

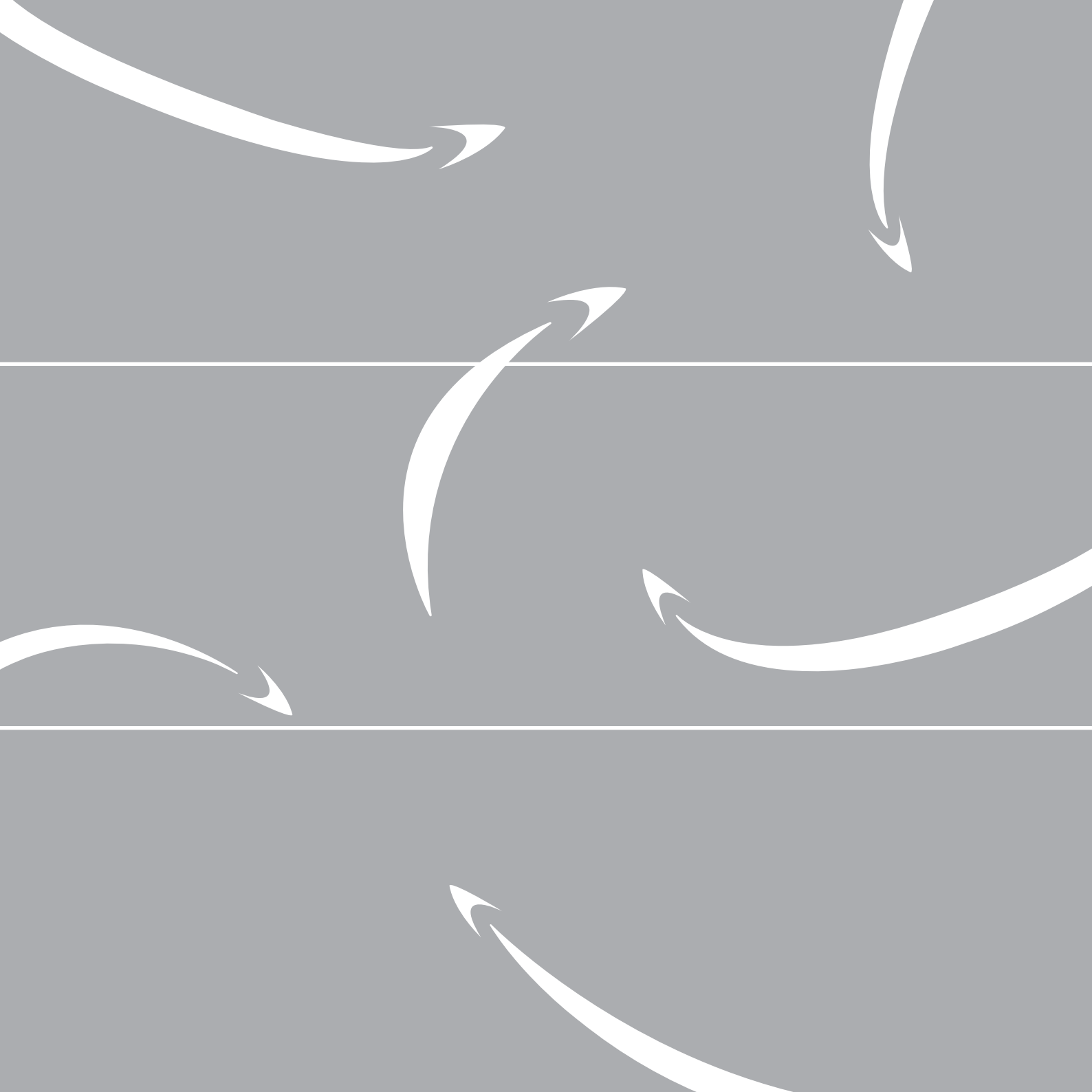






ZPRÁVA O ČINNOSTI 2010
ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

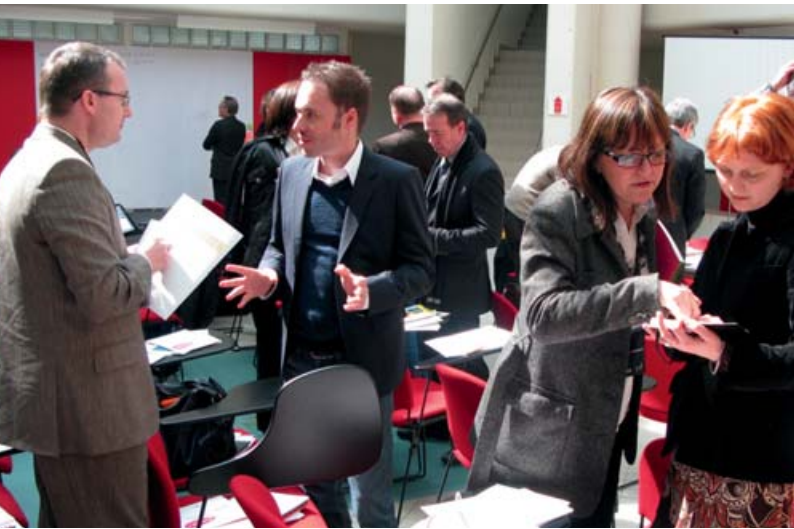






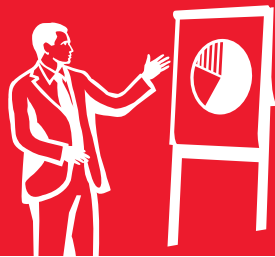
Obsah

Úvodní slovo	... 5
Profil	... 9
Kalendárium	... 13
Výsledky	... 19
Portfolio služeb	... 31
Organizace	... 41





Cílem CzechTrade je nejen pomoci českým firmám vstoupit na zahraniční trh, ale také se na něm dlouhodobě udržet a stát se jeho lídrem. Do českého inovačního prostředí chceme přinášet více komerčního ducha.



Úvodní slovo

Úvodní slovo



Cílem CzechTrade je nejen pomoci českým firmám vstoupit na zahraniční trh, ale také se na něm dlouhodobě udržet a stát se jeho lídrem. Do českého inovačního prostředí chceme přinášet více komerčního ducha.

Vážený obchodní partneři, vážený přítelé,

v době, kdy čtete tyto řádky, dochází k významným událostem, které vedou k zásadnímu rozšíření kapacit naší agentury – rodí se nový CzechTrade. V posledních letech jste byli při čtení našich výročních zpráv zvyklí na neustálý růst a zdokonalování našich služeb. A také následující stránky jsou v tomto směru tradiční. Předpokládám však, že až budete číst výroční zprávu za letošní rok, tedy rok 2011, objeví se před vámi zcela jiný obraz. Dvě jedničky jsou pro nás totiž doslova symbolické. Do života vstupuje projekt zahraniční sítě Ministerstva průmyslu a obchodu pro exportéry. Měl by jim přinést širší nabídku zemí, kde budou mít k dispozici nejen všechny dosavadní služby, ale také dostatečný počet odborníků. A nejen to. Chystáme se na kvalitativně zcela nové typy služeb, které jsou založeny na neustále zdokonalovaném know-how ze zahraničních trhů a nových dovednostech. Věříme, že také oslovíme širší spektrum klientů včetně tzv. born global, tedy menších podniků s velkým potenciálem k mezinárodní komercializaci svých nápadů, technologií a řešení.

Je samozřejmé, že podobný projekt nevznikl ze dne na den, a tak se o některých z našich nových nástrojů a služeb můžete dočíst už i v následující výroční zprávě. Již v roce 2010 jsme totiž začali pracovat na nové strategii CzechTrade a budovat například unikátní nástroj Trade Intelligence. Na základě tvrdých statistických dat a našich výpočtů jsme nyní schopni zhodnotit vývoj zahraničního obchodu a konkurenceschopnost našich firem ve vztahu ke konkrétnímu trhu. Můžeme mimo jiné identifikovat obory, v nichž je daná země dlouhodobě lepší než ostatní, či provést analýzu konkurence.



Stručně řečeno, naším cílem je optimalizovaná zahraniční síť, která bude za pomoci nových nástrojů a kompetencí schopna reagovat na individuální požadavky jak současných, tak i budoucích exportérů. Sázka na budoucí exportéry je také sázkou na menší zranitelnost českého zahraničního obchodu již třeba na konci tohoto desetiletí. Věřím, že v té době budou nejen Evropě a automobilům dominovat noví lídři se lvíčkem na prsou. Za tým CzechTrade vám slibuji, že pro jejich rozvoj uděláme maximum.



Ing. Ivan Jukl, MBA
generální ředitel CzechTrade





Víte, kdo jsme a co je naším posláním?



Profil

Agentura CzechTrade je národní proexportní organizací České republiky. Jejím hlavním cílem je rozvíjet mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty.

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

Za dobu své existence se stala pevnou součástí státního systému podpory exportu. CzechTrade svými službami pomáhá českým firmám zvyšovat jejich konkurenceschopnost na zahraničních trzích.

Zahraniční firmy CzechTrade využívají při hledání zajímavých a spolehlivých obchodních partnerů a dodavatelů.

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

Jsme 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 hrdí na svoji práci a naši značku.

Certifikace

CzechTrade je od roku 2002 nositelem certifikátu systému managementu jakosti ISO 9001:2000. V roce 2009 byla provedena recertifikace systému řízení jakosti metodou IQRS® (International Quality Rating System). Unikátnost tohoto mezinárodního systému hodnocení spočívá v tom, že v sobě zahrnuje současně všechna kritéria pro splnění požadavků pro certifikaci podle mezinárodních norem ISO 9001, QS-9000 a modelů podnikatelské úspěšnosti EFQM Excellence Model (Evropský model podnikatelské úspěšnosti) a Malcolm Baldrige National Quality Award (Národní cena USA za jakost). Poskytuje tak ucelený pohled na výkonnost organizace a na stupeň vyzrálости systému řízení organizace. Systém řízení v agentuře CzechTrade byl na základě této jedinečné metody vyhodnocen jako vyspělý a plně srovnatelný s dobrými a výkonnými organizacemi z privátního sektoru.



**Efektivním nastavením systému řízení rizik,
zdokonalujeme funkci interního auditu.**

Jolana Žáková – interní audit



Sídlo
agentury
CzechTrade





Připomeňme si hlavní události,
které jsme společně prožili v roce 2010.



Kalendárium



Připomeňme si hlavní události, které jsme společně prožili v roce 2010.



Meeting Point

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.



Jak úspěšně exportovat do Brazílie a Mexika

Agentura CzechTrade zorganizovala ve spolupráci s Komerční bankou exportní konferenci, jejímž tématem bylo obchodování s Brazílií a Mexikem. Akce se uskutečnila 24. února 2010 v pražském hotelu Pyramida. Pro aktuální informace a praktické zkušenosti si přišlo 111 účastníků z 90 firem.

Páteční inovační setkávání pracovníků CzechTrade

Jako další platforma sdílení informací a inovačního myšlení byla od jara 2010 zavedena pravidelná páteční pracovní setkání zaměstnanců CzechTrade (tzv. pátečníky), na kterých jsou řešeny aktuální témata a problematiky týkající se činnosti agentury.

Newsletter CzechTrade

Od jara 2010 využívá agentura další marketingový nástroj v podobě elektronického newsletteru, který je zasílán cca jednou měsíčně na základě uděleného souhlasu se zasíláním obchodních sdělení na více než 7600 e-mailových adres.



Rozvoj služeb CzechTrade

Rok 2010 potvrdil trend z předešlého období: klienti zvyšují nároky na služby CzechTrade a stále častěji požadují individuální služby a komplexní servis. Proto byla standardní nabídka služeb obohacena o nové, které směřují k poradenství a dlouhodobým projektům. V průběhu roku to byl například screening trhu, dlouhodobá exportní asistence či exportní poradenství. Dále se pracovalo na novém nástroji analýzy zahraničních trhů – Trade Intelligence.



CzechTrade na MSV 2010

Jednou z hlavních doprovodných akcí CzechTrade na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně byl již tradiční podzimní Meeting Point. Zástupci 171 českých firem mohli na dvoudenní akci zmapovat aktuální exportní příležitosti v zájmových teritoriích či doladit své exportní záměry se zástupci CzechTrade.

Během veletrhu jste mohli navštívit CzechTrade v dvoupatrové expozici Ministerstva průmyslu a obchodu na volné ploše F před pavilonem Z.



Úspěch portálu BusinessInfo.cz

Významným úspěchem bylo ocenění portálu BusinessInfo.cz v devátém ročníku soutěže firemních internetových prezentací WebTop100.

Portál dosáhl v poměrně silné konkurenci na bronzovou příčku v kategorii Služby.



Jak úspěšně exportovat do Ruska a Kazachstánu

V říjnu uspořádala agentura CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou další z exportních konferencí, tentokrát zaměřenou na Rusko a Kazachstán. Akce se uskutečnila v brněnském hotelu International a přišlo na ni 115 zástupců z 87 firem.

Exportní cena DHL HSBC

Třináctým rokem pokračovala soutěž Exportní cena DHL HSBC pod záštitou CzechTrade. Obrat soutěžících dosáhl téměř deseti miliard korun s celkovým exportem ve výši téměř pěti miliard korun. Každý z účastníků průměrně zrealizoval vývoz za přibližně 82,8 milionu Kč s obratem za téměř 164 milionů Kč. Export se na obratu přihlášených firem podílel více než padesát procenty (50,51 %).



Nejúspěšnějším klientem CzechTrade se stala společnost **INCO engineering, s.r.o.**, která je jedním ze tří evropských dodavatelů těžních strojů a zařízení pro vertikální dopravu v hlubinných dolech.



Zvláštní ocenění CzechTrade za aplikaci průmyslového designu si odnesla společnost **2N Telekomunikace a.s.**

Periodický audit certifikace systému řízení

V listopadu 2010 byl v CzechTrade proveden periodický audit certifikace systému řízení, který se zaměřil na oblast „Personalistika jako nástroj rozvoje lidských zdrojů pro trvale udržitelné poskytování služeb“. V průběhu auditu nebyla identifikována žádná neshoda. Výsledky periodického auditu dovolují agentuře pokračovat v certifikaci systému řízení.

Zahraníční webové stránky

Na podzim byl spuštěn projekt nových webových stránek pro každou zahraniční kancelář CzechTrade včetně modifikace obsahu, inovace struktury a sjednocení designu. Při té příležitosti byla také významně zjednodušena správa webů přes editaci v interním informačním systému.



Nové oddělení klíčových klientů

V druhé polovině roku 2010 bylo zřízeno oddělení klíčových klientů. Jeho posláním je prohloubit a zefektivnit spolupráci s významnými podniky formou soustředěné péče konzultanta, který s klientem připraví akční plán individuální spolupráce a koordinuje součinnost zahraničních kanceláří. Užší znalost podniku, jeho potřeb a cílů jsou předpokladem pro aktivní účast konzultanta na strategickém rozvoji podnikání v globálním měřítku. Pravidelné konzultace, komplexní exportní poradenství a osobní přístup charakterizují činnost oddělení klíčových klientů.

100%Design v Šanghaji

Agentura představila špičkový český design v oblasti skla na výstavě 100%Design Šanghaj v Číně.



Projekt SVV

Jedním z významných projektů uplynulého roku, který realizovala agentura CzechTrade v rámci Operačního programu Podnikání a inovace z prostředků EU, byla „Společná účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí 2009-2012“. V roce 2010 se v rámci tohoto projektu uskutečnilo celkem 53 účastí českých firem na zahraničních veletrzích. Zúčastnilo se jich 639 vystavovatelů, z toho 82 % malých a středních podniků, 15 % velkých firem a zbylá tři procenta tvořily profesní organizace. Nejvíce veletrhů se uskutečnilo v SRN (28 %) a v SNS (15 %). Převážná část byla realizována v Evropě (77 %), v mimoevropských státech jich bylo 23 %.







Aktivity CzechTrade
v roce 2010 v číslech.



Výsledky



U moderních organizací, k nimž se CzechTrade již několik let řadí, je překonané mluvit pouze o podpoře exportu, i když ta pro ně zůstává v portfoliu služeb stále klíčovou. Hovoří se spíše o podpoře inovací, konkurenceschopnosti a internacionalizaci firem. A to je také hlavním posláním CzechTrade.

Základní ukazatele činnosti CzechTrade

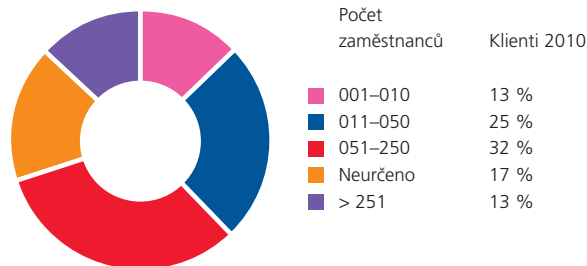
Klienti CzechTrade

Zájem o placené služby CzechTrade je v posledních pěti letech z pohledu ukazatele počtu klientů zhruba stejný. Rozdíl je patrný mezi posledními dvěma lety. V roce 2010 si placenou službu CzechTrade objednalo o stovku více firem než v roce 2009. Počet klientů, kteří si objednali placenou službu CzechTrade

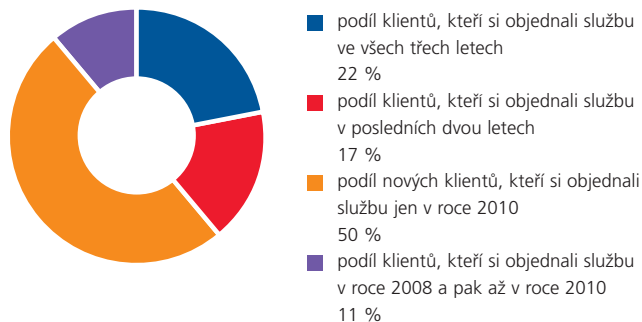
Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Celkový počet	895	1 213	1 265	1 285	1 175	1 284

V roce 2010 oslovil CzechTrade svou nabídkou služeb tradičně především střední a menší firmy.

Klienti podle velikosti firmy



Klienti z roku 2010 a spolupráce s nimi v letech 2008–2009



Cílem agentury CzechTrade je poskytovat služby firmám dlouhodobě a provázet je důležitými fázemi jejich vývoje. Graf vypovídá o tomto trendu a zachycuje skutečnost, že se to u poloviny klientů roku 2010 dařilo.



Z role pasivního vykonavatele přecházíme do role plnohodnotného partnera firem. Důraz klademe na princip dlouhodobého partnerství.

Milan Ráž – ředitel odboru prodeje

Zakázky CzechTrade

V loňském roce zrealizoval CzechTrade 1894 zakázek celkem pro 1284 firem. Využívání jednotlivých služeb ukazuje následující tabulka. Je rozdělena podle typu služeb a ukazuje počet zakázek a počet klientů, kteří jednotlivý typ služby využili.

Statistika placených služeb v roce 2010

	Počet zakázek	Počet klientů/firem
Služby zahraničních kanceláří	1 212	728
z toho		
Zahraněční akce	617	409
Individuální služby	495	319
Design pro export		
Analýza stavu designu	65	62
Elektronické produkty	278	236
ostatní	26	4

Ze služeb zahraničních kanceláří využívali klienti v roce 2010 nejvíce asistenční služby spolu s ověřením zájmu o produkt/službu a vyhledáním obchodních kontaktů. Tyto tři druhy služeb tvořily téměř 80 % všech zakázek zahraničních kanceláří.

Zakázky podle typu služby zahraniční kanceláře



Statistika zorganizovaných vzdělávacích akcí v Praze a regionech

	2009	2010
Počet seminářů a kurzů	63	71
Počet účastníků	877	1 197

■ Odborné semináře

36 seminářů, 539 zástupců firem

■ Teritoriální semináře

12 seminářů, 457 zástupců firem

■ Kurz Minimum exportéra

9 seminářů, 120 zástupců firem

■ Kurz Úspěšný exportér

10 seminářů, 81 zástupců firem

■ Firemní školení na zakázku

4 firemní školení zaměřená na zboží dvojího užití a obchodní specifika v teritoriích

■ Exportní konference

3 exportní konference, 283 zástupců firem

■ Kurz obchodní diplomacie

44 účastníků, 37 obdrželo certifikát o úspěšném absolvování

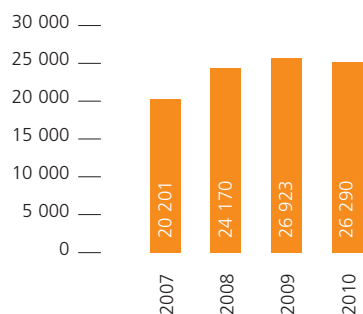
Design pro export

V roce 2010 zpracovali naši odborníci v oblasti průmyslového a produktového designu 65 analýz stavu designu v 62 firmách. Nejčastěji analýzu designu využily firmy z oborů elektronika a elektrotechnika (18 %), dopravní prostředky (17 %), kovovýroba (11 %) a strojírenství (8 %).

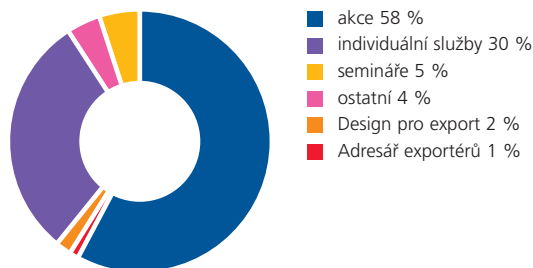
Tržby

Celkový objem tržeb přesáhl stejně jako v loňském roce 26 milionů korun (26 289 282 Kč). Zatímco dříve větší část tržeb pocházela z akcí, letos poprvé tvořily větší procento individuální zakázky (54 %); na prvním místě byly příjmy z ověření zájmu o výrobek/službu a z asistenčních služeb.

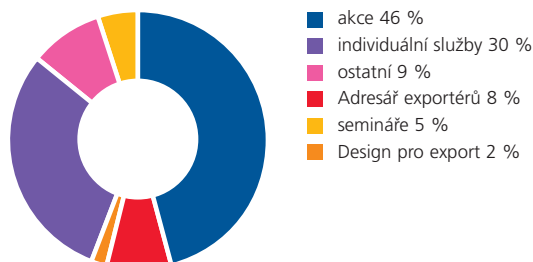
Tržby za služby v letech 2007–2010 v tis. Kč



Rozložení tržeb z jednotlivých typů služeb – 2009



Rozložení tržeb z jednotlivých typů služeb – 2010



Spokojenost klientů se zakázkami

Zpětná vazba od klientů je pro další rozvoj služeb agentury CzechTrade naprosto nezbytná a získává se prostřednictvím dotazníků spokojenosti. V případě zjišťování spokojenosti se službami zahraničních kancelářů funguje automatické zaslání dotazníků. Na seminářích rozdávají pracovníce CzechTrade účastníkům tištěné dotazníky, které jsou po vyplnění zaneseny do informačního systému.

Pokud klient hodnotí služby CzechTrade horší známkou než trojkou, jsou důvody nespokojenosti individuálně zjišťovány a následuje přijetí nápravných opatření. V roce 2010 se řešilo 32 takových případů.

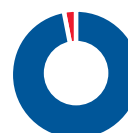
Děkujeme všem klientům, kteří vyplnili dotazník spokojenosti. Každý názor je pro nás cenný a pomáhá nám zlepšovat naše služby.

Index spokojenosti se službami CzechTrade

Služby zahraničních kancelářů	1,27
Semináře	1,20
Design pro export	1,14

Spokojenost se službami zahraničních kancelářů

Index spokojenosti se službami zahraničních kancelářů dosáhl známky 1,27 na čtyřbodové škále (přičemž jednička znamená nejlepší ohodnocení) při návratnosti dotazníků spokojenosti 52 %.



Doporučili byste naše služby svým obchodním partnerům?

Domníváte se, že vám služby naší agentury ušetřily čas?



Domníváte se, že vám tyto služby ušetřily náklady?

Pomohly vám tyto služby k lepšímu rozhodování (např. pro působení na trhu dané země, vstup na tento trh apod.)?



■ ano
■ ne
■ nevím

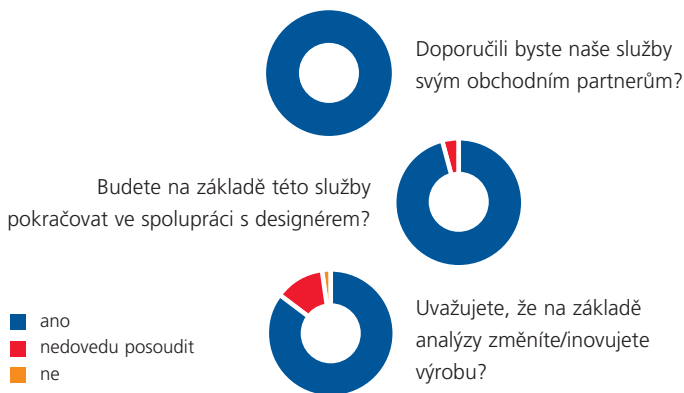
Spokojenost se vzdělávacími akcemi

Spokojenost se vzdělávacími akcemi CzechTrade vyjadřuje průměrná známka 1,2 při návratnosti dotazníků 81 %, což je ještě lepší výsledek než v předchozím sledovaném období.

Tři čtvrtiny účastníků vzdělávacích akcí prostřednictvím dotazníků potvrdily, že získané informace a dovednosti využijí v praxi.

Spokojenost se službou Design pro export

V loňském roce jsme obdrželi 48 vyplněných dotazníků spokojenosti se službou Design pro export, což představuje zhruba 2/3 ze zrealizovaných zakázek.



Exportní úspěchy klientů CzechTrade

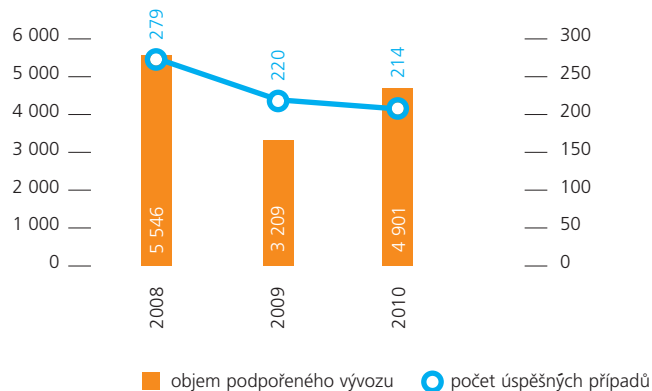
Úspěch agentury CzechTrade měříme úspěchy našich klientů. Proto je pro nás tak důležitá zpětná vazba, kterou od vás dostáváme, včetně zpráv o vašich konkrétních obchodních vítězstvích na jednotlivých trzích.

Děkujeme vám za to, že nám tyto informace poskytl.

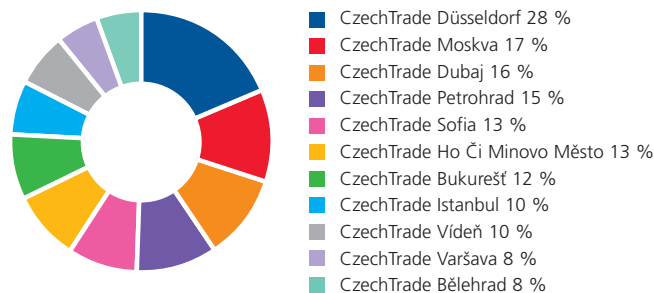
V roce 2010 nás naši klienti informovali o tom, že se jim podařilo zrealizovat 214 úspěšných exportních kontraktů, což bylo zhruba stejně jako v předchozím roce.

Objem podpořeného vývozu se však oproti roku 2009 podstatně zvýšil, a to z 3,2 miliardy korun na téměř 5 miliard korun.

Objem podpořeného vývozu (mil. Kč) a počet úspěšných případů v letech 2008–2010



Počet úspěšných případů v roce 2010 podle zahraničních kanceláří CzechTrade



Nejvíce exportních případů jsme zaznamenali v Německu, Rusku a ve Spojených arabských emirátech.

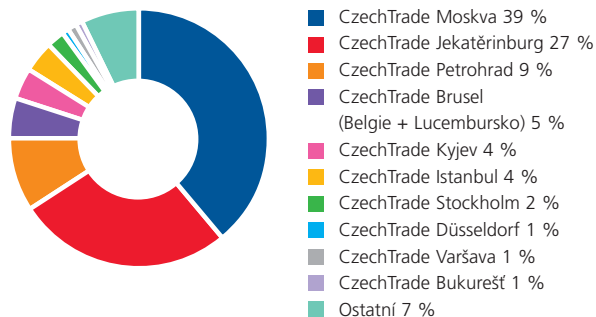


Chceme se podílet na úspěšné internacionalizaci českých firem, která povede k dosažení udržitelného exportu v dlouhodobém horizontu.

Aleš Řiháček – ředitel odboru strategie, marketingu a komunikace

Tradičně převážná část klientů CzechTrade směřuje na ruské trhy; v roce 2010 jich bylo 74 %. Kanceláře CzechTrade v Jekatěrinburgu, Petrohradu a v Moskvě tak podpořily export v hodnotě 3,65 miliardy korun. Na dalších místech pomyslného žebříčku skončily kanceláře v Bruselu (434,6 milionu korun), v Kyjevě (209,16 milionu korun), Istanbulu (199,5 milionu korun) a Stockholmu (81,2 milionu korun).

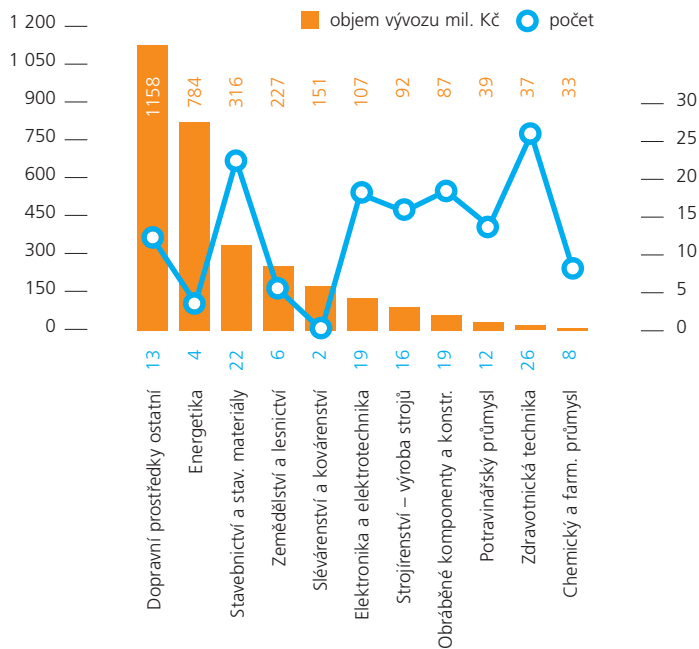
Objem podpořeného vývozu podle zahraničních kanceláří v roce 2010



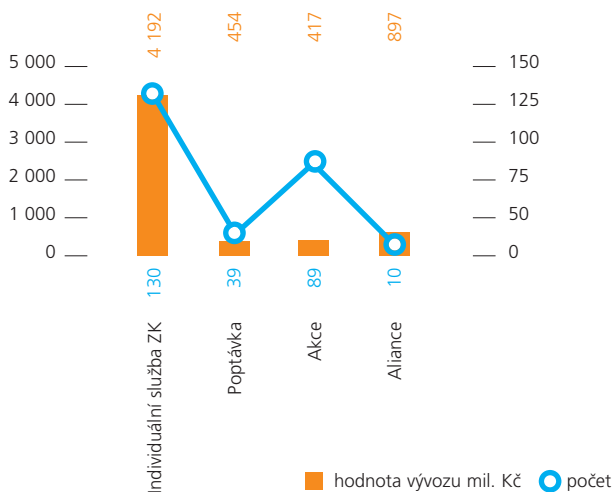
Nejvíce úspěšných případů se generovalo z těchto průmyslových oborů: zdravotnická technika, stavebnictví a stavební materiály, obráběné komponenty a konstrukce z kovů, elektronika a elektrotechnika, strojírenství, dopravní prostředky ostatní, potravinářství.

Graf ukazuje nejen počet úspěšných případů, ale i objem podpořeného exportu. Z tohoto hlediska je nejúspěšnější obor dopravních prostředků ostatních, dále energetika a na třetím místě stavebnictví a stavební materiály.

Objem podpořeného vývozu a počet úspěšných případů podle oborů



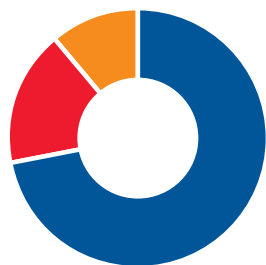
Počet úspěšných případů a objem podpořeného vývozu podle základních typů služeb



Z pohledu úspěšného exportu klienta v návaznosti na využití služeb CzechTrade jsou nejeefektivnější individuální služby zahraničních kancelářů.

Díky informacím z databáze exportních příležitostí se našim klientům podařilo uzavřít 39 zahraničních kontraktů v celkové hodnotě 454 mil. Kč.

Jedné čtvrtině klientů CzechTrade, kteří potvrdili, že se jim podařilo vyvézt své produkty a služby v loňském roce, se podařilo navázat na exportní úspěchy vyplývající ze spolupráce s CzechTrade v minulých letech.



- podíl klientů, kterým se podařilo úspěšně vyvézt za přispění CzechTrade v roce 2010 – 72 %
- podíl klientů z roku 2010, kterým se podařilo úspěšně vyvézt za přispění CzechTrade v letech 2009 a 2010 – 17 %
- podíl klientů z roku 2010, kterým se podařilo úspěšně vyvézt za přispění CzechTrade v letech 2008, 2009 i 2010 – 11 %

Vytíženost zahraničních kancelářů

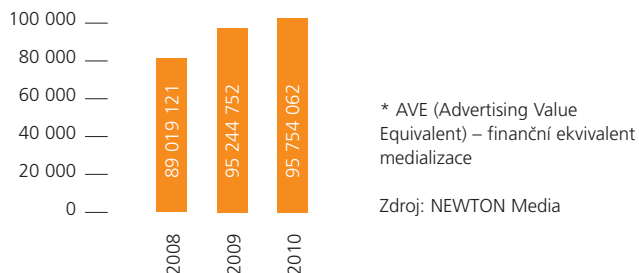
Průměrná vytíženost zahraničních kancelářů (podíl práce na konkrétních zakázkách klientů na celkovém disponibilním času zahraničních kancelářů) byla 35,7 %. Stále dosahuje úrovně, jakou vykazují přední světové proexportní agentury. Nejvíce vytíženými kanceláři byly Šanghaj (71,4 %), Brusel (66,2 %), Almaty (56,7 %), Stockholm (52,5 %), São Paulo (50,6 %) a Dubaj (50,4 %).

Public Relations

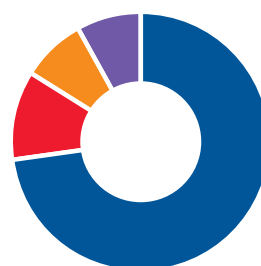
Během uplynulých let se v rámci cílené externí komunikace podařilo významně posílit značku CzechTrade a pozitivní obraz vládní proexportní agentury v médiích. Stav byl průběžně monitorován prostřednictvím čtvrtletních analýz společnosti NEWTON Media a.s.

V roce 2010 publikovala monitorovaná média ve spojitosti s agenturou CzechTrade celkem 4 127 příspěvků, což bylo cca o třetinu více než v roce předchozím. Vyloženě pozitivní publicita dosahovala v průměru padesáti procent, zbylá polovina příspěvků byla neutrálních, negativních bylo pouze patnáct. Ve struktuře medializace podle typu médií převládaly regionální tituly, o druhou příčku se dělily ekonomické tituly a internetové servery.

Vývoj medializace agentury CzechTrade podle hodnoty AVE*

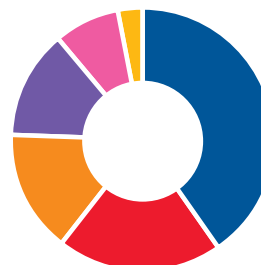


Poměr medializace v jednotlivých skupinách médií



- Regionální tituly 73 %
- Internetové servery 11 %
- Ekonomické časopisy 8 %
- Ostatní 8 %

Mediální dopad v roce 2010

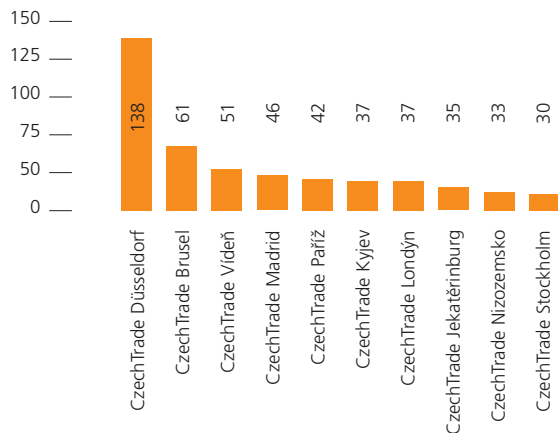


- Regionální tituly 40 %
- Celostátní deníky 20,5 %
- Ekonomické časopisy 15 %
- Internetové servery 13,5 %
- Radio, Tv 8 %
- Ostatní 3 %

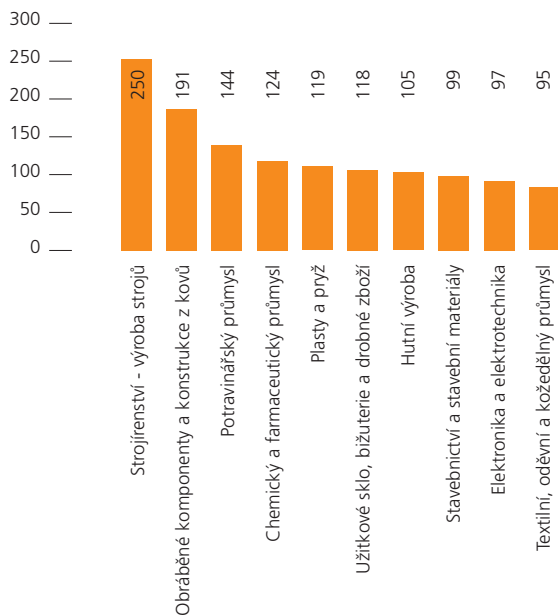
Exportní příležitosti v roce 2010

CzechTrade v roce 2010 zveřejnil na stránkách BusinessInfo.cz celkem 1 592 zahraničních poptávek a 1 970 informací o tendrech a projektech.

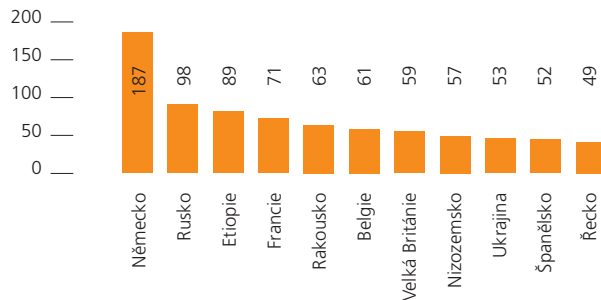
Zveřejněné poptávky 2010 – TOP 10 zahraničních kanceláří CzechTrade



Poptávky 2010 – TOP 10 průmyslových oborů



Poptávky 2010 – TOP 10 zemí



V roce 2010 získal CzechTrade nejvíce poptávek z Německa, Ruska, Etiopie a Francie. Nejčastěji poptávané produkty byly z oborů Strojírenství, Obráběné komponenty a konstrukce z kovů, Potravinářský průmysl a Chemický a farmaceutický průmysl.

Adresář exportérů

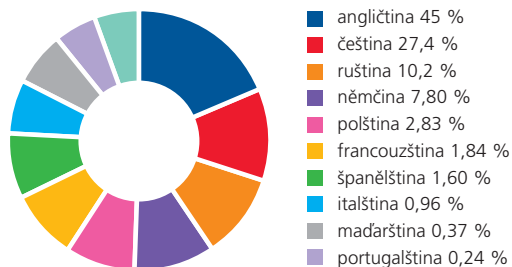
Adresář exportérů – návštěvnost v roce 2010

Počet návštěv	314 652
Počet zobrazení	1 126 032
Průměrná návštěvnost za měsíc	26 221
Průměrný počet zobrazení stránek za měsíc	93 836
Průměrný počet zobrazení stránek na jednu návštěvu	3,58
Průměrný čas strávený na webu (min)	3:11

Návštěva – počet návštěv stránek v daném období. Jedna návštěva je jakýkoli sled zobrazení stránek na stránce, nepřerušovaný časovým úsekem delším než 30 minut (obvykle). Je-li časový úsek přerušeni delší, je přístup uživatele započítán jako nová návštěva.

Zobrazení stránek – počet zobrazení vygenerovaných návštěvníky během daného sledovaného období.

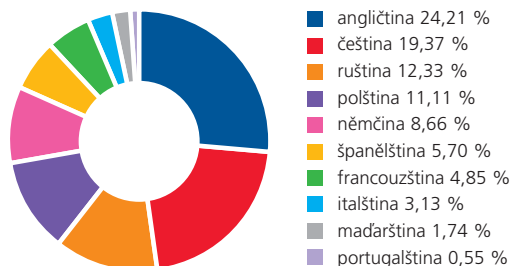
Poměr návštěvnosti jazykových verzí – firemní profily



Firemní profily

Průměrný počet zobrazení profilu za měsíc 221

Poměr návštěvnosti jazykových verzí – produktové profily



Produktové profily

Průměrný počet zobrazení profilu za měsíc 384

Odchody z Adresáře exportérů na stránky klientů

Průměrný měsíční počet odchodů na stránky klientů 7 218

Tzn. každé třinácté zobrazení stránek Adresáře exportérů skončí odchodem na stránky klienta.

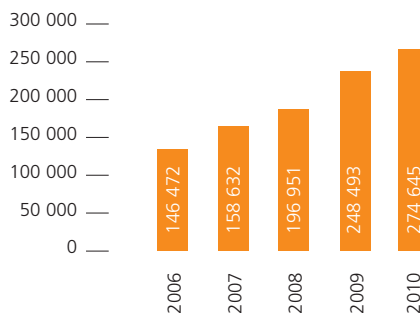
BusinessInfo.cz

Hlavní úspěchy a výstupy v roce 2010

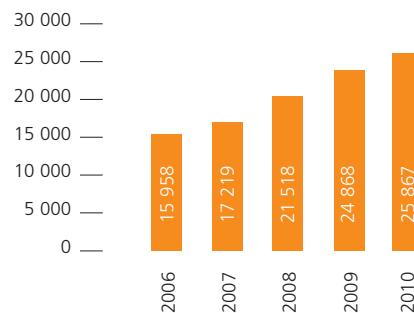
- 3. místo v anketě WebTop100
- Průměrná měsíční návštěvnost portálu za rok 2010 se zvýšila na 274 000 uživatelů.
- Počet registrovaných uživatelů překonal hranici 25 000.

Portál denně navštívuje přes 10 000 uživatelů. Průměrná měsíční návštěvnost dosahovala v roce 2010 přibližně 270 tisíc návštěv. Oproti roku 2009 tedy vzrostla návštěvnost o více než 10 %.

Návštěvnost (měsíční průměr) v letech 2006–2010



Počet registrovaných uživatelů v letech 2006–2010



Výsledky hospodaření za rok 2010

Agentura svým úsporným hospodařením a výší tržeb dosáhla v roce 2010 zlepšený hospodářský výsledek. To mimo jiné odráží pozitivní skutečnost, že zatímco státní příspěvek na provoz agentury neustále klesá (bez projektu Specializované veletrhy a výstavy – SVV) a je v porovnání s rokem 2009 opět na nižší úrovni, rostou agenturní zdroje plynoucí především z prodeje služeb. Podíl tržeb na příspěvku na provoz vzrostl na 14,2 %, což představuje od roku 2006 téměř trojnásobný nárůst.

	2006	2007	2008	2009	2010
Výnosy celkem	275 501	260 473	267 674	258 016	455 768
Tržby za služby	13 583	20 201	24 170	26 923	26 289
Jiné ostatní tržby a výnosy	13 853	3 065	6 423	5 988	16 450
Příspěvek na provoz	248 065	237 207	237 081	225 105	413 029*
Náklady celkem	273 858	252 883	251 849	256 594	455 767
Spotřebované nákupy	9 010	10 642	10 979	9 420	9 908
Služby	203 267	178 755	173 968	177 222	142 452
Osobní náklady	43 765	49 246	53 043	54 651	50 025
Odpisy	11 677	10 822	10 583	11 691	11 142
Ostatní náklady	6 139	3 418	3 276	3 610	242 240*
Hospodářský výsledek	1 643	7 590	15 825	1 422	1

v tis. Kč

**) Pozn.: V roce 2010 začala agentura CzechTrade realizovat projekt SVV financovaný z prostředků EU ve výši 227 836 tisíc korun, což se odrazilo jak v navýšení příspěvku na provoz, tak i nákladů v položce Ostatní náklady.*



**Střežíme finance, pružně řešíme
provozní záležitosti a podporujeme
interní procesy.**

Lenka Sokoltová – ředitelka odboru interních služeb







CzechTrade je váš partner
na cestě k exportním úspěchům.



Portfolio služeb



Chceme nabízet služby šité na míru v podobě ucelených poradenských projektů v oblasti dlouhodobé internacionalizace firem.



Individuální služby v zahraničí

Jedním z klíčových pilířů činnosti agentury je poskytování exportního poradenství a individuálních asistenčních služeb českým exportérům v zahraničí. V roce 2010 CzechTrade disponoval sítí 33 zahraničních kanceláří s působností v 36 zemích.

Naši pracovníci v zahraničí se výborně orientují na příslušném trhu, znají místní podnikatelské prostředí, zvyky, životní styl, mentalitu, dokážou odhadnout reálnost očekávaných výsledků, těží z kontaktů na místní podnikatele, úřady či právní kanceláře. CzechTrade je v teritoriích vnímán jako solidní státní agentura.

Služby jsou šité na míru individuálním potřebám a vždy respektují specifika konkrétní země a oboru.

Co naše služby klientům přináší?

Některá jejich hodnocení si můžete přečíst v této kapitole.

„Naše finanční prostředky jsou velmi omezené, proto jsme si nemohli dovézt do zahraničí metodou pokusu a omylu. Potřebovali jsme efektivní pomoc a získali jsme ji u specialistů CzechTrade, s nimiž dlouhodobě spolupracujeme. Pomohli nám ve fázi ujasnění strategie a vybrali trhy, které pro nás skýtají největší potenciál. Precizností průzkumu švédského trhu, který pro nás zpracovali, nás naprosto dostali.“

Radek Fiala, vedoucí projektu, Clever Tech

„Intenzivně spolupracujeme s agenturou CzechTrade, jejíž zaměstnanci jsou pro nás při dobývání zahraničních trhů velkou oporou. V poslední době nám například v Polsku a Turecku vytipovali společnosti, které by mohly představovat vhodné kandidáty na pozici prodejců či konečné zákazníky s perspektivou pravidelného odběru bukové překližky naší firmy.“

Radek Nejeschleba, předseda představenstva DYAS.EU a.s.



„Loni se naše společnost rozhodla zřídít své zastoupení v Šanghaji. Využila nabídku agentury CzechTrade na zřízení kanceláře v rámci jejich prostor. I když jsme měli nabídek více, CzechTrade jsme vybrali z důvodu nabízených služeb a podpory na místním trhu. Faktorem, který ovlivnil naše rozhodnutí, byl i přístup agentury, zvláště ředitele jejího šanghajského zastoupení.“

Stanislav Hrdina, obchodní ředitel a člen představenstva ŽĐAS, a.s.



Dlouhodobá exportní asistence

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

Dáme
vašemu exportu
správný směr

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

Prezentace a veletrhy

prezentací pod hlavičkou CzechTrade efektivně podpoříte svůj zahraniční marketing

Organizace obchodních jednání

pomůžeme vám naplánovat jednotlivá obchodní jednání se zahraničními partnery tak, abyste maximálně využili čas a minimalizovali rizika spojená s místními odlišnostmi

Ověření zájmu o výrobek/službu

naši pracovníci osloví vytipované firmy s vaší nabídkou, jednoduše si tak ověříte, jaký je zájem o váš produkt na daném zahraničním trhu

Vyhledání obchodních kontaktů

na základě individuálního zadání zpracujeme přehledný seznam potenciálních obchodních partnerů v cílové zemi a doporučíme postup při jejich oslovení

Průzkum trhu

získáte informace, které vám usnadní rozhodnutí pro vstup na daný trh – jde např. o informace o trhu, legislativě, dovozních podmínkách, platební morálce, obchodních zvyklostech, informace o konkurenci, distribučních kanálech, možnostech prezentace v teritoriu a další dle vašeho zadání

Úvodní zhodnocení trhu

zmapujeme trhy ve více vybraných teritoriích a následně doporučíme ty, které mají pro váš produkt největší potenciál

„Při pronikání na čínský trh nám agentura CzechTrade pomohla s hledáním partnerů i vytvářením distribuční sítě. Jsou to odborníci na průzkumné mise. A to nejen v případě Číny, máme dobrou zkušenost i při vstupu na indický trh. Podle mých zkušeností je CzechTrade nejlepší státní instituce, která skutečně pomáhá exportérům.“

Ing. Jan Rýdl, předseda představenstva TOS VARNSDORF a.s.

„Za osm let naší spolupráce nám takřka všechny vhodné partnery mimo Evropu pomohly vyhledat zahraniční kanceláře CzechTrade. A přitom nám ve výsledku ušetřily spoustu času i financí.“

Emil Beber, předseda výrobního družstva KOVOBEL



„Odborníci CzechTrade jsou schopni nám za poměrně nízké náklady dodat vstupní analýzu trhu, podle níž můžeme plánovat další kroky. Znají místní trh a ví, na koho se obrátit. To předpokládá dlouhodobé působení v destinaci a povědomí o místních specifikách a zvyklostech, jak tamní podnikatelé a úřady přistupují k problémům.“

Libor Koudela, ředitel MERKO CZ

Umožnit firmám dlouhodobě zvyšovat konkurenceschopnost a rozvíjet inovace prostřednictvím služeb zahraniční sítě založené na rozšířené geografické působnosti, flexibilitě a unikátních oborových znalostech.

Tomáš Rak – ředitel odboru exportních služeb

Exportní akademie / vzdělávání



Exportní akademie CzechTrade nabízí českým firmám komplexní exportní vzdělávání - praktické informace důležité jak pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy, tak pro zvýšení konkurenceschopnosti firem.

Vzdělávací akce (otevřené i firemní semináře, kurzy, konference) vedou odborníci z řad špičkových manažerů, ekonomů, specialistů v oblasti komunikace, práva, financí, marketingu, průmyslového designu atd. Mezi lektory patří také exportní specialisté agentury CzechTrade, kteří mají dlouholeté zkušenosti v teritoriu i v oblasti zahraničního obchodu.

„CzechTrade udělal v rámci Exportní akademie za dobu její existence velký kus práce. Podařilo se vytvořit ucelený systém exportního vzdělávání pro malé a střední firmy. Je velmi pružně nastaven a plní jak roli jednorázových vzdělávacích kurzů, tak dokáže za velmi rozumných nákladů nabídnout střednědobý prakticky orientovaný vzdělávací kurz, který je svým způsobem v tuzemském prostředí unikátní. Je to přesně ta forma státní podpory exportérům, kterou malé firmy očekávají a která v důsledku posiluje konkurenceschopnost tuzemské ekonomiky i v dlouhodobém horizontu.“

Karel Havlíček, generální ředitel SINDAT

a předseda představenstva

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR



Unikátními odbornými, sektorovými a teritoriálními znalostmi lektorů přispíváme k profesnímu růstu českých exportérů.

Monika Dostálová – vedoucí oddělení
Exportní akademie



Adresář exportérů



Adresář exportérů je oficiálním on-line katalogem českých exportérů. Prezentace firem (zápisy) jsou zveřejněny v internetovém katalogu na <http://exporters.czechtrade.cz> a rovněž na stránkách více než třiceti zahraničních kanceláří CzechTrade. Prezentace v Adresáři exportérů je jedním z nejjednodušších a nejefektivnějších způsobů, jak česká firma může rozšířit své internetové stránky o další jazyky a zvýšit tak svou konkurenceschopnost.

Prezentace v Adresáři exportérů umožňuje oslovit zahraniční partnery až v šesti jazycích (výběr ze 13 jazyků) a propagovat až deset výrobků nebo služeb jedné firmy. Podklady pro její zpracování přitom stačí dodat v češtině; CzechTrade zajistí profesionální překlady do zvolených jazyků. Prezentaci v Adresáři exportérů lze tedy efektivně využít jako propagační materiál při jednání s potenciálními zákazníky.

„Adresář exportérů považujeme za velmi dobrý produkt nejen pro podporu prodeje, ale i nákup na zahraničních trzích. Navíc příliš nezatěžuje firemní kasu.“

Radek Nejeschleba, předseda představenstva DYAS.EU a.s.

Vývozní aliance

Projekt Rozvoj vývozních aliancí je jeden z 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.

Desítky českých exportérů se tak sdružily, protože především na náročnější a vzdálenější trhy se jim vyplatilo jít společně. Za přímé nebo nepřímé podpory CzechTrade již vznikla celá řada aliancí; ke konci roku 2010 jich aktivně fungovalo 17. Představení jednotlivých exportních aliancí včetně kontaktů jsou přístupné i pro zahraniční firmy na anglické verzi internetových stránek CzechTrade.

Hlavní přednosti vývozních aliancí:

- Překonání nevýhod plynoucích z nedostatečné velikosti firem.
- Šance získat mnohem zajímavější zakázky.
- Členové aliance se svými produkty či službami navzájem doplňují. Zvyšují tak své šance na získání zakázek, které by jinak vzhledem k rozsahu nebyly jednotlivé firmy schopny samostatně realizovat.
- Snížení nákladů, které souvisejí se vstupem na zahraniční trh. Ty jsou rozloženy mezi jednotlivé členy aliance.

„Přes veškerou snahu mou i mých kolegů se nám jako ryze české středně velké firmě nepovedlo získat ze strany státu konkrétní pomoc. Teprve v posledních několika letech je tomu jinak, především díky agentuře CzechTrade. I díky její pomoci jsme před pěti lety získali významnou zakázku pro ruský strojírenský závod Uralvagonzavod, která byla součástí velkého kontraktu jednoho ze členů naší aliance, společnosti Alta. Jednalo se o dodávky a obnovu strojního zařízení za 300 milionů eur.“

Martin Mokroš, generální ředitel společnosti GALATEK a lídr aliance České povrchové úpravy



Aktivní aliance	Průmyslové odvětví
 CWA - Czech Water Alliance	správa vodních zdrojů
 CWT - Czech Water Technology	technologie úpravy vody
 Bohemia Line	stroje na zpracování dřeva
 CDT - Česká dobývací technika	zařízení pro těžbu a zpracování nerostných surovin
 Czech ICT Alliance	informační technologie
 Czech NBC Team	NBC ochranné zařízení a služby
 Czech Space Alliance	letecké průmyslové technologie
 CPU - České povrchové úpravy	povrchové úpravy materiálů
 Czech Health and Safety Alliance	prostředky pro odstranění nehod, přírodních katastrof a důsledky použití CBRN
 Czech Energy Team	průmyslová elektrotechnika
Aliance strojírenské technologie	technologie
Czech Communication Group	telekomunikace
 First Czech Health Alliance	komplexní nabídka zdravotnických potřeb
 Sans Souci Czech Glass Alliance	výroba skla a keramiky
 CzechBio	biotechnologie
Czech Valves Alliance	zakázky pro elektrárenské a teplárenské komplexy
Czech Fashion Association	oděvy a doplňky



Exportní příležitosti

Na stránkách BusinessInfo.cz přináší CzechTrade českým exportérům denně aktualizovaný přehled zahraničních poptávek, projektů a tendrů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem.



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 on-line služby „Czech Business Partner Search“ (dříve Your Czech Supplier) On-line formulář pro zahraniční firmy je k dispozici na všech webových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade. Kromě výše uvedených zdrojů získává CzechTrade informace o projektech a vypsáních tendrech i z renomovaných databází EU, Světové banky a mezinárodních organizací (CERN, ESO, ESA).

Interaktivní Mapa oborových příležitostí

Na stránkách Businessinfo.cz je 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.

CzechTrade denně

Tato on-line služba umožňuje klientovi dostávat denně do svého e-mailu aktuální přehled zahraničních obchodních příležitostí z našich databází podle předem nadefinovaného profilu.

Design pro export



CzechTrade prostřednictvím balíčku služeb „Design pro export“ poskytuje odborné individuální poradenství českým výrobcům v oblasti průmyslového designu. Agentura organizuje pravidelné odborné semináře a workshopy s cílem informovat výrobce o možnostech designu a procesech inovačních postupů. V rámci programu Design pro export nabídl CzechTrade firmám v roce 2010 novou individuální službu – kvalifikovanou asistenci při výběru vhodného designéra. Její součástí je také souhrn doporučení pro úspěšnou spolupráci s designérem.

„Rád bych celému týmu CzechTrade poděkoval za přínosnou pomoc v oblasti designu. Pomocí designéra jsme se posunuli opravdu velký kus dopředu a dovolím si i tvrdit, že v očích našich zákazníků mají naše stroje ve své třídě nejlepší design.“

Vítězslav Šulák, majitel SULAK Glass Working Machinery



Vývoj nových výrobků s kvalitním designem zvyšuje šance na úspěch při vstupu a udržení se na náročném světovém trhu. Především díky inovacím je dnes možné přežít v globální obchodní aréně.

Zuzana Sedmerová – vedoucí projektu
Design pro export

BusinessInfo.cz



Cílem portálu BusinessInfo.cz je poskytovat podnikatelům ověřené a praktické informace, které jim maximálně usnadní podnikání. Portál je společným projektem agentury CzechTrade a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Integruje informace z různých míst a oblastí a díky zapojení do vládní strategie rozvoje elektronické veřejné správy „Smart Administration“ přispívá ke snižování administrativní bariéry mezi podnikateli a veřejnou správou. Postupně jsou na jednom místě integrovány informace o akcích a seminářích státní správy, o exportních příležitostech, strategických dokumentech, dotačních databázích včetně formulářů.

Vytváříme moderní informační portál, jehož aktuální a klíčové informace pomohou zlepšit konkurenceschopnost českých firem.



Radek Ježdík – vedoucí projektu
BusinessInfo.cz

Jednotná kontaktní místa (JKM)

Elektronické JKM je oficiálním kontaktním místem státní správy pro vstup do 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, BusinessInfo.cz funguje jako one-stop-shop. Na jednom místě nabízí kompletní informace o všech podnikatelských činnostech s návodem, jak postupovat. Bylo již zpracováno 200 podnikatelských činností v jednotném formátu, který krok za krokem provádí podnikatele začátkem podnikání.



BusinessInfo.cz se prezentuje i novým animovaným videem, které bude umístěno v rámci sociálních sítí a Youtube. Video znázorňuje útrapy a dlouhé čekání podnikatelů na úřadech. Mottem videa je „podnikání bez čekání“. Řešením a úsporou času je portál BusinessInfo.cz – vše na jednom místě a bez čekání.

Trade Review

Klientský časopis Trade Review vychází každé dva měsíce již od roku 2006. V roce 2010 se rozšířil jak počet jeho stran, tak tematický záběr. Hlavním cílem však zůstalo poskytnout českým firmám exkluzivní informace z oblasti zahraničního obchodu a exportu.

V roce 2010 vycházelo Trade Review nákladem 7500 výtisků. Distribuovalo se zdarma především klientům CzechTrade, ale také institucím a organizacím státní správy, oborovým svazům a asociacím, regionálním hospodářským komorám apod.

Co v Trade Review najdete?

- novinky a praktické rady z oblasti zahraničního obchodu
- analýzy a rozbory aktuálních témat
- zkušenosti a exportní úspěchy našich klientů
- specifika zahraničních trhů a obchodní příležitosti
- rozhovory s osobnostmi
- projekty na podporu inovací a konkurenceschopnosti
- nabídku akcí pořádaných CzechTrade



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 vybírají tak, aby svým charakterem odpovídala jejich požadavkům. Na základě zpracovaných poptávek i vytipovaných a odsouhlasených kontaktů organizují buď návštěvu ve vybraných firmách nebo pracovní setkání na centrále CzechTrade.

V roce 2010 CzechTrade reagoval na poptávku a oborové požadavky z veletrhů a zorganizoval 10 incomingových misí. Z jednání uskutečněných na těchto akcích se realizuje stále více kontraktů.

Business Visits

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

Czech Business Partner Search

Zahraniční firma může pomocí on-line dotazníku umístěného na webových stránkách jednotlivých zahraničních kanceláří CzechTrade zadat poptávku po konkrétních produktech či službách. Tyto poptávky jsou zveřejňovány na www.businessinfo.cz.

CzechTrade se snaží aktivně hledat české dodavatele, které odpovídají zadaným požadavkům.

„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 Żimny, Plenipotentiary of Alza Company
Bydgoszcz, Poland

„От лица компании «BAUER Tecnic s.r.o.» позвольте выразить вам благодарность за активное продвижение нашей компании на российском рынке, предоставление информации о новых проектах в разных регионах страны. Благодаря компании «CzechTrade» за последние три года мы получили несколько интересных проектов, которые реализуются в настоящее время в Калужской, Ленинградской, Калининградской областях.“

Яценко А.С., Директор филиала «BAUER Tecnic s.r.o.»

„Unsere Partnerschaft mit Czech Trade begann mit dem Sourcing Day Tschechien 2006. Seit dem wurden 4 SD's mit Erfolg durchgeführt. Beide Partner bringen über intensive Kooperation Einkäufer aus Österreich und Deutschland mit Tschechischen Lieferanten zusammen. Der strategische Einkäufer sucht über dieses Instrument eine dauerhafte Partnerschaft mit geeigneten Lieferanten. Gemeinsame Entwicklung und Know-How-Transfer in beide Richtungen sind das Ziel.“

Mag. Georg Pein, Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik in Österreich

„Dans le but d'élargir notre panel de moulistes pour injection plastique, nous avons fait appel aux services de CzechTrade afin de nous proposer des fournisseurs correspondant à nos besoins. Ces informations nous ont été d'une grande aide et nous ont permis de valider deux moulistes tchèques à ce jour.“

M. Nicolas Albisetti, Recherche Packaging - Hygiene,
Beauté & Capillaire, L'ORÉAL





Víte, na koho se můžete obrátit?



Organizace
CzechTrade



O naplňování poslání a plnění cílů CzechTrade se stará management a zaměstnanci agentury. CzechTrade má vytvořený Etický kodex, kterým se řídí všichni zaměstnanci.



Management CzechTrade

Ing. Ivan Jukl, MBA
Mgr. Aleš Řiháček, MBA

generální ředitel
ředitel odboru strategie,
marketingu a komunikace

Ing. Milan Ráž
Ing. Tomáš Rak
Ing. Lada Rindošová

ředitel odboru prodeje
ředitel odboru exportních služeb
ředitelka odboru lidských zdrojů
a fondů EU

Ing. Lenka Sokoltová, MBA
Mgr. Martin Šperl

ředitelka odboru interních služeb
ředitel odboru ICT projektů
a technické podpory

Ing. Jolana Žáková

interní audit

Stav k 31. 12. 2010



**CzechTrade umí jen to, co umí
jeho lidé. Sázíme na profesionály.
Učíme se, jak stále lépe pomáhat
našim exportérům.**

Lada Rindošová – ředitelka odboru
lidských zdrojů a fondů Evropské unie

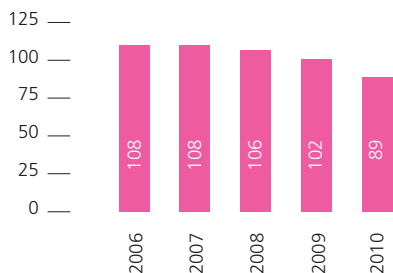


*Zleva: Milan Ráž, Martin Šperl,
Lada Rindošová, Aleš Řiháček,
Ivan Jukl, Tomáš Rak,
Lenka Sokoltová, Jolana Žáková.*

Zaměstnanci CzechTrade

CzechTrade je státní příspěvková agentura. Počet zaměstnanců je dán přiděleným počtem tabulkových míst. Přepočtený průměrný evidenční stav zaměstnanců od počátku roku 2010 byl 91,29. Evidenční stav k 31. prosinci 2010 byl celkem 89 zaměstnanců.

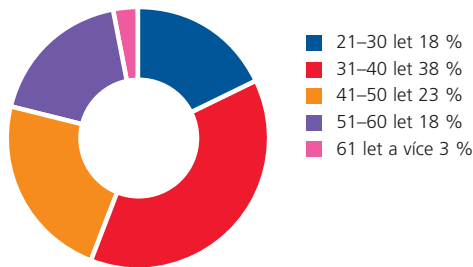
Průměrný počet zaměstnanců v letech 2006–2010



Nejvíce zaměstnanců CzechTrade patří do věkové skupiny 31–40 let a celých 85 % má vysokoškolské vzdělání.

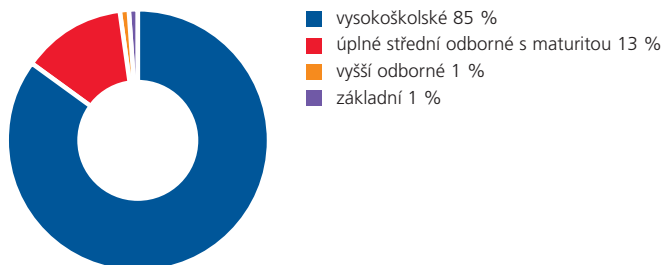
Složení zaměstnanců podle věku

Stav k 31. 12. 2010



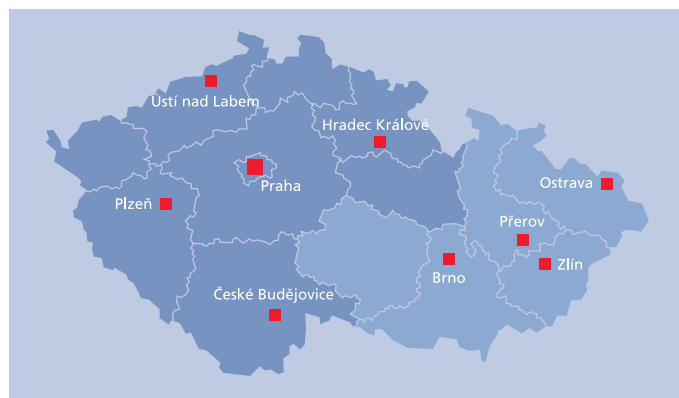
Složení zaměstnanců podle dosaženého vzdělání

Stav k 31. 12. 2010



Obchodní činnost naší agentury zajišťuje odbor prodej služeb. O klienty se k 31. 12. 2010 staralo 15 exportních manažerů, kteří byli regionálně rozděleni do 2 prodejních týmů – prodejní tým Čechy a prodejní tým Morava.

V regionech ČR jim vydatně pomáhali regionální manažeři. Síť těchto pracovišť byla vytvořena ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR. Ke konci roku 2011 působil v regionech 8 exportních manažerů, kteří kromě služeb CzechTrade zprostředkovávali komplexní informace o státní podpoře exportu.

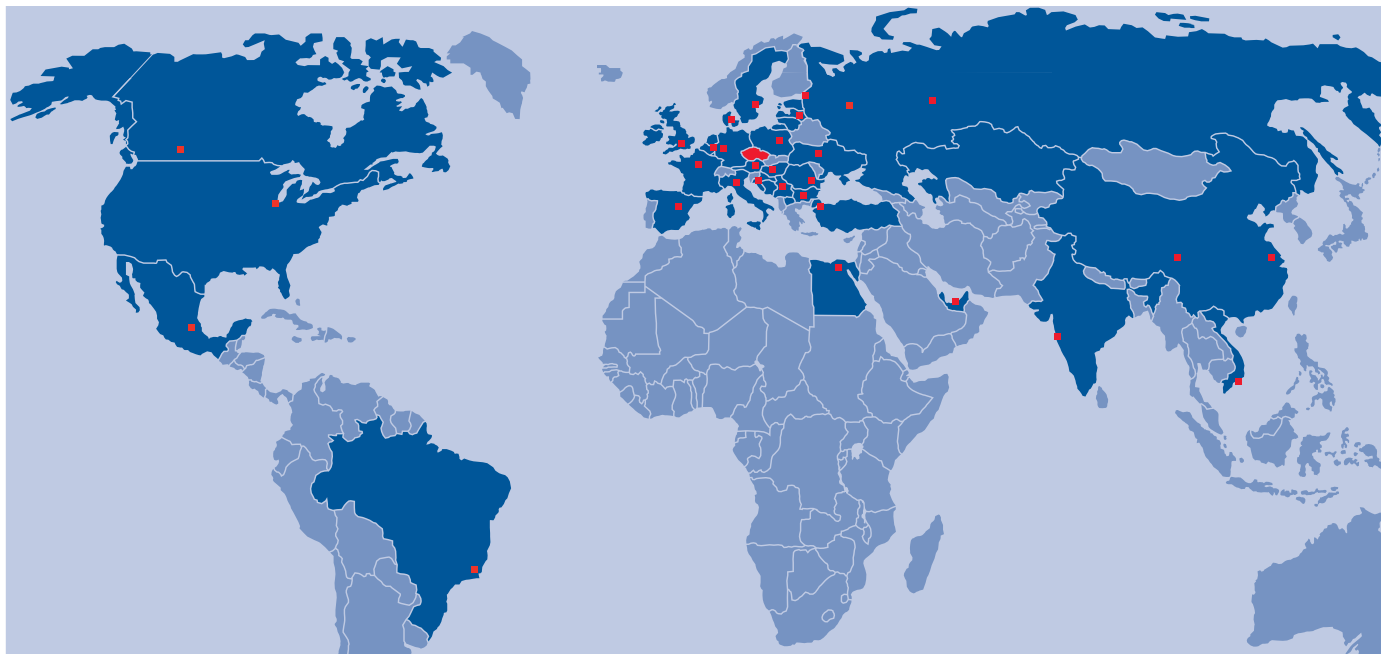


Posláním odboru ICT projektů a technické podpory je nejen profesionální a kvalitní poskytování služeb informatiky, ale i zlepšování návyků zaměstnanců CzechTrade při práci a nakládání s informacemi.

Martin Šperl – ředitel odboru ICT projektů a technické podpory

Zahraniční kanceláře CzechTrade

Českým firmám bylo v roce 2010 k dispozici 33 stálých zástupců CzechTrade v zahraničí, kteří zabezpečovali služby v 36 zemích po celém světě. Koncentrací kanceláří a jejich umístěním v jednotlivých teritoriích se agentura snaží reagovat na aktuální poptávku českých exportérů. Země, kde má CzechTrade své zastoupení, včetně zemí působnosti ukazuje následující mapa.



Evropa ■ Belgie ■ Bosna a Hercegovina ■ Bulharsko ■ Dánsko ■ Estonsko ■ Francie ■ Chorvatsko ■ Irsko ■ Itálie ■ Litva ■ Lotyšsko ■ Lucembursko ■ Maďarsko ■ Makedonie ■ Německo ■ Nizozemsko ■ Polsko ■ Rakousko ■ Rumunsko ■ Rusko ■ Srbsko ■ Španělsko ■ Švédsko ■ Turecko ■ Ukrajina ■ Velká Británie
Afrika ■ Egypt
Amerika ■ Brazílie ■ Kanada ■ Mexiko ■ USA
Asie ■ Čína ■ Indie ■ Kazachstán ■ Spojené Arabské Emiráty ■ Vietnam

Stav k 31. 12. 2010

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



CzechTrade

Dittrichova 21

128 01 Praha 2

Zelená linka pro export

800 133 331

info@czechtrade.cz

www.czechtrade.cz

© CzechTrade, květen 2011

Děkujeme všem našim klientům, kteří nás informují o exportních úspěších zrealizovaných za pomoci služeb CzechTrade.

Některé z nich jsou uvedeny i v této publikaci.