotnou firmu kontaktovat potenciální zákazníky přímo.

Na tento typ služby pak navazuje asistenční služba, která je spojená s domluvením schůzek českých firem s konkrétními zahraničními subjekty.

Přehled služeb

Dlouhodobá exportní asistence ✓

služba pro firmy, které potřebují sledovat a navštěvovat zahraniční trh v delším období s cílem rozvíjet obchodní aktivity

Další asistenční služby

průzkum veletrhu, zjištění bonity firmy, pomoc při zakládání zahraničního zastoupení, zajištění tendrové dokumentace, pomoc s registrací výrobku a jiné služby dle zadání klienta

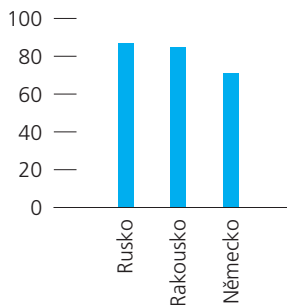


Vytíženost zahraničních kanceláří

Vytíženost zahraničních kanceláří (podíl práce na konkrétních zakázkách klientů na celkovém disponibilním času zahraničních kanceláří) se v roce 2009 zvýšila. V průměru dosahovala téměř čtyřiceti procent (39,65 %), čímž se dostala na úroveň, jakou vykazují přední světové proexportní agentury. Navíc potvrdila, že těžiště podpory exportu se přesouvá do oblasti služeb s nejvyšší přidanou hodnotou – do oblasti zahraničního marketingu ve formě individuálních zakázek.

Nejvytíženějšími zahraničními kancelářemi byly v roce 2009 Kolín nad Rýnem, Stockholm a Varšava. To potvrzuje stále přetrvávající trend českých exportérů obracet se v první řadě na geograficky bližší trhy EU. Z mimoevropských zemí byly velmi vytížené zahraniční kanceláře v Dubaji, Ho Či Minově Městě, Šanghaji a Chicagu. Do vzdálenějších exportních destinací pronikají především exportně zdatnější české firmy s produkty s vysokou přidanou hodnotou.

Zahraníční kanceláře CzechTrade s největším počtem zakázek v roce 2009



„Zvlášť v dnešní době, kdy je pro každého výrobce i malá zakázka životně důležitá, je pro nás expanze na nové trhy nezbytná a doufáme, že s podporou CzechTrade jsme se opět posunuli o krůček dál k získání nových odbytišť. Organizace turecké mise českých firem ze strany CzechTrade byla bezchybná a byla zajištěna maximální pozornost u tureckých partnerů. Myslím si, že tato vládní záštita dodala jednotlivým prezentacím i vyšší důležitost.“

Pavel Herzig, AXSTONE s.r.o.

„Při expanzi na nové trhy nám pomáhají služby zahraničních kanceláří CzechTrade. V posledních dvou letech jsme využili jejich asistenční služby v USA, Vietnamu, Brazílii, Rumunsku, Švédsku, Chorvatsku a Srbsku.“

Marek Škvor, komerční manažer VELTEKO s.r.o.

Dotazníky spokojenosti se službami zahraničních kanceláří CzechTrade

Pracovníci agentury si váží každé zpětné vazby, kterou od svých klientů dostanou. Získané informace pomáhají zdokonalovat poskytované služby a pružně reagovat na aktuální potřeby firem.

Podle dotazníků spokojenosti klienti nejvíce oceňují osobní nasazení jednotlivých vedoucích zahraničních kanceláří, jejich znalosti místního prostředí a specifik trhu, profesionalitu a nadstandardní přístup.

Cení si skutečného zájmu o klienta a schopnosti řešit v krátkém čase i velmi komplikované situace v jeho prospěch.

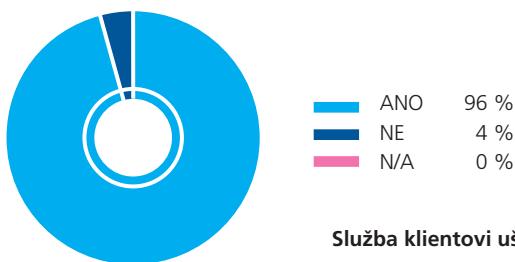
Spokojenost klientů agentura zjišťuje prostřednictvím dotazníků spokojenosti. Klienti mají možnost posoudit kvalitu služby známkami na čtyřbodové stupnici, kde 1 je nejlepší a 4 nejhorší. U služeb zahraničních kanceláří agentury CzechTrade zákazník navíc uvádí, zda mu využití služby ušetřilo náklady, čas nebo pomohlo při rozhodování. Průměrná hodnota v roce 2009 dosáhla známky 1,30 při návratnosti 56 %.

V polovině roku 2009 byl zaveden systém nápravných opatření. Individuálně jsou řešeny zakázky hodnocené známkou horší než 3. U takovýchto hodnocení jsou ve spolupráci odborů prodeje a marketingu navržena nápravná opatření, která jsou následně konzultována s klientem.

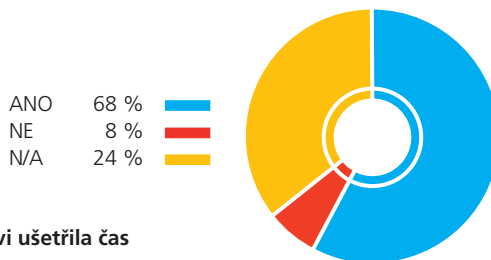
2009

Počet vygenerovaných dotazníků	920
Počet vyplněných dotazníků	515

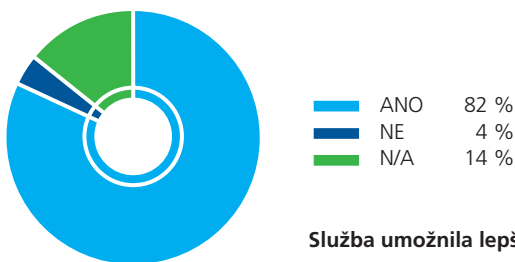
Klient by doporučil služby CzechTrade



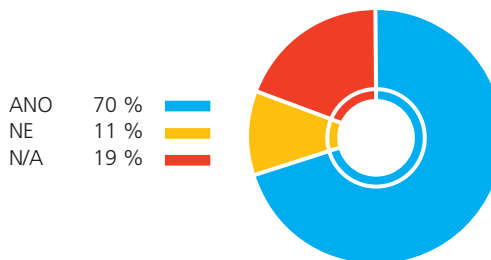
Služba klientovi ušetřila náklady



Služba klientovi ušetřila čas



Služba umožnila lepší rozhodování



**Neříkej, že to nejde, raději řekni,
že to zatím neumíš.**

TOMÁŠ BAŤA

 **Exportní akademie**

Exportní akademie / Vzdělávání

Exportní akademie CzechTrade nabízí českým firmám komplexní exportní vzdělávání. Jedná se o jednodenní i dvoudenní semináře, ucelené kurzy, exportní konference, individuální, na míru připravené vzdělávání, a další vzdělávací akce s tematikou mezinárodního obchodu.

Vzdělávací akce jsou zaměřeny oborově i teritoriálně. Jejich cílem je rozšíření měkkých i tvrdých exportních kompetencí. Přináší praktické informace důležité jak pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy, tak pro zvýšení konkurenceschopnosti firem.

Vedou je odborníci z řad špičkových manažerů, ekonomů, specialistů v oblasti komunikace, práva, financí, marketingu atd., kteří mají dlouhodobé zkušenosti v oboru.

Teritoriálně zaměřené semináře vedou mimo jiné i ředitelé zahraničních kanceláří CzechTrade, kteří předávají své praktické zkušenosti z daného teritoria. Velkým přínosem je i sdílení zkušeností samotných účastníků.

Výběr témat seminářů, kurzů a konferencí se řídí aktuálními požadavky

a potřebami vývozců. Náměty pracovníci CzechTrade získávají mimo jiné prostřednictvím zpětné vazby (dotazníků) od účastníků jednotlivých akcí. Přímá zpětná vazba je důležitou součástí celé přípravy a realizace exportního vzdělávání.

V dotaznicích spokojenosti účastníci hodnotí obsahovou náplň, odbornou a prezentační znalosti lektora, organizační zajištění atd. na stupnici 1 – 4 (kde 1 je nejlepší a 4 nejhorší). Za rok 2009 je celkové hodnocení všech vzdělávacích akcí CzechTrade 1,25 bodu.

Kurz Úspěšný exportér 2009 byl pro mne a můj budoucí růst ve firmě NAREX Bystřice s.r.o. opravdovým přínosem. Jelikož pracuji v exportním oddělení firmy poměrně krátkou dobu, byl toto nejefektivnější způsob jak zdokonalit mé znalosti a schopnosti v tomto oboru. Velmi se mi zamlouvalo optimální rozložení seminářů tak, aby pokrývaly problematiku mezinárodního obchodu v co možná nejširším rozsahu. Zkušenosti získané v průběhu kurzu využiji nejen v pracovním, ale i osobním životě.

Filip Staněk, Business Development Manager, NAREX BYSTRŮCE s.r.o.

Od roku 2009 je na nových webových stránkách CzechTrade v sekci „Kalendář akcí“ umístěn celkový přehled všech vzdělávacích akcí.

Kurz Minimum exportéra – regiony

4 regiony, 13 seminářů, 124 účastníků,
spokojenost 1,15

Kurz Úspěšný exportér Praha

10 seminářů, 105 účastníků,
spokojenost 1,15
Od června 2009 nově
akreditovaný MŠMT

Teritoriální semináře Praha

14 seminářů, 261 účastníků,
spokojenost 1,31
Realizované ve spolupráci s MPO

Odborné semináře Praha i regiony

22 seminářů, 387 účastníků,
spokojenost 1,26

Firemní školení na zakázku

4 firemní školení zaměřená na prezentační
dovednosti, business etiketu, zboží dvojího
užití a celní legislativu

Kurz obchodní diplomacie

40 účastníků,
34 obdrželo certifikát
Nově i kombinovaná forma studia

E-learningové kurzy

„How to Make a Bid
for the World Bank Project“
„International Trade Specialist“

Exportní konference

V roce 2009 zorganizoval CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou tři Exportní konference a sedm menších regionálních konferencí. Velké konference navštívilo 417 účastníků, menších regionálních se zúčastnilo 218 zástupců firem. Podnikatelé oceňovali, že jim workshopy i navazující individuální konzultace s přítomnými řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade a dalšími odborníky přinesly řadu praktických rad a zkušeností.



„Exportních konferencí pořádaných Komerční bankou a agenturou CzechTrade se zúčastňujeme pravidelně. Na seminářích oceňujeme především možnost získat profesionální informace o nových trzích a podělit se o své zkušenosti s dalšími exportéry.“

Josef Mázl, obchodní a marketingový ředitel společnosti J 4 s.r.o.

Příležitosti mají mnoho převleků.

ALBERT MENSAH

Exportní příležitosti

CzechTrade přináší denně českým exportérům aktualizovanou nabídku zahraničních poptávek, projektů a tendrů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem v on-line databázích exportních příležitostí na stránkách BusinessInfo.cz.

Exportní příležitosti v roce 2009

- CzechTrade v roce 2009 zveřejnil na stránkách BusinessInfo.cz celkem 1693 zahraničních poptávek a 2062 informací o tendrech a projektech.
- Na informace o exportních příležitostech navázalo téměř 30 úspěšných případů exportu klientů CzechTrade v celkové hodnotě 240 milionů Kč.

„V roce 2002 nám londýnská kancelář CzechTrade zprostředkovala poptávku firmy z Manchesteru, která vyrábí nábytek a vybavení do zdravotnických zařízení. Tato společnost poptávala v ČR výrobce kovových skříní. Začátek spolupráce byl pozvolný, postupně se výroba přesouvala do České republiky. Díky tomu jsme v roce 2008 dosáhli obratu téměř 25 mil. Kč.“

Dalším příkladem spolupráce s CzechTrade byla účast naší firmy na subkontrakčním veletrhu Elmia ve Švédsku, kde jsme využili asistenci zahraniční kanceláře CzechTrade. Navázali jsme kontakt s firmou Malmö, pro kterou vyrábíme nerezové části do velkoobjemových myček na nádobí. V loňském roce tvořila tato výroba cca 30 % našeho exportu. Bohužel naše obchodování je hodně závislé na kurzu britské libry, která zaznamenala krkolomný pád, a proto bychom do budoucna chtěli diverzifikovat riziko jednoho partnera na více dlouhodobých partnerství. Věříme, že se nám to s pomocí agentury CzechTrade podaří. Vážíme si vybudovaného partnerství a určitě budeme s CzechTrade spolupracovat i v budoucnu.“

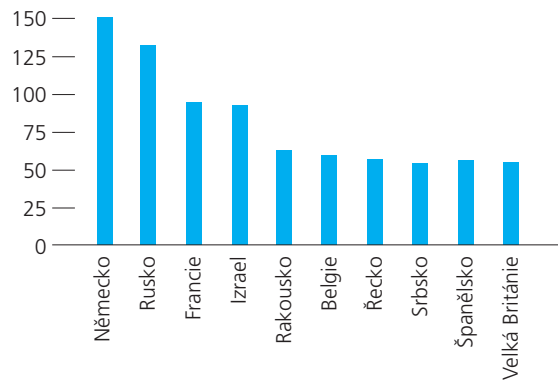
Lumír Mohyla, jednatel, Sevmo-ex s.r.o.



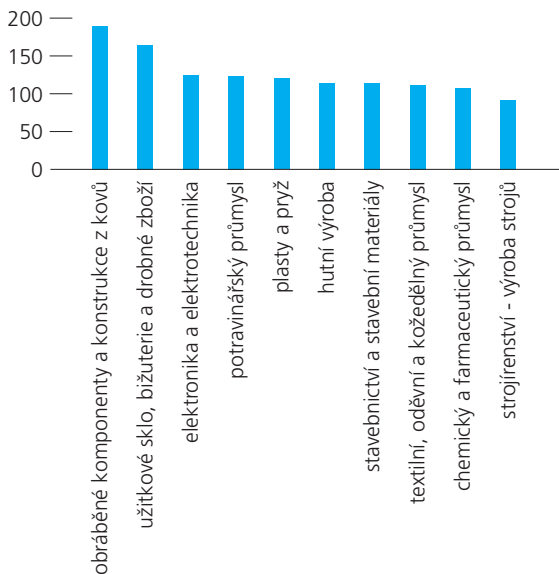
Zveřejněné poptávky 2009 – TOP 10 podle zahraničních kanceláří CzechTrade



Poptávky 2009 – TOP 10 podle zemí (pozn. poptávky ze všech zdrojů)



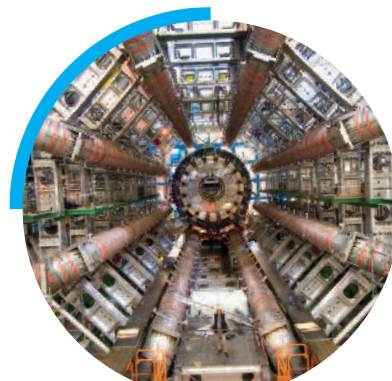
Poptávky 2009 – TOP 10 podle oborů (pozn. poptávky ze všech zdrojů)



■ V roce 2009 získal CT nejvíce poptávek z Německa, Ruska a Francie (viz graf). Nejčastěji poptávané produkty byly z oborů Obráběné komponenty a konstrukce z kovů, Užitkové sklo, bižuterie a drobné zboží a Elektronika a elektrotechnika (viz graf).

Na stránkách Businessinfo.cz je také českým exportérům k dispozici denně aktualizovaná „Mapa oborových příležitostí“. Díky této interaktivní mapě mají firmy možnost rychle zjistit, jaký exportní potenciál z pohledu identifikovaných exportních příležitostí existuje ve vybrané zemi pro určitý průmyslový obor.

Exkluzivními zdroji exportních příležitostí jsou zahraniční kanceláře agentury CzechTrade, obchodně-ekonomické úseky zastupitelských úřadů ČR v zahraničí či zahraniční zastupitelské úřady v České republice. CzechTrade získává zahraniční poptávky také pomocí specializované služby „Your Czech Supplier“ (on-line formulář pro zahraniční firmy publikovaný na webových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade). Informace o projektech a vypsání tendrech získává CzechTrade kromě výše uvedených zdrojů i z renomovaných databází EU, Světové banky a mezinárodních organizací (CERN, ESO, ESA).



Evropská rozvojová spolupráce

Zahraniční pomoc EU je poskytována prostřednictvím širokého spektra regionálně nebo tematicky zaměřených programů, které jsou financovány ze zdrojů společného unijního rozpočtu a z tzv. Evropského rozvojového fondu. O zakázky financované z těchto zdrojů se mohou ucházet firmy, nevládní neziskové organizace a další typy subjektů z členských států EU. CzechTrade zveřejňuje relevantní výběrová řízení vypisovaná v rámci zahraniční rozvojové spolupráce ES (ZRS ES) a poskytuje v této oblasti poradenskou činnost firmám.

Projekty Světové banky

CzechTrade napomáhá rozšíření informací o projektech, výběrových řízeních a činnosti Světové banky prostřednictvím svého zástupce Světové banky (PSLO – Private Sector Liaison Officer to the World Bank). V roce 2009 zprostředkoval celkem 370 obchodních příležitostí (projekty, výběrová řízení na zboží a výběrová řízení na služby), které jsou publikovány v on-line databázi Businessinfo.cz. V rámci asistence PSLO rovněž poskytuje českým firmám poradenství ohledně zapojení do projektů a výběrových řízení Světové banky.

Spolupráce s CERN

I v roce 2009 zveřejňovala agentura CzechTrade informace o veřejných zakázkách a soutěžích, které pravidelně vypisuje CERN. Největší objem v rámci 103 výběrových řízení zaujímala elektrotechnika a energetická zařízení, počítačové a komunikační systémy, mechanické konstrukce a pozemní stavby, elektrotechnika a radiofrekvenční zařízení. ČR se i nadále uplatňuje v dodávkách do CERN, v roce 2009 to bylo v hodnotě 3,5 mil. CHF. Koeficient návratnosti činil 0,99 %.

Spolupráce s ESO

CzechTrade se v roce 2008 zapojil do získávání firem pro výběrová řízení ESO (European Organisation for Astronomical Research in the Southern Hemisphere) a zajišťuje pozici ILO (Industrial Liaison Officer), kontaktního pracovníka mezi ESO a českými firmami. V rámci této činnosti zveřejňuje relevantní výběrová řízení ESO, provádí přímé oslovení firem, radí firmám při jejich registraci do databáze ESO a zapojení do vypisovaných zakázek.

Adresář exportérů



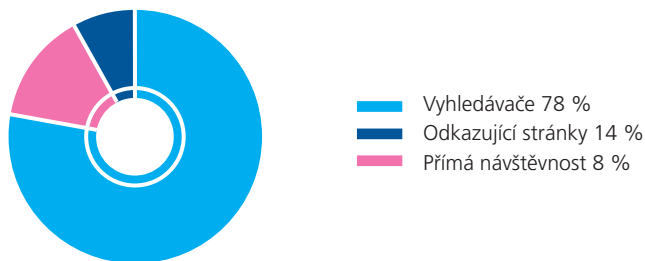
Adresář exportérů CzechTrade je oficiálním on-line katalogem českých exportérů prezentovaným na internetu, mezinárodních výstavách a veletrzích s účastí CzechTrade, oficiálních účtech ČR a dalších akcích v zahraničí. Pro exportéry je prezentace v tomto katalogu jedním z nejmodernějších způsobů, jak rozšířit své internetové stránky o další jazyky a získat více návštěvníků ze zahraničí. Jednotlivé prezentace firem jsou zveřejněny na portálu <http://exporters.czechtrade.cz>, ale také na stránkách více než třiceti zahraničních kanceláří CzechTrade. Adresář exportérů je navíc propagován všemi zastupitelskými úřady ČR, které se nacházejí po celém světě.

Zákazník si může objednat prezentaci své firmy a až deseti svých výrobků nebo služeb. U každého placeného profilu si může vybrat šest světových jazyků z nabízených třinácti. Podklady pro prezentaci stačí dodat v českém jazyce a CzechTrade zajistí profesionální překlady do všech zvolených jazyků. Tento ucelený propagační materiál lze poslat odkudkoli jednoduše stáhnout do počítače a poslat e-mailem svému potenciálnímu zákazníkovi nebo vytisknout přímo na zahraničním veletrhu.

Adresář exportérů v číslech

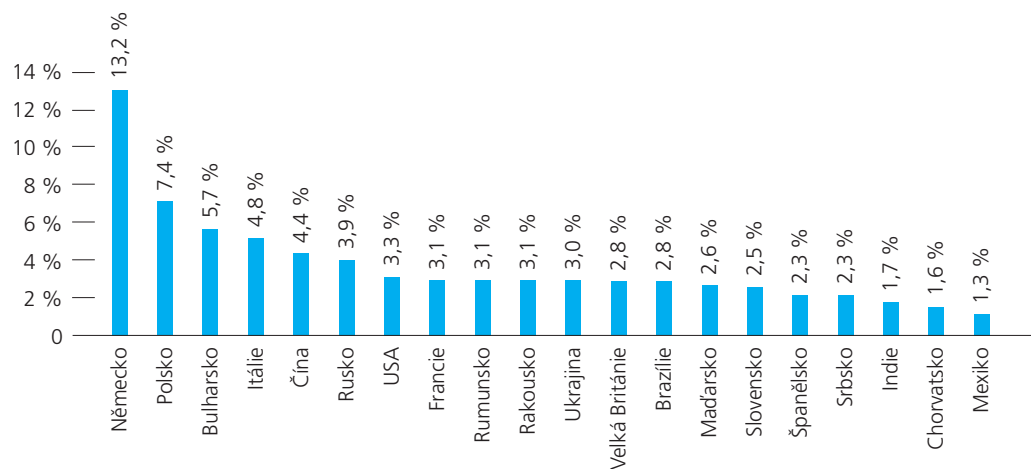
- 350 tis. návštěvníků
- 1,7 mil. zobrazených stránek
- 75 % návštěvníků je ze zahraničí
- 78 % návštěvníků přichází z internetových vyhledávačů (kvalitní optimalizace stránek) – zahraniční návštěvníci získávají informace, které hledají

Odkud návštěvníci přicházejí



78 % návštěvníků přichází na Adresář exportérů přes vyhledávání, což svědčí o kvalitní optimalizaci stránek pro vyhledávače.

TOP 20 zemí návštěvníků Adresáře exportérů



Tři čtvrtiny zahraničních návštěvníků přichází z 20 zemí. 25,3 % návštěvníků přichází na stránky Adresáře exportérů z ostatních zemí světa.

„Touto službou se CzechTrade trefil přímo do černého. Uvědomovali jsme si, že nutně potřebujeme posílit svou prezentaci v zahraničí. Právě díky zápisu do Adresáře exportérů, propojenému s našimi webovými stránkami, jsme získali ‚za málo peněz hodně muziky‘. Od roku 2009, kdy jsme svou prezentaci v databázi rozšířili o zápis produktu, zájem o naše výrobky nezanedbatelně vzrostl.“

Jan Falath, exportní manažer HOFMANN A SPOL., s.r.o.,
závod ALBA Hořovice



Prezentace a veletrhy

Prezentace firem na zahraničních veletrzích pod hlavičkou vládní agentury je tradiční službou CzechTrade. O tom, že o ni exportéři stále stojí, svědčí mimo jiné skutečnost, že se v roce 2009 těchto veletrhů zúčastnilo 536 firem. Zahraniční zástupci agentury vědí, který veletrh je nejvhodnější a nejatraktivnější z hlediska potenciálu českých firem.

Kromě možnosti osobní nebo katalogové účasti na veletrhu je nejvyšší přidanou hodnotou společné účasti na stánku CzechTrade poskytování nadstavbových služeb, které pomáhají českým firmám k navázání nových obchodních kontaktů. Jedná se například o sjednání schůzek s obchodními partnery, asistenci ředitele zahraniční kanceláře při jednáních, propagaci a tlumočení během veletrhu apod.

„V rámci veletrhu Monaco Yacht Show 2009 nám CzechTrade poskytl asistenční služby v nejrůznějších podobách, a to od přípravy nového katalogu, propagačních materiálů a logistického servisu, až po pomoc při styku s organizátorem akce, tlumočení a osobní asistenci přímo na stánku. Díky letošní účasti na veletrhu se nám otevřely nové obchodní možnosti. Ve spolupráci s interiérovými designéry zejména z evropských zemí vzniká šest nových projektů a probíhají jednání o exkluzivních smlouvách o zastoupení společnosti Sans Souci pro konkrétní teritoria.“

Blanka Bartošová, mluvčí vývozní aliance
Sans Souci Czech Glass Alliance



**Abyste mohli dělat věci jinak,
musíte je jinak i vidět.**

PAUL ALLAIRE

DESIGN
PRO EXPORT

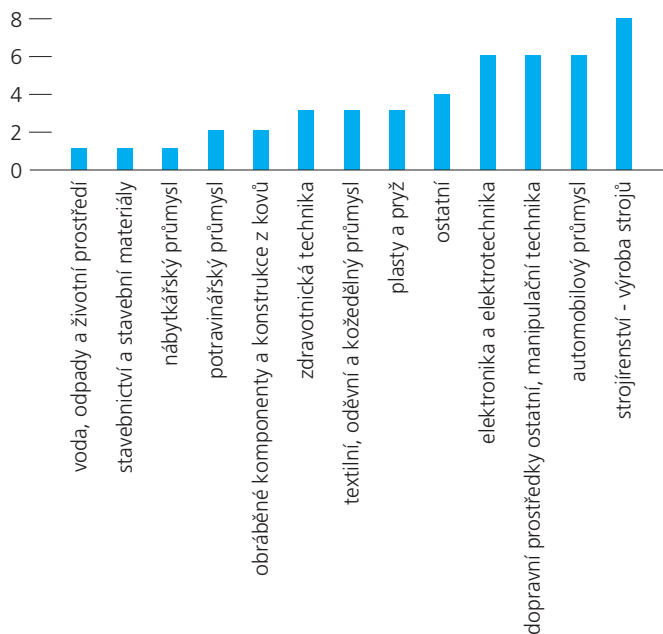
Design pro export

Vývoj nových výrobků s kvalitním designem je jedním z pilířů konkurenceschopnosti a zvyšuje šance na úspěch při vstupu na zahraniční trhy.

CzechTrade prostřednictvím balíčku služeb „Design pro export“ poskytuje odborné individuální poradenství českým výrobcům v oblasti průmyslového designu. Firmy, které úspěšně spolupracují s designéry, propagujeme na zahraničních výstavách a veletrzích, v tištěných nebo elektronických médiích. Agentura organizuje pravidelné odborné semináře a workshopy s cílem motivovat výrobce k využití designu jako nástroje konkurenceschopnosti. Kontakty na designéry, poskytující poradenské služby v oblasti průmyslového a produktového designu, jsou zahrnuty v Adresáři designérů.

Význam průmyslového designu si uvědomuje stále více firem. V roce 2009 si službu „Analýza stavu designu ve firmě“ objednalo 42 firem. Vzniklo celkem 47 zakázek na individuální zhodnocení výroby i samotného produktu z pohledu designéra. Následující graf dokladuje, že službu nejvíce využívají strojírenské firmy.

Počet zakázek podle oborů



Adresář designérů CzechTrade

„Díky aktivitám CzechTrade se na mě obrátily například společnosti Strojírny Podzimek nebo Hennlich Industrietechnik. CzechTrade je velmi dynamický v kontaktu s firmami i v navazování spolupráce s designéry. Firmy na této spolupráci oceňují její jednoduchou administrativu, pevně stanovenou cenu, dobrý výběr designérů z databáze CzechTrade i konzultační pomoc agentury.“

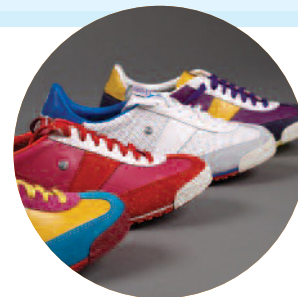
Jaromír Chmelař, designér



Veletrhy a výstavy

„Děkujeme agentuře CzechTrade za podporu a organizaci Czech Selection v rámci Design Weeku. Díky ní jsme měli možnost setkat se v Miláně s obchodními partnery, kteří přenesou filozofii a produkty botas classic 66 dále do světa.“

Petr Lajžner, generální ředitel firmy Botas a. s.



Inspirativní video „Design pro export“

Mnohé české firmy se již samy přesvědčily o efektivnosti služby z projektu „Design pro export“. Pro ostatní jako inspiraci umístil CzechTrade na svých webových stránkách krátké video, které názorně dokumentuje spolupráci konkrétních českých firem s profesionálními designéry.

Sami toho zvládneme tak málo, ale když se spojíme, zvládneme cokoli.

HELEN KELLER

Vývozní aliance

Projekt Rozvoj vývozních aliancí je jeden ze dvanácti projektů Exportní strategie ČR na období 2006-2010. Jeho hlavním úkolem je rozvoj vývozních aliancí, jako prostředku ke zvýšení šancí českých firem uspět na zahraničních trzích.

Zájem o zakládání exportních sdružení stále roste. Zatímco v roce 2007 bylo pod patronací CzechTrade registrováno 14 aliancí, v roce 2009 jejich počet vzrostl na 23.

Posílení odvětvového sdružování představuje velkou perspektivu pro český export. V rámci spojení s jinými subjekty se uplatní i firma, která by v „tvrdé“ zahraniční konkurenci jinak sama o sobě těžko uspěla. Kromě toho firmy ušetří náklady a důležitá je i záštita vládní organizace, která je v řadě zemí stále velmi ceněna.

Název aliance	Obor/Komodita	Počet členů
Czech Water Alliance	vodní hospodářství	10
Czech Water Technologies	technologie úpravy vody	7
Bohemia Line	dřevoobráběcí stroje	4
CDT - Česká dobývací technika	zařízení pro těžbu a úpravu nerostných surovin	15
Czech ICT Alliance	informační technologie	24
Czech NBC Team	ochranné pracovní prostředky	11
Czech Space Alliance	technologie pro kosmický průmysl	8
České povrchové úpravy	povrchové úpravy materiálů	5
Metalpromtehnika	elektrotehnika	4
Czech Valves Alliance	průmyslové armatury pro energetiku	4
Czech Health & Safety Alliance	prostředky pro likvidace havárií, živelných pohrom a následků použití CBRN	7
Czech Energy Team	průmyslové elektrotehnologie	3
Czech Industrial Design and Innovation	průmyslový design	6
Alliance Strojírenské Technologie	technologie	6
Czech Communication Group	telekomunikace	3
Audio Visual Connection	systemový integrátor, komplexní řešení v oblasti digitálních médií	3
First Czech Health Alliance	kompletní nabídka zdravotnických potřeb	7
Sans Souci Czech Glass Alliance	sklářská a keramická výroba	8
CEITEC Bioinformatics	biotehnologie	25
CzechBio	biotehnologie	21
MedChemBio Export	biotehnologie	19
Czech ICT Accelerate Export Team	ICT	3
Czech Crystal	sklářský průmysl	5

Stav k 31. 12. 2009



Naší prioritou je zákazník, jsme jeho rádcem a pomocníkem, těšíme se z jeho úspěchů.

JEDNA Z KLÍČOVÝCH HODNOT AGENTURY CZECHTRADE

Exportní úspěchy našich klientů

Partnerství se zákazníkem

Úspěch agentury CzechTrade je dán úspěchy jejích klientů. V roce 2009 zaznamenal CzechTrade 220 úspěšných případů, o kterých informovali spokojení klienti. Objem podpořeného exportu přesáhl 3,2 miliardy korun. Většinu tvořily úspěšné případy uskutečněné s využitím služeb zahraničních kanceláří CzechTrade. Celkem 30 úspěšných exportů vzniklo na základě exportních příležitostí zveřejněných na portále BusinessInfo.cz.

„Jsem rád, že existuje agentura CzechTrade na podporu prosazení českého exportu, jejíž jednou z mnoha podob práce jsou aktivity gesce činnosti aliancí. Síť kanceláří po světě je jedinečná a v jejím větším využití spatřujeme další možnosti intenzivní expanze. Využití placených služeb považuji za oboustranně vyvážené, v konečném součtu nám šetří čas i peníze. Právě díky zkušenostem z dlouholeté spolupráce nás při současném hodnocení příjemně překvapuje pružnější a méně byrokratický způsob řízení organizace ve prospěch reakcí na naše požadavky. Nedocenitelný přínos serióznosti díky podpoře vládní agentury sledujeme při jednáních s obchodními partnery zejména ve východních zemích, na které se aliance CWA soustředí nejvíce.“

Ivan Nikl, mluvčí aliance Czech Water Alliance

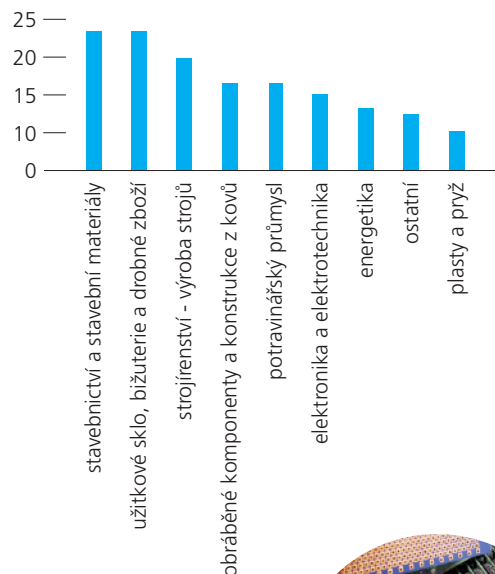


Objem exportu klientů podpořený službami CzechTrade v roce 2009

Mezi úspěšné klienty CzechTrade s největšími objemy realizovaného exportu patřily mj. společnosti INCO engineering, s.r.o. (334,5 mil. Kč, důlní těžební zařízení, Rusko), ŽĐAS, a.s. (212 mil. Kč, lis pro volné kování, Čína), KIT digital Czech a.s. (210 mil. Kč, zprostředkování fúze se zahraničním partnerem, SAE), BAUER TECHNICS s.r.o. (206 mil. Kč, technologie pro masokombinát, Rusko), GALATEK a.s. (192 mil. Kč, linka pro povrchové úpravy, Rusko).

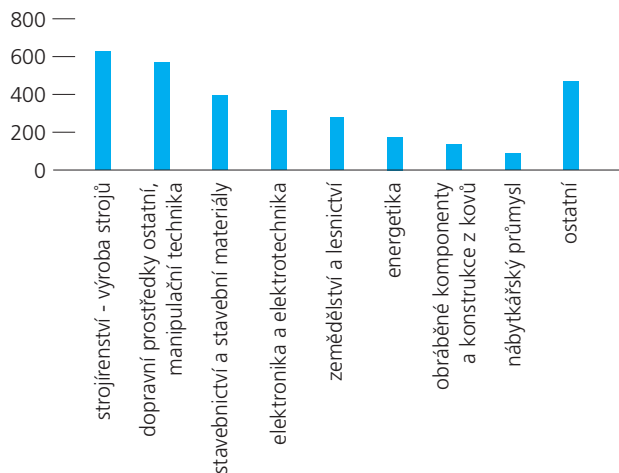
Nejvíce úspěšných případů se generovalo z oborů stavebnictví, sklářství, strojírenství, obráběcí komponenty a potravinářský průmysl.

Úspěšné případy podle oborů



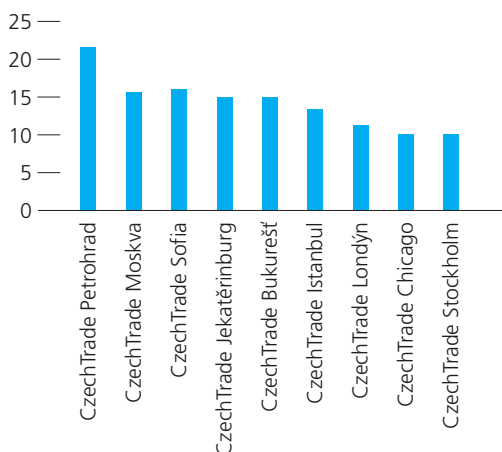
Největší objemy podpořeného vývozu byly dosaženy v oborech strojírenství, dopravní prostředky ostatní, manipulační prostředky a zařízení, stavebnictví a stavební materiály, elektronika a elektrotechnika.

Objem podpořeného vývozu podle oborů v tis. Kč



Objem a počet realizovaných úspěšných vývozních případů podle zahraničních teritorií

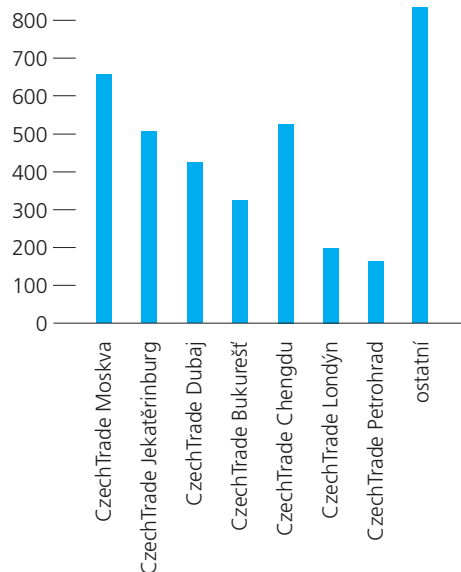
Počet úspěšných případů podle zahraničních kanceláří



Zahraníční kanceláře CzechTrade s největším počtem úspěšných případů

Tradičně dvě třetiny z objemu podpořeného exportu klientů CzechTrade tvoří ruské trhy (využití služeb zahraničních kanceláří z Jekatěrinburgu, Petrohradu, Moskvy) – celkem 1,32 miliardy korun. Stříbrnou příčku v úspěšnosti získala kancelář v Dubaji (319,7 milionů Kč) a bronzovou Bukurešť (309,8 milionů Kč).

Objem podpořeného vývozu v tis. Kč



„CzechTrade naší společnosti KIT digital Czech výrazně pomohl při startovních zahraničních aktivitách, například podporou na veletrhu IBC 2007 v Amsterdamu nebo na CABSAT 2008 v Dubaji. Výsledkem těchto aktivit byly nejen rozvíjející se zahraniční zakázky, ale také zájem nadnárodní společnosti KIT digital, která na veletrhu v Dubaji identifikovala naši tehdejší společnost Visual Connection jako zajímavého potenciálního partnera. Pro nás se tak objevila zajímavá příležitost nabízet svá řešení prostřednictvím celosvětově etablované sítě obchodníků se znalostí místních trhů. Další jednání vyústila na podzim 2008 v akvizici Visual Connection, která při zachování všech svých aktivit dále pokračuje pod jménem KIT digital Czech. Na úspěchu této akvizice ve výši 180 mil. Kč mělo svůj podíl také zastoupení CzechTrade v Dubaji, kde probíhala jednání a kde měla společnost KIT digital své hlavní sídlo.“

Tomáš Petrů, President Integration Services, společnosti KIT digital Czech a.s.

BusinessInfo.cz

Portál BusinessInfo.cz je důležitým projektem agentury CzechTrade a Ministerstva průmyslu a obchodu. Jeho hlavním cílem je poskytovat podnikatelům užitečné informace, které portál integruje z celé státní správy. Díky zapojení do vládní strategie rozvoje elektronické veřejné správy „Smart Administration“ portál přispívá ke snižování administrativní bariéry podnikatelů ve vztahu k veřejné správě. Postupně jsou na jednom místě integrovány informace o akcích a seminářích státní správy, exportních příležitostech, strategických dokumentech, dotačních databázích či formulářích. Portál posiluje své postavení a oblíbenost mezi podnikatelskou veřejností a oproti minulému roku se návštěvnost zvýšila z 20 000 návštěvníků měsíčně na 250 000.

Jednotná kontaktní místa (JKM)

Elektronické JKM je oficiálním kontaktním místem státní správy pro začátek podnikání. Zatímco v rámci živnostenských úřadů existuje 14 krajských míst, kam si podnikatel může přijít se žádostí o radu a komplexní pomoc při vyřízení žádosti o vstup do podnikání, tak BusinessInfo.cz funguje jako one-stop-shop, kde jsou na jednom místě kompletní informace o všech podnikatelských činnostech s návodem, jak postupovat. Bylo zpracováno 200 podnikatelských činností v jednotném formátu, který krok za krokem provádí podnikatele procesem začátku podnikání.

Lepší provázanost dokumentů a nový vzhled

Na základě vyhodnocení a trendů byly změněny funkcionality portálu tak, aby umožnily větší provázanost informací a dokumentů. Celá homepage prodělala rekonstrukci a je nyní přehlednější. Portál je tak přístupnější pro vyhledávače. S rostoucím podílem přístupů uživatelů právě přes obecné vyhledávače je nutné přizpůsobit strukturu a zobrazení nabízených informací.

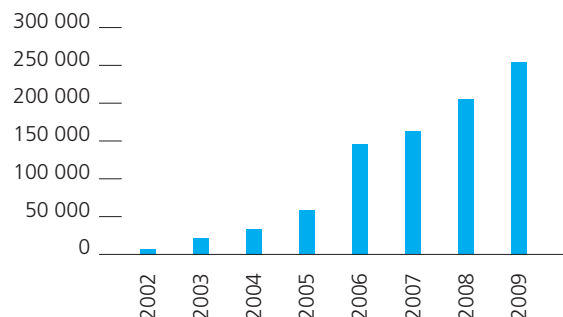
Zapojení projektu do strategie Smart Administration

Rok 2009 byl ve znamení určení nového směru a strategie pro období do roku 2013. Projekt dalšího rozvoje portálu BusinessInfo.cz byl podán do Integrovaného operačního programu (IOP) a Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost (OPLZZ) v rámci cíle Modernizace a elektronizace veřejné správy. Prostředky získané ze SF EU v rámci OPLZZ posloužily ke kvalitní formulaci projektového záměru a žádosti o financování v rámci IOP. Záměrem je provázání projektu na tzv. Základní registry státní správy a umožnění využití sociálních sítí a multimediálního obsahu a zapracovat funkcionality nejlepších portálů v rámci EU.

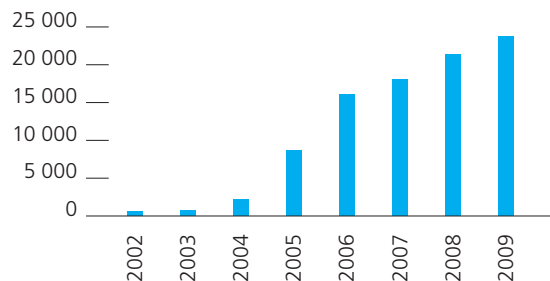
Hlavní úspěchy a výstupy:

- průměrná měsíční návštěvnost portálu BusinessInfo.cz dosáhla v průběhu roku 2009 hranice 250 000 uživatelů,
- počet registrovaných uživatelů překonal hranici 23 000.

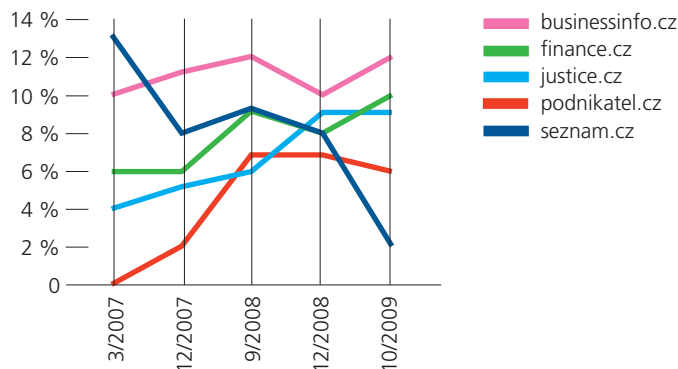
Návštěvnost za měsíc (2002 – 2009)



Registrovaní uživatelé (2002 – 2009)



Top of mind



Služby pro zahraniční firmy

Zástupci CzechTrade v zahraničí propagují dobré jméno České republiky a prezentují nejen úspěchy našeho průmyslu, ale i originalitu a kvalitu českých výrobků. Jejich osobní zkušenosti a znalost specifík místního prostředí se stávají odrazovým můstkem pro efektivní komunikaci mezi zahraničními a českými partnery.

Incomingové mise

Pro zájemce ze zahraničí organizují zahraniční kanceláře CzechTrade setkání s českými firmami, které vybírá tak, aby svým charakterem odpovídaly jejich požadavkům. Na základě zpracovaných poptávek i vytipovaných a odsouhlasených kontaktů organizuje buď návštěvu ve vybraných firmách, nebo pracovní setkání na centrále CzechTrade. CzechTrade zorganizoval návazně na poptávku a oborové požadavky v rámci veletrhů 17 incomingových misí. Z jednání uskutečněných na těchto akcích se realizuje stále více kontraktů.

Business Visits

Jedná se o návaznou službu na vyhledání dodavatele v České republice. Zahraničním firmám pracovníci CzechTrade vytipují na základě jejich požadavků české dodavatele a zorganizují jim návštěvu ve firmách, které si vybraly, nebo pracovní setkání v pražském sídle CzechTrade.

Your Czech Supplier

Zahraniční firma může pomocí on-line dotazníku Your Czech Supplier umístěného na webových stránkách www.czechtradeoffices.com zadat poptávku po konkrétních produktech či službách. Tyto poptávky jsou zveřejňovány na www.businessinfo.cz.



„I would like to take this opportunity to thank for all your enthusiastic and professional service over the past three years. You were very helpful by finding new clients for our products – Mattoni, Magnesia & Aquila as well as by a negotiation and consultation of new business opportunity between our company BTP Inc., and the company Walmark a.s. from the Czech Republic. You did an excellent job, and your work is truly appreciated. Thanks again.“

Robert Bokuvka, BTP Inc., USA

„We started to cooperate with the CzechTrade agency when we were looking for some new suppliers among producers of railway technologies and contractors for railway infrastructure. I would like to thank you for your flexible approach and for accommodating our demands. We have been working with some suppliers from the Czech Republic for more than 10 years and we hope for further fruitful cooperation, appreciating the assistance of your agency.“

Dariusz Zimny, Plenipotentiary of Alza Company Bydgoszcz, Poland

„Please let us express our sincere thanks for helping us find new business partners from the Czech Republic. Through your help, we started and developed a great international collaboration with the company ADLER Czech. We are looking forward for new opportunities to develop a business partnership between our countries with your assistance.“

Adriana Ciobanu, Managing Director Globe Advertising Srl, Romania

„...En primer lugar agradeceremos el esfuerzo e interés que estáis demostrando en la búsqueda de nuevos proveedores, para que podamos ampliar nuestra cartera de proveedores en la República Checa, tanto en la división que represento de Menaje de Hogar, como en el resto de divisiones, Alimentación, Juguetes, Cosmética, Deportes... Estamos en contacto y la próxima semana cuando recibamos el listado, me pondré en contacto con la gerencia del resto de divisiones y contactaremos una reunión.“

José Luis Gómez García, Central Compras, Spain



*Všichni jsme žáci a všichni učitelé.
Každý z nás se něčemu naučil a každý
z nás něčemu naučil ty druhé.*

LOUISE L. HAYOVÁ

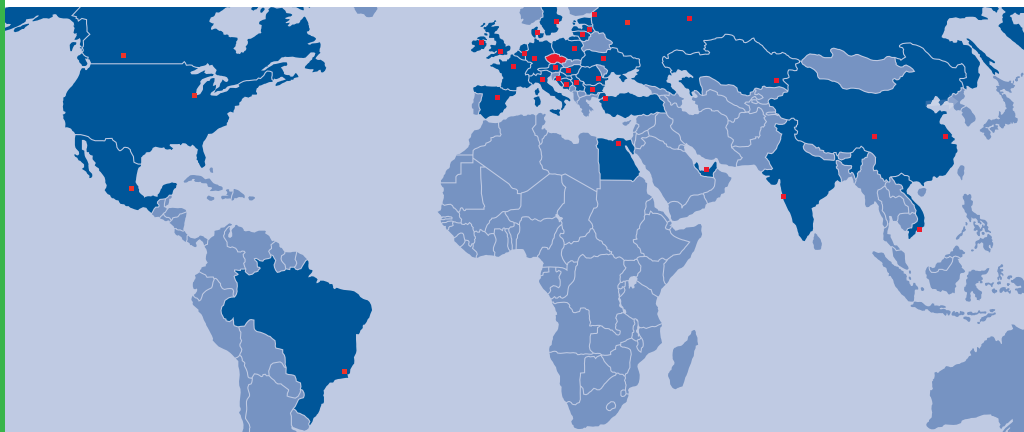
Organizace CzechTrade

Exportní manažeři CzechTrade

O klienty CzechTrade se stará tým šestnácti exportních manažerů v pražské centrále, který doplňuje osm regionálních manažerů. Síť těchto regionálních pracovišť, která pokrývá všech třináct krajů České republiky, byla vytvořena ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR. Cílem je zprostředkovávat komplexní informace o státní podpoře exportu, tedy nejen o službách CzechTrade, ale také České exportní banky, Exportní garanční a pojišťovací společnosti, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Hospodářské komory ČR.

Zahraniční kanceláře CzechTrade

Českým exportérům nabízí CzechTrade své služby v zahraničí prostřednictvím 33 stálých zástupců. Tito zástupci působí v 36 zemích světa. CzechTrade posiluje kapacity v těch teritoriích, kde je o služby zájem. Bylo otevřeno dlouho očekávané zastoupení v Kazachstánu, které hned od začátku zaznamenalo velký zájem ze strany českých firem. Některá teritoria začala agentura pokrývat prostřednictvím externích zástupců, například v Calgary, Kodani či Vilniusu.



Seznam zahraničních kanceláří CzechTrade

Evropa – Belgie (**Benelux - Nizozemsko, Lucembursko**), Bulharsko, Dánsko, Francie, Chorvatsko (**Bosna a Hercegovina**), Irsko, Itálie, **Maďarsko**, Německo, Pobaltí (Litva, Lotyšsko, **Estonsko**), Polsko, Rakousko, Rumunsko, Rusko (Jekatěrinburg, Moskva, Petrohrad), Srbsko (**Bosna a Hercegovina, Makedonie**), Španělsko, Švédsko, Turecko, Ukrajina, Velká Británie

Asie – Čína (Chengdu, Šanghaj), Indie, Kazachstán, Spojené arabské emiráty, Vietnam

Afrika – Egypt

Severní Amerika – Kanada, Spojené státy americké

Latinská Amerika – Brazílie, Mexiko

**Zeleně jsou označené země, kde CzechTrade nabízí své služby, aniž by byla v dané zemi zřízena zahraniční kancelář.*

Stav k 31. 12. 2009

Management CzechTrade

O naplňování proexportní strategie a plnění poslání CzechTrade se stará management agentury ve složení:

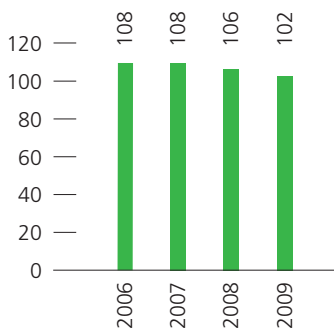
Ing. Ivan Jukl, MBA	generální ředitel
Mgr. Aleš Řiháček, MBA	ředitel odboru marketingu a komunikace
Ing. Milan Ráž	ředitel odboru prodeje a strategie
Ing. Tomáš Rak	ředitel odboru exportních služeb
Ing. Lada Rindošová	ředitelka odboru lidských zdrojů a fondů EU
Ing. Lenka Sokoltová	ředitelka odboru interních služeb
Mgr. Martin Šperl	ředitel odboru ICT projektů a technické podpory
Ing. Jolana Žáková	interní audit

Stav k 31. 12. 2009

Pečujeme o talenty

CzechTrade pokládá kariérní rozvoj svých zaměstnanců za nezbytnou podmínku naplňování své strategie. Proto zavedl pro vybrané zaměstnance cílený systém soustavného vzdělávání a získávání praktických zkušeností prostřednictvím stáží na svých zahraničních kancelářích. Tím získává kvalitní vedoucí zaměstnance zahraničních kanceláří z interních zdrojů.

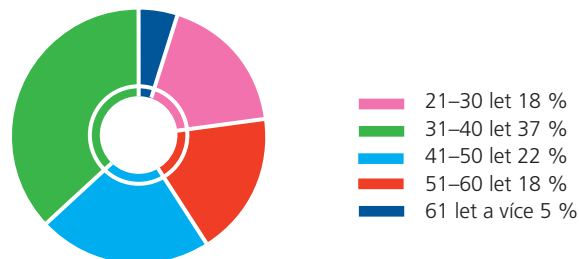
Průměrný počet zaměstnanců v daném roce



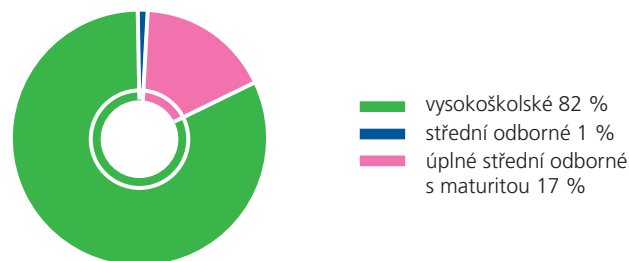
Zvyšujeme své kompetence

CzechTrade buduje tým profesionálů a sleduje jejich odborný růst. Proto zavedl kompetenční profil zaměstnanců, který je odvozen z klíčových hodnot agentury. Na jeho základě jsou pracovníci hodnoceni a jsou připravovány jejich individuální rozvojové plány.

Složení zaměstnanců podle věku



Složení zaměstnanců podle dosaženého vzdělání



Stav k 31. 12. 2009



Každá lidská činnost se nakonec musí nějak projevit v číslech.

TOMÁŠ BAŤA

Hospodářské výsledky za rok 2009

Rok 2009 může agentura označit z finančního pohledu opět jako úspěšný. Celkové výnosy agentury CzechTrade tvoří příspěvek Ministerstva průmyslu a obchodu na činnost, tržby za služby agentury a ostatní výnosy (využití rezervního fondu CzechTrade, vratky DPH, úroky aj.).

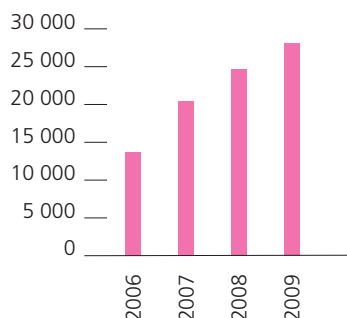
Ekonomické výsledky CzechTrade v roce 2006 až 2009 (v tis. Kč)

Položky	2007	2008	2009
Výnosy celkem	260 473	267 674	258 016
Tržby za služby	20 201	24 170	26 923
Jiné ostatní tržby a výnosy	3 065	6 423	5 988
Příspěvek na provoz	237 207	237 081	225 105
Náklady celkem	252 883	251 849	256 594
Spotřebované nákupy	10 642	10 979	9 420
Služby	178 755	173 968	177 222
Osobní náklady	49 246	53 043	54 651
Odpisy	10 822	10 583	11 691
Ostatní náklady	3 418	3 276	3 610
Hospodářský výsledek	7 590	15 825	1 422

Agentuře se podařilo zvýšit tržby za poskytované služby, a posunout tak latku na historicky nejvyšší příčku téměř 27 milionů korun, což představuje významný 11% meziroční nárůst.

Na rekordních tržbách se rozhodujícím způsobem podílely služby zahraničních kanceláří, a to 22,9 miliony korun. Podíl exportního vzdělávání představuje 1,3 milionu a ostatní výnosy tvoří zbylých 2,8 milionu korun.

**Tržby za služby
2006–2009 v tis. Kč**



Úsporným hospodařením a růstem tržeb CzechTrade dosáhl v roce 2009 zlepšený hospodářský výsledek ve výši 1,4 mil. Kč. Čísla dokazují, že zatímco státní příspěvek na provoz agentury je v porovnání s rokem 2008 na nižší úrovni, podíl agenturních zdrojů roste.





CzechTrade
Dittrichova 21
128 01 Praha 2
Zelená linka pro export
800 133 331
info@czechtrade.cz
www.czechtrade.cz

Copyright © CzechTrade, červen 2010

*Děkujeme všem našim klientům, kteří nás informují o exportních úspěších zrealizovaných za pomoci služeb CzechTrade.
Některé z nich jsou uvedeny i v této publikaci.*