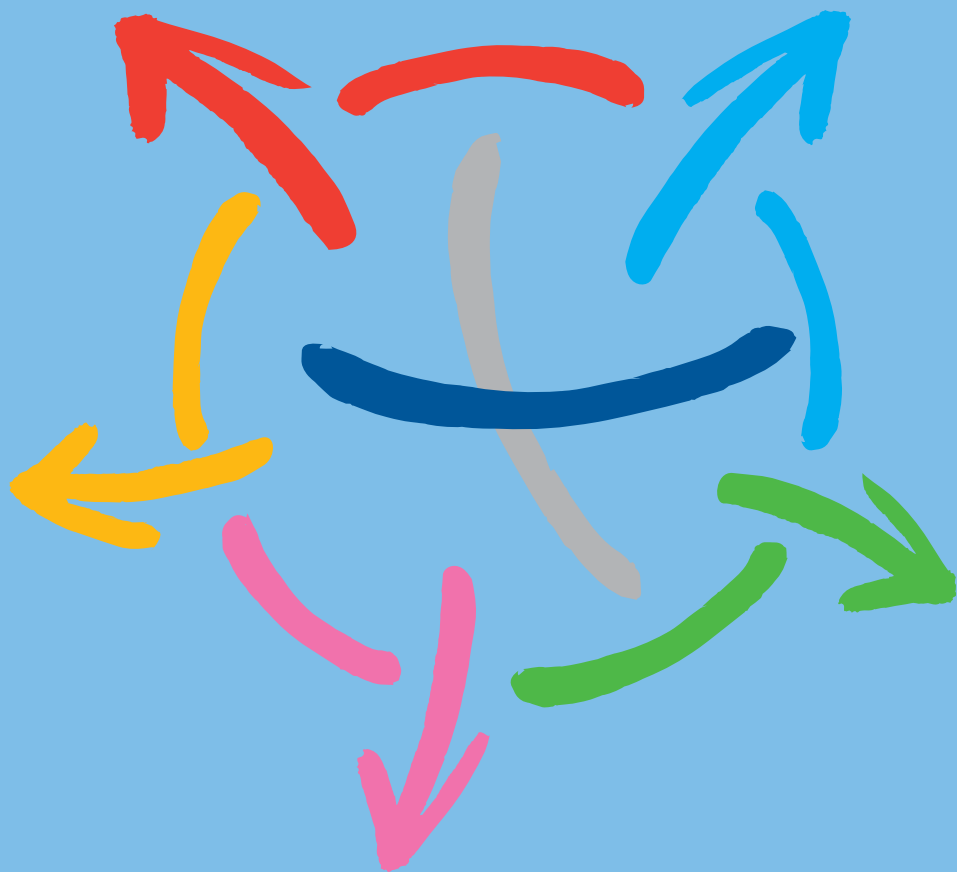




CzechTrade

2008 / 2009



Publikaci vytvořil tým pracovníků agentury CzechTrade.

Copyright © CzechTrade, květen 2009

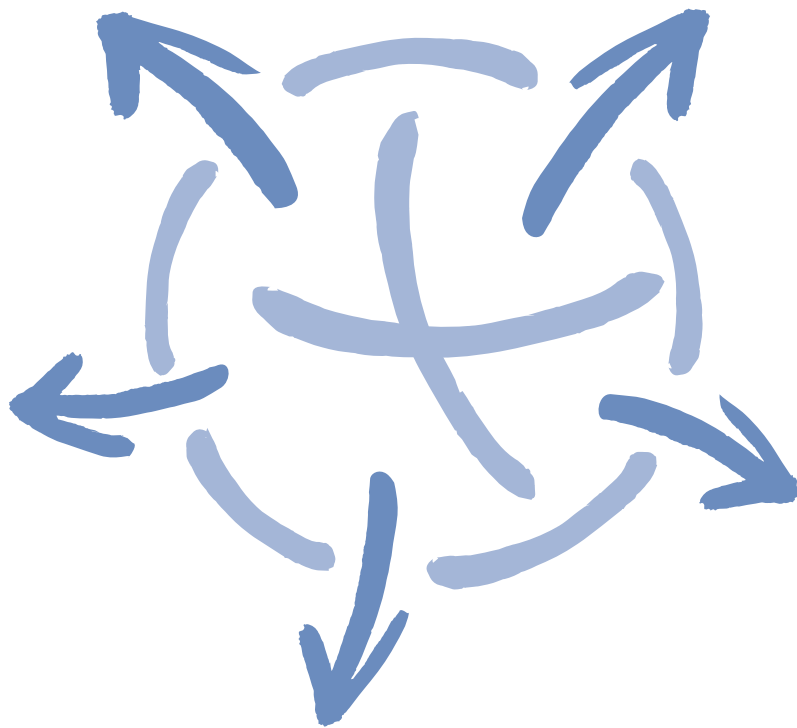
Žádnou část textu publikace není dovoleno publikovat elektronickou, fotografickou nebo jinou záznamovou technikou bez písemného souhlasu vydavatele.

Grafická úprava: TYPO+ GRAPHIC DESIGN STUDIO, s.r.o.

Tisk: Jerome s.r.o.

Poděkování

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





ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU
2008/2009



Obsah

Úvodní slovo generálního ředitele CzechTrade	---	06
Profil	---	10
Kalendárium 2008	---	14
Služby agentury	---	22
Organizace CzechTrade	---	38
Výsledky	---	44



*Z mého hlediska je napětí mezi
potřebou kontinuity a potřebou
inovace a změny pro společnost
a celou civilizaci zásadní.*

PETER F. DRUCKER

Úvodní slovo
generálního ředitele
CzechTrade



Úvodní slovo generálního ředitele CzechTrade

*Z mého hlediska je napětí mezi
potřebou kontinuity a potřebou
inovace a změny pro společnost
a celou civilizaci zásadní.*

PETER F. DRUCKER

Vážení obchodní partneři, vážení přátelé,

tuto publikaci pro vás připravujeme v době pesimistických hospodářských prognóz a zpráv. O to víc mám radost, že informace, které vám přinášíme, mají charakter právě opačný. Rok 2008 má z pohledu naší agentury právem ambici stát se „nej“. Na zakázkách pro naše exportéry jsme odpracovali historicky největší počet hodin, téměř třicet tisíc. O tom, že poskytnuté služby měly na vývoz našich exportérů významný vliv, svědčí i kontrakty v hodnotě 5,5 miliardy korun, které se jim s naší pomocí podařilo uzavřít.

Významně se také zlepšil náš hospodářský výsledek, který představoval 15,8 milionu korun. Znamená to, že i do příštího roku můžeme našim klientům garantovat jak udržení kvality, tak i pokračování rozvoje naší zahraniční sítě.




Za výše uvedenými čísly se též skrývá více než tisíc českých firem, jimž jsme v loňském roce pomáhali vstoupit na nový trh. Velmi si ceníme toho, že svou spokojenost s našimi službami zástupci firem ohodnotili známkou 1,33, kdy jednička je ve čtyřbodové škále nejlepším výsledkem.

Z dnešního pohledu až trochu nadčasově jsme se loni zabývali inovací naší nabídky tak, aby byla pro klienty ještě přitažlivější. Zavedli jsme například balíček služeb Design pro export, zdokonalili on-line Adresář exportérů, přišli s Exportními tréninkovými centry v některých našich zahraničních kancelářích. A v tomto trendu pokračujeme i letos.

CzechTrade přistupuje k hospodářské krizi jako k výzvě, zkoušce i příležitosti. Uvědomujeme si, že nás exportéři právě v této době ještě více potřebují. Aktuální informace z teritorií a odborné rady našich zástupců v zahraničí se pro ně často stávají nezbytnými. Jejich exportní úspěchy, kterých za první měsíce roku 2009 dosáhli, mne však naplňují optimismem.

Za tým CzechTrade vám slibuji, že budeme hledat nové cesty, jak přispět k růstu českého exportu. Přeji nám všem hodně energie, odvahy a chuti k překonávání překážek, které se mohou stát novými příležitostmi.

Ing. Ivan Jukl, generální ředitel

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ivan Jukl', written in a cursive style.



*Víte, kdo jsme a co je naším
posláním?*

Profil



Profil

Víte, kdo jsme
a co je naším
posláním?

*Kdo chce stavět vysoké věže,
musí se dlouho věnovat
základům.*

KARL MATHY

Agentura CzechTrade byla založena jako příspěvková organizace na podporu obchodu rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu 1. května 1997. CzechTrade je národní proexportní organizací České republiky (National Trade Promotion Organization – TPO). Již více než jedenáct let doprovází svými informačními, asistenčními a poradenskými službami české vývozce na zahraniční trhy. Jejím hlavním cílem je rozvíjet mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty.

Poslání

Profesionálními službami přispívat k růstu exportu našich klientů.

Vize

Chceme být první volbou českých firem při jejich pronikání a rozvoji na mezinárodních trzích.

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.

Profesionální 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.

Ochranné známky

CzechTrade buduje dobré jméno českých výrobků a služeb v zahraničí, proto se snaží, aby i značka agentury pomáhala klientům k exportním úspěchům.

Od května 2008 má zaregistrovanou slovní ochrannou známku „CzechTrade“ u Úřadu průmyslového vlastnictví. Registrací ochranné slovní známky agentura CzechTrade získala další silný nástroj, který chce využívat ve prospěch svých klientů. Kromě dalších národních kombinovaných ochranných známek vlastní agentura CzechTrade i mezinárodní kombinovanou ochrannou známku Czech Trade Promotion Agency.

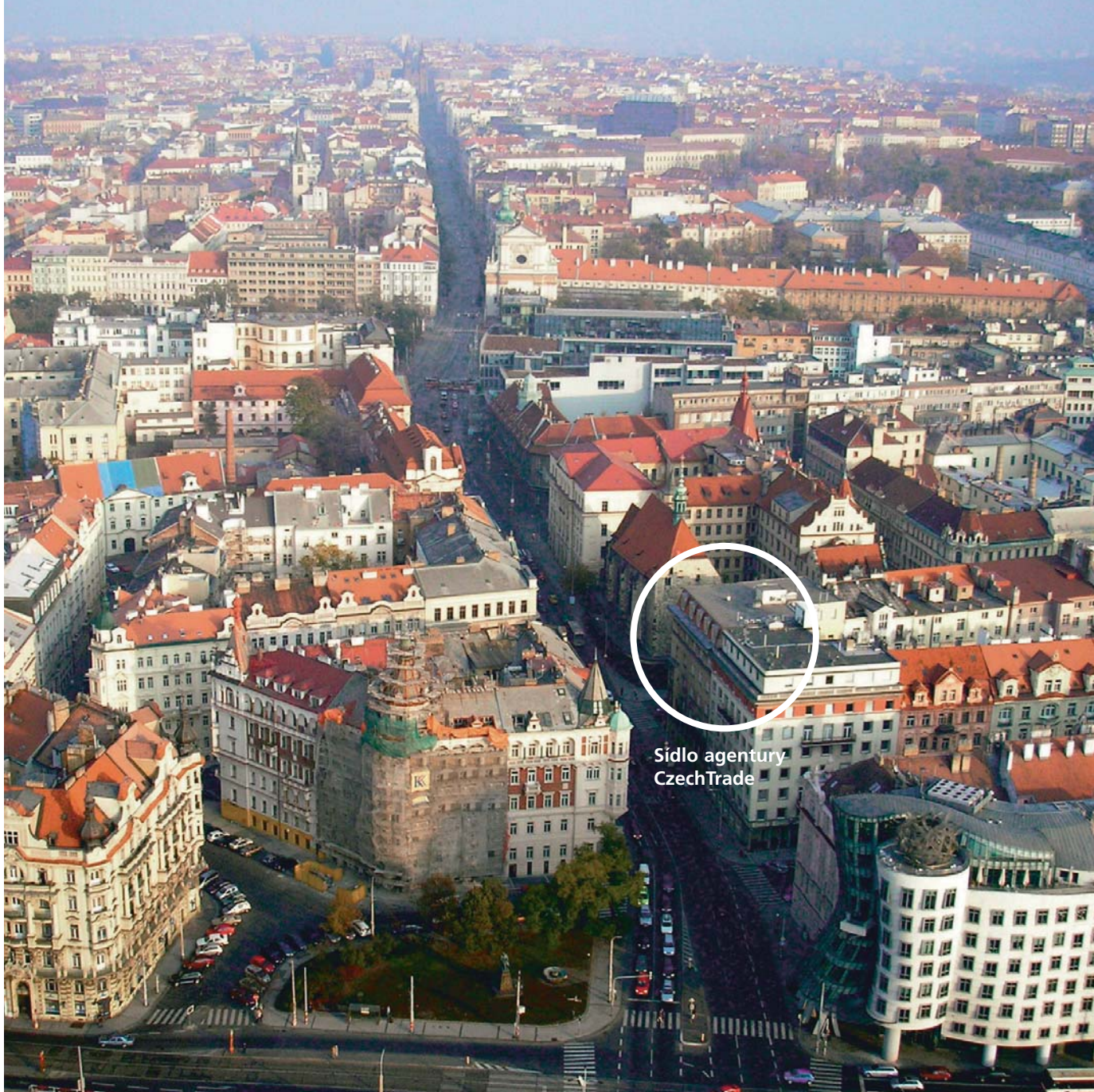
Certifikace

V roce 2002 získala agentura CzechTrade certifikát kvality ISO 9001:2000, který je výzvou k neustálému zkvalitňování činnosti a rozšiřování portfolia služeb pro klienty. Tento systém managementu jakosti je každoročně recertifikován renomovanou společností DET NORSKE VERITAS.

V roce 2009 CzechTrade úspěšně prošel hodnocením výkonnosti systémů řízení podle standardu IQRS - International Quality Rating System,

který kombinuje jak požadavky normy ISO 9001:2000, tak specifické standardy pro vyspělé systémy řízení, modely tzv. podnikatelské výjimečnosti a nejlepší praxe světově úspěšných firem.





Sídlo agentury
CzechTrade



*Seznamte se
s hlavními událostmi
v životě CzechTrade.*

Kalendárium 2008



Kalendárium 2008

Seznamte se
s hlavními událostmi
v životě CzechTrade.

*Dnes je možné úplně všechno
a je třeba se bát
pouze vlastního strachu.*

JONAS RIDDERSTALE

Leden

Design pro export

Od 1. ledna 2008 nabízí CzechTrade balíček služeb Design pro export. Podniky získávají efektivní systém podpory v podobě odborných workshopů, seminářů, účastí na zahraničních akcích nebo třeba informací zahraničních kanceláří CzechTrade o trendech designu v jednotlivých zemích. Od července 2008 balíček zahrnuje také novou službu Analýza stavu designu ve firmě.

Podnikatelé preferují portál BusinessInfo.cz

Oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz, který provozuje agentura CzechTrade, se dostal na první příčku mezi českými internetovými portály pro podnikatele. Jako první volbu ho uvedlo jedenáct procent respondentů. Vyplynulo to z průzkumu mezi uživateli internetu, kteří na webových stránkách hledají informace o podnikání v České republice. Navíc osmnáct procent z dotazovaných účastníků průzkumu uvedlo na prvním místě portál BusinessInfo.cz, když mělo spontánně jmenovat deset českých stránek s informacemi pro podnikatele.



Únor

Čína a Vietnam lákají české vývozce

Více než dvě stě zástupců firem se sešlo na akademické půdě pražské Vysoké školy ekonomické na exportní konferenci, kterou uspořádala agentura CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou. Tématem byl export do západní Číny a Vietnamu. Přítomní podnikatelé se shodli na tom, že během workshopů i individuálních konzultací získali od ředitelů zahraničních kanceláří v čínském Chengdu a vietnamském Ho Či Minově Městě Ivana Vyroubala a Luboše Marka i odborníků z Komerční banky mnoho praktických rad a zkušeností, které jim pomohou při analýze jejich exportních záměrů v těchto teritoriích.

Březen

Jak uspět v projektech Světové banky

Webové stránky Exportní akademie agentury CzechTrade nabídl zdarma nový vzdělávací e-learningový kurz s názvem „How to Make a Bid for the World Bank Project“. Cílem je seznámit české firmy s typy projektů Světové banky a dát zájemcům základní představu o tom, co je nutné udělat pro vypracování konkurenceschopné nabídky. Předpokladem je alespoň základní znalost problematiky výběrových řízení v ČR, exportní potenciál a podnikání v jednom ze dvou typů dodávek pro Světovou banku – dodávky zboží či poskytování konzultačních činností. Kurz je rozdělen do sedmi lekcí, kterými provádí účastníky animovaná postavička zkušeného exportéra Johnnyho Smarta.



Jarní Exportní veletrh poprvé v Praze i v Brně

Příležitost poradit se o svých exportních záměrech s řediteli 31 zahraničních kanceláří CzechTrade využilo v březnu celkem 213 firem na téměř tisícovce konzultací. Novinkou byla skutečnost, že po prvních dvou dnech, kdy akce probíhala v pražském hotelu Pyramida, dostali podnikatelé možnost setkat se s odborníky CzechTrade také v Brně v rámci 34. mezinárodního potravinářského veletrhu Salima.

Duben

Exportéři se sešli v Plzni

Pod hlavičkou Exportní akademie uspořádal CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou druhou exportní konferenci, tentokrát se zaměřením na Rusko, Srbsko, Černou Horu a Pobaltí. Zúčastnilo se jí na 200 zástupců firem. Ředitelé zahraničních kanceláří CzechTrade informovali o nových oborových příležitostech. Podnikatelé ocenili jejich pomoc při vyhledávání obchodních partnerů, ověřování bonity firem, marketingových průzkumech či překonávání celních bariér.

Květen

Exportní akademie připravuje nové obchodní diplomaty

Kurz obchodní diplomacie připravila agentura CzechTrade v rámci Exportní akademie, která je jedním z dvanácti projektů Exportní strategie ČR na léta 2006-2010, ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu. Cílem je rozvoj teoretických znalostí a praktických dovedností, a to moderními metodami výuky včetně využití informačních a komunikačních technologií. Druhý ročník Kurzu obchodní diplomacie absolvovaly na tři desítky účastníků.



Zlatá medaile pro CzechTrade

Zahraniční kancelář ve Vietnamu byla vyznamenána zlatou medailí za výstavní stánek CzechTrade na Vietnam Expo 2008 v Hanoji. Ocenění převzal z rukou vietnamského ministra průmyslu a obchodu ředitel zahraniční kanceláře Luboš Marek.

Veletržní „inkubátory“

V roce 2008 měly malé a střední firmy poprvé možnost využít šanci bezplatně se účastnit vybraného tuzemského mezinárodního veletrhu v rámci společné expozice Ministerstva průmyslu a obchodu a CzechTrade na ploše cca 30 m². Po premiéře na brněnském veletrhu MOBITEX se program pro začínající exportéry osvědčil na brněnském veletrhu TOP Technology, kdy jej využilo celkem sedm firem.

CzechTrade pomáhá na náročných trzích

O možnostech vývozu do Turecka, Egypta, Spojených arabských emirátů i dalších oblastí severní Afriky se v květnu čile diskutovalo na exportní konferenci, kterou pořádala agentura CzechTrade s Komerční bankou na půdě pražské Vysoké školy ekonomické. Zástupci exportně úspěšných firem se shodli na tom, že na těchto náročných trzích uspěli mj. díky podpoře zahraničních kanceláří CzechTrade.

Kalendárium 2008

Červen

CzechTrade chrání svou značku

Agentura obdržela oficiální potvrzení zaregistrování slovní ochranné známky CzechTrade u Úřadu průmyslového vlastnictví. Touto registrací získává další silný argument, který chce využít ve věci ochrany svého duševního vlastnictví. Tento krok také souvisí se skutečností, že již na počátku roku 2008 Vrchní soud v Praze zakázal společnosti CzechTrade Internet, s.r.o. používat zkrácené označení CzechTrade s výjimkou uvádění předmětného označení jako součásti obchodní firmy, neboť tím dochází k uvádění veřejnosti v omyl. Toto jednání uvedený soud jednoznačně charakterizoval jako nekalou soutěž.

Úspěch českého výzkumu na BIO 2008

Výsledky několika let původního výzkumu se podařilo úspěšně prodat české společnosti I.Q.A. na nejvýznamnějším biotechnologickém veletrhu světa, který se konal v kalifornském San Diegu. Prostřednictvím své americké dceřiné společnosti podepsala I.Q.A. licenční smlouvu s přední

americkou farmaceutickou firmou. Zajistit účast českých podniků na veletrhu pomáhaly agentury CzechTrade a CzechInvest s finanční podporou Ministerstva zahraničních věcí ČR.

Červenec

Nové on-line produkty CzechTrade

Adresář exportérů prošel další etapou vývoje s cílem zefektivnit propagaci českých firem v zahraničí a zjednodušit klientům především proces aktualizace údajů v tomto adresáři. V červenci 2008 byly dostupné čtyři jazykové verze adresáře – čeština, angličtina, němčina a ruština. V současné době Adresář exportérů umožňuje šestijazyčnou prezentaci při výběru ze 13 světových jazyků. V souvislosti s tvorbou Adresáře exportérů vzniklo Klientské centrum CzechTrade. To se začalo zabývat nejen klientskou podporou tohoto produktu, ale všemi on-line službami CzechTrade, k nimž nově přibyl také Adresář designérů v rámci služby Design pro export.

Srpen

Premiéra na dánském veletrhu Formland

Největší skandinávský mezinárodní veletrh designu, bytových doplňků, potřeb pro domácnost a dárkových předmětů Formland 2008 je jedinečnou příležitostí, jak nalézt dlouhodobé a spolehlivé obchodní partnery nejen v Dánsku, ale i ostatních severských zemích. Premiérově se na akci prezentoval také CzechTrade. Jeho kodaňská zahraniční kancelář umožnila formou vzorků a katalogů na společném stánku prezentaci dvanácti českým firmám z oblastí sklářského průmyslu, šperkařství, nábytkářského průmyslu a interiérového designu.



CzechTrade na největším čínském dopravním veletrhu

V rámci expozice na veletrhu *Transport logistic China 08* prezentovalo své produkty a služby pod hlavičkou CzechTrade šest českých logistických firem. Ředitel jedné z nich, Jan Grabmüller z Českých aerolinií Cargo, mj. uvedl, že účast na tomto veletrhu považuje za mimořádně přínosnou.

Září

CzechTrade na MSV 2008

Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně slavil své padesáté narozeniny a CzechTrade samozřejmě nemohl chybět. Prezentoval se na originálně řešeném dvoupatrovém stánku spolu s Ministerstvem průmyslu a obchodu a agenturou CzechInvest v pavilonu Z. V rámci programu, který CzechTrade pro české exportéry přichystal, hrál prim již potřetí Meeting Point CzechTrade. Své exportní záměry konzultovalo s 21 řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade během dvoudenní akce více než 120 zástupců malých a středních podniků. S cílem poskytnout českým firmám informace o vývoji na francouzském trhu a seznámit je s veškerými možnostmi podpory exportních projektů uspořádal CzechTrade spolu s Francouzsko-českou obchodní komorou workshop na téma podnikání ve Francii se zaměřením na strojírenství. Prostřednictvím konference „Jak se učí kreativita a inovace“ zástupci agentury blíže představili balíček služeb Design pro export.



Obchodujeme se Španělskem, Francií a Itálií

Na čtvrté exportní konferenci roku 2008, pořádané tradičně agenturou CzechTrade a Komerční bankou, se v areálu Vysoké školy ekonomické sešlo 120 účastníků.

Přivítali jsme delegaci podnikatelů z Moldávie

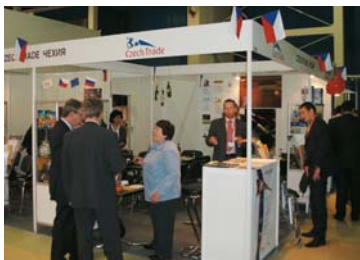
Incomingová mise, během níž se v pražské centrále CzechTrade sešli moldavští a čeští podnikatelé, byla jedním z bodů programu mezistátní delegace, kterou v České republice vedla moldavská premiérka Zinajda Grečani. Hlavním bodem cesty bylo česko-moldavské ekonomické fórum, které hostily starobylé prostory Břevnovského kláštera.

České předsednictví v EU na BusinessInfo.cz

Portál BusinessInfo.cz přišel v rámci sekce Evropská unie s novou rubrikou, která se stala společnou informační platformou pro podnikatelskou veřejnost v rámci chystaného předsednictví České republiky v Radě EU. Rubrika přehledně představila pět prioritních oblastí, které si ČR stanovila pro své předsednictví v Radě EU, v návaznosti na motto „Evropa bez bariér“.

EU2009.CZ

Kalendárium 2008



České potravinářství na WorldFood 2008

Zahraniční kancelář CzechTrade v Moskvě zajistila pro české potravinářské firmy premiérově účast na prestižním veletrhu WorldFood 2008. Na společném stánku v moskevském Expocentru se pod patronací CzechTrade prezentovalo celkem deset českých firem.

Říjen



Projekt inkubátorů pro začínající exportéry vyvrcholil na Medical Fair v Brně

Jako jedinečnou myšlenku a přínosný projekt označili svou prezentací na veletrhu Medical Fair v rámci „inkubátoru“ CzechTrade zástupci zúčastněných firem. Veletrh zdravotnické techniky, rehabilitace a zdraví byl na brněnském Výstavišti v roce 2008 poslední příležitostí, jak si tento nový program vyzkoušet. Na půdě stánku CzechTrade proběhla řada úspěšných jednání s potenciálními partnery nejen z Čech, ale také ze sousedních zemí, Polska a Slovenska.

Listopad

Exportní cena DHL vstoupila do druhé desítky

Více než stovka významných českých vývozců se ucházela o prvenství v Exportní ceně DHL, kterou tradičně pořádala společnost DHL ve spolupráci s agenturou CzechTrade. Jedenáctý ročník prestižní soutěže pro malé a střední exportéry obohatil CzechTrade novinkou. Vyhlásil zvláštní ocenění agentury CzechTrade za aplikaci průmyslového designu, které nakonec získala společnost UJP Praha. V kategorii středně velká společnost zvítězila firma BAUER TECHNICS, v kategorii malá společnost získala prvenství firma Arrow line, exportérem teritoria pro oblast jihovýchodní Evropy se stal Pragoimex a exportérem regionu za Jihomoravský kraj společnost GF MACHINERY.





Amerika nabízí exportní možnosti

Konference zaměřená na obchodování v Latinské a Severní Americe se konala v brněnském hotelu International a připravil ji tradičně CzechTrade spolu s Komerční bankou. Trhy Latinské Ameriky, především pak Brazílie, patří mezi ty, které jsou pro domácí vývozce lákadlem, zvláště v době hospodářské krize. Exportní přitažlivost a dostupnost, byť s jistou dávkou náročnosti, nabízí českým vývozům rovněž trhy Severní Ameriky. Všechny investiční a exportní příležitosti a praktické rady jak efektivně působit v těchto teritoriích představili zúčastněným firmám „američtí“ zahraniční zástupci CzechTrade.

Prosinec

Günter Verheugen pochválil BusinessInfo.cz

Místopředseda Evropské komise odpovědný za podnikovou a průmyslovou politiku Günter Verheugen se v rozhovoru pro časopis Profit pochvalně vyjádřil o agenturou CzechTrade provozovaném portálu BusinessInfo.cz. Pan Verheugen konkrétně zmínil, že oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz by mohl sloužit jako příklad toho, jak využívat internet pro poskytování informací malým a středním podnikům.

CzechTrade navštívila Anne Steffensen

Na konci roku přivítal CzechTrade vzácného hosta – paní Anne Steffensen, představitelku Trade Council of Denmark a zároveň státní sekretářku dánského ministerstva zahraničních věcí. Trade Council of Denmark má v Dánsku podobné poslání jako agentury CzechTrade a CzechInvest v ČR a navíc se zabývá i podporou inovací. Společná diskuze přinesla oběma stranám spoustu zajímavých podnětů.

Recertifikace systému řízení jakosti

Koncem roku končil CzechTrade platnost certifikátu systému řízení jakosti podle ISO 9001:2000. V rámci obhájení certifikace byla provedena recertifikace systému řízení jakosti metodou IQRS®. Unikátnost mezinárodního systému hodnocení IQRS® spočívá v tom, že systém 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). Hodnocení tak poskytuje ucelený pohled na výkonnost organizace a na stupeň vyzrálости systému řízení organizace a zároveň jí napomáhá identifikovat slabá místa a oblasti dalšího rozvoje. Auditóři zkonstatovali, že silnými stránkami CzechTrade jsou kultura řízení, ovzduší otevřenosti a snaha o zlepšování.

Juraj Kramara, auditor Det Norske Veritas

„Nevidíme tak často státní organizaci, která má výkonnost řízení srovnatelnou se soukromým sektorem jako CzechTrade. Pro organizace státního sektoru je těžké najít schopné manažery a stabilizovat je.“



Každý z vás si vybere.

Služby agentury



Hlavním úkolem CzechTrade je napomáhat zvyšování exportní výkonnosti a konkurenceschopnosti českých firem na zahraničních trzích, a to bez ohledu na jejich vývozní zkušenosti. Kvalitu a profesionalitu široké nabídky služeb proto ocení jak firmy, které se dosud nezapojily do zahraničního obchodu, tak i ty, které jsou již ostřílenými exportními matadory.

ZAČÍNÁME S EXPORTEM

CzechTrade pomáhá českým firmám odhalit nové příležitosti pro podnikání prostřednictvím balíčku služeb pro začínající exportéry. Vyplněním on-line dotazníku připravenosti si může firma sama ověřit, jak je připravena na export ve srovnání s ostatními, což je základem dalšího úspěchu.



Kovací lis do Číny

Strojírenská firma Žďas a její dceřiná firma TS Plzeň dodají do západočínské provincie S-čchuan kovací lis pro volné kování v celkové hodnotě bezmála osmi milionů eur. Od první akviziční cesty do metropole Chengdu, až do chvíle, kdy se obě strany sešly k finálnímu jednání, uplynulo bezmála dva a půl roku. „V průběhu závěrečného jednání nám významně pomohla agentura CzechTrade,“ zdůrazňuje Stanislav Hrdina, obchodní ředitel Žďasu. „Ředitel zahraniční kanceláře v Chengdu Ivan Vyroubal nám během několika hodin pomohl sehnat kompletní znění nového daňového předpisu, kterým nás čínští partneři v závěru jednání zaskočili. Rovněž nám doporučil místní firmu, která se daňovým poradenstvím tohoto typu zabývá.“

KONZULTACE A PORADENSTVÍ

CzechTrade poskytuje konzultace týkající se exportních záměrů firem jak prostřednictvím exportních manažerů, tak ředitelů zahraničních kanceláří. Konzultace mohou být buď individuální nebo CzechTrade k tomuto účelu organizuje různé akce. Jejich přehled je zveřejněn na internetových stránkách CzechTrade v sekci Kalendář akcí.

INDIVIDUÁLNÍ SLUŽBY V ZAHRAŇIČÍ

Klíčovým prvkem a nejvyšší přidanou hodnotou činnosti agentury je poskytování exportního poradenství a individuálních asistenčních služeb českým exportérům v zahraničí. V současné době CzechTrade disponuje sítí 33 kanceláří ve 30 zemích s působností v 35 zemích na čtyřech kontinentech.

Nabízené služby jsou šité na míru na základě individuálních potřeb klienta a vždy respektují specifika konkrétní země a oboru. Zástupci agentury v zahraničí nabízejí své znalosti místního prostředí, a to zejména díky svým zkušenostem a dlouhodobému působení v dané zemi.

Většina klientů, kteří využili služeb CzechTrade v zahraničí, tvrdí, že jim tyto služby přinesly úsporu finančních prostředků i času a zkvalitnily jejich rozhodování.

-
- **V roce 2008 zrealizovaly zahraniční kanceláře CzechTrade 1111 placených zakázek.**
 - **Tyto služby využilo celkem 691 klientů, kteří ohodnotili svou spokojenost známkou 1,3, kdy 1 je nejlepší a 4 nejhorší.**
-

Jaké konkrétní služby naši zástupci v zahraničí poskytují?

Průzkum trhu

Kvalitní a aktuální informace jsou prvním předpokladem úspěchu na zahraničních trzích. Odborníci CzechTrade v zahraničí nabízejí zpracování takových podkladů, které usnadňují rozhodování pro vstup na daný trh a umožní firmě rychle a efektivně zahájit nové obchodní aktivity.

Vyhledání obchodních kontaktů

Vyhledání vhodného obchodního partnera v zahraničí je pro expandující firmu jedním z klíčových, ale i velmi obtížných a finančně náročných úkolů. Zástupci CzechTrade na základě místních databází a informačních zdrojů zpracují přehledný seznam kontaktů dle zadaných kritérií.

Ověření zájmu o výrobek/službu

Pomocí této služby CzechTrade získá česká firma kontakty na potenciální obchodní partnery. Zahrnuje mimo jiné také oslovení vybraných firem a prezentace nabídky české firmy, následné zjištění zájmu o spolupráci a doporučení dalšího postupu.

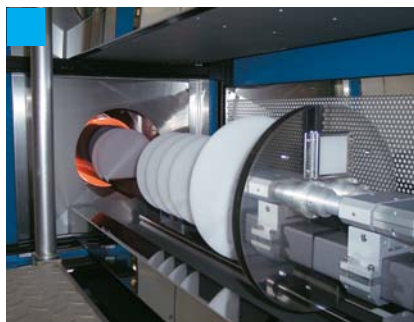
Organizace obchodních jednání

Ve spolupráci se zahraniční kanceláří CzechTrade mohou zástupci firem maximálně využít čas a minimalizovat rizika spojená s místními specifiky obchodních jednání.

Telekomunikační zařízení do Ruska

„Díky CzechTrade jsme se dostali do těch správných dveří. Ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade zná důležité osoby a má tam kontakty. K tomu podpora vládní organizace je ze strany ruských obchodníků vnímána jako seriózní. Už jen dopis s hlavičkou vládní agentury a s českým znakem dělá na Rusy dojem,“ řekl Miloslav Čábela, obchodní ředitel Tesla Karlin.

„Týdenní cesta do Ruska je mnohem nákladnější než cena služeb CzechTrade. Spolupráce nám ušetřila hodně času a peněz. S její pomocí jsme se dostali na ruský trh hned a s malými náklady.“



Polovodičové pece pro moskevskou univerzitu

Společnost SVCS Process Innovation využívá pravidelně asistenčních služeb CzechTrade. Výsledkem je například kontrakt v Rusku ve výši 2,15 milionů eur, v rámci něhož společnost dodá moskevské elektrotechnické vysoké škole MIET čtyři polovodičové difúzní pece a další zařízení pro výzkumný projekt v oblasti nanotechnologií.

„Využíváme služeb CzechTrade jak v Moskvě, tak Petrohradu a Jekatěrinburgu,“ řekl Jarek Dolák, jednatel společnosti.

„U zástupce agentury v Číně jsme se učili pohybovat v tomto zcela specifickém prostředí. Ředitelé kanceláří CzechTrade jsou nadšenci, kteří nám hodně pomohli.“

Zjištění bonity zahraničního partnera

Zástupci CzechTrade v zahraničí mohou zjistit bonitu zahraniční firmy z ověřených zdrojů, čímž může český exportér předejít zbytečnému riziku.

Průzkum veletrhů a výstav

Pokud se firma nemůže zúčastnit zahraničního veletrhu nebo výstavy, a přesto by ráda získala potřebné informace, může využít služby CzechTrade. Na základě konkrétních požadavků pracovníci agentury shromáždí relevantní informace z dané akce včetně potenciálních zájemců o spolupráci nebo informací o konkurenci.

Pomoc při zakládání zahraničního zastoupení

CzechTrade zprostředkuje potřebné informace a pomůže při překonávání obtíží souvisejících se založením vlastní pobočky ve vybraném teritoriu. Služba zahrnuje např. zjištění legislativy, zajištění právní konzultace, zjištění podmínek pro investice a informace o investičních pobídkách.

Exportní tréninková centra

Exportní tréninková centra pomáhají při pronikání na nový zahraniční trh. Umožňují zástupcům firem využít zázemí zahraničních kanceláří CzechTrade, působit přímo v dané zemi a poznat na vlastní kůži její specifika nebo například připravit založení vlastního zahraničního zastoupení. Jsou prostředkem k šetření jejich finančních prostředků – zahrnují nezbytný servis, přístup k důležitým informačním zdrojům, a především pomoc a podporu ze strany ředitelů zahraničních kanceláří a jejich týmů.

PREZENTACE A VELETRHY

CzechTrade nabízí nové možnosti, jak podpořit zahraniční firemní marketing. Kvalitní prezentace v zahraničí je předpokladem pro účinné získávání nových obchodních kontaktů.

Adresář exportérů

V roce 2008 přišel CzechTrade se zdokonaleným Adresářem exportérů – jediným oficiálním katalogem českých exportérů. Mezi jeho přednosti patří zejména větší počet jazykových mutací a lepší optimalizace pro internetové vyhledávače (např. Google), což zvyšuje úspěšnost zobrazení prezentace firmy na předních stránkách bezplatných výsledků vyhledávání. Díky nové grafické úpravě a zjednodušenému členění firem do 26 oborů se produkt stal pro zahraničního návštěvníka přehlednějším.

On-line Klientské rozhraní CzechTrade

Klientské rozhraní CzechTrade umožňuje firmám zejména objednávat a nastavení bezplatných i placených zápisů/prezentací v Adresáři exportérů. Firmy tak mají možnost velmi jednoduše on-line zvolit jimi preferovanou formu firemní či produktové prezentace a snadným způsobem tuto prezentaci v Adresáři exportérů prostřednictvím Klientského rozhraní vytvořit. Dalším novým produktem spravovaným přes Klientské rozhraní je Adresář designérů. Výhledově bude možné v Klientském rozhraní CzechTrade objednávat a spravovat i další služby vládní agentury CzechTrade.

2009

Adresář exportérů v roce 2009

- zobrazení firemních a produktových prezentací firmy až na 30 internetových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade
- propagace Adresáře exportérů prostřednictvím více než 30 zahraničních kanceláří CzechTrade a na více jak 100 zastupitelských úřadech ČR ve světě
- úspora nákladů na vytvoření vlastní internetové firemní a produktové prezentace v jazykových mutacích pro daný trh

V roce 2008 počet českých firem prezentovaných v Adresáři exportérů přesáhl hranici dvou tisíc.

Klientské centrum

V souvislosti s nabídkou elektronických produktů vzniklo Klientské centrum CzechTrade, které se zabývá klientskou podporou všech on-line produktů CzechTrade, jako jsou například Adresář exportérů nebo Adresář designérů.

Prezentace na veletrzích a výstavách

CzechTrade pomůže zajistit osobní účast nebo katalogovou prezentaci na vybraných zahraničních akcích. Firma tak může získat nové obchodní příležitosti a aktuální informace o konkurentech z daného oboru.

Prezentace na veletrhu s osobní účastí

Veletrhy jsou prestižní záležitostí, a proto se vyplatí zúčastnit se jich osobně spolu se vzorky produkce. CzechTrade v této oblasti nabízí celou řadu služeb od zajištění pozvání zahraničních partnerů na stánek, přípravy prezentace, až po jednání s potenciálními partnery dle dohodnutých dispozic, sběr kontaktů, materiálů a informací.

Katalogová prezentace na veletrhu bez osobní účasti

Pokud se firma z nějakého důvodu rozhodne, že se zahraniční akce nezúčastní osobně a zvolí formu katalogové prezentace, pracovníci zahraničních kanceláří CzechTrade mohou vést úvodní jednání se zahraničními partnery jménem firmy a předají potenciálním zákazníkům potřebné prezentační materiály včetně kontaktů.

Inkubátory 2008

Malé a střední firmy využily šanci účastnit se prostřednictvím inkubátorů CzechTrade a Ministerstva průmyslu a obchodu bezplatně některého z vybraných tuzemských mezinárodních veletrhů v rámci společné expozice na ploše cca 30 m². Poselství inkubátorů je však mnohem hlubší, než jen zajistit veletržní zázemí začínajícím exportérům. Pracovníci CzechTrade poskytli účastníkům inkubátorů širokou nabídku výstavních služeb, řadu doporučení a dobrých rad. Agentura CzechTrade se tak stala patronem těchto firem nejen po dobu veletrhu, ale pomáhá jim k úspěšnému startu do světa mezinárodního obchodu.

V roce 2008 zabezpečil CzechTrade veletržní inkubátory na veletrzích MOBITEK, TOP Technology a Medical Fair.



Inkubátory můžeme firmám doporučit

„Aktivní účast v inkubátoru CzechTrade můžeme na základě vlastní zkušenosti všem vřele doporučit jako efektivní nástroj prezentace,“ řekla Eliška Lisá ze společnosti ENVINET. „Ocenili jsme mimo jiné také přínos přednášky Jak uspět na veletrhu, kterou připravila agentura CzechTrade ve spolupráci se společností Veletrhy Brno a na ní získal zástupce naší společnosti cenné informace o tom, jak nejlépe využít veletržní účasti,“ doplňuje.

EXPORTNÍ AKADEMIE / VZDĚLÁVÁNÍ

Agentura CzechTrade si zakládá na široké nabídce kvalitního, cíleného a systematického vzdělávání přizpůsobeného potřebám českých exportérů. Tematický základ tvoří teritoriální know-how, praxe v zahraničním obchodě a specifika obchodování v zahraničí zaměřená na konkrétní regiony, sdílení nejlepších zkušeností a nové trendy.

Exportní vzdělávání v roce 2008

- V roce 2008 uspořádal CzechTrade 108 seminářů, které navštívilo celkem 1182 účastníků.
- Účastníci seminářů a kurzů pořádaných CzechTrade hodnotili v dotaznících svoji spokojenost na stupnici 1-4 (kde 1 je nejlepší a 4 je nejhorší). Dosažená hodnota za rok 2008 je 1,25 bodu.

Odborné a teritoriální semináře

V roce 2008 pracovníci CzechTrade uspořádali 29 odborných seminářů, jichž se zúčastnilo 485 posluchačů. Firmy projeví největší zájem například o semináře „Technické požadavky na výrobky vyvážené do Ruska“, „Kontrola zboží dvojího použití“ a „Čínská obchodní etiketa“.

Ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu pořádá CzechTrade teritoriální semináře. Hlavním přínosem jsou aktuální informace od vedoucích obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů a ředitelů zahraničních kanceláří CzechTrade. V roce 2008 se uskutečnilo 19 teritoriálních seminářů, kterých se zúčastnilo celkem 313 posluchačů. Největší zájem byl o semináře „Příležitosti pro české firmy v Bělorusku, Moldavsku a na Ukrajině“ a „Možnosti rozšíření hospodářské spolupráce se Španělskem a Portugalskem“.

Kromě otevřených seminářů a kurzů zaměřených na získávání znalostí a dovedností v zahraničním obchodě nabízí CzechTrade dále firemní školení a individuální tréninky šité na míru konkrétnímu klientovi.

Kurz Minimum exportéra

Cyklus seminářů „Minimum exportéra“ realizoval CzechTrade v roce 2008 poprvé. Kurz se uskutečnil se ve čtyřech regionech ČR (Plzeň, Hradec Králové, Brno a Přerov) a byl zaměřen na zvýšení povědomí o příležitostech a rizicích spojených s exportem s cílem zvýšit připravenost českých firem při vstupu na mezinárodní trhy prostřednictvím nově získaných odborných znalostí a dovedností. Devatenácti seminářů se zúčastnilo 249 zástupců malých a středních podniků.

Kurz Úspěšný exportér

Pod hlavičkou Exportní akademie se na podzim 2008 konal druhý ročník kurzu „Úspěšný exportér“. Jedná se o specializovanou přípravu managementu malých a středních podniků na podnikání na zahraničních trzích. Devět modulů kurzu navštívilo celkem 135 účastníků. Kurz byl kladně hodnocen zejména pro vysokou využitelnost v praxi.

Exportní konference

V roce 2008 zorganizoval CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou cyklus pěti exportních konferencí, věnovaných vybraným teritoriím. Podnikatelé oceňovali, že jim workshopy i individuální konzultace s přítomnými řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade a dalšími odborníky přinesly řadu praktických rad a zkušeností. Celkem se konferencí zúčastnilo 729 posluchačů.



E-learningové kurzy

Distanční e-learningové kurzy CzechTrade nabízejí firmám časově nenáročnou a cenově výhodnou formu vzdělávání.

How to Make a Bid for the World Bank Project

Na internetových stránkách CzechTrade je od března 2008 zdarma k dispozici e-learningový kurz How to make a Bid for the World Bank Project, který objasňuje, jak se účastnit výběrových řízení Světové banky, vybrat správný tendr a podat konkurenceschopnou nabídku.

International Trade Specialist

International Trade Specialist je distanční e-learningový studijní program realizovaný irskou školou eBSI (elektronik Business School International) ve spolupráci s CzechTrade a IMODS o. p. s. Absolventi programu obdrží certifikát.

Kurz obchodní diplomacie

V rámci Exportní akademie, jednoho z dvanácti projektů Exportní strategie ČR 2006-2010, realizoval CzechTrade druhý ročník „Kurz obchodní diplomacie“. Kurz je určen budoucím pracovníkům obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR a ředitelům zahraničních kanceláří CzechTrade a CzechInvest. Cyklus 32 seminářů úspěšně absolvovalo 34 účastníků. Kurz je součástí povinné předvýjezdové přípravy obchodní diplomacie a jeho cílem je rozvoj obchodních kompetencí jak v oblasti teoretických znalostí, tak zejména praktických dovedností.

EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI

V on-line databázích exportních příležitostí nově zveřejňovaných na stránkách BusinessInfo.cz je denně aktualizovaná nabídka zahraničních poptávek, projektů a tenderů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem.

Od roku 2008 CzechTrade zprostředkovává na stránkách BusinessInfo.cz také interaktivní Mapu oborových příležitostí. Jde o jednoduchý nástroj pro zjištění exportního potenciálu z pohledu identifikovaných exportních příležitostí ve vybrané zemi pro určitý průmyslový obor.

Exportní příležitosti v roce 2008

- V roce 2008 zveřejnil CzechTrade celkem 2278 zahraničních poptávek a 3924 informací o tendrech a projektech.
 - V roce 2008 navázalo na informace o exportních příležitostech 56 úspěšných případů exportu klientů v celkové hodnotě více než 652 milionů Kč.
-

Služby agentury

Zdroje exportních příležitostí

Exkluzivními zdroji exportních příležitostí jsou zahraniční kanceláře agentury CzechTrade, obchodně-ekonomické úseky zastupitelských úřadů ČR v zahraničí či zahraniční zastupitelské úřady v ČR. Zahraniční poptávky jsou navíc získávány pomocí specializované služby Your Czech Supplier (on-line formulář pro zahraniční firmy publikovaný na webových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade). Pro výběr zahraničních projektů a tendrů jsou využívány kromě uvedených zdrojů i renomované databáze EU, Světové banky a mezinárodních organizací (CERN, ESO, ESA).

Evropská rozvojová spolupráce a projekt JPD3

Evropská unie a její členské státy každoročně poskytují více než 30 mld. EUR jako oficiální pomoc rozvojovým státům. Realizace zahraniční rozvojové spolupráce Evropských společenství (ZRS ES) probíhá v rámci vybraných geograficky nebo tematicky zaměřených programů prostřednictvím konkrétních projektů, do kterých se mohou zapojovat firmy, nevládní neziskové organizace a další typy subjektů z členských států EU.

CzechTrade publikuje relevantní výběrová řízení vypisovaná v rámci ZRS ES, poskytuje poradenskou činnost firmám v oblasti ZRS ES, zprostředkovává informace ze sektorových seminářů ZRS ES pořádaných Evropskou komisí a pořádá odborné semináře věnované problematice ZRS ES.

Projekt JPD3

Projekt si kladl za cíl posílit konkurenceschopnost pražských firem ve výběrových řízeních a programech zahraniční rozvojové spolupráce Evropského společenství. Možnosti zúčastnit se některého ze čtrnácti cyklů seminářů, dvou konferencí a individuálního poradenství využilo více než 600 podnikatelů a jejich zaměstnanců.

Projekt byl zahájen v roce 2006 a ukončen 31. 7. 2008.



V březnu 2008 se čeští podnikatelé v rámci belgicko-česko-řecké obchodní mise zúčastnili obchodní cesty za projekty Světové banky do Etiopie a Jižního Súdánu. Hlavním cílem této akce bylo ulehčit vstup českým podnikatelům na náročný sub-saharský trh zprostředkováním kontaktů na nejvyšší úrovni pomocí sítě PSLO.



Projekty Světové banky

I v roce 2008 CzechTrade prostřednictvím svého zástupce Světové banky (PSLO – Private Sector Liaison Officer to the World Bank) napomáhal rozšíření informací o projektech, výběrových řízeních, nových produktech a činnosti Světové banky. V průběhu roku agentura v rámci asistence PSLO firmám zprostředkovala celkem 705 obchodních příležitostí.

Nově byla zavedena služba „Newsletter PSLO“, která spočívala v pravidelném zasílání (cca 2x měsíčně) výběru nejzajímavějších příležitostí a novinek zájemcům o tyto projekty elektronickou poštou.



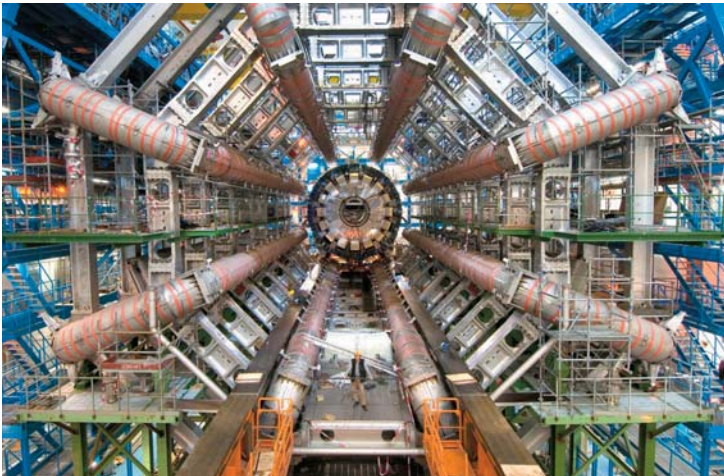
Spolupráce s CERN

Agentura CzechTrade dále zprostředkovává aktuální informace o veřejných soutěžích a zakázkách pravidelně vypisovaných v CERN. Od července 2008 zajišťuje CzechTrade také pozici ILO (Industrial Liaison Officer), styčného pracovníka mezi českými firmami a centrálou CERN. V roce 2008 byl v CERN dokončen obří urychlovač LHC, jehož výstavba začala v roce 2005. V souvislosti s tím došlo ke změně struktury oborů ve vypisovaných výběrových řízeních. Největší objem zaujímá elektro a počítače, následují pozemní stavby a mechanické konstrukce. V roce 2008 bylo v CERN vypsáno celkem 109 výběrových řízení, z toho 26 průzkumů trhu, 31 tendrů a 52 poptávek. České firmy se po úspěšném roce 2007 uplatňovaly i v roce 2008, a to dodávkami v hodnotě více než 2,3 milionu CHF. Koeficient návratnosti za rok 2008 činil 0,95 a byl druhý nejvyšší (za rokem 2007) od roku 1998.



Spolupráce s ESO

České firmy a vědecko-výzkumná pracoviště se mohou od roku 2007 účastnit výběrových řízení pro dodávky zařízení do ESO (European Organisation for Astronomical Research in the Southern Hemisphere). CzechTrade se v roce 2008 zapojil do získávání firem pro výběrová řízení ESO a stal se hlavním kontaktním místem – zajišťuje pozici ILO, kontaktního pracovníka mezi ESO a českými firmami. V rámci této činnosti zveřejňuje agentura CzechTrade relevantní výběrová řízení ESO, provádí přímé oslovení firem, radí firmám při jejich registraci do databáze ESO a zapojení do vypisovaných zakázek. Ve spolupráci s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy zorganizoval CzechTrade pro české firmy seminář ESO Industry Day I.



VÝVOZNÍ ALIANCE

I když má firma na domácím hřišti vybudovanou silnou pozici, automaticky to neznamená, že bude o její výrobky zájem i v cizině. Proto CzechTrade nabízí organizační a asistenční podporu oborovým sdružením firem, které společně vstupují nebo již působí na zahraničních trzích.

Předností spojení firem ve vývozní alianci je například skutečnost, že se mohou svými produkty či službami navzájem doplňovat a získat tak mnohem zajímavější zakázku. Zároveň tím rozloží mezi jednotlivé členy aliance náklady, které se vstupem na zahraniční trh souvisejí.

2009

Za přispění agentury CzechTrade vzniklo do dubna 2009 dvaadvacet vývozních aliancí sdružujících 136 firem.

Projekt Rozvoj vývozních aliancí je jedním z dvanácti klíčových projektů vládní Exportní strategie 2006–2010. Jeho smyslem je vytvářet takové prostředí, ve kterém firmy mají daleko lepší motivaci spojovat své síly při vstupu na zahraniční trhy.

Pod záštitou agentury CzechTrade v současné době působí tyto vývozní aliance

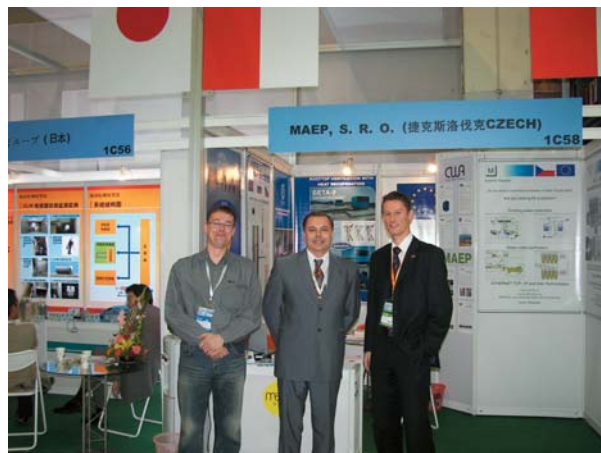
Stav k 30. 4. 2009

Název aliance	Rok vzniku	Obor / Komodita	Počet členů
Czech Water Alliance	2004	vodní hospodářství	14
Czech Water Technologies	2005	technologie úpravy vody	7
Bohemia Line	2005	dřevoobráběcí stroje	4
Česká dobývací technika	2003	zařízení pro těžbu a úpravu nerostných surovin	15
Czech ICT Alliance	2005	informační technologie	24
Czech NBC Team	2004	ochranné pracovní prostředky	11
Czech Space Alliance	2006	technologie pro kosmický průmysl	8
Fashion Point Alliance	2005	módní návrhářství	6
České povrchové úpravy	2006	povrchové úpravy materiálů	5
Metalpromtehnika	2006	elektrotehnika	4
Czech Valves Alliance	2007	průmyslové armatury pro energetiku	4
Czech Health & Safety Alliance	2006	prostředky pro likvidace havárií, živelných pohrom a následků použití CBRN	7

Czech Energy Team	2007	průmyslové elektrotechnologie	3
Czech Industrial Design and Innovation	2008	průmyslový design	6
Aliance Strojírenské Technologie	2007	technologie	6
Czech Communication Group	2008	telekomunikace	3
Audio Visual Connection	2008	systémový integrátor, komplex řešení v oblasti digitálních médií	3
First Czech Helath Alliance	2008	kompletní nabídka zdravotnických potřeb	7
Sans Souci Czech glass aliance	2009	sklářská a keramická výroba	8
CEITEC Cluster-bioinformatic	2009	biotechnologie	25
CZECH ICT ACCELERATE EXPORT TEAM	2009	informační technologie	3
CzechBio	2009	biotechnologie	20

Síla partnerství

Czech Water Alliance (CWA) vznikla pod křídly agentury CzechTrade v roce 2004. Podle lídra aliance Ivana Nikla je základem tohoto partnerství aktivní forma spolupráce CWA a CzechTrade, nespočívající v čerpání dotací a očekávání, že vás někdo dovede k zakázce bez vlastního přičinění. „Aktivita vždy musí vycházet od samotných firem a v tomto případě od aliance CWA. Cílem je například zhodnotit dlouhodobou přítomnost pracovníků CzechTrade v dané zemi, přicházet s konkrétními náměty a potřebami a konfrontovat tak naše možnosti s aktuální celospolečenskou potřebou realizovat export.“ dodává Ivan Nikl.



DESIGN PRO EXPORT

Od roku 2008 agentura CzechTrade nabízí balíček individuálních služeb v oblasti průmyslového designu – Design pro export. Služby jsou určeny jak pro firmy, které se zajímají o využití průmyslového designu ve výrobě, tak pro designéry.

CzechTrade se stal také členem mezinárodních organizací BEDA a ICSID.

Semináře a workshopy

Ve spolupráci s regionálními Hospodářskými komorami ČR uspořádal CzechTrade sedm odborných seminářů o průmyslovém designu – Jihlava, Hradec Králové, Plzeň, Praha, Zlín, České Budějovice a Brno. Na těchto seminářích profesionální designéři prezentovali na případových studiích ekonomický význam investice vložené do designu s cílem zlepšování znalostí a kompetencí firem v oblasti přípravy a aplikace designu.

Analýza stavu designu ve firmě

Od poloviny roku 2008 nabízí CzechTrade výrobním firmám, které se rozhodly spolupracovat s profesionálním designérem, individuální službu Analýza stavu designu ve firmě.

V rámci této služby si firma vybere ke spolupráci designéra z Adresáře designérů CzechTrade, který jí doporučí efektivní postup, jak zlepšit daný stav ve firmě s cílem zahájit výrobu konkurenceschopných produktů. V roce 2008 tuto službu využilo 37 firem. Nejvíce firmy využívaly ke spolupráci tyto designéry a designéřská studia: Jana Čtvrtníka, Michala Červu, Faktum Design s.r.o. a Hynka Maňáka.

2009

V roce 2009 se předpokládá, že CzechTrade českým firmám poskytne cca 80 služeb Analýza stavu designu ve firmě. Firma si vybere designéra z Adresáře designérů a za jeho služby v hodnotě 40 000 Kč zaplatí pouze 10 000 Kč.

Analýza stavu designu ve firmě z pohledu firmy

„Služba analýza stavu designu nás zaujala, ale měli jsme obavy, že nás čeká úmorná administrativa a nejistý výsledek. Opak byl pravdou. CzechTrade nás přístupem a minimem byrokracie příjemně překvapil. Jednání bylo pružné a přes určitý nevyhnutelný prvek schvalování dokonce s lidským zájmem pomoci.“

Vladimír Žíla, jednatel sklářského studia Astera



Analýza stavu designu ve firmě z pohledu designéra

„Jsem ráda, že existuje společnost na podporu prosazení českého designu do firem. Pracovníci CzechTrade mi vždy včas zaslali potřebné požadavky a informace, spolupráci hodnotím velice pozitivně. Díky této agentuře mne již oslovilo několik firem s jejich výběrovým řízením. Zároveň tato organizace zajišťuje určitou formální náležitost a právní jistotu pro designéra. Je dobré, když projekt zaštiťuje organizace, která má dostatečný prostor pro jednání o smlouvě. Pro designéra, který ještě nemá svého manažera, je tento fakt více než významný.“

Jana Kunstová, designérka



Adresář designérů

Elektronický Adresář designérů slouží od poloviny roku 2008 jak k bezplatné propagaci designérů a jejich úspěšných projektů, tak výrobním firmám k vyhledání a výběru designérů se zkušenostmi s aplikací průmyslového designu. Jedná se zejména o firmy, které mají zájem o individuální službu Analýza stavu designu ve firmě.

Na konci roku 2008 Adresář designérů obsahoval 51 kontaktů na průmyslové designéry. Průměrná měsíční návštěvnost webové stránky s Adresářem designérů byla v loňském roce 366 návštěv, z toho 222 unikátních.

2009

V dubnu 2009 bylo v Adresáři designérů registrováno celkem 57 průmyslových a produktových designérů.



Propagace průmyslového designu

Firmy, které úspěšně spolupracují s designéry a vyrábí výrobky s vysokou přidanou hodnotou, a úspěšné případy práce designérů pravidelně mediálně prezentuje CzechTrade v časopisech a médiích.

Nabízíme možnost podpory prezentace prostřednictvím zahraničních kanceláří agentury CzechTrade na vybraných zahraničních veletrzích s cílem úspory nákladů a pomoci při vyhledávání obchodních příležitostí v zahraničí. Spolupráci českých firem s designéry jsme prezentovali například na mezinárodním veletrhu nábytku a vybavení interiérů INDEX DUBAI 2008 v Spojených arabských emirátech. CzechTrade zajistil také prezentaci českého designu na veletrhu 100% Design Tokyo.

V tuzemsku proběhly bezplatné odborné konzultace na téma podpora průmyslového designu prostřednictvím agentury CzechTrade na vybraných veletrzích, například na veletrhu MOBITEX nebo na mezinárodním zdravotnickém veletrhu Medical Fair v Brně.

2009

- V roce 2009 prezentoval CzechTrade českou výrobu na jednom z nejvýznamnějších veletrhů v oblasti zdravotnické techniky ARAB HEALTH 2009 v SAE.
- U příležitosti nejvýznamnějšího veletrhu nábytku, interiérového designu a doplňků na světě - SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE v Itálii (v rámci Design Week Miláno) CzechTrade představil výstavní projekt „Czech Selection“.
- Během českého předsednictví v Radě EU CzechTrade zašitil prezentace spolupráce českých firem s předními designéry v rámci cyklu výstav „Českýma očima“, které se pod patronací eurokomisaře Vladimíra Špidly odehrávají v hlavní budově Evropské komise v Bruselu.

BUSINESSINFO.CZ

Oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz je součástí Exportní strategie ČR 2006–2010 a součástí Globální specifikace a strategie Portálu veřejné správy (v současné době pod správou Ministerstva vnitra ČR).

V roce 2008 bylo partnery portálu více než 30 státních i nestátních institucí. Portál rozvíjel spolupráci i s dalšími organizacemi, zejména na bázi výměny a zveřejňování aktuálních informací. BusinessInfo.cz se stal například jedním z projektů tzv. E-governmentu a pilířem Portálu veřejné správy v oblasti informací pro podnikatele. V průběhu roku 2008 se portál BusinessInfo.cz také zapojil do programu Smart Administration.

ÚSPĚCHY PORTÁLU

Sít pro export

Po dokončení integrace Souhrnných teritoriálních informací (STI), jež jsou dílem obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů v zahraničí, byla pozornost soustředěna zejména na jejich aktuálnost a jednotnou podobu. U technicky zaostalých teritorií byla STI vložena redakcí portálu. Dále probíhala jednání s Ministerstvem zahraničních věcí o rozšíření teritoriálních informací o aktuální turistické informace.

Předsednictví ČR v Radě EU

Na konci roku 2008 byla redakcí portálu zpracována rubrika poskytující fakta k předsednictví České republiky v Radě Evropské unie se specifickým zaměřením na oblasti podstatné pro podnikatelskou veřejnost. Kromě informací týkajících se významu, organizace a základních principů předsednictví obsahovala i přehled navrhovaných priorit a cílů českého předsednictví či stanoviska podnikatelských organizací.

Orientace v právních úkonech

Byla zcela přepracována a zaktualizována rubrika s průvodci vybranými oblastmi práva. Postupy byly připraveny s vědomím, že podnikatel nemusí být znalec práva, ale měl by znát své povinnosti a umět využívat svých práv legálními prostředky. Jednotlivé dokumenty a komentáře se věnují základnímu popisu příslušné problematiky.

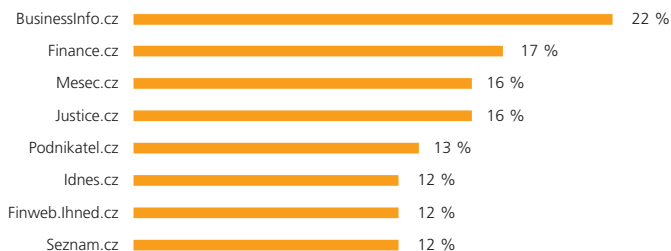
Daňové speciály

Tradičně úspěšným tématem jsou na portálu BusinessInfo.cz daně z příjmu. I v roce 2008 přinesl portál podnikatelům přílohu plnou užitečných rad a hlavně chytrých formulářů, díky kterým podnikatelé při vyplňování daňového přiznání ušetří spoustu času a nervů.

Podíl návštěv z vyhledávačů se díky další optimalizaci udržuje stabilně okolo hranice 70 %.

- Průměrná měsíční návštěvnost portálu BusinessInfo.cz dosahovala v průběhu roku 2008 stabilně hranice 200 tisíc uživatelů.
- Počet registrovaných uživatelů překonal hranici 15 tisíc.

Spontánní znalost



SLUŽBY PRO ZAHRAŇIČNÍ 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 specifik místního prostředí se stávají odrazovým můstkem pro efektivní komunikaci mezi zahraničními a českými partnery.

Incomingové mise

Pro zájemce ze zahraničí organizuje 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.

- V roce 2008 jsme návazně na poptávky a oborové požadavky v rámci veletrhů zorganizovali 33 incomingových misí.
- Z jednání uskutečněných na těchto akcích se realizuje stále více kontraktů.

Business Visits

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.

Adresář exportérů

Dalším nástrojem pro vyhledání potenciálních obchodních partnerů v České republice, který slouží zahraničním subjektům, je oficiální databáze českých exportujících firem – Adresář exportérů.

2009

Výhody Adresáře exportérů CzechTrade:

- klientsky přívětivý
- řazení podle oborů
- až 13 jazykových mutací
- možnost vytváření vlastních souborů podle zadaných kritérií



*Víte, na koho
se můžete obrátit?*



Organizace CzechTrade



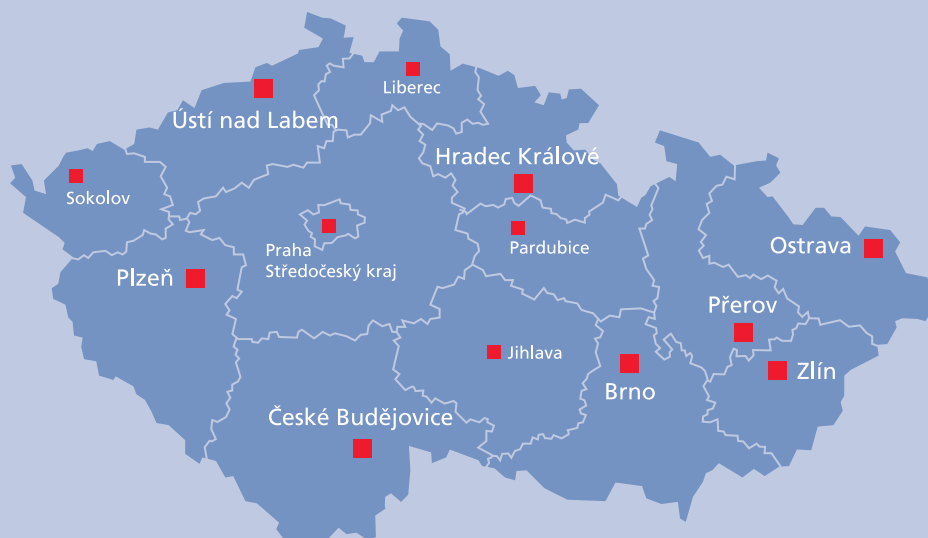
Organizace CzechTrade

Víte, na koho
se můžete obrátit?

*Svět se otevírá.
Otevřený svět vyžaduje
otevřené systémy a otevřenou mysl.*

JONAS RIDDERSTRALE

Hlavním krédem CzechTrade je individuální přístup ke každému klientovi s cílem pomoci zvýšit obrát a exportní úspěch firmy na zahraničních trzích.



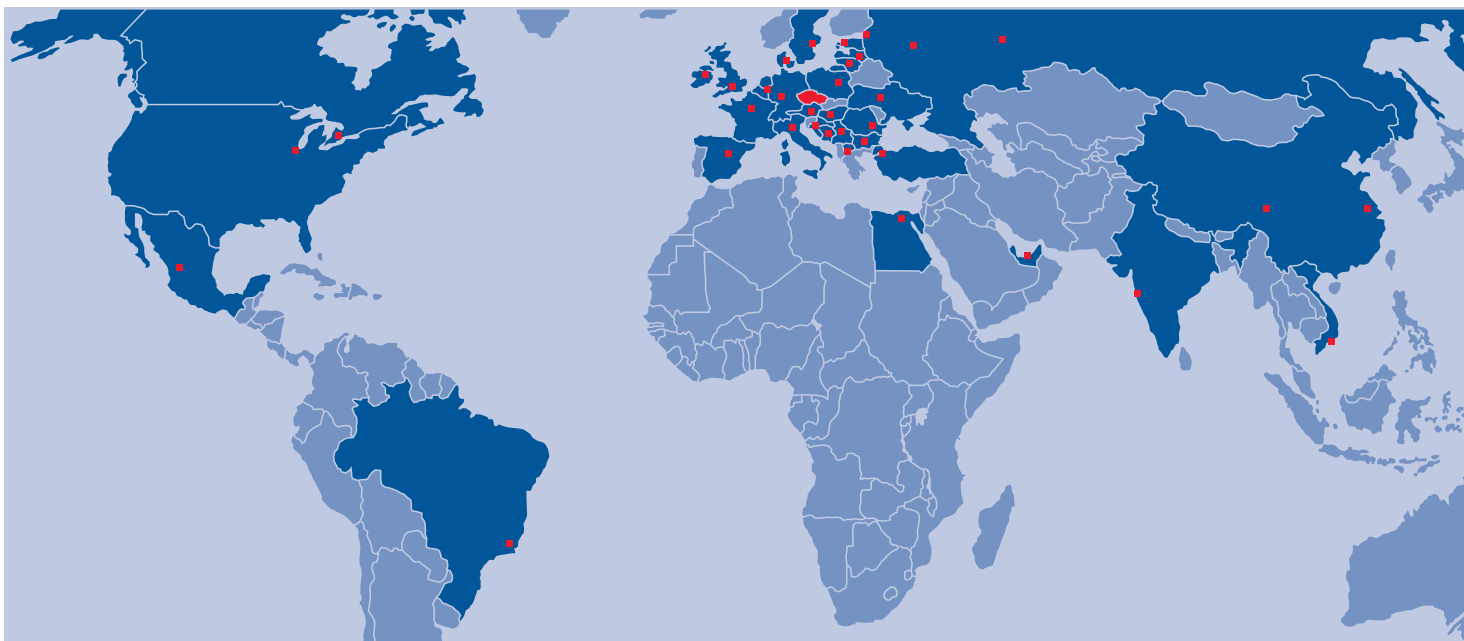
Exportní manažeři CzechTrade v ČR

Tým šestnácti exportních manažerů v pražské centrále CzechTrade 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 ČEB, EGAP, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a také Hospodářské komory ČR.

Zahraníční kanceláře CzechTrade

Všichni zástupci z 33 zahraničních kanceláří CzechTrade mají přístup k aktuálním a ověřeným informacím z daného teritoria, průběžně mapují obchodní příležitosti a organizují prezentační akce.

CzechTrade měl na konci roku 2008 zahraniční kanceláře ve 30 zemích světa s působností v 35 zemích viz níže.



Seznam zahraničních kanceláří CzechTrade

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

Asie – Čína (Chengdu, Šanghaj), Indie, 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. 2008

Organizace CzechTrade

Management CzechTrade

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

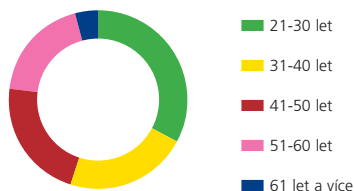
Ing. Ivan Jukl	generální ředitel
Ing. Jana Falathová	ředitelka odboru exportních příležitostí
Mgr. Aleš Řiháček	ředitel odboru marketingu a komunikace
Ing. Milan Ráž	ředitel odboru prodeje a strategie
Ing. Tomáš Rak	ředitel odboru exportních služeb
Ing. Lada Rindošová	ředitelka odboru lidských zdrojů 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 30. 4. 2009

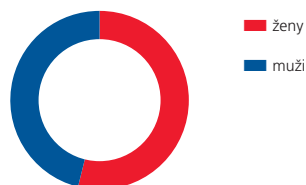
Zvyšujeme své kompetence

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

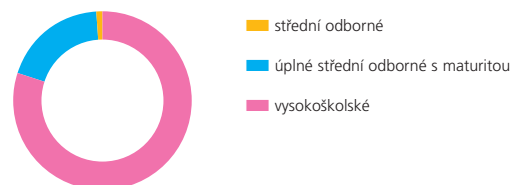
Složení zaměstnanců podle věku



Složení zaměstnanců podle pohlaví



Složení zaměstnanců podle dosaženého vzdělání



Stav k 31. 12. 2008



*O čem hovoří čísla
za loňský rok?*



Výsledky



Výsledky

O čem hovoří čísla za loňský rok?

*Životní úspěch nezávisí
na podmínkách, které máme,
ale na rozhodnutích.*

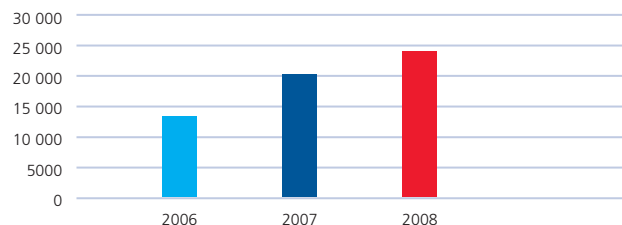
HAL URBAN

HOSPODÁŘSKÉ VÝSLEDKY ZA ROK 2008

Rok 2008 může agentura CzechTrade označit z finančního pohledu opět jako úspěšný. Podařilo se zvýšit tržby za poskytované služby a posunout tak laťku na historicky nejvyšší příčku přesahující 24 milionů korun, což představuje významný dvacetiprocentní meziroční nárůst. Na rekordních tržbách se rozhodujícím způsobem podílely služby zahraničních kanceláří, a to 20,9 milionu. Podíl exportního vzdělávání představuje 1,7 milionu a ostatní výnosy tvoří zbylých 1,6 milionu korun.

Agentura svým úsporným hospodařením a růstem tržeb dosáhla v roce 2008 zlepšený hospodářský výsledek ve výši 15,8 milionu korun. Výsledky dokazují, že zatímco státní příspěvek na provoz agentury zůstává v porovnání s rokem 2007 na stejné úrovni, podíl agenturních zdrojů roste.

Tržby za služby (v tis. Kč)



Ekonomické výsledky CzechTrade (v tis. Kč)

	2006	2007	2008
Výnosy celkem	275 501	260 473	267 674
Tržby za služby	13 583	20 201	24 170
Jiné ostatní tržby a výnosy	13 853	3 065	6 423
Příspěvek na provoz	248 065	237 207	237 081
Náklady celkem	273 858	252 883	251 849
Spotřebované nákupy	9 010	10 642	10 979
Služby	203 267	178 755	173 968
Osobní náklady	43 765	49 246	53 043
Odpisy	11 677	10 822	10 583
Ostatní náklady	6 139	3 418	3 276
Hospodářský výsledek	1 643	7 590	15 825

Nejen tržby, ale také vytiženost zahraničních kanceláří (podíl práce na konkrétních zakázkách klientů na celkovém disponibilním času zahraničních kanceláří), která v průměru dosahovala 29,6 %, dokazují, že těžiště podpory exportu se přesouvá do oblasti služeb s nejvyšší přidanou hodnotou – do oblasti zahraničního marketingu ve formě individuálních zakázek. Tím se CzechTrade opět přiblížil předním světovým proexportním agenturám, jež vykazují průměrnou vytiženost na úrovni 40 %. Některé zahraniční kanceláře dokonce tuto hranici překonaly. Tradičně cca dvě třetiny z objemu exportu klientů CzechTrade tvořily ruské trhy.

Počet klientů podle druhu služby

	2005	2006	2007	2008
Služba zahr. kanceláří	479	815	731	691
Seminář	347	281	302	473
Konzultační den	0	171	412	308

Počet klientů, kteří si objednali placenou službu CzechTrade v roce 2008, vzrostl na 1285.*

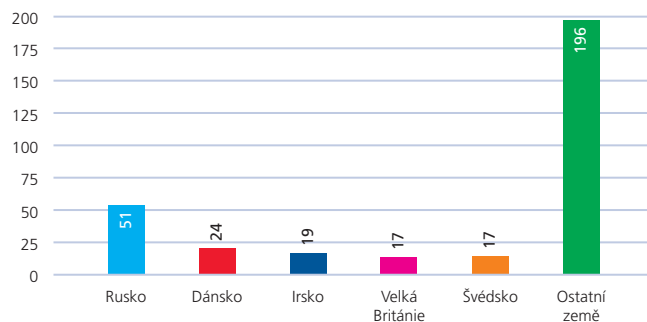
	2005	2006	2007	2008
Celkový počet	895	1213	1265	1285

*Pozn.: Údaje o celkovém počtu klientů v jednotlivých letech nejsou součtem klientů jednotlivých kategorií služeb viz výše, ale jedná se o počet jedinečných podnikatelských subjektů, které využily aspoň jednu službu CzechTrade v daném roce.

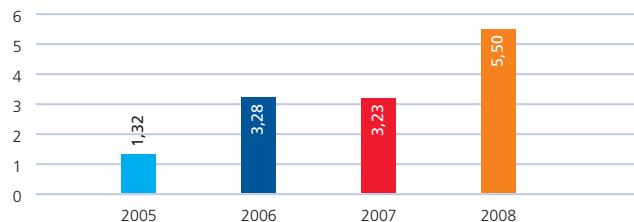
Exportní úspěchy našich klientů

Největším úspěchem agentury CzechTrade jsou exportní úspěchy jejích klientů. Celkem v roce 2008 zaznamenal CzechTrade 324 úspěšných případů, o kterých agenturu informovali spokojení klienti. Zhruba pět šestin z nich tvoří úspěšné případy uskutečněné s využitím služeb zahraničních kanceláří CzechTrade. Zbýlých 56 vzniklo na základě exportních příležitostí zveřejněných na webových stránkách CzechTrade a na portále BusinessInfo.cz.

Počet realizovaných úspěšných vývozních případů podle teritorií v roce 2008



Objem exportu klientů podpořených službami CzechTrade v roce 2008 (v mld. Kč)



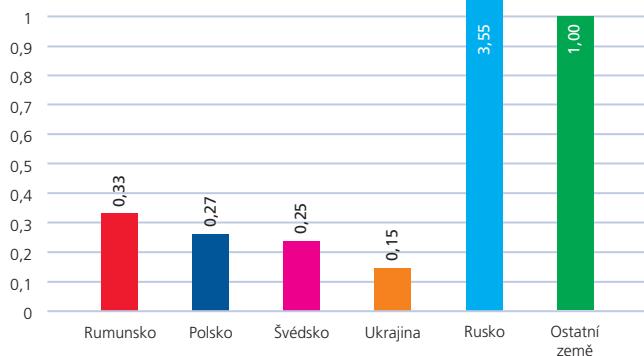
Výsledky

Objem exportu klientů podpořený službami CzechTrade v roce 2008 dosáhl rekordní částky 5,5 mld. Kč.

V rámci zlepšení měření úspěšných případů se podařilo implementovat automatizovaný reporting, který obsahuje další informace o úspěšných případech z hlediska produktů, oborů a regionů ČR.

Mezi úspěšné klienty CzechTrade s největšími objemy realizovaného exportu patřily mj. společnosti INCO engineering, s.r.o. (1,9 miliardy Kč, důlní těžební zařízení, Rusko), UNISTAV, a.s. (437,5 milionů Kč, výstavba hotelového komplexu, Rusko), GALATEK, a.s. (295,5 milionů Kč, lakovna, Rusko), HAMÉ, a.s. (266 milionů Kč, konzervované potraviny, Rumunsko), FRÝDLANTSKÉ STROJÍRNY, Rasl a syn, a.s. (234 milionů Kč, linka na výrobu teploizolace, Rusko), FANS, a.s. (155,6 milionů Kč, technologie chlazení pro rafinérie, Polsko), PUMPA, a.s. (116 milionů Kč, čerpadla a armatury, Rusko), UJP Praha, a.s. (75 milionů Kč, kobaltové ozařovače, Egypt).

Objem exportu klientů podpořený službami CzechTrade podle teritorií v roce 2008 (v mld. Kč)

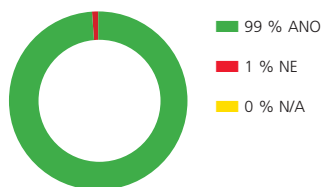


DOTAZNÍKY SPOKOJENOSTI SE SLUŽBAMI CZECHTRADE

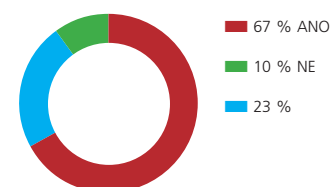
Vážíme si zpětné vazby, kterou od svých klientů získáváme například prostřednictvím dotazníků spokojenosti se službami agentury. Získané informace nám pomáhají zdokonalovat poskytované služby a pružně reagovat na aktuální potřeby firem.

Všichni klienti, kteří v roce 2008 využili služeb zahraničních kanceláří CzechTrade, obdrželi automaticky vygenerovaný dotazník spokojenosti, ve kterém mohli ohodnotit spokojenost s realizovanou zakázkou. Průměrná hodnota při návratnosti 43 % dosáhla 1,33 bodu na stupnici 1-4 (kde 1 je nejlepší a 4 nejhorší hodnocení).

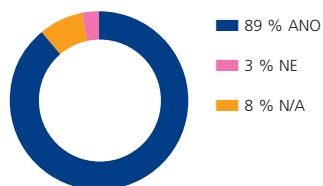
Klient by doporučil služby CzechTrade



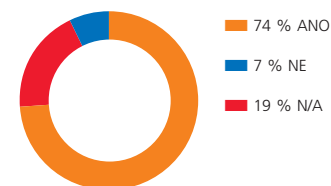
Služba klientovi ušetřila náklady



Služba klientovi ušetřila čas



Služba umožnila lepší rozhodování



Účastníci vzdělávacích akcí pořádaných CzechTrade v roce 2008 ohodnotili svoji spokojenost 1,25 bodu na stupnici 1-4 (kde 1 je nejlepší a 4 nejhorší). Návratnost dotazníků spokojenosti rozdáváných přímo na akcích v tištěné podobě byla 74 %.



CzechTrade

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