

POJIŠŤOVNA ROKU 2006

Asociace českých pojišťovacích makléřů připravuje vyhlášení již sedmé-
ho ročníku ankety pojišťovacích makléřů - Pojišťovna roku 2006.
Pojišťovací makléři jsou těmi nejpovolanějšími profesionály, kteří jsou
s to hodnotit všechny přinejmenším tuzemské pojišťovny z nejrůzněj-
ších úhlů pohledu, protože jsou i ze zákona povinni provádět analýzu
dostatečně velkého počtu pojistných produktů dostupných na trhu.
Anketa má význam pro všechny subjekty pojistného trhu. Pro makléře
je příležitostí k úvahám o rozdílnosti kvalit pojistitelů. Pro pojišťovny
jsou pak získaná ocenění významným marketingovým faktorem, pro
oceněné jsou pak stimulem k vylepšování služeb.
Nová, objektivnější pravidla ankety mohou letos přinést nečekané
výsledky. Dozvíme se je na slavnostním vyhlášení 23. dubna.

Podnikatelé mají zájem o riziková pojištění, manažeři firem využívají kapitálová životní pojištění,

zmínil v rozhovoru pro náš časopis Ing. Tomáš Sikora, generální tajemník České asociace pojišťoven

Vlastníte dvě tři firmy? Na co všechno jste mysleli, když jste vstupovali do podnikání? Asi hlavně na to, jak všechno vyřídit co nejjednodušeji, jak neztrácet čas řadou byrokratických postupů a jak na nic nezapomenout a neztrpčít si zbytečně i tak dost stresující začátky. Živnostenský úřad, trestní rejstřík, obchodní rejstřík, finanční úřad, notář, právník... a co pojišťovna? Pojistili jste si svá podnikatelská rizika ihned, jak to šlo, anebo jste vyčkávali na první zkušenosti z rozjezdu firem? S kým jste se radili? S makléřem, či jste si jednotlivé pojistné produkty pojišťoven prostudovali sami? To jsou otázky, na které většina majitelů firem vzpomíná s lehkým úsměvem a nadhledem. Zkušeností z počátků procesu, jemuž se říká podnikání, má každý nespočet, a nejen těch pozitivních. Ty, které míří pouze k nabídce pojišťoven, spíše vypovídají o tom, že podnikatel hledá kvalitní radu, zasvěcené informace. Aby se mohl rozhodnout rychle a správně. Od pojišťovny či makléře očekává vstřícnost, obratnost, pochope-
ní. Potřebuje se spolehnout. Je to trend jeho životního stylu.
O tom, jak se i tyto požadavky trhu promítají do strategie České asociace pojišťoven, jsem hovořila s Ing. Tomášem Sikorou, generálním tajemníkem ČAP:

Životní styl a pojištění, a nejen životní. To má přece hodně společného. Jak byste spojení těchto slov charakterizoval v roce 2007?

Pokud porovnáme český pojistný trh s vyspělými evropskými státy, zejména v oblasti životního pojištění, máme stále co dohánět. Počet sjednaných smluv je na našem trhu obdobný, také nabídka produktů je plně srovnatelná, ale průměrné pojistné je stále výrazně nižší. Životnímu pojištění by také výrazně prospěla pomoc státu například zvýšením daňového zvýhodnění tohoto produktu nebo nastartování důchodové reformy, která by stanovila jasná pravidla a zvýšila tlak na vlastní aktivitu občanů.
Zákazník současné doby je v dobrém slova smyslu zhýčkaný. Za své peníze očekává poskytnutí odpovídajících služeb, a to způsobem a v okamžiku, který vyhovuje jemu. Nejpočetnější skupinu tvoří stále zákazníci, kteří dávají přednost osobnímu kontaktu, oceňují osobní přístup a spoléhají na doporučení svého pojišťovacího zprostředkovatele. Už jim však nestačí "jistota" dobrého jména, více si vybírají a vyžadují srovnání. Zatímco dříve při výběru rozhodovala pouze "cena", nyní se již častěji zákazníci orientují podle poměru poskytnuté služby a ceny. Toto je výrazná paralela se současným životním stylem. Narůstá počet zákazníků, kteří při kontaktu s pojišťovnou kladou důraz na rychlost. Papírování ustupuje telefonickému a e-mailovému kontaktu. Zákazníci očekávají vyřízení svých záležitostí v řádu hodin, maximálně dní. Pro pojišťovny je to velká výzva, na kterou musíme reagovat podstatnými změnami svých procesů a celkového přístupu k zákazníkovi.

Jaký vztah mají podnikatelé a manažeři k životnímu pojištění sebe sama a členů své rodiny a jaký vztah se dá vypozařovat k pojištění, jež se vztahuje k podnikání? Je znát nějaký posun dejme tomu v odpovědnosti během posledních 10 let?

Podnikatelé mají zájem zejména o riziková pojištění. Manažeři firem využívají kapitálové životní pojištění, které jim uzavře zaměstnavatel a slouží zároveň jako nástroj jejich stabilizace a motivace. Z široké nabídky pojištění pak upřednostňují nejvíce variantu, kterou nabízí investiční pojištění.
Pojišťovny pokrývají svojí nabídkou prakticky všechna podnikatelská rizika, většina klientů v poslední době preferuje zejména pojištění komplexní (All risk) proti všem rizikům, které je koncipováno odlišně od ostatních, jeho rozsah



je dán výlukami. Význam pojištění v průběhu deseti let stále roste, a to především s vyšším vnímáním rizik.

Myslíte si, že českému pojistnému trhu ještě chybí nějaký významný produkt? Nebo se dostal na úroveň v jiných vyspělých zemích a nyní už zbývá jen čas na detaily, doladování, přidání hodnoty, kombinace?

Nemám pocit, že by na českém pojistném trhu chyběl nějaký klíčový produkt. Navíc díky mezinárodnímu zázemí většiny pojišťoven na českém trhu mají dost inspirace, jak produkty průběžně inovovat. Avšak možnost zlepšení propojitelnosti vidím zejména v lepší informovanosti kli-

enta - co vše se skrývá za konkrétní cenovou nabídkou pojištění (zde je nezastupitelná role pojišťovacích makléřů a poradců).
Pojištění se vyvíjí dynamicky a pružně reaguje na potřeby trhu. Tak je tomu v tomto oboru všude na světě a český pojistný trh se v tomto směru zcela určitě již dostal na úroveň vyspělých zemích. V současné době pojišťovny nabízejí široké portfolio produktů jak rizikových, tak kapitálových, životních a investičních pojištění s celou řadou doplňujících připojištění.

Podle nejroznějších statistik, a vy jste to v první odpovědi na moji otázku potvrdil, je u nás stále

velká příležitost v oblasti životního pojištění - počet pojištěných a byznys jednotlivých pojišťoven stále ještě nedosahuje hranic, které se nabízejí. Čím to? Je to generační záležitost, spočívá to v nedostatku šikovných obchodních zástupců a poradců nebo jde o zkrácený názor veřejnosti na přínos pojištění?

Bohužel velká část populace se stále mylně domnívá, že pojištění je především alternativa spoření. Mnozí zapomínají na skutečnost, že pojištění má především chránit rizika, na čemž je postavena jeho konstrukce, náklady i cena. I díky nekvalifikovaným obchodním zástupcům je životní pojištění srovnáváno s typově jinými produkty zcela neodůvodněně. Zde vidíme velkou potřebu vzdělávat klienta v oblasti hospodaření s penězi a to nejen na úrovni sektoru, ale i v rovině státu. Je nutné zdůraznit klientovi rizika, která by si měl zabezpečit, naučit ho správně si vyhodnocovat vlastní rizika. To je i naším cílem - zvrátit zkrácený názor veřejnosti na podstatu pojištění. Růst dynamiky pojištění, kromě jiného, musí akcelarovat nutnost výrazného vnímání životních rizik.

Česká asociace pojišťoven patří mezi ta profesní uskupení, která mají mezi ostatními dobrý zvuk - čím si toto hodnocení, podle vás, získala? Na trhu figuruje mnoho svazů, sdružení, asociací, komor, unií a prosadit se mezi nejrozmanitější oborově orientovanými skupinami není vůbec jednoduché...

Česká asociace pojišťoven od samotného počátku svého vzniku bere mimořádně vážně své poslání, a proto je také brána jako solidní partner. Koncentrujeme se výhradně na činnosti, které nás posouvají dopředu. Usilujeme o prosazení našich názorů, vycházejících ze zkušenosti pojišťoven, a podáváme kvalifikovanou zpětnou vazbu státním orgánům. Vytváříme jednotné systematické postupy v běžné pojišťovací praxi s cílem kvalitnějšího servisu pro klienty a pozitivního dopadu na ekonomiku pojišťoven. Naší snahou je dávat relevantní informace jak veřejnosti, tak novinářům, bojovat s podvodem a neetickým chováním zprostředkovatelů.
Dostal jsem příležitost podílet se na rozvoji asociace a cítím výrazný posun kupředu. Buduji kolem sebe tým lidí, kteří mají proaktivní přístup k plnění úkolů, nebojí se přijmout odpovědnost, aktivně se zajímají o problematiku a intenzivně komunikují. Pokud je zdravá atmosféra uvnitř asociace, musí se to zákonitě projevit i na výsledku naší práce.

Ostatně strategií Prosperity je komunikace s co největším počtem profesních uskupení a jejich členy-firmami, máme v tom již devítiletou tradici a byli jsme první, kdo se ve větším měřítku (v dosud nebyvalém rozsahu dle počtu tiskových stran) věnoval medializaci know how těchto uskupení. Otázka tedy mívá takto: jak bude ČAP dále komunikovat své informace, určené podnikatelským subjektům?

Jak jsem již řekl, jedním z prioritních úkolů ČAP je systematicky přispívat k vyšší informovanosti všech klientů, tedy i podnikatelských subjektů a neustále zvyšovat finanční povědomí veřejnosti.

pokračování na straně 4

Na 5000 podnikatelských subjektů kontaktovalo kvůli orkánu Českou pojišťovnu

Měsíc po orkánu Kyrill eviduje Česká pojišťovna 37 712 pojistných událostí za 720 milionů korun. Více než polovinu jich už zcela vyřídila, ale nové případy se objevují také v těchto dnech. Jde hlavně o rekreační objekty, na které se přijeli jejich majitelé podívat až nyní. ČP už po orkánu vyplátila stovky milionů korun a odhaduje, že jí klienti celkově ohlásí 40 tisíc pojistných událostí za 800 milionů korun.

Osm oblastí již překročilo tisícovku případů (Českokubějovicko, Strakonicko, Praha - východ, Praha - západ, Benešovsko, Kolínsko, Příbramsko a Plzeňsko), jedna dokonce 2 tisíce (Klatovsko). Nejvíce škod silný vítr napáchal ve Středočeském, Jihočeském a Plzeňském kraji, velmi dramaticky také zasáhl Prahu. V souvislosti s orkánem Českou pojišťovnu rovněž kontaktovalo téměř pět tisíc podnikatelských subjektů, z havarijního pojištění uplatňuje škodu 558 motoristů.



Škody, způsobené orkánem Kyrill, jsou vzhledem ke svému počtu a rozsahu srovnatelné s těmi, které v loňském roce způsobila tíha sněhu nebo jarní povodně. Tehdy ČP vyřizovala bezmála 50 tisíc škod, tedy přibližně stejně množství jako při záplavách v roce 2002.

(tz)

Z obsahu:

Str. 9
Liška výrazně přispívá k financová-ní bytové výstavby v ČR

Str. 11
Naší výhodou je rychlost

Str. 12
Čeští pivovarníci rok po vstupu do významné evropské pivovarské instituce

Str. 25
Elmarco je světovou jedničkou v oblasti nanovláken

Str. 27
Coface: platební schopnost podniků se letos mírně zhorší

Vítejte na www.

Posila pro váš web

Tato rubrika vás zpravuje o všem, co může naše značka udělat pro vás, čtenáře a zákazníky. Protože společnost RIX, s. r. o., nevydává jen časopis Prosperita a přílohy, ale působí mimo jiné rovněž na poli designu a výroby webových stránek, poradenství a výroby internetových obchodů či internetových reklamních kampaní, rádi bychom vás o našich službách a novinkách informovali ještě pečlivěji. Abychom vám mohli nabídnout vyšší komfort v komunikaci s námi, posílili jsme od února náš tým o dalšího obchodního zástupce specialistu - Pavla Drnka. Kontakt na něj: 724 189 311 a drnek@prosperita.info. Budete-li potřebovat jakoukoli pomoc v uvedeném oboru, včetně převzetí vašeho webu do naší správy, neváhejte se ozvat. Rádi vám vyjdeme vstříc.

Martin Šimek, autor internetových projektů, 606 615 609

Ceny roamingového volání

V Evropské unii probíhá schvalovací proces nového nařízení, které by mělo snížit ceny roamingového volání. Ceny roamingového volání by dokonce měly poklesnout pod 10 Kč (na 33 eurocentů) za minutu, a to pro všechny. Výsledky nezávislé studie o cenách roamingového volání a dopadech chystané právní úpravy zveřejnila evropská spotřebitelská organizace BEUC. Hlavní výsledky jsou velmi zajímavé: Nabízená "zvýhodnění" roamingových služeb neznemenají pro spotřebitele výhodu, protože jsou velmi široká a s mnoha omezeními, která často znemožňují praktické využívání. Snížení roamingových cen by nevedlo k extrémnímu propadu výnosů operátorů, jak deklarují. Běžní spotřebitelé jsou totiž na rozdíl od podnikatelských subjektů citlivější na cenu. Po zavedení cen, které by obsahovaly jen přiměřený zisk operátora, by nepochybně vzrostla poptávka po roamingových službách, jelikož pro spotřebitele by se používání mobilního telefonu v zahraničí stalo dostupné. S nárůstem používání by se snížily i náklady a snížení cen by tedy bylo výhodné i pro samotné mobilní operátory. V České republice je situace podobná jako v ostatních členských státech EU. Stížnosti spotřebitelů nejčastěji směřují proti vysokým sestavovacím poplatkům, změně roamingových cen během dovolené (bez řádného informování), či vysokému poplatku a velmi ztížené možnosti efektivně využít "zvýhodněné" roamingové služby kvůli jejich omezujícím podmínkám. (tz sos)

Prosperita

je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentačním formou článků a rozhovorů anebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Dobrá rada nad zlato

Spotřebitelé jsme všichni, tedy i podnikatelé

Evropští spotřebitelé by měli být lépe ochráněni díky tzv. Zelené knize, kterou nedávno zveřejnilo Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele (DG SANCO) Evropské komise. Jejím cílem je vylepšit a aktualizovat stávající evropské spotřebitelské právo. Některé směrnice totiž vznikaly již v osmdesátých letech minulého století. "Zelená kniha o revizi spotřebitelského acquis" (Green Paper on the Review of the Consumer Acquis) nezní zrovna bestseller, ale je to důležitý a vítaný dokument, přímo související s každodenním životem občanů EU. Zelená kniha startuje revizi právních norem, které upravují spotřebitelské smlouvy v oblasti timesharingu, cestovních služeb (pobyty a zájezdy), označování cen, kupních smluv a záruk, prodeje na dálku, podomního prodeje, nekálých smluvních ujednání a žalob na zdržení se protiprávního jednání. Některé z těchto norem vznikaly již před dvaceti lety, a je tedy čas shromáždit co nejvíce informací ohledně jejich silných a slabých stránek.

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Komerční banka vyzvala - zaujala

Suverénně nejhezčí a nejvyzývavější pozvánkou nás v únoru zaujala Komerční banka. Pozvánka se týkala tiskové konference 21. února v Praze, kde byl novinářům představen nový unikátní produkt, který rozbouřil stojaté vody inovace v bankovníctví na českém trhu. Pozvánku oceňujeme za celkové pojetí - jak nápad, tak elegantní text i nevtravé, ale graficky nápadité ztvárnění. Jinými slovy - pozvánka, která zasvití na první pohled a která dodá chuti na tiskovku přijít i zvědavosti každému novináři. Zakládáme do archivu oceněných Nejhezčích pozvánek. (rix)

Otázka zákona o nemocenské bude znovu otevřena

Hospodářská komora ČR vítá iniciativu ministerstva práce a sociálních věcí, díky které by měla být znovu otevřena otázka zákona o nemocenské. "Odklad účinnosti zákona o rok vytvořil prostor pro další přehodnocení možností, které se v této oblasti nabízí. Pokud bude diskuze zahájena nyní, je reálná šance udržet ji ve věcné rovině a nepřijímat zákon pod tlakem politického handlování," řekl Jaromír Drábek, prezident Hospodářské komory ČR. Právo výběru způsobu hrazení nemocenské a výši odvodů HK ČR dlouhodobě požadovala již při vyjednávání s předchozími kabinety. Návrh ministra Nečase umožnit tento přístup pro firmy do 50 zaměstnanců tedy považuje za správný. "I při takovém legislativním vymezení považují za vhodné, aby byla firmám, které se rozhodnou vyplácet nemocenskou zaměstnancům samy, umožněna kontrola práce neschopných. S takovými pravomocemi pro zaměstnavatele dosud ani jedna z projednávaných verzí zákona nepočítala. Zaměstnavatel by měl mít právo provádět například kontrolní návštěvy, tak jak to nyní umožňuje zákon státním institucím," řekl Drábek. Omezení krátkodobé nemocnosti je podle Drábka již nyní podporováno nižšími dávkami v prvních třech dnech nemoci, jejich úplné zrušení by podle něho další výrazný efekt ve snižování nemocnosti nemuselo přinést. Podle něho by mělo dojít také ke zjednodušení výpočtu nemocenské, který je zbytečně komplikovaný. Místo dosud využívaných redukčních hranic pro výpočet, by mělo stačit prosté určení procenta z vyměřovacího základu mzdy. Určení dávky by tak podle Drábka bylo nejen jednodušší, ale také spravdivější. Viktorie Plíková tisková mluvčí, Hospodářská komora ČR

Redakční rada pracuje ve složení:

Ing. Jaroslav Hába, člen představenstva a ředitel úseku Správa společnosti, Západočeská energetika, a. s.

Václav Kadlus, specializovaný poradce

Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s. Dubí

Jan Wiesner, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev

Ing. Milan Gerža, poradce společnosti CAC Leasing, a. s.

Ing. Tomáš Nidetzký, místopředseda představenstva a 1. náměstek gen. ředitele Stavební spořitelny České spořitelny

PhDr. Hana Vaněčková, tisková mluvčí Modré pyramidy stavební spořitelny, a. s.

Ing. Eva Zámostná, ředitelka společnosti Bohemia Regia

"Velmi vítáme, že se tyto změny do budoucna budou vztahovat i na digitální prostředí. Stále více k nám informace, zprávy, kultura a vzdělání, stejně jako zvuková a vizuální zábava, přicházejí v digitální formě a spotřebitelé nemají v digitálním světě žádná nebo jen velmi omezená samostatná práva," konstatovala Ivana Picková, mluvčí SOS.

Tvorba shodnějších pravidel v rámci všech států a harmonizace různých pojmů, např. konceptu "spotřebitel" či "lhůta na rozmyšlenou" (doba, během které můžete změnit názor a od uzavřené smlouvy odstoupit), přinese spotřebitelům užitek - budou-li zvoleny správné a jasné definice. Významnou výzvou bude zajistit, aby normy byly dostatečně pružné a schopné reagovat na nové problémy, které se mohou na trzích v budoucnu objevit. BEUC pochybuje, že takových výsledků lze dosáhnout trváním na zcela stejných pravidlech všude (tzv. maximální harmonizace). Bude se tímto problémem, kromě těch dalších, zabývat ve své odpovědi na Zelenou knihu, dokument konzultativního charakteru.

"Zelená kniha by měla vést ke zvyšování ochrany spotřebitelů, pokud budou výsledkem revizního procesu správné volby a rozhodnutí. Doufáme také, že revize zaměří pozornost na to, do jaké míry je evropské spotřebitelské právo prosazováno členskými státy na národní úrovni," uzavřela Kateřina Bílá ze Sdružení obrany spotřebitelů. (tz sos)

S tužkou za uchem

V ráji zpěvavých ptáků

Co dělat, když se na vás ze všech stran valí práce, jak už to na začátku roku (nejen) bývá? Papíry se hromadí na stole, e-maily se červena-jí, telefony nepřestávají zvonit, kalendář je plný naplánovaných schůzek. Chytré příručky radí efektivně si rozložit práci. A že nejhorší je dělat vše najednou a tedy nic pořádně. Tu vezmu papír, dopiši poznámku, s telefonem u ucha odpisuji na e-maily, odpovídám kolegyni od vedlejšího stolu, měním čas schůzky, dojdám svačnu. To si někdy připadám jako myš v akváriu, která zmateně pobíhá od stěny ke stěně. Od práce k práci. Zkousím se zastavit a promyslet si, co nejvíce spěchá, co chvíli počká a co mohu odsunout úplně. Přitom se podívám z okna a najednou jsem zmatená, jestli jsem se snad do práce nezabrala natolik (nebo jestli jsem se nezbláznila), protože mi uniklo, že už je jaro. Což mi časově nějak nehraje dohromady. S úlevou si však vzápětí uvědomím, že vlastně tenhle rok zima ještě nezačala. A tak je docela příjemné, že v únoru zpívají ptáci. Přímou v rytmu mého ťukání do klávesnice - ťuk, ťuky, ťuk.

Markéta Bartíková

Účetní a poradenská firma Ing. Mojmír Průša vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

**Kontakt:
Gorazdova 16, 120 00 Praha 2
tel.: 224 917 584, 224 922 420
fax: 224 918 293, e-mail: mojmir@gts.cz**

Ing. Irena Vičková, vedoucí sekretariátu a PR manager Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR

Mgr. Václav Kolombo, předseda Družstva umělecké výroby Granát v Turnově

Marek Vích, tiskový mluvčí a vedoucí odboru PR, Kooperativa, pojišťovna, a. s.

Mgr. Pavel Šeřfl, CSc., odborný konzultant agentury V.I.A. PRAHA

Ing. Josef Bratrškovský, obchodní ředitel společnosti GMAC. a. s.

Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA., ředitel pro obchodní a marketingovou strategii společnosti Sindat Group, 1. místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc., předseda dozorcí rady, Strojírny Tatra Praha

Marta Šnoblová, generální ředitelka, TOP HOTEL Praha, s. r. o.

Našími stálými partnery jsou:

- Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Unie zaměstnavatelských svazů ČR
- Svaz podnikatelů ve stavebnictví v ČR
- Družstevní Asociace ČR
- Zemědělský svaz ČR
- Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
- Sdružení podnikatelů ČR
- Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu
- Česká asociace podnikatelů v lesním hospodářství
- Česká manažerská asociace
- Manažerský svazový fond
- Český svaz zaměstnavatelů v energetice
- Svaz českých a moravských výrobních družstev
- Svaz českých a moravských spotřebních družstev
- Svaz výrobců a dodavatelů strojírenské techniky
- Sdružení automobilového průmyslu
- Svaz dovozců automobilů
- Svaz průmyslu a dopravy ČR
- Česká společnost pro jakost
- Sdružení pro cenu ČR za jakost – Czech Made
- Asociace podnikatelek a manažerek ČR
- Asociace inovačního podnikání ČR
- Euro Info Centrum Praha
- Sdružení pro informační společnost
- Svaz zdravotních pojišťoven ČR
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
- Asociace českých pojišťovacích makléřů
- Svaz průmyslu papíru a celulózy
- Česká agentura na podporu obchodu/CzechTrade
- Česká leasingová a finanční asociace
- Hospodářská komora České republiky
- Český svaz pivovarů a sladoven
- Sdružení Korektní podnikání
- Komora auditorů ČR
- Gender Studies
- Česká asociace pro soutěžní právo
- Agrární komora ČR
- Svaz chemického průmyslu ČR
- Potravinářská komora ČR
- Česká asociace pojišťoven
- Komora certifikovaných účetních

Mediální partnerství v roce 2007

1. Národní politika podpory jakosti
2. Auto roku České republiky 2007
3. Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
4. Znojemský hrozen 2007
5. Marketér roku
6. Motocykl roku 2007
7. Střechy Praha
8. CLUTEX - Klastř Technické textilie na veletrhu Styl 2007 (únor)
9. Semináře AMSP ČR
10. Konference Nová Evropa

Prosperita

Vydává: RIX, s. r. o.
Sídlo vydavatelství a redakce
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164
DIČ: CZ25763164
tel., fax: 266 312 413
e-mail: brixix@prosperita.info
energie@prosperita.info
Datum tisku: 23. 2. 2007
Datum distribuce: 26. 2. 2007
PhDr. Eva Brixix-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008
e-mail: brixix@prosperita.info
Martin Šimek, obchodní ředitel
mobil: 606 615 609
e-mail: martin@prosperita.info
Markéta Bartíková, redaktorka,
internetová komunikace
mobil: 602 139 128
e-mail: bartikova@prosperita.info
Petra Červenková, marketingová komunikace
mobil: 724 117 071
e-mail: cervenkova@prosperita.info
Jindřiška Hauptmanová, obchodní manažerka
tel.: 266 312 413
e-mail: hauptmanova@prosperita.info
Jarmila Nedvedová, odborná komunikace
mobil: 776 282 810
e-mail: nedvedova@prosperita.info
Ing. Marie Skálová, odborná komunikace
tel., fax: 544 211369
mobil: 608 130 101
e-mail: skalova@prosperita.info
Internetové stránky:
www.prosperita.info
www.premium.prosperita.info

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem . Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy.

Scan, grafické úpravy:
čep, mobil: 737 724 133
e-mail: cervenka@uvaly.net

Miloš Krmásek, ilustrátor
e-mail: milo.krmase@seznam.cz
mobil: 723 613 330

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk:
Moravská typografie
Heršpická 6, 658 17 Brno
(zakázková kancelář T: 532 163 300)

Distribuce:
5 P Agency, s. r. o.
Masarykova 118
Business Park Modřice
664 42 Modřice

Časopis je v roce 2007 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.
Registrace MK ČR E 8255
Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

Jak ušetřit na elektřině

aneb jak si vybrat správný produkt a produktovou řadu

Od ledna 2007 nabízí Skupina ČEZ domácnostem elektřinu ve třech různých produktových řadách. V každé z nich je k dispozici šest různých energetických produktů, které jsou tvořeny na míru konkrétnímu způsobu využití elektřiny v domácnosti. Jak si z pestré nabídky co nejlépe vybrat?

Nové produktové řady

Díky nabídce produktových řad Basic, Comfort a Exclusive si sami můžete zvolit, jaký rozsah služeb chcete využívat a kolik za ně budete platit. Nová nabídka nabízí možnost uspořít těm, pro které je prvotní cena, a nadstandardní servis a poradenství těm zákazníkům, kteří takovou službu využijí ke svému prospěchu.

Kdo chce ušetřit na pravidelných poplatcích a pro komunikaci s dodavatelem elektřiny hodlá využívat výhradně internet nebo e-mail, zvolí si produktovou řadu **Basic**, která nabízí roční úsporu 120 korun bez DPH. Musí ale počítat s tím, že vybrané kontakty přes Zákaznickou linku nebo Zákaznická centra Skupiny ČEZ bude mít zpoplatněné.

Výchozí produktovou řadou je **Comfort**, v níž je zdarma veškerá komunikace s obsluhou Zákaznických center, pracovníky Zákaznické linky Skupiny ČEZ, prostřednictvím internetu i písemné korespondence. Zákazníci využívající tuto produktovou řadu mají k dispozici základní poradenství související s odběrem elektřiny (např. výběr vhodného produktu silové elektřiny, distribuční sazby a hodnoty

jistice), možnost ovládání zákaznického účtu prostřednictvím Virtuální obchodní kanceláře nebo využití elektronické fakturace.

Novinkou v nabídce Skupiny ČEZ je produktová řada **Exclusive** zahrnující rozsáhlé poradenské služby. Za pří-

lasti optimalizace tarifů, elektrického vytápění, tepelných čerpadel, ohřevu vody, výběru domácích spotřebičů či zateplování budov. Poradci tak mohou pro zákazníka zpracovat například informativní výpočet energetických ztrát domácnosti, pomoci vytvářet nejvýhodnější druhy vytá-

schůzky rovněž prostřednictvím Zákaznické linky.

Zákazníci Skupiny ČEZ mají jako výchozí nastavenou produktovou řadu Comfort. Výběr nové produktové řady Basic nebo Exclusive je možné jednoduše provést prostřednictvím Zákaznické linky.

není vázán na konkrétního dodavatele elektřiny, může si tento produkt objednat od kteréhokoliv obchodníka. Jenže elektřina není knížka, která se dá poslat poštou. Aby ji zákazník dostal až do domu, musí mu ji dopravit distributor. A ten je vždy jen jeden na určitém území. Je to logické – do každé domácnosti vedou jen jedny dráty a stavět více rozvodných sítí by bylo neuvěřitelně drahé. Svého distributora si tedy zákazník vybrat nemůže. Vzhledem k výlučnému postavení distributorů je proto jejich činnost regulována Energetickým regulačním úřadem, který každoročně stanovuje poplatky za distribuci, tedy dopravu elektřiny.

A jsme u druhého základního pojmu, s kterým se zákazník bude setkávat, tedy **distribuční sazba**. Obecně platí, že pro dodávku konkrétního produktu od vašeho dodavatele elektřiny potřebujete určitou distribuční sazbu, kterou musíte mít přiznání od svého distributora. Distributora si můžete představit jako pošťáka, který vám doručí knížku, kterou jste si objednali v zásilkovém obchodě, jen si s ním musíte dohodnout odpovídající velikost balíčku – to je distribuční sazba.

Konkrétní vztah mezi produkty a distribučními sazbami ukazuje tabulka u tohoto článku, která popisuje nabídku produktů pro zákazníky Skupiny ČEZ. U produktů D Standard a D Akumulace B si můžete vybrat vždy mezi dvěma různými distribučními sazbami. Obecně platí, že ta s nižším číslem je vhodná při menším odběru elektřiny, druhá při větším. Konkrétně vám s výběrem sazby i produktu poradí váš dodavatel.

Skupina ČEZ nabízí domácnostem šest různých produktů, které jsou tvořeny na míru konkrétním domácnostem a zohledňují například to, jestli elektřinou ohřívají vodu nebo ji využívají k vytápění.

Produkt	Popis	Příslušná distribuční sazba
Basic	Jednotlivý produkt pro běžné vytápění a ohřev vody	
Exclusive	6 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 6 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (6 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (6 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (6 hodin denně).	
Comfort	10 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 10 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (10 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (10 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (10 hodin denně).	
Basic	20 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 20 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně).	
Exclusive	20 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 20 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně).	
Comfort	20 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 20 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně).	
Basic	20 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 20 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně).	
Exclusive	20 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 20 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně).	
Comfort	20 hodin NT (Dvouletý produkt – vysoký (VT) a nízký tarif (NT). Doba platnosti NT je 20 hodin denně. Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně). Produkt je určen pro odběr elektřiny v době nízkého tarifu (20 hodin denně).	

Ve všech nově nabízených produktových řadách Skupiny ČEZ je poskytována kompletní nabídka produktů, mezi řadami je rozdíl pouze v rozsahu služeb zákaznické obsluhy. Pro dodávku konkrétního produktu silové elektřiny je nutné přiznání příslušné distribuční sazby.

platek 15 Kč měsíčně (bez DPH) v ní domácnost získává nadstandardní servis a poradenství v oblasti hospodaření s energií. Tato řada umožňuje zákazníkům obrátit se na speciální vyškolené poradce na Zákaznické lince a v Zákaznických centrech Skupiny ČEZ ve všech větších městech, kteří jim poskytnou poradenství v ob-

běhání a poradit s tím, jak ušetřit při nákupu nových spotřebičů. Jednodušší dotazy zodpoví Zákaznický tým školení pracovníci obsluhy na všech kontaktních místech Skupiny ČEZ, komplexnější poradenství je poskytováno na osobní schůzce se specialistou Zákaznického centra, s nímž si sjednáte přesný termín

kaznické linky (840 840 840) nebo na kterémkoliv kontaktním místě Skupiny ČEZ.

Produkty a distribuční sazby

Při pohledu do ceníku svého dodavatele elektřiny narazíte na dva důležité pojmy: **produkt** a **distribuční sazba**. Abychom lépe pochopili, co oba výrazy znamenají, představme si elektřinu jako jakékoliv jiné zboží. **Produkt** je právě ono zboží, které nabízí obchodníci s elektřinou zákazníkům. Stejně jako u jiného běžného zboží se může lišit nejrůznějšími parametry, službami, které jsou k němu nabízeny a také cenou. Zákazník dnes už

Jak si produkt a distribuční sazbu vybrat?

Na následujících příkladech vám ukážeme typické domácnosti, které využívají elektřinu různým způsobem, a doporučíme vhodné produkty a příslušné distribuční sazby. Součástí příkladů je i vzoreček pro výpočet roční platby za elektřinu – pokud se vaše domácnost podobá některé z níže uvedených, stačí do vzorečku dosadit vaši roční spotřebu.

Příklad 1: Paní bydlí sama v bytě 1 + 1, elektřinou svítí, má elektrickou troubu a další běžné domácí spotřebiče.
Produkt silové elektřiny: D Standard
Distribuční sazba: D01d/D02d
Jistič: Do 3×10A nebo 1×25A
Platby: stálá platba 552 Kč/ročně + (3745 Kč x roční spotřeba MWh ve VT)
U tohoto produktu lze volit ze dvou distribučních sazeb, výběr bude záviset na celkové spotřebě. Vzhledem k využívání elektrické trouby (má relativně vysoký příkon) přichází v úvahu spíše sazba D02d. Při nižší celkové spotřebě to bude D01d. O výběru sazby se paní může informovat na zákaznické lince svého dodavatele, který má informace o minulé spotřebě a může tak správnou sazbu nejlépe doporučit.

Příklad 2: Manželský pár v bytě 2 + 1 elektřinou svítí, mají elektrickou troubu, běžné domácí spotřebiče a také elektrický bojler na ohřev vody.
Produkt silové elektřiny: D Akumulace B
Distribuční sazba: D25d
Jistič: od 3×20A nebo 3×25A, eventuelně 1×25A
Platby: stálá platba 1692 Kč/ročně + (3514 Kč x roční spotřeba MWh ve VT) + (1220 Kč x roční spotřeba MWh v NT)
Produkt silové elektřiny se odvíjí od toho, že v domácnosti je instalován bojler – ten umožňuje využít 8 hodin nízkého tarifu (snižená sazba za odebranou kWh elektřiny). Distribuční sazba je jednoznačně D25d – protože domácnost nepoužívá elektřinu k akumulaci vytápění, nebyly by splněny podmínky D26d.

Příklad 3: Čtyřlidská rodina bydlí v rodinném domě vytápěném elektřinou, mají elektrickou troubu a další běžné domácí spotřebiče. K topení používají tepelné čerpadlo.
Produkt silové elektřiny: D Tepelné čerpadlo
Distribuční sazba: D56d
Jistič: od 3×25A nebo 3×32A
Platby: stálá platba 2832 Kč/ročně + (1699 Kč x roční spotřeba MWh ve VT) + (1517 Kč x roční spotřeba MWh v NT)
Pro výběr produktu i distribuční sazby je určující využití tepelného čerpadla. Díky tomu může domácnost využít výhod platnosti nízkého tarifu (snižená sazba za odebranou kWh elektřiny) 22 hodin denně.

Příklad 4: Rodina vlastní chalupu, kde stráví tři až čtyři měsíce z roku. Elektřinou svítí, mají elektrickou troubu, další běžné domácí spotřebiče a také elektrický bojler na ohřev vody a přímotopy.
Produkt silové elektřiny: D Akumulace B/D Přímotop/D Víkend
Distribuční sazba: D25d/D45d/D61d
Jistič: od 3×20A do 3×40A
Platby: stálá platba 2364 Kč/ročně + (1699 Kč x roční spotřeba MWh ve VT) + (1518 Kč x roční spotřeba MWh v NT)

V tomto případě je na výběr hned z několika produktů a distribučních sazeb. Rozhodující je zejména způsob využití chalupy. V případě, že je využívána převážně o víkendech, vyhovuje produkt D Víkend a sazba D61d. Je-li chalupa využívána 3–4 měsíce kontinuálně v letním období, vyhovuje nejlépe D Akumulace B – přímámi využití elektřiny totiž bude na ohřev vody, přímotopy se zapnou spíše na temperování. Jde-li ale o chalupu v horách, využívanou hlavně v zimě, pak je nutno využít D Přímotop a D45d (pokud jsou splněny podmínky distribuční sazby).

Příklad 5: Tříčlenná rodina bydlí v rodinném domě, ve kterém svítí elektřinou, vlastní elektrickou troubu, běžné domácí spotřebiče a topí akumulacími kamny.
Produkt silové elektřiny: D Akumulace B
Distribuční sazba: D25d/D26d
Jistič: od 3×25A do 3×40A
Platby: stálá platba 5868 Kč/ročně + (1814 Kč x roční spotřeba MWh ve VT) + (1207 Kč x roční spotřeba MWh v NT)
Instalované akumulací kamna umožňují využít 8 hodin nízkého tarifu denně. Pokud jde o volbu distribuční sazby, záleží na celkové spotřebě elektřiny – s ohledem na využití elektřiny k vytápění to bude pravděpodobně D26d. Pokud je spotřeba nižší, přichází v úvahu sazba D25d.

Příklad 6: Manželský pár žije v rodinném domě, manžel je domácí kutil, má dílnu a v ní elektrické nářadí (rozbrušovačku, hoblovačku, cirkulárku...
Produkt silové elektřiny: D standard
Distribuční sazba: D02d
Jistič: od 3×20A do 3×32A
Platby: stálá platba 1572 Kč/ročně + (3189 Kč x roční spotřeba MWh ve VT)
Rodina nemá vzhledem ke spotřebičům jinou volbu než produkt D standard. Distribuční sazba bude bezpochyby D02d, protože popisované nářadí spotřebu elektřiny zvyšuje.

Příklad 7: Pětčlenná rodina bydlí v činžovním domě, svítí elektřinou, má elektrickou troubu, další běžné domácí spotřebiče, kombinovaný kotlík (je na plyn, ale teplou vodu rozvádí do radiátorů elektřinou) a elektrický bojler.
Produkt silové elektřiny: D Akumulace B
Distribuční sazba: D25d
Jistič: od 3×20A do 3×25A
Platby: stálá platba 1452 Kč/ročně + (3514 Kč x roční spotřeba MWh ve VT) + (1220 Kč x roční spotřeba MWh v NT)
Tato rodina se charakterem příliš neliší od příkladu 2, instalovaný bojler umožňuje využít produkt D Akumulace B a tedy 8 hodin nízkého tarifu denně. Protože domácnost nepoužívá akumulací kamna, tak je nejvhodnější distribuční sazbou jednoznačně D25d.

zelená energie

přeskočte na zelenou

Síla přírody je nevyčerpatelná. Neustále se obnovuje a svou energii z ní čerpá vše živé. Proč byste nemohli i Vy?

Zelená energie je elektřina vyrobená z obnovitelných zdrojů – vody, slunce, větru a biomasy. Zaplatíte za ni jen o deset haléřů za kilowatthodinu víc než za běžnou elektřinu* a budete mít jistotu, že jste udělali něco pro životní prostředí. Váš příspěvek bude věnován na další rozvoj využívání obnovitelné energie.

Více informací a možnost objednání na lince 840 840 840 nebo na www.zelenaenergie.cz.

Zelená energie – pro ty, kdo myslí ekologicky

Obor, který ovlivňuje řízení a rozhodování ve firmách i veřejném sektoru

Komora certifikovaných účetních (dále jen Komora) jako samosprávná profesní organizace sdružující profesní (certifikované) účetní v České republice funguje již od roku 1999. V současnosti je samostatnou organizační složkou Svazu účetních a jeho prostřednictvím je Komora členem Mezinárodní federace profesních účetních - IFAC (International Federation of Accountants). Organizace IFAC určuje tón na poli účetnictví a auditu a v současné době zahrnuje více než 160 členských organizací ze 120 zemí a reprezentuje více než 2,5 mil. profesních účetních.

K základním úkolům Komory vymezených v jejím statutu patří přispívat k rozvoji a zkvalitnění účetní profese v České republice a poskytování odborného a dalšího servisu svým členům. Komora je správce nezávislé účetní profese v České republice a garantuje vysokou etickou a odbornou úroveň profesních (certifikovaných) účetních.

Kdo je certifikovaný účetní a co je certifikace?

Certifikace účetních, která v letošním roce oslaví svoje desetileté výročí, byla vytvořena v rámci programu PHARE v roce 1997 ve spolupráci s celosvětově uznávanou britskou organizací sdružující profesní účetní - Asociací certifikovaných účetních - ACCA (Association of Chartered Certified

Accountants). Certifikace účetních je určena všem účetním, kteří chtějí deklarovat věrohodným způsobem svoji kvalifikaci a chápou svoji profesi jako obor, kterým výrazným způsobem ovlivňují řízení a rozhodování ve firmách i veřejném sektoru. Úzkou provázanost s ACCA dosvědčuje i fakt, že absolventům certifikace je při vstupu do systému ACCA uznána řada zkoušek.

Stejně tak již od počátku certifikace uznala Evropská asociace manažerských účetních - EMEA (European Management Accountants Association) úroveň certifikátu bilanční účetní jako srovnatelnou s titulem "Bilanzbuchhalter" v členských zemích EMEA (Rakousko, Německo a Švýcarsko).

Systém certifikace se orientuje na nejširší

základnu odborníků zabývajících se účetnictvím a finančním managementem - poskytuje vzdělání v oborech nezbytných pro výkon činnosti účetního od nejnižší odbornosti až po špičkové pozice finančních manažerů.

Certifikovaným účetním se stane každý, kdo složí předepsané zkoušky, splní potřebnou praxi a další podmínky.

Certifikace je postavena na následujících čtyřech pilířích:

- teoretické znalosti,
- praktické dovednosti,
- etický kodex,
- kontinuální profesní vzdělávání.

Podle dosažené praxe a teoretických znalostí ověřených úspěšným složením zkoušek je systém certifikace rozčleněn do tří stupňů - účetní asistent, bilanční účetní a účetní expert. Systémem certifikace již prošlo nebo v něm nyní působí cca 8500 uchazečů a z toho zhruba třetina již získala certifikát jednoho ze tří stupňů.

Co nabízí certifikovaný účetní?

Certifikovaný účetní je erudovaným odborní-



kem, který poskytuje expertizu se širokým záběrem účetních a finančních agend, jako např.:

- finanční a manažerské účetnictví,
- mezinárodní účetní standardy,
- konsolidace,
- finanční analýza a strategie,
- daňové poradenství,
- auditing,
- finanční management.

Seznamy certifikovaných účetních vede Komora a veřejnosti jsou přístupné na internetových stránkách Komory, www.komora-ucetnich.cz.

Každý stupeň certifikace vyžaduje minimálně dva roky praxe. Účetní, který je držitelem certifikátu na stupni účetní expert tedy splňuje kromě teoretických znalostí podmínku minimálně šest let praxe a navíc také podmínku vysokoškolského vzdělání.

Složením zkoušek a získáním certifikátu však vše nekončí. Certifikovaný účetní je zavázán udržovat si odbornou způsobilost dodržováním etického kodexu a formou tzv. kontinuálního profesního vzdělávání (podmínky KPV vycházejí též z Mezinárodního vzdělávacího standardu IES č. 7 - Program celoživotního vzdělávání a kontinuální rozvoj profesní způsobilosti).

Komora podporuje kontinuální profesní vzdělávání vyhlášováním prioritních témat, která reflektují nejnovější metody a trendy. Stejně tak lze podporu Komory nalézt v pořádání vlastních vzdělávacích akcí pro své členy a ve spolupráci s ostatními vzdělávacími agenturami. Na plnění těchto povinností dohlíží Komora prostřednictvím svých orgánů - konkrétně etické a disciplinární komise.

Spoluprací s certifikovaným účetním získávají zaměstnavatelé a firmy kompetentní odborné služby reflektující současnou praxi a metody a vysoký etický standard.

Ing. Mgr. Jana Markovičová
místopředsedkyně Komory certifikovaných účetních
Štěpánská 28, 110 00 Praha 1
markovicova@komora-ucetnich.cz

Rok od uzavření dohody plynárenských společností se státem

Již 16. 3. 2007 uplyne přesně rok od podpisu tzv. Dobrovolné dohody k "Programu podpory alternativních paliv v dopravě - zemní plyn". Tehdy byla totiž v Praze na Žofíně slavnostně podepsána "Dohoda o rozšíření zemního plynu jako alternativního paliva v dopravě". Dohoda byla projednávána od července 2005 ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO), ministerstvem dopravy (MD) a ministerstvem životního prostředí (MŽP) spolu s "vyjednávacím týmem": se zástupci České plynárenské unie (ČPU), Českého plynárenského svazu (ČPS) a Svazu průmyslu a dopravy ČR (SPD). Důvodem pro uzavření dohody bylo jak (zejména v poslední době velmi aktuální) snížení závislosti na ropě, tak i potřeba snížení emisí. Dohoda naplňuje usnesení vlády ČR č. 563 z 11. května 2005, kterým byl schválen "Program podpory alternativních paliv v dopravě - zemní plyn". Tímto usnesením dala vláda zelenou rozvoji využití zemního plynu v dopravě s cílem dosáhnout do roku 2020 minimálně 10% podílu na spotřebě zemního plynu na celkové spotřebě pohonných hmot v dopravě. Usnesení vlády ČR je v souladu s Bílou knihou evropské dopravní politiky (White Paper on European Transport Policy). S větším využíváním plynu v dopravě počítá i Národní program

hospodárného nakládání s energií a využívání jejích obnovitelných a druhotných zdrojů. V rámci uzavření dobrovolné dohody se zástupci státní správy spolu s vyjednávacím týmem plynárenství před rokem shodli, že budou podporovat výstavbu plnicích stanic, jak na hlavních silničních tranzitních tazích, tak i na komunikacích místní a regionální úrovně. V současné době bude možno v Česku natanakovat zemní plyn (CNG) již u šestnácti čerpacích stanic, pět nových bude otevřeno v Ostravě, Karlových Varech, Mladé Boleslavi, Ústí nad Labem, Brně a Táboře - a to od března 2007. Usnesení vlády č. 563 ze dne 11. května 2006 navíc konkrétně hovoří o doporučení hejtmánů a primátorů měst s městskou hromadnou dopravou zavést krajské a městské příspěvky na pořízení autobusů na plynový pohon pro městskou dopravu a veřejnou linkovou dopravu. Společně se navíc budou stát i plynárenské společnosti podílet na komunikační kampani, která seznámí širokou veřejnost s výhodami pohonu vozidel na zemní plyn a s bezpečností provozu těchto vozidel. Hlavní body loni podepsané dohody lze shrnout následovně:

Stát se zavázal:

- spotřební daň na CNG do roku 2020 stanovit nejvýše na úrovni minimální spotřební daně dle směrnice EU,
- provést analýzu možnosti převodu části vozového parku státních orgánů a jím řízených institucí na zemní plyn v rámci pravidelné obměny vozidel,
- nadále finančně přispívat z Fondu dopravy na nákup, či přestavbu plynových autobusů
- podporovat jednání s tuzemskými výrobci automobilů o zahájení sériové výroby vozidel na CNG.

Plynárenské společnosti se zavázaly:

- vybudovat postupně do roku 2020 celkem 100 plnicích stanic na CNG (celková investice cca 1 mld. Kč),
- přispívat ke státní podpoře na plynifikaci autobusů MHD a veřejné linkové dopravy částkou 200 tis. Kč na 1 autobus do celkové částky 10.mil. Kč ročně.

Cílem pro plynárenství je podstatně zvýšit podíl zemního plynu v dopravě a dosáhnout hodnoty až 800 mil. m³ v roce 2020.

Ing. Jaroslav Tománek,
Česká plynárenská unie



Podnikatelé mají zájem o riziková pojištění, manažeři firem využívají kapitálová životní pojištění

pokračování ze strany 1

K předávání srozumitelných informací využijeme veškeré dostupné prostředky, pracujeme na nové koncepci webových stránek, kde problematice pojistných produktů a obecných informací z oblasti pojištnictví bude věnován podstatně větší prostor. Podílíme se na tvorbě veřejného vzdělávacího portálu, zaměřeného na poskytnutí komplexních informací z oblasti finančního trhu. Samozřejmě v naší komunikaci směrem ke klientovi hraje velkou roli spolupráce s médii.

Ptám se proto, že v posledních měsících je u vás mnoho nového: sídlo, logo, webové stránky, snaha více se zviditelňovat, otevřít se, a pravděpodobně nejen médiím. Co budete chtít sdělovat a komu především?

Tyto změny, které uvádíte, jsou externě viditelnou stránkou všech změn, které se v asociaci dějí. Mnohem podstatnější změny se však dějí uvnitř společnosti, v systému práce, v aktivním zapojení jednotlivců do řešení úkolů. Z asociace se stává dynamická instituce s moderními řídicími prvky a stabilním týmem lidí, kteří se podílí na nastavení nových procesů činnosti a jejich realizaci.

Výše zmíněnými změnami chceme samozřejmě ještě více posílit vnímání ČAP vůči trhu i partnerům a větší akceschopnosti celého týmu. Naše komunikace směřuje jak k našim členským pojišťovnám, tak směrem k orgánům státní správy, ale zároveň chceme poskytovat kvalitní a srozumitelné informace o pojistném trhu veřejnosti.

Nabídnete také něco nového vlastním členům?

Začátkem roku jsme zahájili práce na analýze potřeb ČAP v oblasti informačního systému asociace. Na základě výsledků budeme rozhodovat, jak se bude dále tento systém vyvíjet s cílem zjednodušit, urychlit a zkvalitnit zpracování dat tak, abychom byli schopni poskytovat více strukturovaných informací v kvalitnější podobě jak členským pojišťovnám, tak celému trhu. Kromě toho ČAP chystá řadu odborných seminářů, které budou určeny pro zaměstnance pojišťoven. Připravujeme i projekty vedoucí k eliminaci podvodných jednání při hlášení škodných událostí a jejich snadnějšímu odhalení při likvidaci.

Měla by se rozšiřovat členská základna?

Samozřejmě. O členství může požádat každá pojišťovna, která splňuje podmínky dané stanovami ČAP. V poslední době zažádaly o členství další dvě významné pojišťovny. Rostoucí zájem o členství ČAP nás těší, je to pro nás pozitivní zpětná vazba k naší práci. Současně se podíl našich členů na celkovém trhu již definitivně přibližuje k hranici 100 %.

Se kterými profesními organizacemi hlouběji spolupracujete nebo se chystáte navázat kontakty?

Klíčovým partnerem asociace v mezinárodním měřítku je sdružení evropských pojišťovacích asociací CEA. Díky členství ČAP v této organizaci máme možnost ovlivňovat dění na evropské úrovni a také si vyměňovat postupy a informace na jednotlivých trzích Evropské unie. V národních podmínkách spolupracujeme především s Českou bankovní asociací, Asociací penzijních fondů, Asociací českých pojišťovacích makléřů a oběma asociacemi sdružujícími zprostředkovatele, tj. AFIZ a USF. Samozřejmě výčet našich dalších partnerů je výrazně větší.



Pamatujete se na vaši první vámi uzavřenou pojistnou smlouvu? Čeho se týkala?

Svoje první pojištění jsem sjednával v roce 1993 při nákupu nového vozu a posléze v roce 1997 následovaly pojistky mého bytu a domácnosti společně s pojištěním odpovědnosti.

Tvrdí se, že pojišťit se dá úplně všechno. Ale vy dobře víte, že to tak není. Co se tedy např. v podmínkách České republiky skutečně pojišťit nedá?

Obecně lze tedy říci, že se nepojišťují rizika, která jsou pro pojišťovny příliš velká. Pokud má však klient zájem o nestandardní pojištění, mohou pojišťovny zvážit všechna rizika požadavku a pojištění buď odmítnout nebo stanovit individuální pojistné sazby.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

REICO umožní drobným klientům investovat do nemovitostí

Dceřiná společnost České spořitelny REICO získala 9. února 2007 licenci od ČNB pro svůj nemovitostní fond. ČS nemovitostní fond je tak prvním realitním fondem pro drobné investory na tuzemském trhu. Společnost REICO začne fond prodávat v březnu ➡

premium
PROSPERITA.INFO

Společnost PPL má další modernizované depo

Společnost PPL CZ počátkem nového roku přesunula jedno ze svých páteřních dep - depo 06 Brno. Depo se nyní nachází v nově vybudovaném, moderním objektu a je vybaveno pokrokovou třídící a přepravní technologií Van Riet. Společnost pokládá modernizaci dep a technologií za jeden z nejdůležitějších kroků na cestě k zajištění prosperity. ➡

ČSOB Leasing - rekordní výsledek za rok 2006

Společnost ČSOB Leasing, stálá jednička českého leasingového trhu, profinancovala v roce 2006 předměty v celkové pořizovací ceně 21,77 miliard korun bez daně z přidané hodnoty. V porovnání s rokem 2005 objem obchodů vzrostl o 3,53 miliardy korun, tedy o více než 19 %. ČSOB Leasing poprvé překonal hranici 20 miliard Kč a dosáhl tak historicky rekordního obrátu. Výrazný růst obchodů se týká všech komodit financovaných ČSOB Leasing. ➡

Factoring překonal další metu

Podle nejnovějších údajů za rok 2006 si factoringová společnost Transfinance udržela pozici dlouhodobě jedničky v oblasti financování zahraničních pohledávek. Svým obratem 27 miliard Kč významnou měrou přispěla k premiérovému pokoření hranice 100 miliard obrátu za celé odvětví. Společnost Transfinance ovládá 25,8 % domácího factoringového trhu a v uplynulém roce opět vylepšila své výsledky. Její celkový obrat dosáhl 27 miliard Kč, což v porovnání s rokem 2005 znamená navýšení o plných 5 miliard Kč. ➡

Spotřeba a emise CO₂ pro model Focus 1,6 Duratec: město/mimo město/kombinovaná - 8,7/5,5/6,7 l/100 km; CO₂: 159 g/km. Foto je pouze ilustrační. Na nabídku se podívejte podél FORD MOTOR COMPANY společnosti a participujícími autorizovanými partnery Ford.

Svou cestou



Focus Gold Trend+ již od 399 990 Kč

Atlantská cesta, Norsko: i tady, v místě silných bouří, potvrdil Ford Focus své vynikající jízdní vlastnosti! Akční model Focus Gold má ve výbavě Trend+ klimatizaci, 6x airbag, rádio s CD, ABS, centrální zamykání s dálkovým ovládáním, palubní počítač, el. ovládaná a vyhřívaná zpětná zrcátka, el. ovládaná přední okna, 4letou záruku Ford Protect atd. **Ušetříte až 131 000 Kč!** Na **FordLeasing** pořídíte 5 dv. Focus Gold již od 349 990 Kč. Více u prodejců Ford, na www.ford.cz nebo 800 555 109.

FordFocus Gold

Feel the difference



Informace Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže

Bezdrátová Praha

V médiích jsem zaznamenal přípravu další stížnosti na projekt magistrátu hlavního města Prahy - Bezdrátová Praha, který má umožnit bezplatný přístup k internetu. Příklad je zajímavý nejen z pohledu, že jde o relativně novou oblast hospodářské soutěže, ale také proto, že zde nejde o podporu klasickému podnikatelskému subjektu. Subjektem, který zde díky využití veřejných financí působí v očích konkurentů potíže, je město. I město je však v případě, že vyvíjí ekonomickou činnost, soutěžitelem, a tím předmětem hledáčku soutěžního práva.

Obě strany sporu uvádí řadu argumentů pro obhajobu svých postojů a případ je řešen, jak známo, i na úrovni Evropské komise, která má výhradní pravomoc rozhodovat o slučitelnosti veřejných podpor.

Domnívám se, že je vhodné situaci okomentovat i z pozice Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS), tedy orgánu, který má v otázkách veřejné podpory, a tím možného narušení hospodářské soutěže poradenskou a koordinační roli, a ke kterému bude stížnost pravděpodobně rovněž směřovat.

Při posuzování dané otázky je třeba aplikovat přímo právo Evropských společenství. Komuni-



Kamil Rudolecký, 1. místopředseda ÚOHS

tární právo sice nemá konkrétní úpravu pro tuto specifickou oblast, Evropská komise však vydala v oblasti podpory broadbandu již 22 rozhodnutí v 10 členských zemích. Přitom zvláště rozhodnutí z léta minulého roku č. 35/2005, týkající se holandského případu města Appingedam stojí za pozornost, neboť zde Komise veřejnou podporu poprvé nepovolila.

Každý případ je nutno posuzovat individuálně a zohlednit specifické místní podmínky. Zohled-

nit je třeba rovněž nezbytnost a přiměřenost podpory. Evropská komise bere v potaz charakter oblastí, kde se infrastruktura realizuje, a rozlišuje z pohledu dostupnosti internetu různé obsazené oblasti.

Podpora na pasivní infrastrukturu (tj. infrastrukturu přenášející data), a to za předpokladu, že je budována v místě, kde dosud neexistuje žádný operátor realizující vysokorychlostní internet, a pokud spadá do kategorie základního vybavení pro občany, nepředstavuje z hlediska existence zakázané podpory problém.

V případě venkovských, vzdálenějších a méně osídlených oblastí, kde je nabídka vysokorychlostního internetu stávajícími tržními operátory nedostatečná pro uspokojení základních potřeb občanů, se jedná o tzv. bílá místa.

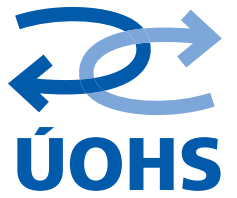
V oblastech, kde internet je sice dostupný, ale působí zde pouze jeden operátor, se může jednat o veřejnou podporu, která však může být Evropskou komisí povolena, neboť umožňuje na daném trhu rozvoj soutěžního prostředí. Jde o tzv. šedé oblasti. Velice problematická je však situace v tzv. černých oblastech, tedy tam, kde jsou k dispozici různé broadbandové služby prostřednictvím nejméně dvou konkurenčních infrastruktur. Zde je třeba uvést, že Praha rozhodně nepatří mezi oblasti, kde by byl požadovaných kapacit nedostatek.

V případě Appingedam obdržela Komise stížnosti

obdobné jako v případě Prahy, tedy že investice města vytěsní současné a budoucí komerční investice. Bylo namítáno, že intervence města není třeba, neboť současná infrastruktura je k dispozici. Pokud by šlo o výše zmíněné budování obecné infrastruktury nebo službu obecného zájmu, princip tržního investora či nenaplnění všech definic-ních znaků veřejné podpory, bylo by možno veřejné prostředky uvolnit. Evropská komise však vyloučila, že by se jednalo o tyto případy. Komise prokázala, že na daném trhu nedochází k jeho selhání a veřejné investice by měly efekt právě opačný, tj. utlumily by přirozený zdravý tržní vývoj.

Pokud město využije na vybudování sítě své interní prostředky, je nutno rovněž posoudit, zda jedná či nikoliv jakožto tzv. soukromý investor. Pokud by se tedy jednalo o projekt, který je ziskový a zajistí v rozumné době návratnost vložených prostředků města, nejde o veřejnou podporu, ale o jednání na komerčním bázi. Tuto formu však prozatím v pražském případě neshledávám. Závěrem chci říci, že přestože budování broadbandové infrastruktury je v souladu s celkovou politikou Evropské komise, která chce do roku 2010 dosáhnout pokrytí celé Evropy broadbandem, je opatrnost nanejvýš na místě.

pokračování na straně 10



"Kontakt - Kontrakt 2007"

Na základě profilu a kooperačních požadavků Vaší firmy Vám v rámci projektu match2succeed domluvíme obchodní schůzky během mezinárodního strojírenského veletrhu MSV 2007 v Brně!



**MSV 2007, Brno - Výstaviště
3. - 4. 10. 2007**



PŘIPRAVENO SPECIÁLNĚ PRO VÁS:

- možnost zúčastnit se jak tradičního veletrhu, tak jednání podle časového harmonogramu jednotlivých schůzek
- plán schůzek obdržíte ještě před veletrhem
- prostory pro jednání přímo v areálu veletrhu
- zdarma vstupenka na veletrh, katalog
- konzultace během akce s experty z různých zemí
- další doprovodný program
- nové informace, znalosti a zkušenosti
- ověření Vaší konkurenceschopnosti
- vstup na mezinárodní trh



Účastnický poplatek je 100,- EURO

NAJDETE ZDE PARTNERY z oboru strojírenství a firmy z 20 evropských zemí

NABÍZÍME VÁM:

- garanci obchodních jednání dle časového rozpisu v jednací aréně BVV - získání nových kontaktů, obchodních partnerů, zákazníků
- úsporu času a peněz
- pomoc při zpracování profilu Vaší společnosti
- prezentaci a propagaci Vaší firmy na stránkách projektu www.match2succeed.com a katalogu účastníků
- jednání s vystavovateli i návštěvníky veletrhu
- naši asistenci před - v průběhu - po akci

Více informací:

Regionální hospodářská komora Brno / Euro Info Centrum Brno CZ646
Oto Hrdlička
Výstaviště 1, areál BVV
648 04 Brno
tel: +420 532 194 918, fax: +420 532 194 938
zahranici@rhkbrno.cz



"Tento projekt byl vytvořen za finanční podpory Evropské unie."

Euro Info Centrum Brno CZ646

Otevřeme Vám dveře do EU

- Aktuální informace
- Obchodní spolupráce
- Individuální asistence
- Přímá vazba na země EU



Aktuálně Vám nabízíme:

Obchodní schůzky během veletrhu HANNOVER MESSE 2007

Zúčastněte se s námi jednoho z největších a nejznámějších průmyslových veletrhů na světě. Setkejte se s potenciálními partnery, zákazníky a dodavateli a získáte nové zakázky a obchodní kontakty pro Vaši firmu.

Již třetím rokem můžete využít projektu b2fair, který Vám na základě vyplnění profilu a kooperačních požadavků Vaší firmy umožní schůzky s obchodními partnery, které si předem vyberete. Během jeho minulých dvou ročníků proběhlo více než 6500 schůzek, kterých se účastnilo 850 společností a 1500 manažerů.

Veletrhu v Hannoveru se každoročně účastní více než 200 tisíc návštěvníků a přes 6 tisíc vystavovatelů. Mezi obory se řadí např.: mikrotechnologie, energetika, průmyslová automatizace, digitalizace, věda a výzkum, povrchová úprava a práškování, hydraulická a pneumatická zařízení a další.

Účastnický poplatek je 250 Eur pokud přijedete jako návštěvník a 175 Eur pokud budete na veletrhu vystavovat.

V rámci servisu a organizačního zajištění Vám v ceně nabízíme: vyplnění a vložení profilu Vaší firmy do internetového katalogu účastníků, vytvoření programu schůzek dle Vaší žádosti, 2 vstupenky na veletrh, prezentaci a propagaci Vaší firmy na stránkách projektu.

Ubytování a doprava je individuální. (Rádi Vám pomůžeme se zajištěním, výhodné ceny ubytování při rezervaci hotelu do konce února.)

Termín pro přihlášení končí 16. března 2007

Více informací:

Regionální hospodářská komora Brno / Euro Info Centrum Brno CZ646
Výstaviště 1, areál BVV, 648 04 Brno
tel: +420 532 194 927
fax: +420 532 194 938
eicbrno@rhkbrno.cz
www.rhkbrno.cz/eic



Vytvořeno za finanční podpory Evropské unie

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

Počet zákazníků T-Mobile překročil 5 milionů

V roce 2006 společnost T-Mobile Czech Republic, a. s., ještě posílila svou pozici na českém mobilním trhu. K 31. 12. 2006 dosáhl počet aktivních SIM karet v síti magentového operátora 5,049 milionu. Za celý rok 2006 získal T-Mobile více než 415 tisíc zákazníků. ➡

Systém Helios Green - pomocník ve zdravotní péči

Úkolem Ústavu krevní hematologie a transfuze v Praze je, ve stručnosti řečeno, poskytování specializované a vysoce specializované zdravotní péče v oboru hematologie a transfuzního lékařství. Ústav je příspěvková organizace, zřízená Ministerstvem zdravotnictví ČR. V českém zdravotnictví působí již od roku 1952. ➡

Lze zachránit i nezalohovaná data

Společnost TDP-Ontrack, která je českou a slovenskou pobočkou vedoucí světové firmy v oblasti záchrany dat - Kroll Ontrack, vyvinula nástroj pro záchranu dat včetně adresářové struktury i z těžce poškozených souborových systémů UFS1 a UFS2, které jsou používány v operačních systémech FreeBSD, NetBSD, OpenBSD a dalších unixových distribucích typu BSD. "Je to dobrá zpráva především pro provozovatele profesionálních webových řešení," řekl Ing. Tomáš Kořínek, šéfvývojář společnosti TDP-Ontrack. ➡

Nová kampaň - "Bezpečný výběr z bankomatů"

Komunikace základních zásad a bezpečnostních pravidel, které by měl dodržovat každý držitel platební karty - to je cílem nové kampaně hlavního města Prahy. Kampaň bude komunikována prostřednictvím informační brožury a city lightů. Magistrát hlavního města Prahy spouští od února 2007 svou novou kampaň s názvem "Bezpečný výběr z bankomatů". Kampaň vypracovalo oddělení prevence kriminality hl. m. Prahy ve spolupráci s agenturou united people. ➡

Rekordní zisk a vstup do Formule 1 jsou posledními novinkami společnosti Santander

Hospodaření společnosti Santander Consumer Finance za rok 2006 je vysoko nad očekávanými výsledky. Zisk před zdaněním za rok 2006 činí 220 mil. Kč (125 mil. Kč po zdanění). Podle mezinárodních účetních standardů IFRS činí zisk před zdaněním 235 mil. Kč (136 mil. Kč po zdanění). "Letošní finanční výsledky jsou tak nejlepší v celé desetileté historii Santanderu na českém trhu. Výborných výsledků dosáhla společnost Santander Consumer Finance rovněž v dealerském velkoobchodním financování automobilů. Plán za rok 2006 byl překročen o rekordních 67 %, a to znamená dobré východisko pro rozvoj spolupráce s dealery v letošním roce," dodal Michal Němec, generální ředitel společnosti.

Za uplynulý rok bylo retailovým klientům profinancováno více než 2,4 mld. Kč a uzavřeno celkem 18 581 smluv. Včetně dealerského velkoobchodního financování dosáhl objem nových obchodů 3,9 mld. Kč. Vynikající výsledky přinesla výraznější orientace především na méně rizikové klienty a partnery. Společnost Santander Consumer Finance tak upevnila svou pozici v první desítku finančních institucí působících na českém trhu v segmentu úvěru a finančního leasingu nových i ojetých automobilů a poskytování hotovostních půjček.

Záměry na rok 2007

Obchodním cílem v roce 2007 je zvýšení objemu financování u nových vozů o více než 50 % ve srovnání s rokem 2006, u ojetých vozů je plánováno zvýšení více než 20 %. U hotovostních úvěrů se očekává v roce 2007 růst o třetinu ve srovnání s rokem 2006. Marketingovým záměrem je zvýšení povědomí o značce Santander v České republice a zdůraznění příslušnosti k silné mezinárodní finanční skupině.

Ambiciózní obchodní cíle jsou doprovázeny posílením obchodního týmu společnosti, který má přinést intenzivnější a osobnější kontakt s partnery i koncovými zákazníky a pokračováním technologického vývoje, který umožní zvýšit komfort dealerů při zpracování obchodních případů. V oblasti produktů pro financování vozidel se bude společnost po úspěšném uvedení posledních novinek - produktu "Lustrace zdarma" - orientovat na vývoj produktů, které přinesou koncovému zákazníkovi výhody ve formě zvyšování jeho právní jistoty a osobního bezpečí při používání zakoupeného vozu. V poskytování hotovostních úvěrů je hlavním záměrem rozšířit síť poboček a zlepšit tak fyzickou dostupnost hotovostního úvěru.

Santander 10 let na českém trhu

Společnost Santander Consumer Finance v letošním roce slaví desetileté výročí svého působení na trhu financování dopravní techniky v České republice. Od svého vzniku v roce 1997



uzavřela více než 120 000 smluv na financování nových či ojetých vozů. Od roku 2001, kdy byla v sídle společnosti otevřena první pobočka hotovostních úvěrů, se pobočková síť rozrostla na 11 regionálních klientských center. Za dobu působení bylo jejich prostřednictvím poskytnuto více než 25 000 bezúčelových hotovostních půjček.

Banco Santander slaví 150. výročí

Mateřská finanční skupina Santander slaví dokonce 150. výročí svého založení. Z místní banky, založené ve městě Santander k podpoře obchodu s Latinskou Amerikou se za tu dobu vyvinula jedna z největších finančních institucí v eurozóně a desátá největší na světě. Banco Santander má více než 129 000 zaměstnanců, 67 milionů klientů a síť 10 583 poboček ve 40 zemích po celém světě. Nabízí finanční služby privátní i korporátní klientele. Po ocenění "World's Best Bank 2005" získala Banco Santander i loni řadu významných cen. Mimo jiné "Best Retail Bank 2006 in EMEA (Europe, Middle East, Africa) udělované Retail Banker International nebo "Best Bank 2006" v Latinské Americe, ve Španělsku a Portugalsku, které získala od prestižního magazínu Euro-money.

Fernando Alonso a McLaren zdůrazňují novou image Santander

Mateřská skupina Santander letos vstoupila do světa Formule 1 jako sponzor stáje McLaren. Partnerství potrvá až do roku 2010. Mistr světa z loňského roku Fernando Alonso se tak stal novou tvář, která bude propagovat značku Santander po celém světě. Oficiální představení týmu a vozu proběhlo 14. ledna ve Valencii. "Sponzorství McLarenu je součástí strategie banky pro upevnění její pozice a zvýšení mezinárodního profilu značky Santander s cílem stát se jednou z deseti nejznámějších značek na světě. Kvalitní stáj a zkušený jezdec slibují v letošním roce dobrou umístění v nabitém kalendáři závodů Formule 1, a tím zvýraznění jména Santander. Například letošní britská Grand Prix ponese název Santander Grand Prix," informoval Michal Němec. Santander se stává jedním z hlavních sponzorů týmu McLaren Mercedes. "Pro marketingové záměry skupiny Santander v České republice představuje tento vstup do světa Formule 1 mimořádnou příležitost k propagaci značky. Přpravujeme aktivity, které zaujmou především příznivce motoristického sportu", informoval Marek Mucha, obchodní ředitel Santander Consumer Finance. (tz)

Změna banky na počkání i pro firmy

GE Money Bank přišla s výhodným kontem Genius Active, v rámci kterého vždy majitel dopředu ví, kolik měsíčně na bankovních poplatcích zaplatí. S kontem Genius Active klient ušetří, protože platí jeden měsíční paušál místo poplatků za jednotlivé služby a transakce. GE Money Bank je první bankou v České republice, která nový typ konta nabídla. Současně představuje novinku zvyšující mobilitu klientů v rámci českého bankovního trhu. Klient, který chce přejít do GE Money Bank, se již nemusí obávat zdoluhavého administrativně náročného procesu. Stačí navštívit kteroukoliv z 209 poboček GE Money Bank a o vše ostatní se zdarma postarají zaměstnanci banky.

Genius ACTIVE: nový přístup k bankovním poplatkům

"Při přípravě konta Genius Active jsme se inspirovali potřebami našich zákazníků i zkušenostmi ze zahraničí. Tam je účet založený na jednom paušálním poplatku značně využíván. Předpokládáme, že konta typu Genius Active budou do několika let výrazně dominovat i na tuzemském trhu," řekl Jan Rollo, ředitel retailového bankovníctví GE Money Bank.

GE Money Bank představuje nová konta Genius Active a Genius Active+, v rámci kterých klienti neplatí zvlášť poplatky za jednotlivé služby. Průzkumy dokazují, že lidé jsou ve využívání bankovních služeb a produktů stále aktivnější a o výši konkrétních poplatků často nemají přesnou představu. S účtem Genius Active zaplatí klient měsíční poplatek 119 Kč (169 Kč v případě Genius Active+), ale jednotlivé transakce a služby, které jinde platí samostatně, má již v rámci konta zahrnuty zdarma a může je využívat zcela bez omezení.

"Transparentnost, jednoduchost a finanční úspora, to jsou charakteristiky nového účtu Genius Active. Jako první banka v České republice představujeme nový přístup k bankovním poplatkům přinášející klientům řadu výhod v čele s výraznou úsporou peněz," řekla Monika Kubovcová, manažerka retailových produktů GE Money Bank. "Většina lidí se nevyzná v současné záplavě bankovních poplatků a při otevření měsíčního výpisu z účtu tak mohou být nepřijemně překvapeni. Majitel nového účtu Genius Active zaplatí jeden výhodný paušál a za běžné využívání účtu a služeb už dál neplatí. Naši klienti neplatí mimo jiné za všechny příchozí a elektronické odchozí platby, výběry z bankomatu GE Money Bank. Klient může neomezeně "bankovat", přičemž vždy dopředu ví, že každý měsíc zaplatí stejně. Konto Genius Active tak přináší majiteli svobodu a s měsíčním paušálem navíc výrazně ušetří na bankovních poplatcích," dodala Monika Kubovcová.

V ceně účtu Genius Active (119 Kč) je zahrnuto:

- neomezené výběry z vlastních bankomatů v ČR
- zaslání pravidelného měsíčního výpisu

- všechny příchozí platby
- odchozí platby zadané elektronicky
- 2 embosované platební karty
- platební karta pro platby přes internet
- zadání a provedení trvalých příkazů
- zadání a provedení inkas včetně SIPO
- internetové bankovníctví
- gsm bankovníctví
- telefonní bankovníctví
- zřízení a vedení kontokorentu
- spořicí účet
- 50 sms měsíčně zdarma
- 1 vklad na pokladně měsíčně

To vše je zahrnuto v měsíčním poplatku a klient tak může využívat bankovních služeb bez omezení, aniž by se musel bát nárůstu nákladů. V případě konta Genius Active+ (169 Kč měsíčně) jsou navíc v paušálním poplatku zahrnuty některé operace na pobočkách GE Money Bank. Konkrétně jde o jeden výběr hotovosti a jeden příkaz k úhradě měsíčně zdarma. Bez poplatků je také zrušení nebo změna trvalého příkazu, SIPO a inkasa na pobočce GE Money Bank.

Pro potřeby podnikatelů připravila GE Money Bank konto Genius Business Active

Konto přináší klientům obdobné výhody jako je tomu u Genius Active. Za kompletní konto Genius Business Active zaplatí každý měsíc klient 159 Kč. Aktivnější podnikatelé mohou využít komplexnější verze konta Genius Business Active+. Za poplatek 349 Kč měsíčně klienti získají navíc 4 hotovostní vklady na běžný účet měsíčně (dohromady 5), 5 položek z převodních příkazů zadaných na pobočce a 1 výběr hotovosti na pobočce GE Money Bank.

Změna banky: stačí jedna návštěva pobočky

Klient, který není spokojen se službami své stávající banky a rozhodne se přejít do GE Money Bank, se nemusí obávat náročného administrativního procesu spojeného se změnou banky. Stačí přinést potřebné dokumenty na pobočku a podepsat žádost o změnu banky. Vše ostatní za něj bezplatně zařídí zaměstnanci GE Money Bank, aniž by klient musel navštívit svou původní banku. "Jedním z vážných problémů na tuzemském bankovním trhu je mobilita klientů a bariéry, se kterými se při změně banky setkávají. GE Money Bank jako první z tuzemských bank na současný stav reaguje a představuje novinku, která mobilitu bankovních klientů podporuje. Je to jeden z kroků, kterým chceme přispět k dalšímu rozvoji českého bankovního trhu," řekl Jan Rollo, ředitel retailového bankovníctví GE Money Bank. "Naším cílem je změnu banky co nejvíce usnadnit a učinit ji tak dostupnou pro všechny, které by bariéry od případné změny banky odrazovaly. Pro přechod k GE

Produktová specifikace Genius Business Active a Genius Business Active+		
Produkt	Genius Business Active	Genius Business Active+
Měsíční poplatek za vedení účtu	159 Kč	349 Kč
Měsíční výpis	0 Kč	0 Kč
Telefonické bankovníctví	0 Kč	0 Kč
Mobilní (GSM) bankovníctví	0 Kč	0 Kč
Internetové bankovníctví	0 Kč	0 Kč
Kontokorent - 10 000 Kč	0 Kč	0 Kč
Debetní karty (2 karty)	0 Kč	0 Kč
Internetová karta	0 Kč	0 Kč
Počet elektronických transakcí zdarma	neomezeně	neomezeně
Počet výběrů z vlastního bankomatu	neomezeně	neomezeně
Cena výběru z vlastního bankomatu	0 Kč	0 Kč
Cena výběru z cizího bankomatu	35 Kč	35 Kč
Cena výběru z bankomatu v zahraničí	100 Kč + 0,5%	100 Kč + 0,5%
Příchozí platby	0 Kč	0 Kč
Vklad na pobočce - (1x zdarma u Active; 5x zdarma u Active+)	6 Kč	6 Kč
Výběr na pobočce - (1x zdarma u Active+)	60 Kč	60 Kč
Platební příkaz na pobočce (1x zdarma u Active, 5x zdarma u Active+)	39 Kč	39 Kč
Platba - telefonické bankovníctví	0 Kč	0 Kč
Platba - internetové bankovníctví	0 Kč	0 Kč
Platba - GSM bankovníctví	0 Kč	0 Kč
Trvalý příkaz (provedení)	0 Kč	0 Kč
Inkaso (provedení)	0 Kč	0 Kč
SMS servis (odeslání SMS) - 50 měs.	0 Kč	0 Kč
Založení - SIPO na OM	0 Kč	0 Kč
Založení - inkaso na OM	0 Kč	0 Kč
Zrušení trvalého příkazu SIPO, Inkaso na OM	30 Kč	30 Kč
Změna trvalého příkazu SIPO, Inkaso na OM	30 Kč	30 Kč
Založení - SIPO přes ADC	0 Kč	0 Kč
Založení - inkaso Přes ADC	0 Kč	0 Kč
Zrušení trvalého příkazu SIPO, Inkaso přes ADC	0 Kč	0 Kč
Změna trvalého příkazu SIPO, Inkaso přes ADC	0 Kč	0 Kč

Money Bank nyní stačí jedna návštěva naší pobočky. Převod účtu a záležitosti s tím spojené za klienta zdarma vyřídí zaměstnanci GE Money Bank," dodal Jan Rollo. Změnu banky zájemce usnadní, pokud doloží 3 výpisy z účtu původní banky, adresy či alespoň přesné názvy zaměstnavatele a inkasních společností, spojovací číslo u SIPO a kopii starého příkazu k úhradě. Zaměstnanci GE Money Bank se budou snažit klientovi maximálně pomoci a chybějící údaje případně dohledat vlastními silami. GE Money Bank zajistí převedení klientových prostředků na nový účet, domluví se zaměstnavatelem zaslání mzdy na nový účet, zruší platby u původní banky a nastaví platby u GE Money

Bank. Na žádost klienta zruší produkty a služby u původní banky, převede trvalé příkazy či povolení k inkasu a informuje o novém účtu klientovy inkasní společnosti. Veškerý tento servis GE Money Bank poskytuje zdarma. Tato novinka je připravena v souladu s platnou legislativou, přičemž dle platných norem mají banky klientovi změnu finančního ústavu umožnit. "Na konci loňského roku jsme jako první velká banka představili Konsolidaci půjček a přes některé obavy je reakce ostatních bank spíše korektní. Proto věříme, že se ostatní banky budou chovat férově i v tomto případě a dle bankovního kodexu nebudou klientům přechod mezi bankami nijak ztěžovat," řekl Jan Rollo, ředitel retailového bankovníctví GE Money Bank.

Na opravu paneláků půjdou české i evropské peníze

Nově se bude na vlastníky domů včetně obcí pohlížet jako na podnikatele

Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB) má v letošním roce připraveno na opravy panelových domů zhruba 700 milionů korun. Další stovky milionů korun mohou vlastníci těchto domů získat do roku 2013 z fondů Evropské unie. Regenerace zastaralých domů by se tak mohla výrazně zrychlit. Potřeba kvalitních informací o aktuálních projektech se zvyšuje, URBIS INVEST může v dubnu nabídnout řadu příležitostí k jejich dalšímu načerpání.

Základním nástrojem české pomoci vlastníkům panelových domů je program Panel. Z něj poskytuje ČMZRB buď záruky za úvěry, které si vlastníci vezmou na opravy, nebo dotace na úhradu úroku z těchto úvěrů. "Sedm set milionů korun je částka, kterou máme nyní k dispozici. Budeme se ji ale snažit ještě navýšit," řekl generální ředitel Českomoravské záruční a rozvojové banky Ladislav Macka. V loňském roce poskytla banka z programu Panel 277 záruk za 1,17 miliardy korun a 839 dotací na úroky z úvěrů za 1,3 miliardy korun.

Unie si vynutila změny

Záruky banka poskytuje na celou dobu

splatnosti úvěru až do výše 80 % nesplacené jistiny, dotace na úhradu úroků až do výše 4 %. Vyplácí je postupně v pololetních splátkách po celou dobu splácení úvěru, nejvýše však po dobu 15 let od data uzavření smlouvy. Oproti loňskému roku se program Panel musel přizpůsobit evropské legislativě.

Jednou ze změn je to, že se nově bude na vlastníky domů včetně obcí pohlížet jako na podnikatele. Jiný je i postup, jakým se bude o podporu žádat. "Při podání žádosti budou majitelé předkládat jen část dokladů, které byly nutné loni," pokračoval L. Macka. Banka žádost posoudí a sdělí žadateli, zda může

podporu získat. Ten následně případně dodá ostatní doklady.

Peníze i z jiných fondů

Program Panel je základní, nikoliv však jedinou možnou podporou na opravy panelových domů, kterou mohou majitelé domů v České republice získat. Státní fond rozvoje bydlení poskytuje dotace na opravy panelových domů v havarijním stavu. Podle ředitele fondu Jana Wagnera lze na panelové domy využít i programy na opravy a modernizaci bytových domů nebo programy na podporu bydlení mladých. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR má zase program Regenerace panelových sídlišť. V letech 2007 až 2013 chce téměř 5 miliard korun na opravy českých sídlišť poskytnout také Evropská unie.

Poprvé i pomoc z EU

V minulých letech nebylo možné využít evropské peníze na regeneraci panelových domů, letos to již možné je. "Evropské peníze v objemu zhruba 750 milionů korun ročně půjdou na opravy panelových domů, na rekonstrukce síd-

lišť a jejich infrastrukturu a mimo jiné také na zajištění nového sociálního bydlení pro romské občany," uvedla mluvčí ministerstva pro místní rozvoj Jana Víšková. Peníze ze strukturálních fondů EU se tedy mohou využít například na úpravy sídlištního prostoru, budování či modernizaci rekreačních ploch, které jsou součástí sídlišť, zlepšení infrastruktury v rámci sídlištních celků, odstranění statických poruch nosných konstrukcí a opravy konstrukčních nebo funkčních vad konstrukce panelových domů či opravy a rekonstrukce technického vybavení domů.

Opravují se i "mladá" sídliště

Zásadní regenerací neprocházejí jen nejstarší panelové domy, ale také ty relativně mladé. Důkazem je například brněnská městská čtvrť Vinohrady, kde byly panelové domy dokončeny teprve zhruba před čtvrt stoletím. Regenerace zde má zahrnovat zejména výměnu oken, zateplení fasád i střech. Postupně by se jí mělo dočkat zhruba 1500 bytů, které spravuje městská část. Celkem je na Vinohradech 5100 bytů, ostatní byty jsou v majetku bytových družstev. Zdejší majitelé panelových domů se rádi podělí o své zkušenosti se svými kolegy ze všech koutů České republiky. Ideální příležitost pro to budou mít na nadcházejícím veletrhu Urbis Invest, který se uskuteční v polovině dubna na brněnském Výstavišti. (tz)

Modrá pyramida pomáhá po vichřici

Modrá pyramida stavební spořitelna opět pomáhá tam, kde je to nejvíce třeba. Vyčlenila 200 milionů korun na zvýhodněné úvěry na pomoc v oblastech zasažených nedávnou vichřicí či orkánem Kyrill. Zvýhodněné úvěry jsou určeny všem, kterým vichřice poškodila domovy. Úvěry jsou poskytovány se sníženou úrokovou sazbou až o 1 %, tedy již od 3,7 % p. a., do výše 300 tisíc korun. Modrá pyramida tyto úvěry vyřídí bez poplatku, přednostně, včetně urychlené výplaty peněz. Využít je mohou jak stávající klienti, tak všichni ti, kteří si jejich prostřednictvím budou chtít urychleně opravovat své domy a byty. Modrá pyramida nevyžaduje zvláštní potvrzení a je připravena tyto úvěry vyřadit ve všech svých poradenských centrech.

Modrá pyramida je dle objemu depozit třetí největší stavební spořitelnou v ČR, dle objemu poskytnutých úvěrů zaujímá druhou pozici. Klienti mají u Modré pyramidy naspořeno 57,5 mld. Kč, bilanční objem úvěrů činí 24,7 mld. Kč, bilanční suma 63,7 mld. Kč. V roce 2006, který byl neúspěšnějším rokem v historii Modré pyramidy, poskytla spořitelna rekordní objem úvěrů ve výši 10,5 mld. Kč, což je o 17,5 % více než v roce předcházejícím. Největší zájem je neustále o Hypoúvěry, kterých Modrá pyramida poskytla v loňském roce 8400 v objemu 6,9 mld. Kč. Rostoucí zájem o úvěry zaznamenává i začátkem letošního roku, kdy za první dva týdny poskytla úvěry již v objemu 500 mil. Kč. (tz)

Zemní plyn a významné stavby

Každý z nás zná zemní plyn a ačkoliv se dá využít např. i jako palivo pro auta v dopravě, jeho hlavní využití je jako palivo pro vytápění. Jedná se o moderní, ekologicky šetrný a komfortní způsob topení, které bylo proto zavedeno i v mnoha různých, historicky cenných a památkově chráněných objektech České republiky. Často bylo nutné hledat speciální technická řešení, aby systém vytápění nenarušil vzhled objektu, ani nepůsobil v žádném pohledu rušivě pro návštěvníky ani kolemjdoucí. Ukázalo se, že obecně známé výhody zemního plynu se mohou uplatnit v plné míře i tam, kde je třeba citlivě reagovat na místní podmínky a přizpůsobit se plně požadavkům vlastníků a uživatelů budov. Zemním plynem je v současnosti vytápěna většina centra Prahy. Ale ještě začátkem 90. let minulého století se v řadě zdejších kotelen páli- lo neekologické uhlí. Mezi pražské stavby, kde byl vybudován systém vytápění zemním plynem, patří tyto historicky či architektonicky cenné objekty: **Pražský hrad** - od 9. století se stal spolu s Vyšehradem sídlem českých knížat a králů, ale také centrem, kolem kterého se krystalizovalo osídlení a urbanistický rozvoj města. Pražský hrad se stal nejen symbolem Prahy, ale zejména české státnosti. Míra autentičnosti areálu Pražského hradu, přilehlých Hradčan, Malé Strany a Strahovského kláštera činí z této části města nepochybně nejznámější a nejceněnější památkový komplex Prahy zapsaný na listině kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Současně s rekonstrukcí teplovodního systému

Pražského hradu byla v roce 1999 nedaleko Jizdárny vybudována nová centrální kotelna na zemní plyn jako centrální zdroj tepla. Tento velice moderní systém je počítačově ovládán na základě změn venkovních teplot. **Staroměstská radnice** - byla postavena v polovině 14. století a v roce 1410 byl na radniční věži zřízen orloj. V 19. století se stala sídlem vedení města. Dnes radnice slouží reprezentačním účelům primátora hlavního města, kromě toho je zde svatební síň a výstavní prostory. V současné době je radnice zásobována teplem z plynové kotelny na nedalekém Mariánském náměstí. Zdejší blokovaná kotelna dodává teplo také Městské knihovně a úřední budově Magistrátu hlavního města Prahy na náměstí Franze Kafky, kde se spálí asi 600 tisíc m³ za rok. **Staronová synagoga** - byla vybudována židovskou obcí v poslední čtvrtině 13. století. Je nejstarší zachovanou synagogou v Evropě a je živou součástí světově proslulého komplexu Židovského muzea v Praze, které patří bohatstvím svých exponátů k těm nejvýznamnějším na světě. Většina synagog pražského židovského města používá pro vytápění zemní plyn. K připojení Staronové synagogy na plynovou kotelnu došlo v roce 1996. **Klášteř v Břevnově** - nejstarší klášter v českých zemích byl postaven v roce 993. Velkorysý barokní komplex vznikl až v první polovině 18. století zásluhou dvou vzdělaných a organizačně schopných opatů. V rámci rekonstrukce kláštera v 90. letech minulého století bylo vytápění zaměněno převážně za plynové (70 %), jen v několika repre-

zentačních sálech jsou využívány elektrické přímotopy. **Nostický palác** - raně barokní palác vznikl v druhé polovině 17. století. Po vzorové rekonstrukci se v roce 2002 stal sídlem ministerstva kultury. Plynová kotelna zde byla vybudována v letech 1996 - 1997 v půdních prostorách přímo pod střešou paláce. Rekonstrukce citlivě zachovala původní dřevěné trámy, které v kombinaci s moderními plynovými spotřebiči tvoří skutečnou raritu. **Rudolfínium** - stavba pojmenovaná po koruněm princí Rudolfovi byla zrealizována v letech 1876 - 1885. Od svého vzniku se tato budova stala významným kulturním centrem, kde se od roku 1946 koná Mezinárodní hudební festival Pražské jaro. Celý objekt, ve kterém je téměř tisíc místností, je vytápěn z nedaleké blokované plynové kotelny v budově Fakulty jaderné ČVUT, která vytápí také celou ČVUT i přilehlou konzervatoř. **Zemská porodnice** - jedna z nejstarších budov areálu pražské nemocnice na Karlově náměstí byla postavena v letech 1865 - 1875. Středotlaká parní a teplovodní kotelna ve Wenzigově ulici vyrábí již od roku 1987 páru a teplo pro celý nemocniční areál. Kromě Zemské porodnice zásobuje celou řadu klinik a dalších lékařských pracovišť. **Obecní dům** - tento secesní skvost vznikl mezi léty 1903 - 1912 jako reprezentační dům hlavního města a dodnes slouží jako koncertní síň, výstavní prostor, místo společenských setkání, plesů, recepcí apod. Vedle Rudolfína je také Obecní dům trvale spjat s konáním Mezinárodního hudebního festivalu Pražské jaro. Plynová kotelna, umístěná ve 2. suterénu budovy, byla vybudována v 90. letech 20. století.



Vytápět Obecní dům představuje vyrábět teplo pro zhruba 600 místností s celkovou kubaturou téměř 140 tisíc m³. **Müllerova vila** - patří k nejvýznamnějším a nejznámějším dílům moderní architektury. Vila byla dokončena v roce 1930, a velice náročně a precizně zrekonstruována byla na konci 20. století. O kvalitním výsledku svědčí i to, že rehabilitace byla v roce 2001 oceněna prestižní evropskou cenou za památkovou péči - Europa Nostra. Ve vile zůstal zachován původní unikátní systém ústředního topení s uhelnou kotelnou. Největším zásahem do vily bylo osazení dvou nových nástěnných závěsných nízkotlakových plynových kondenzačních kotlů a jejich napojení na stávající ústřední topení. **Tančící dům** - prvním podnětem k výstavbě této budovy byla myšlenka prezidenta Václava Havla vybudovat zde polyfunkční dům zasvěcený kultuře. Podle jednoho z hlavních architektů má stavba vyjadřovat pohyb, tanec a energii (její pracovní název byl Ginger a Fred podle dvojice slavných mezinárodních tanečnicků). Je to nepochybně nejznámější moderní architektura v Praze. Od realizace Tančícího domu v letech 1994 - 1997 je zde zemní plyn využíván pro vytápění celé budovy, přípravu teplé vody a pro přípravu pokrmů v restauraci La Perle Prague. Použitý typ hořáku je speciální konstrukce s dokonalým předvěšováním paliva a spalovacího vzduchu, zajišťující extrémně nízké hodnoty emisí škodlivin. (tz)

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

Cetelem - úvěry za téměř 9 miliard

Cetelem poskytl v roce 2006 úvěry za téměř 9 miliard korun, o 21 % více než v předchozím roce. Tento úspěšný výsledek podpořily novinky v oblasti kreditních karet a financování motorových vozidel. U nákupů na splátky roste zájem o pořízení počítače i o financování nákupů v internetových obchodech. ➡

premium
PROSPERITA.INFO

Vklady mají denní úročení

Česká spořitelna uvedla na trh Měnový prémiový vklad EUR 93 (MPV EUR 93), jehož výnos závisí na denním vývoji kurzu české koruny k euru. MPV EUR 93 se denně úročí úrokovou sazbou 0,3 % p. a. nebo 3 % p. a. Vyšší úroková sazba se použije v případě, že směnný kurz EUR/CZK vyhlášený ČNB pro daný den bude uvnitř stanoveného pásma (bez krajních hodnot). ➡

ČSOB - dobrá práce pojišťovacích poradců

ČSOB Pojišťovně se loni v obchodní činnosti dařilo. Její předepsané pojistné, tedy souhrnná částka, již platí klienti za sjednanou pojistnou ochranu v životním i neživotním pojištění, stoupla o 11,6 % na 7,674 miliardy korun. ČSOB Pojišťovna tak opět zvýšila svůj tržní podíl a posílila svou pozici čtvrté největší domácí pojišťovny. V životním pojištění vykázala ČSOB Pojišťovna růst předepsaného pojistného o 12 % na 4,432 miliardy korun. ➡

Společnost ACTIVA - o 8 % vyšší obrát

Obrát předního distributora kancelářských potřeb na českém trhu společnosti ACTIVA dosáhl v roce 2006 částky 1170 milionů Kč, což představuje 8% nárůst oproti předchozímu roku a mírně zvýšené tempo meziročního růstu. "K dosažení těchto ekonomických výsledků přispěl zejména vývoj na trhu kancelářských potřeb a úspěšná obchodní činnost, která vedla k nárůstu počtu zákazníků o 6 %," uvedl Martin Holoubek, vedoucí obchodní zástupce. ➡

Liška výrazně přispívá k financování bytové výstavby v ČR

O bchodní bilance za rok 2006 dokumentuje jedinečné postavení Českomoravské stavební spořitelny na trhu bydlení v České republice. Objemem poskytnutých úvěrů vytvořila nový rekord stavebního spoření a upevnila v rámci České republiky své postavení největšího poskytovatele úvěrů na bydlení obyvatelům. I nadále je u nás největší a nejvyhledávanější stavební spořitelnou, jejíchž služeb využívá na dva miliony klientů. A dobrých výsledků dosahuje též v penzijním připojištění a podílových fondech, tj. v produktech, které nabídku spoření a úvěrů od Lišky efektivně doplňují.

Celkový objem úvěrového obchodu ČMSS za rok 2006 je rekordní

Od roku 1993 do konce roku 2006 dosáhl objem poskytnutých úvěrů částky 121 miliard korun.

- Za dvanáct měsíců roku 2006 čerpali klienti ČMSS celkem 70 195 překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření.
- Celkový objem poskytnutých úvěrů dosáhl rekordní částky 23 miliardy korun. Oproti výsledkům za rok 2005 to znamená nárůst o více než 2,3 miliardy korun, čili 11,3 %.
- Objem poskytnutých překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření 23 miliard korun představuje nový historický rekord ČMSS i stavebního spoření v České republice.
- Téměř polovinu objemu úvěrových prostředků poskytnutých v roce 2006 směřovali klienti ČMSS do modernizace.

Nové byty a RD	14,6 %
Koupě bytu a RD	28,5 %
Modernizace	49,7 %
Ostatní	7,2 %

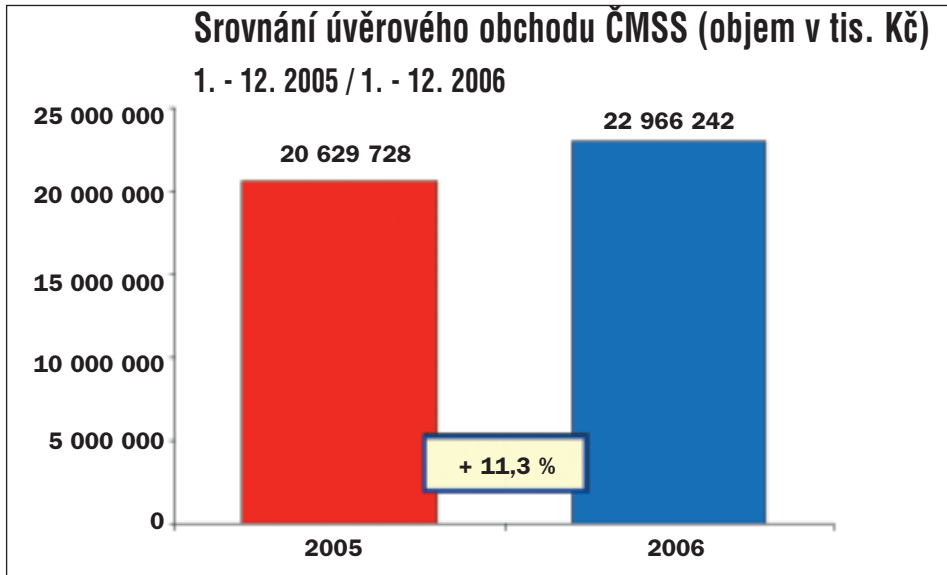
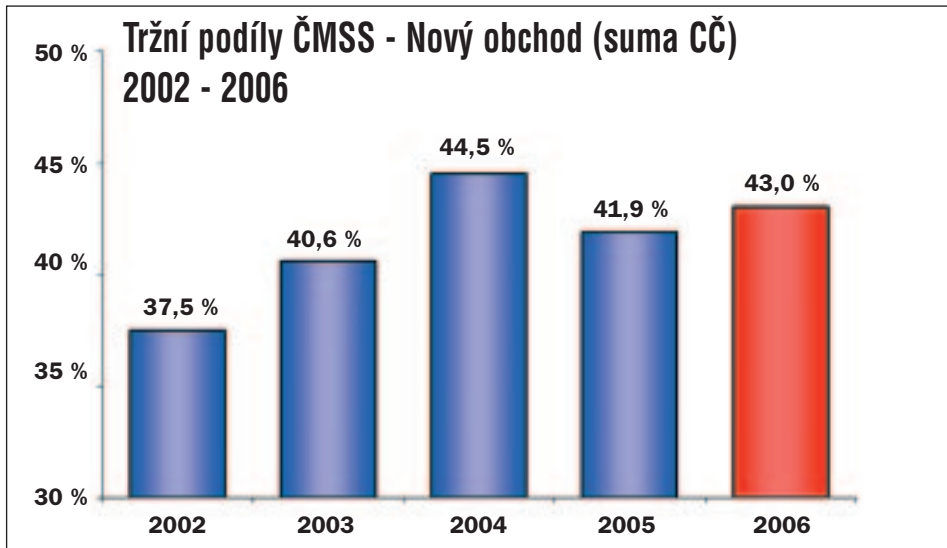
Zájem o stavební spoření ČMSS v roce 2006 dále vzrostl

Celkový počet smluv ČMSS od roku 1993 do prosince 2006 přesáhl 4,9 milionu kusů.

- V období leden až prosinec 2006 uzavřela ČMSS celkem 305 081 nových smluv o stavebním spoření včetně zvýšení cílové částky.
- Celková cílová částka za uvedené období se těsně přiblížila 80miliardové hranici, když dosáhla 79,7 miliardy korun. Meziroční nárůst představuje více než 10,2 miliardy korun, to je 14,8 %.
- Podle kvalifikovaných odhadů se tržní podíl ČMSS podle celkové cílové částky zvýšil na přibližně 43 %.

Statistiky potvrzují též dlouhodobý vysoký podíl úvěrových prostředků ČMSS na modernizaci bytového fondu a bytovou výstavbu

- Uvedené podíly ČMSS odrážejí v závislosti na statistikách stavební výroby stav k 30. 9. 2006:
- Na modernizaci bytového fondu využili historicky klienti ČMSS celkem 256 613 překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření, což na trhu stavebního spoření historicky představuje podíl 48 %.



Nabídku ČMSS nově doplňují produkty Poštovní spořitelny

Českomoravská stavební spořitelna rozšířila ve spolupráci s Poštovní spořitelnou od začátku tohoto roku svou nabídku o bankovní produkty PS. Produktové portfolio, s nímž dnes finanční poradci ČMSS přicházejí za svými klienty, vedle spoření s výhodnými úvěry na bydlení, penzijního připojištění, podílových fondů či pojištění úvěru a spoření zahrnují i spotřebitelský úvěr a běžný účet.

Doplněná nabídka ČMSS dává klientům v jeden okamžik a na jednom místě možnost řešit záležitosti související s bydlením komplexně

- **SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR** umožňuje klientům ČMSS řešit i jejich další záměry, a to i ty spojené s bydlením, které z důvodu zákonných omezení nemohli uskutečnit prostřednictvím úvěrů ze stavebního spoření. V současnosti má nabídka tuto podobu:
- Neúčelový spotřebitelský úvěr s úrokovou sazbou od 12,4 % p. a., tzn. i na pořízení předmětů do domácnosti a jeho dalšího vybavení.
- Účelový spotřebitelský úvěr na pořízení automobilu s úrokem od 8,9 % p. a.

- Na pořízení bydlení využili klienti ČMSS celkem 189 277 překlenovacích úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření. Na trhu stavebního spoření to představuje podíl 50 %.
- V období 1993 až září 2006 bylo dokončeno 321 168 nových bytů. ČMSS svými úvěry přispěla k výstavbě 85 426 bytů, tj. více než čtvrtině (1/4) dokončených bytů.
- Do 30. září 2006 bylo historicky poskytnuto obyvatelstvu 546 miliard korun v úvěrech a hypotékách na bydlení. K tomuto datu dosáhl celkový historický objem úvěrů na bydlení od ČMSS částky 115 miliard korun. To znamená, že ČMSS poskytla cca 21 % objemu ze všech úvěrů na bydlení.

Další růst zaznamenala v roce 2006 ČMSS v oblasti cross-sellingových produktů, které její nabídku stavebního spoření a úvěrů na bydlení efektivně doplňují

- V PENZIJNÍM PŘIPOJIŠTĚNÍ zprostředkovala ČMSS za rok 2006 uzavření 77 450 smluv s ČSOB penzijními fondy Progres a Stabilita, meziročně to znamená nárůst o 13,2 %. Na celkové roční produkci ČSOB Penzijních fondů se ČMSS podílí cca z 61 %.
- V penzijním připojištění patří ČMSS pozici nejvýkonnějšího zprostředkovatele na českém trhu.
- **OBJEM INVESTIC DO PODÍLOVÝCH FONDŮ**, které v roce 2006 zprostředkovali finanční poradci ČMSS, přesáhl částku 2,6 miliardy

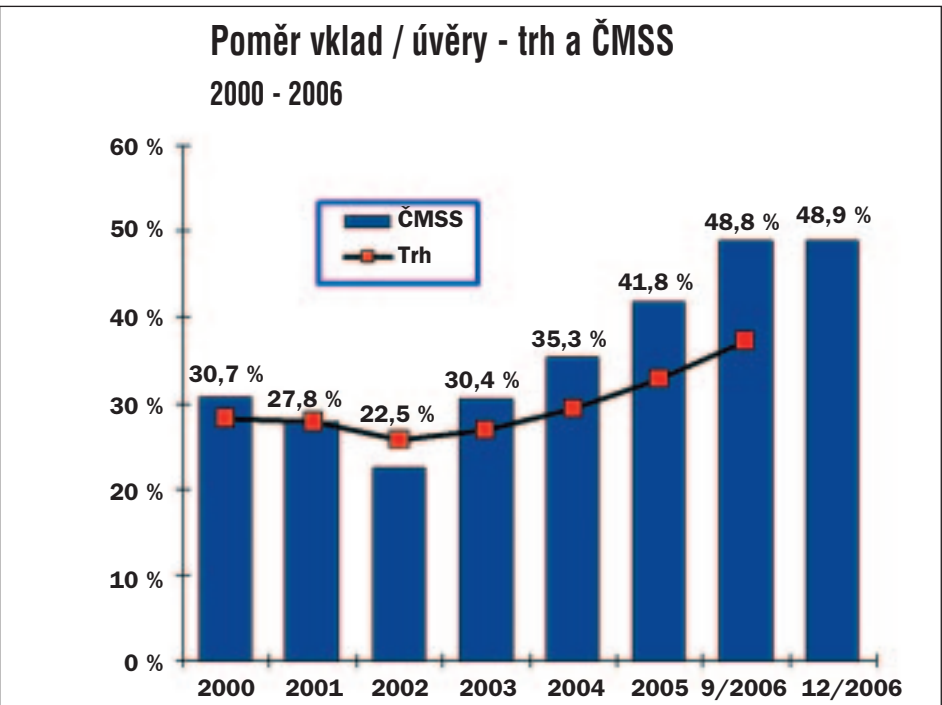
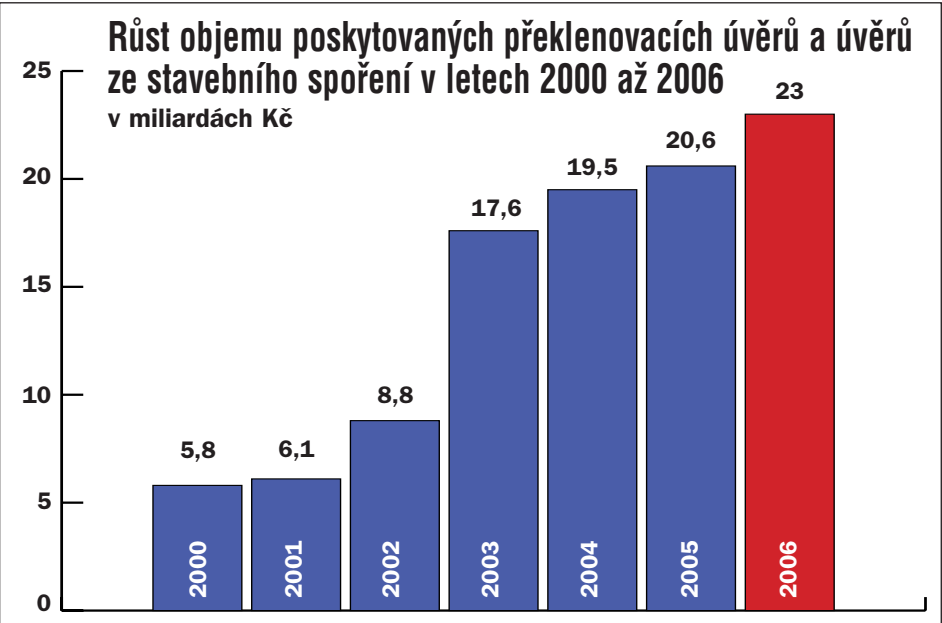
korun. V meziročním srovnání to znamená nárůst o 44,2 %.

V oblasti fondového obchodu ČMSS spolupracuje s velkými evropskými společnostmi. KBC Asset Management je největší belgická investiční společnost. Union Investment patří k největším a nejúspěšnějším kapitálovým investičním společnostem v Německu.

- **RIZIKOVÉ ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ** slouží ke krytí nesplacené částky úvěru i k doplnění do výše sjednané cílové částky v případě úmrtí pojištěného klienta. Na trh bylo uvedeno v polovině roku 2006.

Další růst financování bydlení a úvěrového obchodu v roce 2007

- ČMSS nabízí přitažlivé úrokové podmínky včetně tarifu Atraktiv zaručujícího úvěr ze stavebního spoření se stálým nízkým ročním úrokem 3,7 %, a to až do konce splatnosti.
- Výhody stavebního spoření s jeho úvěry na bydlení také zvýrazní možný růst úrokové hladiny na trhu.
- Nárůsty očekává Liška i v ostatních obchodních činnostech, a to zvláště díky výkonnosti úspěšně budované sítě obchodních zástupců.
- Rozvoj odbytové organizace ČMSS směřuje k první mobilní bance v České republice.
- V letech 2002 až 2006 počet obchodních zástupců ČMSS vzrostl o jeden tisíc na nynějších 2400. (tz)



Poštovní spořitelna: debetní i kreditní karty, embosované i elektronické, VISA/VISA Elektron i MasterCard/ Maestro).

- Postžirový účet je přizpůsoben na míru všem věkovým skupinám: Mini (0 - 15 let), Junior (15 - 26 let), Klasik, Plus (nejvyšší nabídka), Senior, Handicap (účet speciálně přizpůsobený potřebám lidí se zdravotním postižením).
- Naprosto nejširší distribuční síť: 3300 pošt a poboček Poštovní spořitelny, 2300 poradců pro finanční plánování ČMSS, 2500 pokladen Albertů a Hypernov, více než 560 bankomatů, e-banking. (tz)

Digitalizace umožní přístup k většímu množství kvalitnějších a spolehlivějších služeb

Druhou nejdynamičtější firmou v České republice je společnost TRADE and TECHNOLOGY, a. s. Na druhém místě se umístila v soutěži Štika Českého byznysu 2006. Zabývá se obchodními a technickými službami souvisejícími s digitálním satelitním a terestrickým vysíláním televizních a rozhlasových programů a datových přenosů. Jejimi nejvýznamnějšími zákazníky jsou například Česká televize, Český rozhlas, TV Prima či Galaxie sport. Na naše otázky odpovídal ředitel společnosti Ing. Ivo Višínska.

V roce 1997 jste spolu s firmou Premiéra TV, a. s., založili společnost Czech Link, s. r. o., která zahájila první digitální satelitní vysílání českých televizních a radiových programů. Co se za těch deset let změnilo a jaké jsou nyní vaše hlavní činnosti?

TRADE and TECHNOLOGY, a. s., skutečně byla zakládajícím subjektem Czech Linku. Šlo však o jiný právní subjekt (IČO) vlastněný Kabelem plus. Současná TRADE and TECHNOLOGY, a. s., byla založena v roce 2001 a jejím hlavním oborem činnosti je provozování podmíněného přístupu pro broadcasty (ČT a PRIMA) a placené kanály (Galaxie sport a CS film), prodej přístupových karet a provoz vysílačů. Dále dodáváme digitální satelitní přijímače, CA moduly a ostatní satelitní příslušenství. Rovněž disponujeme rozsáhlou, zavedenou a funkční obchodní sítí velkoobchodů, maloobchodů a montážních firem satelitní techniky v celé ČR.

Říkáte, že nabízíte také dekódovací karty. K čemu jsou?

Ano, přístupové karty nabízíme a prodáváme. Způsobují dekódování signálu, který je kódován z důvodu ochrany autorských práv. Zákazník si karty může zakoupit přímo v našem internetovém obchodě na našich web stránkách www.trade-technology.cz.

Jaké výhody má digitální vysílání oproti analogovému?

Výhodou digitální televize je možnost výběru z mnohem rozsáhlejší programové nabídky, než jak je tomu u analogové televize. Velkou výhodou je také vždy bezvadný, zcela čistý, nerušený obraz. Digitální vysílání navíc dovoluje používat přenosné přijímače s jednoduchými anténami,

aniž by jejich poloha nějak ovlivňovala kvalitu zvuku nebo obrazu. Dokonce i příjem televizního vysílání v jedoucích vozidlech je naprosto kvalitní, samozřejmě za předpokladu dostatečné síly signálu. Digitální technika umožňuje ve vysílání i široké využití vícekanálových zvukových systémů (Dolby Digital, DTS) známých doposud jen z kin nebo DVD nosičů. Spolu s digitálním televizním signálem lze šířit i digitální rozhlasový signál či internet. Hodně informací o digitálním vysílání najdete na www.digizo-ne.cz.

Vlastně se podílíte na budoucnosti digitálního vysílání... Jak podle vás bude vypadat?

Budoucnost je jen v digitalizaci. Umožní přístup k většímu množství kvalitnějších a spolehlivějších služeb.



V soutěži Štika českého byznysu jste se umístili na druhém místě. Co vám výhra přinesla, vědí o ní vaši zaměstnanci?

Ocenění nám přineslo pocit uspokojení z dobré práce. Naši zaměstnanci o výhře vědí, přináší jim motivaci a pocit sounáležitosti s dobrou firmou.

za rozhovor poděkovala
Markéta Bartíková ☞



s velmi dobrou účinností a nízkými dopady na životní prostředí.

Nedostatek tuzemského uhlí způsobí vážné problémy teplárenským společnostem, zvýší jejich závislost na dovážených palivech s dopady na výši jejich nákladů a tím i na ceny dodávaného tepla. Český svaz zaměstnavatelů v energetice plně podporuje Státní energetickou koncepci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR zaměřenou jak na podporu rozvoje obnovitelných zdrojů a úspor energie, tak i na zajištění spolehlivých dodávek elektřiny na základě vybudování vhodného mixu elektrárenských kapacit.

Algotech posiluje pozici ve střední Evropě

Společnost Algotech, významný evropský poskytovatel telekomunikačních řešení pro instituce a podnikovou sféru, zaznamenala meziroční růst prodeje o 55 %. Algotech tak výrazně upevnil svoji pozici ve střední Evropě a usiluje o získání vedoucí pozice v oblasti Call center a Kontaktních center v tomto regionu. K dosažení tohoto cíle má pomoci také rozšíření pobočky pro Slovensko v Bratislavě.

V minulém roce Algotech zaznamenal růst poptávek zejména v oblasti kontaktních center. Nezávislé průzkumy trhu ukazují, že společnosti investovaly ve střední Evropě v roce 2006 do technologií kontaktních center a call center více než 190 milionů USD, z toho přes 15 milionů právě v České republice a na Slovensku. V dalších letech se očekává další růst, podporovaný celosvětovým trendem vytěžování perspektivních regionů. Česká republika a Slovensko se stávají centrem poskytování služeb díky dostatku kvalifikovaných pracovních sil, nízkým provozním nákladům i díky investičním pobídkám. Pro umístování Call center a kontaktních center v našich zemích hovoří také vyspělá komunikační infrastruktura a nižší cena implementace a provozu center. Uvedené faktory ovlivnily i výsledky Algotechu v minulém roce. Mezi uživatele technologie pro profesionální centra zákaznické péče, implementované společností Argotech, se zařadily renomované společnosti z finanční i mediální sféry, například Česká spořitelna, Slovenská sporiteľňa, Centrum.cz, UPC Slovakia, či Mafra. Vzhledem k současné situaci Algotech plánuje další růst a posilování pozice na trhu. Pro rok 2007 předpokládá nejméně 10% růst obrátu.



Tento cíl podpoří také reorganizovaná slovenská pobočka v čele s panem Miroslavem Blahou (26) na pozici Branch managera, který podmínky na slovenském trhu zná z dřívějšího působení v telekomunikacích.

Dosažení vedoucí pozice ve střední Evropě chce Algotech dosáhnout nejen díky situaci na trhu. "Klíčem úspěchu je pro nás využití znalostí potřeb velkých a středních firem a prostředí komunikačních služeb na trhu," řekl na nedávné tiskové konferenci v Praze Karel Dobiáš, Country manager pro Českou republiku a Slovensko. "Předpokládáme růst poptávky po sofistikovaných kontaktních centrech nejen v sektoru služeb, ale také v průmyslu, a spolu s tím i nové způsoby vytěžování investic do těchto technologií. Spolu se znalostí podmínek můžeme na tuto poptávku rychle reagovat také díky celosvětově vyzkoušeným produktům a technologickému know-how."

O společnosti Algotech

Společnost Algotech je první regionální poskytovatel řešení v oblasti kontaktních center ve střední a východní Evropě. Algotech dodává



komplexní a zároveň flexibilní telekomunikační a zákaznická řešení, která umožňují firmám je využívat efektivně a přinášejí jim větší profit. Algotech vznikl v roce 2005 spojením čtyřech poskytovatelů kontaktních center - 1TEL v České republice a na Slovensku, Geomat v Maďarsku, Lucas v Bělehradě a Algotech v Srbsku a Černé Hoře. Centrála společnosti je v Budapešti a pobočky jsou v Praze, Bratislavě, Varšavě,

Bukurešti a Bělehradu. Společnosti, z kterých Algotech vznikl, mají na svém kontě více než 200 implementací kontaktních center pro takové zákazníky jakými jsou Citibank, Global Payments, Czech on line, Radio Free Europe.

Pro více informací navštivte:
<http://www.algotech.cz>
Tomáš Radvák
(tz)

Smíšené a speciální obchodní komory se "znárodňovat" nebudou

V minulém týdnu byly publikovány informace o záměru MPO změnit právní úpravu speciálních a smíšených obchodních komor. Tyto informace obsahují nepřesnosti, které si zaslouží podrobné vysvětlení.

MPO ve spolupráci s HK ČR připravuje novelu zákona č. 301/1992 Sb., o Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR, ve znění pozdějších předpisů. Hlavním cílem tohoto návrhu je zrušit vměšování státu při zakládání speciálních a smíšených komor, které vyplývá z platné právní úpravy (zákon č. 42/1980 Sb., o hospodářských stycích se zahraničím). Platná norma je nedostatečná z následujících důvodů:

- 1) Vyžaduje souhlas MPO se založením obchodních komor a schválením jejich stanov, avšak nevymezuje jasné kompetence ministerstva v procesu jejich vzniku a při kontrole dodržování podmínek, na jejichž základě byly založeny;
- 2) působení MPO po udělení souhlasu se založením příslušné obchodní komory a se sta-

novami je čistě formální; MPO není oprávněno sledovat aktivity komor, koordinovat je, kontrolovat anebo jinak řídit;

- 3) ačkoli je působení MPO formální, je však veřejností v ČR, ale i v zahraničí, často vnímáno jako resort zodpovědný za činnost obchodních komor;
- 4) současný stav mimo jiné často k negativním jevům, jakými jsou nevhodná konkurence, nerespektování mezinárodních zvyklostí, slabá odborná úroveň;
- 5) nejsou ojedinělé případy, kdy je zneužíván souhlas ministerstva, potřebný pro vznik obchodních komor (např. prezentování se jako útvar zřízený ministerstvem, pokusy provádět podnikatelskou činnost, používat státní znak, vyhrazovat si výlučné působení v teritoriu apod.).

Připravovaná legislativní změna souvisí s projektem omezování administrativních zásahů státu do podnikatelských aktivit a vychází z následujících premis:

- 1) Vměšování státu do procesu vzniku obchodních komor není potřebné;
- 2) role státu v této oblasti by měla být omezena na vytvoření odpovídajícího právního rámce umožňujícího vznik a působení obchodních komor;
- 3) spolupráce a působení obchodních komor má být založeno na principu samoregulace.

Návrh předpokládá, že obchodní komory nebudou součástí HK, ale budou působit při HK (obdobně jako Rozhodčí soud), přičemž si zachovají svoji autonomii. Přínosem této úpravy pro obchodní komory bude možnost využít systém HK pro své potřeby. Je nutné zdůraznit, že celý proces změny právní úpravy obchodních komor je v samém počátku a v rámci legislativního procesu nelze vyloučit i možnost jiné úpravy. Smyslem návrhu MPO tedy není žádné posílení role státu nad fungováním komor, ale přesný opak.

(tz)

Naší výhodou je rychlost

Nejdynamičtější firmou v České republice se v soutěži Štika českého byznysu 2006 stala pardubická společnost zabývající se strojní výrobou a obráběním kovů Svoboda TMS, s. r. o. Soutěž dala šanci rekordnímu počtu účastníků - 10 295, proto může být Ing. Jindřich Svoboda, majitel vítězné firmy, náležitě hrdý. Pracovní den začíná obvykle v sedm hodin ráno a končí kolem šesté večer. Říká, že odpočinek příliš nezná, ale když si chce přece pročistit hlavu, jede na chalupu, kde pracuje hlavně manuálně.

Čím se vaše firma zabývá?

Zabýváme se klasickou strojírenskou výrobou. Sto procent našich produktů vyvážíme do zahraničí. Naši zákazníci se většinou specializují na papírenskou výrobu, kde využívají naše komponenty v papírenských strojích. Máme několik klíčových firem, které jsou stálými odběrateli. Nejčastěji vyvážíme do Rakouska a Německa, ale v poslední době jsme vyřizovali zakázky

například do Austrálie, Malajsie, Jižní Afriky, Belgie, na Nový Zéland...

A konkrétně, co všechno jste schopni zajistit pro své zákazníky?

Dodáváme například svařované technologické konstrukce. Jde o konstrukce do hal, které jsou přes sto metrů dlouhé a dvacet metrů široké. Také dodáváme odlitky (tělesa ložisek, menší



Dílce do papírenského stroje

Vyvstala řada nevyjasněných otázek

Stanovisko SP ČR k návrhu EK na snížení limitů emisí osobních automobilů

Úsilí o snížení emisí skleníkových plynů považujeme za správný cíl, ale je třeba volit vhodné prostředky. Návrh Evropské komise (EK) zveřejněný 7. února 2007 (na snížení limitu emisí CO₂ pro osobní automobily na 130g/km do roku 2012) se z tohoto pohledu jeví jako značně problematické, administrativní opatření. Svaz průmyslu a dopravy ČR požaduje, aby se problematika snížení emisí řešila komplexně, tedy nejen na úkor výroby automobilů. Vytržení pouze jednoho segmentu ze systému je možno hodnotit jako prvek diskriminace daného oboru. Ekologické efekty navrhovaného opatření jsou sporné, negativní důsledky pro evropský automobilový průmysl téměř jisté. Zvýšené náklady, spojené s realizací tohoto návrhu, by mohly vést k útlumu výroby, což by v České republice mohlo ohrozit řadu pracovních míst. Automobilový průmysl a navazující odvětví nyní v ČR zaměstnávají více než 130 tisíc lidí, tržby z průmyslové výroby přesáhnou v roce 2006 hodnotu 550 miliard Kč. Vývoz silničních vozidel, jejich skupin, dílů a příslušenství se podílí na celkovém exportu ČR téměř 22 %. Zahraničně obchodní bilance automobilového průmyslu (v roce 2005 to bylo +187 miliard Kč) přispívá rozhodující měrou k celkově kladnému saldu této bilance za celou ČR. Z těchto čísel lze odhadnout, že se automobilový průmysl podílí na celkovém HDP České republiky téměř 9 %.

Výhrady SP ČR proti návrhu EK:

- přínos pro životní prostředí vychází z odhadů - skutečný efekt dosud nebyl vyhodnocen ani u limitů daných nyníjší směrnici,
- povinnost jen pro evropské výrobce = dveře dokořán pro jejich konkurenty,

- skokové zpřísnění nyníjších norem bez dostatečné doby na přípravu. Splnění si vyžádá nákladné technické a technologické úpravy, a to v poměrně krátkém termínu čtyř let. Tato doba je příliš krátká na vývoj nových konstrukčních prvků - takových, které by se vedle ekologických limitů vešly i do těch ekonomických,
- zejména v ČR (ale i v dalších nových členských zemích) může být toto opatření z ekologického hlediska kontraproduktivní. V ČR je dnes průměrně stáří osobních automobilů téměř 14 let, případné zdražení nových automobilů by ještě zhoršilo současný negativní trend obnovy vozového parku,
- hrozí další posílení dovozu ojetých vozidel ze zemí EU 15.

Řada nevyjasněných otázek:

1. otázka plnění, pokud to nebude spojeno se sankcemi;
2. otázka kompenzací, pokud by to měla být povinnost, nařízení EU - vůči soukromým výrobcům tedy něco jako vládní zakázka (podpora státu při obměně vozového parku novými ekologicky čistšími automobily);
3. otázka ochrany trhu, vývoz. Bude to platit i pro dovážené automobily nebo export mimo EU?
4. kde oslabený automobilový průmysl vezme prostředky na předpokládaný vývoj "inteligentních" vozů na obnovitelná paliva? V příštích letech by do tohoto vývoje mělo být podle představ EK v automobilovém průmyslu investováno 20 mld. Eur;
5. jak to bude se starými "neekologickými" vozy - bude v rámci EU současně zakázán jejich přeshraniční export a import? (tz spd cr)

Chybí ekonomická kalkulace 2. etapy

Dle posledních zpráv chybí již pouze souhlas ÚHOS, aby v Česku začala firma Kapsch budovat hybridní systém pro zpoplatnění silnic 1. tříd. Kombinace mikrovlnného a satelitního systému má údajně ušetřit půl miliardy korun. Těmto informacím ovšem chybí to podstatné - jakákoliv ekonomická analýza finančních dopadů na dopravce i celé hospodářství a porovnání finančních nákladů a výnosů celého systému. V současné době není ani známo, zda se zpo-

platnění bude týkat pouze vozidel nad 12 tun, nebo i vozidel nad 3,5 t. Rovněž nebyla předložena hodnověrná čísla dokumentující dopravní výkony na silnicích 1. tříd. Za této situace je zcela absurdní hovořit o tom, kolik bude ušetřeno milionů, když vůbec nelze odhadnout, jaké výnosy lze očekávat a zda vůbec přesáhnou náklady na vybudování a provoz systému.

pokračování na straně 22



Ocelová konstrukce do papírenského stroje

válce s využitím šedé a tvárné litiny, ocelolitiny nebo nerezového materiálu). Z obrábění zajišťujeme soustružení, frézování a hoblování. Fungujeme jako klasický obchod - systém poptávek a nabídek. Veškeré činnosti probíhají pod naší maximální kontrolou. Svoboda TMS, s. r. o., je schopna zajistit kompletní dodávky kusové, malosériové i sériové výroby, především v oblasti ocelových konstrukcí a slévárenství.

Máte ve svém oboru konkurenci a pokud ano, jak proti ní bojujete?

Konkurenci samozřejmě máme, nyní je to třeba Čína nebo Polsko. Proti konkurenci se však můžeme pyšnit několika výhodami. Jedna z nich, na které je Svoboda TMS založena, je rychlost, se kterou vyřizujeme objednávky. Pracujeme v týmu jedenácti zaměstnanců, ale své kapacity dokážeme velmi efektivně rozložit. Výsledkem je pak spokojený zákazník. Samozřejmě dodržujeme termíny vždy přesně a špičková, stoprocentní kvalita se pro nás stala samozřejmostí.

V soutěži Štika českého byznysu 2006 jste se umístili na první příčce. Dokonce jste poprvé v historii soutěže překonali z tisíce možných bodů hranici osmi set, což se dosud nikomu nepodařilo. V čem jste zabodovali?

Pro nás bylo hlavně velké překvapení, že jsme se vůbec umístili. Tato soutěž je otevřena pro všechny firmy z ČR a hodnocení se provádí na základě jejich hospodářských výsledků. Vysoké hodnocení jsme získali za většinu z pěti posuzovaných měřtek. Především za výbornou návratnost vlastního kapitálu i aktiv a za nárůst likvidity.



Těleso ložiska do papírenského stroje

Proč jste vlastně začal právě se strojní výrobou, a jak vypadaly vaše začátky?

Jsem v oboru téměř čtyřicet let. Nejprve jsem pracoval v Továrnách mlýnských strojů (TMS), což byla hlavně strojírenská výroba. Po ukončení činnosti firmy TMS jsem se pokusil o založení vlastní firmy. Začátky byly těžké z důvodu financování výroby a problémů s tím spojených. Teprve po dvou letech se nám podařilo najít optimální výrobní program, který byl zajímavý pro naše zákazníky.

za rozhovor poděkovala Markéta Bartíková ➞

Vzdělávací a poradenská společnost 1. VOX, a. s., vás srdečně zve na vysoce odborné semináře:

Podnikání v zahraničí - zahraniční dceřiná firma ano či ne

TERMÍN: 20. 3. 2007

Cílem semináře je seznámit posluchače s výhodami, ale také s úskalími a riziky podnikání v zahraničí, zejména v členských zemích EU i zámoří.

PŘEDNÁŠÍ: Ing. František Janatka, CSc., Ing. Zdeněk Kočárek, JUDr. Bohumír Molnár, CSc., Ing. Hynek Rasocha, Ing. Vladimír Šon

CENA: 2590 Kč

Finance - základ finančního řízení

TERMÍN: 22. - 24. 3. 2007

LEKTOR: Ing. Jiří Hnilica, Ph.D., Doc. Ing. Jaruše Krauseová, CSc.

CENA: 6990 Kč

Nový zákoník práce a jeho dopady do firemní praxe

TERMÍN: 28. 3. 2007

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Petr Bukovjan

CENA: 1890 Kč

Pro pokročilé zájemce o problematiku DPH a daně z příjmů jsme připravili:

Komplexní pohled na novelizovanou daňovou soustavu roku 2007

TERMÍN: 3. - 5. 4. 2007

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Svatopluk Galočík, Irena Jindrová, Ing. Jiří Klíma, Ing. Eva Krekulová, Ing. Ivana Pilařová, Ing. Eva Sedláková

CENA: 5990 Kč

Řešením praktických problémů provázejících aplikaci Mezinárodních standardů finančního výkaznictví vás provede Robert Mládek.

Praktické aspekty Mezinárodních standardů finančního výkaznictví a jejich řešení

TERMÍN: 4. - 6. 4. 2007

CENA: 5990 Kč

Podrobné informace, místa konání, možnosti slev a celý vzdělávací program naleznete na www.vox.cz, info: 226 539 670-1.

Čeští pivovarníci rok po vstupu do významné evropské pivovarské instituce

Když jsme, čeští pivovarníci sdružení do Českého svazu pivovarů a sladoven, vstupovali před rokem do Brewers of Europe (BoE), bylo zřejmé, že sice význam a pozici této instituce mezi obdobnými zájmovými organizacemi v Bruselu známe, ale bylo otázkou, do jaké míry budeme s to tuto instituci využít pro naše záměry. Tehdy jsme prohlásili, že vstup do BoE nám umožní, abychom byli v Bruselu nejen aktivnější, ale měli jsme záměry tam být také více slyšet. Připomeňme si, že jsme chtěli více monitorovat, co se v Bruselu děje, a vědět více o tom, kterým směrem se ubírá evropská legislativa ovlivňující naše zájmy.

Především jsme si však slibovali na toto dění aktivně působit. Právě možnost aktivní spolupráce na vzniku stanovisek ovlivňujících tvorbu evropské legislativy je to, co nás totiž přimělo do Brewers of Europe vstoupit. Současně jsme si uvědomovali, že v té době čerstvé neschválení evropské ústavy jen zvyšovalo váhu hlasu každého národního subjektu EU. Je také pochopitelné, že jsme se ztotožňovali s cíli renomované instituce a chtěli jsme prostě "být u toho" a hlavně ovlivňovat dění tak, jak si to historie, tradice a v neposlední řadě i věhlas českého pivovarství zaslouhuje.

Potřebné zastoupení, dobré informace

Co tedy naznačil první rok našeho členství? Především se ukázalo, že předpoklad o tom, že členství v BoE nám zajistí lepší informovanost o dění v centru evropské politiky, se naplnil. Bylo a je to dáno tím, že máme zastoupení ve všech nejdůležitějších orgánech BoE a tedy o všech významných skutečnostech "víme z první ruky". S tím souvisí i to, že se nám podařilo obsadit pozici ve dvanáctičlenném výkonném výboru, kde je náš zástupce zodpovědný též za kontakty mezi vedením organizace a pivovarníky států Východní Evropy, jejichž zájmy tam zastupuje. V odborných komisích, jako je komise Pivo a společnost, komise Pivovarské přísady a komise Životní prostředí, působí i další čeští zástupci pivovarského průmyslu.

Čeští pivovarští odborníci mají slovo

Významná je i skutečnost, že v současnosti dochází k postupné integraci významné vědecké evropské pivovarské instituce -

Evropské pivovarské konvence (EBC - European Brewery Convention) právě do Brewers of Europe. To znamená nejen soustředění sil, ale také dochází k mnohem lepšímu propojení mezi výrobcí piva a vědecko-technickými experty, a tím koordinovaněji, soustředěněji, a věříme že mnohem efektivněji můžeme působit dovnitř i vně pivovarského průmyslu v Evropě. Silná pozice českých pivovarských odborníků v EBC znamená, že se podílejí nejen na řadě vědecko-výzkumných činností, jako je sledování nejnovějších výsledků vědy a možností jejich aplikací při výrobě piva k zajištění maximální kvality této potraviny, ale mají vliv na zkoumání všeho, co souvisí s tak citlivou problematikou, jako je ochrana zdraví spotřebitele.

K rozumu takticky vedenou výchovou

Podíváme-li se na nejvýznamnější činnosti, které byly v loňském roce realizovány vedením BoE za aktivní účasti českých pivovarníků, patří sem především účast na společné mediální akci, která v evropských médiích vyjadřovala názor veřejnosti na iniciativu evropského komisaře pro zdraví Markose Kypriana. Jeho návrhy na regulaci konzumace alkoholu by znamenaly částečnou prohibici v EU a nedbaly na zásady historických, kulturních a dalších rozdílů v oblasti spotřeby alkoholu v Evropě. Tento, zjednodušeně nazývaný "skandinávský model", byl v původní verzi v důsledku velmi úspěšné mediální kampaně odmítnut. Bylo to tím, že argumenty pivovarníků se opíraly nejen o fakta zpracovaná renomovanými experty, kteří jsou činní mimo pivovarské struktury a tedy nezávislí a objektivní, ale jejichž argumenty byly navíc shledány jako vědecky pod-

ložené, rozumné a objektivní. Byla uznána i tvrzení, že je třeba brát při tak významných rozhodnutích do úvahy principy kulturních, historických i řady dalších rozdílů v oblasti spotřeby a spotřebitelských zvyklostí v zemích EU. DG SANCO, Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele Evropské komise, místo toho samo navrhlo do diskuze dokument, který klade důraz na výchovu spotřebitele, tvorbu a udržování databází o vlivu alkoholu na Evropany a je založen na aktivní výměně informací mezi členskými státy EU a Evropskou komisí. Dlužno dodat, že se zásadami pivovarníků, které se opírají o princip výchovy a nikoliv restrikce a striktní dodržování principů subsidiarity v EU byli seznámeni všichni eurokomisaři.

Daň se nezvyšila

Dalším důležitým krokem bylo, že na základě vzájemné spolupráce národních asociací, členů BoE Rada ministrů financí (ECOFIN) neodsouhlasila zvýšení minimální sazby spotřební daně na pivo, jejíž přijetí by jeho producenty výrazně znevýhodnilo proti výrobcům vína. Významnou pomoc poskytly vládní instituce České republiky, což naši pivovarníci velmi oceňují.

Iniciativa zodpovědných pivovarů funguje

Velmi významným prvkem aktivit BoE, který patří k základním atributům smyslu činnosti evropských pivovarníků, je obrana proti antialkoholní lobby, kdy zejména nevládní organizace (WHO, EURO CARE) se snaží uplatnit proti zájmům pivovarského průmyslu stejný model, jaký byl použit proti výrobcům tabáku. Ukazuje se však, že tento střet není možné vybojovat pouze na půdě evropských institucí, ale významné místo hrají i jednotlivé členské země EU i ty, které stojí mimo ně, jako je Norsko a Švýcarsko. V této souvislosti se ukazuje, že řada evropských institucí pozitivně vnímá snahu a konkrétní kroky, které pivovary uskutečnily v rámci projektu samoregulace v oblasti komerční komunikace. V České republice od roku 2003 funguje Iniciativa zodpovědných pivovarů. Ta si klade za cíl podporovat zodpovědný přístup ke konzumaci, prodeji a marketingu piva a řadu projektů v této oblasti již také



uskutečnila. Také pro letošní rok se připravuje řada akcí a další projekty se plánují i v dalších letech.

Češi mají nápady

Podíváme-li se na první rok fungování českých pivovarníků v evropských pivovarských strukturách, můžeme konstatovat, že se nám podařilo nejen do jejich výkonných i odborných složek prosadit, ale to, co je mnohem důležitější, totiž podílet se na řadě jejich aktivit. Potvrzují to i slova Rodolphe de Looz-Corswarem, generálního tajemníka Brewers of Europe: "Čeští pivovarníci za rok svého členství v Brewers of Europe prokázali, že nejen umí vařit vynikající pivo, ale jsou s to pro něj mnoho pozitivního udělat. Vážíme si řady nápadů, kterými obohatili naši činnost, jejich práce ve vedoucích orgánech i v odborných komisích je všeobecně velmi ceněna a napomáhá jak prestiži naší organizace, tak i prosazování zájmů nás, evropských pivovarníků."

Tato slova jistě potěší, neznamenají však nic jiného, než závazek v činnosti v evropských pivovarských strukturách pokračovat. Nebylo by nic horšího, než se spokojit s dosaženým. Tradice i historie českého pivovarství nás bez velkých slov zavazují k tomu, abychom ochraňovali zájmy českého pivovarského průmyslu včetně sladařství, chmelářství a dalších návazných odvětví a současně jeho pozici upevňovali a dále rozvíjeli.

Ing. Jan Veselý, výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven a člen výkonného výboru Brewers of Europe a viceprezident European Brewery Convention

Ing. Josef Hlavatý, ředitel pivovaru Náchod a místopředseda Českého svazu pivovarů a sladoven

Stanovisko Asociace hotelů a restaurací ČR k problematice kouření v restauracích

Podle informace AHR ČR se připravuje novela zákona č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami způsobenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami a o změně souvisejících zákonů. Iniciátorem této novely je poslanec MUDr. Boris Šťastný (ODS).

AHR ČR si uvědomuje škodlivost kouření pro lidské zdraví a v zásadě podporuje zákazy a omezení kouření ve veřejných prostorách. AHR ČR nemůže souhlasit s plošným zákazem kouření v restauracích, kde nebude prostor pro kuřáky oddělen stavebně. S tímto návrhem chce právě poslanec Šťastný vystoupit.

Rozměr českého zemědělství se trvale snižuje

Tónem německého poslance Evropského parlamentu Jo Leinena, jímž v Bruselu přirovnal českého prezidenta Václava Klause k hokejovému hráči a kritizoval za euroskepticizmus, jsme velmi znepokojeni. Nikdo nemá právo kritizovat občana jiné země, natož hlavu státu za určité pochybnosti k důležitým občansko-právním dokumentům, které ovlivní na mnoho let dopředu dění v celé Evropské unii. Není to škarohlídství ani pochybnosti o Evropské unii jako takové, ale zcela reálné úvahy o možném preciznějším vypracování tak základního dokumentu, jímž nesporně je ústava země nebo celého společenství. Pana prezidenta Klause, který je profesorem ekonomie s řadou mezinárodních ocenění za rozvoj tohoto vědního oboru, si vážíme nejen jako státotvorce, ale i za jeho velkou pozornost venkovu a prostým lidem, kteří tam žijí. Jako zemědělcí velmi dobře víme, jaké pozornosti v nerovném soupeření na evropském trhu se nám dostává od hlavy našeho státu. Tři roky po vstupu do EU se jasně ukazuje, že rozměr českého zemědělství se trvale snižuje zatímco u starých 15 členských zemí EU je tomu naopak. Nastavení pravidel diskriminujících nové členské státy je třeba změnit, i o to mimo jiné prezidentu Václavu Klausovi jde.

Jan Veleba, prezident Agrární komory ČR zastupující na 100 tisíc českých a moravských zemědělců

Vláda ČR a ODS ve svých prohlášeních a v programu klade důraz na podporu malých, středních podnikatelů a regulace prostřednictvím trhu. Opatření zakazující kouření nebo jej omezující na stavebně oddělené prostory by vedla k úpadku malých restaurací a pivnic. Je všeobecně známo, že v Čechách jsou pivnice s možností kouření již tradičně spojeny. Takovéto omezení by jednoznačně znamenalo pokles počtu hostů, následně i tržeb, ale zároveň i destrukci společenského života na vesnici a v malých městech. Navíc v podnikatelském prostředí, které je již tak silně daňově zatíženo a každé další omezení vede ke snížení možnosti podnikatelů investovat do kvality služeb. Ani zvýšení nezaměstnanosti není jen planou hrozbou, ale vysokou pravděpodobností.

AHR ČR přichází s konkrétními návrhy na řešení této otázky. K těmto myšlenkám vede přesvědčení, že stejně jako v jiných oblastech také zde by měl především rozhodovat zákazník a trh. Pokud se zvýší poptávka po nekuřáckých kavárnách, barech a restauracích, zcela přirozeně tato změna povede ke vzniku nekuřáckých provozů. Naopak pouhými zákazy se trh příliš ovlivňovat nedá. Pro případnou konkrétní úpravu zákona navrhuje AHR ČR dvě možnosti, případně jejich kombinaci.

V první řadě zákaz kouření v době podávání jídla a to například 7.00 - 10.00 hodin, 12.00 - 14.00 a 18.00 - 20.00 hodin v provozech, kde jsou obědy nebo večere podávány.

Druhou možností je ponechat případné zákazy kouření na místním zastupitelstvu tak, jak s tím připravovaná novela zákona počítá



u ostatních veřejných prostor. Tato opatření by nebylo plošné a umožňovalo by zohlednit místní specifika.

AHR ČR je dále připravena podpořit kampaně zaměřené na osvětovou činnost a snižování počtu kuřáků, zvláště mezi mládeží. Tyto kampaně se AHR ČR jeví jako mnohem vhodnější a účinnější než zákazy kouření.

Kontakt:
Václav Stárek, generální sekretář
Asociace hotelů a restaurací
České republiky, o. s.
Revoluční 13, 110 00 Praha 1
Tel: + 420 236 042 388
Fax: + 420 236 042 319
GSM: + 420 602 765 632
e-mail: starek@ahrcr.cz, http: www.ahrcr.cz

Na scéně opět DPH v pohostinství

Za přítomnosti komisaře EU László Kováče zástupci sdružení evropského pohostinství (platforma HOTREC) znovu nastolili požadavek na zavedení snížené sazby DPH na hotelové a restaurační služby ve všech členských zemích EU.

Již od roku 1992 bylo a zůstává cílem HOTRECU zajistit s konečnou platností:

- na evropské úrovni možnost uplatnění snížené sazby na ubytovací a stravovací služby pro všechny členské státy;
- na národních úrovních zavedení snížené sazby DPH na ubytovací a stravovací služby.

Na semináři uskutečněném 19. ledna 2007 v Budapešti László Kovács, evropský komisař pro daně a cla, připomněl účastníkům, že snížená sazba DPH je obecně považována za účinný nástroj k dosažení cílů stanovených v Lisabonském programu: vzestup růstu, více pracovních míst a konkurenceschopnost.

Evropská Komise do 30. června 2007 vydá zprávu o dopadu snížených sazeb DPH na lokálně poskytované služby včetně restauračních služeb. Tento termín podnítl uspořádání tohoto semináře na téma "DPH a sektor pohostinství", na který se dostavilo více než sto zástupců parlamentů, vlád a profesních organizací jednotlivých zemí.

Evropský komisař Kovács účastníkům připomněl vynaložené mnohostranné úsilí z posledních let ve snaze posunout se k trvale udržitelnému systému sazeb DPH, ale také obtížnost dosáhnout jednomyslného rozhodnutí ze strany 27 vlád. Zpráva z června 2007 se stane - jak doufáme - výchozím bodem k debatě a hledání konečného a žádoucího vyře-

šení sazeb DPH pro všechny obory se zřetelem na Lisabonské cíle: zvýšený růst, více pracovních míst a konkurenceschopnost.

Po projevu evropského komisaře Kováče svoji situaci a vývoj v posledním období - tu šťastnější, tu méně šťastný - představilo sedm zemí: Portugalsko, Francie, Maďarsko, Česká republika, Německo, Finsko a Island. Posledně jmenovaný případ představil účastníkům ten nejskvělejší scénář: od 1. března 2007 bude na Islandu snižena sazba DPH za restaurační služby a ubytování z původních 24,5 % a 14 % na jednotnou sazbu 7 %. Je to příklad, který by mnoho národních pohostinských asociací rádo zopakovalo ve svých vlastních zemích!

Různé projevy a intervence předkládaly nejroznější argumenty ve prospěch zavedení snížené sazby DPH na pohostinské služby, které jsou sumarizovány již v brožurce vydané HOTRECem v roce 2005, a zahrnují:

- dopad na zaměstnanost
- sociální otázky
- podporu podnikání
- podporu vývozu
- konkurenceschopnost ve srovnání s ostatními zeměmi
- stabilní příjem do státního rozpočtu

Českou republiku na semináři reprezentovala Asociace hotelů a restaurací České republiky, jako člen HOTREC. Presentaci zaměřenou na dopad změny sazeb DPH pro služby stravování přednesl za AHR ČR pan Aleš Dočkal, spolumajitel a provozovatel restaurací Pivovarský dům a Pivovarský klub.

Na závěr setkání prezident HOTRECU Bernd Geyer potvrdil odhodlání všech členských asociací pokračovat v boji za zavedení nejnižších možných sazeb DPH na hotelové a restaurační služby ve všech členských zemích EU.

(tz ahr ČR)

České firmy nevěnují dost pozornosti svým zaměstnancům

Fluktuace, nemocnost, neloajalita zaměstnanců a malá produktivita práce, to jsou nejčastější problémy podnikatelů, kteří nevěnují dostatečnou pozornost rozvoji svých zaměstnanců. CzechInvest proto nabízí českým firmám dotaci na zavedení mezinárodně uznávaného standardu Investors in People (IIP), který jim může podobné problémy vyřešit.

"Smyslem není IIP získat, ale osvojit si jeho principy a řídit se jimi," zdůraznila Markéta Frydrychová, vedoucí Oddělení rozvoje lidských zdrojů agentury CzechInvest. "Jedině tak lze dosáhnout výsledků, jakými se chlubí zahraniční podniky, které mají se standardem IIP dlouholeté zkušenosti. Cílená práce s lidmi jim přinesla nejen spokojené zaměstnance, ale odrazila se i ve snížení zmetkovitosti a zvýšení obrátu a zisků."

Národní projekt Standard rozvoje lidských zdrojů - Investors in People vyhlásila agentura Ioni. Podniky se sídlem mimo Prahu z něj mohou získat až 320 tisíc korun jako příspěvek na služby speciálně vyškoleného poradce, který jim se zavedením IIP pomůže. Do projektu se již zapojilo 20 firem, maximálně 30 dalších má ještě šanci dotaci získat.

O podporu se mohou ucházet firmy z oblasti zpracovatelského průmyslu a navazujících služeb. Díky navýšení limitu veřejné podpory de minimis* mají šanci i společnosti, které již vyčerpaly povolených 100 tisíc EUR. Další pozitivní změnou je možnost čerpání podpory de minimis pro podniky s podporovanými činnostmi z oblasti dopravy a potravinářství. Peníze mají posloužit ke zvýhodnění nákupu služeb, jako jsou prvotní analýza, poradenské služby, školicí aktivity nebo závěrečné zhodnocení vedoucích k zavedení standardu IIP.

"Většina podniků, které jsem navštívila, má jeden společný problém - málo se věnují interní komunikaci. Nelze očekávat, že budou zaměstnanci s nadšením pracovat, aniž by věděli, jakým směrem se firma ubírá, co má v plánu a čeho chce dosáhnout. Právě jich se proto ptám, jestli znají firemní strategii, co to znamená konkrétně pro ně a jejich týmy, kdo a za co je naposledy pochválil, jak získávají informace a podobně. Na základě toho pak společně

s vedením firmy připravujeme akční plán," uzavřela Martina Wolfová, manažerka oddělení Poradenství pro lidské zdroje společnosti PricewaterhouseCoopers.

Standard Investors in People sleduje schopnost podniku efektivně využívat a rozvíjet své zaměstnance. Propojuje všechny prvky personální politiky (např. vzdělávání, motivaci, hodnocení, interní komunikaci) s ostatními podnikovými procesy tak, aby bylo dosaženo maximální shody na straně zaměstnanců i firmy. Standard Investors in People vznikl v roce 1991 ve Velké Británii, kde na konci osmdesátých let začala výkonnost britských podniků

zaostávat za zahraniční konkurencí. Vláda proto provedla výzkum u nejúspěšnějších domácích firem s cílem zjistit, proč jsou tak úspěšné. Závěr byl překvapující - tyto podniky věnovaly zvláštní péči svým zaměstnancům. Na základě jejich osvědčených postupů a ve spolupráci s odborovými organizacemi, odbornými asociacemi i samotnými podniky byl následně sestaven standard Investors in People. V současnosti je v Anglii držitelem osvědčení IIP více než 39 tisíc organizací, které reprezentují přibližně 40 % britského trhu práce. Cílem britské vlády je, aby do konce roku 2007 bylo v organizacích oceněných standardem IIP zaměstnáno nejméně 47% zaměstnanců.

* Čerpání podpory de minimis (tzv. podpora malého rozsahu) - při této formě čerpání dotací mohl žadatel ve třech po sobě jdoucích letech vyčerpat z fondů EU maximálně 100 tisíc EUR.

Nyní se tento limit zvýšil na 200 tisíc EUR. Výhodou tohoto způsobu je výrazné zjednodušení agendy a zkrácení procesu administrace projektu. Formou de minimis může malý nebo střední podnik z Národního projektu Standard rozvoje lidských zdrojů - Investors in People (IIP) získat maximálně 320 tisíc korun při vyčerpání max. počtu 20 dnů a podpoře 16 tisíc korun/poradenský den. Velké podniky mohou získat maximálně 200 tisíc korun při vyčerpání max. počtu 20 dnů a podpoře 10 tisíc korun/poradenský den.

KONTAKTY:
Markéta Frydrychová, vedoucí Oddělení rozvoje lidských zdrojů agentury CzechInvest
Tel.: 296 342 664
E-mail: marketa.frydrychova@czechinvest.org
Martina Wolfová, manažerka oddělení Poradenství pro lidské zdroje PricewaterhouseCoopers
Tel.: 251 151 608
E-mail: martina.wolfova@cz.pwc.com (tz)

Regionální semináře AMSP ČR - za podnikateli do regionů

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR zpracovala plán odborných seminářů, které bude pořádat v 1. pololetí 2007 ve vybraných regionech. Prioritou AMSP ČR je prezentace jejich hlavních cílů a návrhů pro urychlení rozvoje malého a středního podnikání.

Naším cílem je přenos informací do regionů, blíže členům, neboť z průzkumu, který asociace provedla koncem roku 2006, mj. vyplynulo, že malé a střední firmy cítí potřebu se vzdělávat, ale upřednostňují časově méně náročné vzdělávací a informační akce. Je běžné, že zejména v malých firmách se kumulují více funkcí do jedné osoby, tudíž i půldenní seminář konaný v Praze je pro podnikatele např. z Moravy celodenní časová ztráta. V 1. pololetí běží dva cykly regionálních seminářů. První jsou na téma "Novinky v čerpání finančních podpor pro MSP z EU 2007 - 2013". Vystupujícími budou nejen zástupci regionálních kanceláří CzechTrade a CzechInvest, ale zároveň i zástupci poboček ČMZRB, kteří účastníky seznámí s velmi zajímavými produkty např. pro začínající podnikatele či produkty pro kofinancování projektů na

čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů apod. Umožňujeme prezentace i zástupcům členských firem, a to v oblasti inovací a transferu technologií, využití informačních systémů v malých a středních firmách pro zvýšení jejich konkurenceschopnosti a v neposlední řadě i v oblasti vzdělávání a dotačního poradenství. Praktické informace se účastníci seminářů dozvědí v odborných workshopech, které jsou součástí těchto seminářů. Přednášející se podělí jak o pozitivní, tak o negativní zkušenosti.

Druhým cyklem regionálních seminářů jsou odborné přednášky na téma "Pojištění exportních pohledávek", kde našimi odbornými partnery jsou EGAP, a. s., a Komerční úvěrová pojišťovna EGAP, a. s. Účastníci seminářů, především z řad exportérů, se tak dozví množství informací o produktech těchto společností, které jsou nově orientovány právě na segment MSP. Firmy často zjistí, že informace, které si jinde platí, mohou od výše uvedených subjektů obdržet fundovaněji a zdarma.

Všechny semináře se konají v krajských měs-



tech a jsou přístupny nejen firmám, ale i zástupcům škol a studentům - aktuálně vždy na www.amsmp.cz, hlavní panel Aktuality.

Eva Svobodová, MBA
generální ředitelka AMSP ČR

Ke každému prima autobusu patří zemní plyn.

Dodáváme zemní plyn 5,3 milionům zákazníků. 24 hodin denně.

Společnosti skupiny RWE dodávají zemní plyn jako moderní palivo pro automobily a autobusy. Stlačený zemní plyn (CNG) je v současnosti nejvýhodnějším a nejbezpečnějším palivem. Náklady na provoz vozidel jsou v porovnání s benzinem zhruba poloviční. Motory spalující CNG produkují výrazně méně spalin a jsou tedy šetrnější k životnímu prostředí. Proto jsme se zavázali přispět k vybudování celostátní sítě plnicích stanic CNG. Rozhodněte se pro kvalitní a ekologickou energii.

RWE - Váš spolehlivý dodavatel zemního plynu

www.rwe.cz

Kontrolu chápu jako hledání možností ke zlepšování, nikoli příležitost k sankcím

Každá firma se ráda pochlubí pěkným výsledkem. Každý šéf je rád, když mu to šlape. Když neřeší žabomyší války, když nenarůstají konflikty a nedorozumění nad rámec běžných denních problémů, když se lidé na pracovišti závistivě nepopichují kvůli odměnám, prémie, pochvalám. Každá firma se k takové takřka ideální pohodně dostává časem, výjimečně má báječné vztahy mezi zaměstnanci a zaměstnavatelem od prva počátku. Dřevozpracující družstvo v Lukavci je jedním z příkladů, kde se spokojenosti pracovníků věnuje ze strany vedení mimořádná pozornost. Kdykoli předseda Ing. Jiří Majer vystupuje a hovoří o tom či onom, co se v družstvu povedlo, nikdy nezapomíná na své lidi. Pochválí, veřejně poděkuje. Je si vědom, že bohatství umu není jen v systému řízení, nejrůznějších metodách "jak na to", úžasných technologiích, drahých mašinách nebo špičkově vybavených sprchách. To, čemu se říká firemní zlato, je šikovnost zaměstnanců a jejich souznění s tím, co je živí. Jejich vztah k práci.

Mnohokrát jste hovořil na téma úspěch. Na příkladu Dřevozpracujícího družstva, které vedete, jste ukázal, že je základ v řízení. V čem konkrétně?

Jsem přesvědčen, že dlouhodobě může mít firma úspěch tehdy, pokud se ke svým partnerům chová tak, aby z jejího jednání měly prospěch obě strany. Potvrzuje to i výzkum Centra pro výzkum informačních systémů na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Snažíme se proto princip win-win aplikovat nejen na vztah družstva jako dodavatele a zákazníka, ale i na vztah družstva jako zaměstnavatele a jeho zaměstnanců. Konkrétně dáváme lidem možnost ovlivňovat jejich výsledky a tak zpětnou vazbou s výsledky podporovat jejich motivaci. Způsobem měření průběžně zjišťujeme vliv jejich lokálních rozhodnutí na výsledky celku. Právě způsob měření a s ním spojený systém odměňování pokládám pro udržení motivace a následně úspěch za naprosto zásadní. Mít trvale motivované zaměstnance není jednoduché a motivování je činnost, která nikdy nekončí. Protože výkonnost družstva stojí a padá s výkonností jeho zaměstnanců, věnujeme trvalou pozornost jak jejich motivaci, tak našemu soustavnému vzdělávání.

Když jsem u vás byla naposledy, otvírali jste nový provoz, který kromě technického vybavení

špičkové úrovně představoval (a představuje) také vrcholově vybavené pracoviště - zázemí z hlediska sociálního. Jak to vnímají zaměstnanci? Také jako úspěch družstva?

Asi není možné paušalizovat. Pokud mám přesto zobecnit, myslím, že lidé dokáží pěkné prostředí ocenit a schopnost družstva jim je zajistit berou jako důkaz jeho síly a úspěchu. Po nějaké době je i to nejlepší prostředí standard. A tak se snažíme je trvale zlepšovat.

Jak vlastně posuzujete loajalitu pracovníků k firmě?

Žádné speciální měření loajality nemáme. Samozřejmě ji při pravidelném hodnocení pracovníků jako jedno z kritérií vyhodnocuje bezprostřední nadřízený. Dalším zdrojem informací je v dvouletých intervalech pravidelně prováděný sociální audit. Ten však poskytuje pouze agregované údaje o celkovém sociálním klimatu.

Kde je chyba, když zaměstnanec zneužívá výhod, kterých se mu dostává? Třeba tam, kde není přesně měřitelný výkon, že se místo "práce poflakuje", že neúměrně protahuje přestávky na oběd, že si přes počítač vyřizuje osobní korespondenci? Je ten nedostatek v zaměstnanci a jeho vztahu

k firmě anebo spíše v systému řízení, kontrole, autoritě, vzoru?

Já nevím, zda přesně rozumím formulaci "zneužívá výhod". Benefity, kterých družstvo má pro své členy a zaměstnance celkem třicet osm, jsou poskytovány podle jednoznačných pravidel. Neumím si představit jak by šly zneužít. To, o čem se zmiňujete, souvisí spíše s motivací a obecně se sociálním klimatem družstva. Řízení, kontrola, autority a vzory musí spolupůsobit k vytváření takového klimatu, který lajdáctví a plýtvání pokládá za nepřijatelné a netoleruje je. Velmi důležitá je přitom komunikace směrem dovnitř družstva. Za zmínku stojí, že při posledním šetření o potřebách komunikace naši zaměstnanci cítili jako nedostatek málo informací směrem k jejich rodinným příslušníkům. A to přesto, že družstvo vydává svůj informační zpravodaj, do kterého má možnost přispívat skutečně každý.

Ještě poznámku ke kontrole. Kontrolu chápu jako hledání možností ke zlepšování, např. pomocí již zmíněného sociálního auditu, nikoli příležitost k sankcím.

A čím si šéf získává respekt, uznání?

Jsem přesvědčen, že zejména osobním úspěchem. Na druhém místě pak přístupem k lidem.

Myslím, že ve vašem případě jste si pověst "dobrého šéfa" vysloužil i vztahem k oboru, životnímu prostředí, uvažováním v širokém kontextu - i tak se dá dívat na byznys. Nedávno jste například prezentovali váš firemní názor na těžbu dřeva v lese, na možnosti lesa při uvážlivém hospodaření, na výhody výrobků ze dřeva. Mohl byste to upřesnit?

Děkuji za uznání. Nejde jen o těžbu dřeva. Lesy mají řadu funkcí a vzbuzují mnoho emocí. Je to pochopitelné. Chyby spáchané v lese se napravují desetiletí. Na druhou stranu diskuze o využití dřeva nesmí skončit v emocích vedoucích k odmítání těžby a využívání dřeva. Nevyužívat dřevo by byla z ekologického pohledu velká



chyba. Zdravé stromy při svém růstu spotřebovávají kyslíčník uhlíčitý. Po dosažení určitého věku přestávají růst a začínají odumírat. Přitom produkují skleníkové plyny. Proto lze říci, že dobře řízená těžba dřeva udržuje les v žádoucí kondici. Pokud z pokáceného dřeva vyrobíme vazníky na stavbu velké haly, nahradili jsme například ocel. Ta pro svou výrobu spotřebuje spousty energie, kterou jsme díky použití dřeva ušetřili. Spotřebovali jsme sice energii na výrobu vazníku dřevěného, ale je jí nepoměrně méně. Tedy náhradou výrobků s energeticky náročnou výrobou produkty ze dřeva snižujeme emise skleníkových plynů. Cyklem les - dřevovýrobek - recyklace - spalení nezpracovatelných zbytků - les pak maximálně využíváme ekologický potenciál dřeva. A to se snažíme lidem říci. Protože záleží jen na nás, jak s ekologickým potenciálem dřeva budeme nakládat.

Od životního názoru k exportu - ctíte poctivou a smysluplnou práci, výsledkem je rozvoj podnikání družstva, jež získalo velkou prestiž; jste rovněž zajímavým vývozcem. Jaký je váš cíl v roce 2007?

Řadu let družstvo vyrábí dřevotřískové a dřevovláknité desky. Jak surové tak povrchově upravené. Od těchto desek je jen krok k výrobě nábytkových dílců ve velkém. My jsme ten krok směrem k vyšší přidané hodnotě našich výrobků učinili. V polovině minulého roku jsme spustili provoz na výrobu nábytkových dílců z deskových materiálů. Svým rozsahem jde vlastně o středně velkou firmu. Dobře zvládnout její řízení, zvýšit kapacitu a připravovat nové produkty jsou naše cíle pro tento rok.

za slova plná zkušeností poděkovala Eva Brixí

Zavedení nové strategie a úpravy velkoobchodů Makro hodnotí zákazníci pozitivně

Velkoobchodní společnost Makro Cash & Carry ČR i zákazníci hodnotí zavedení nových obchodních podmínek a úprav velkoobchodů jako úspěšné. Společnost před půl rokem reagovala mimo jiné i na připomínky svých zákazníků, pro které jsou nejdůležitějšími faktory nakupování v Makru především komfort během nákupu, reagování na jejich specifické požadavky, profesionální porada a individuální přístup. Výsledkem byla úprava provozní doby pro klíčové zákazníky, rozšíření profesionálního poradenství či nový bonusový systém.

Od začátku července loňského roku Makro představilo řadu novinek, klíčové kategorie zboží prošly výraznou úpravou sortimentu, výrazně se rozšířila nabídka v oblasti potravin prémiové kvality. Jde především o oblast čerstvých potravin, sýrů a delikates, ovoce a zeleniny, čerstvých ryb, masa a masných výrobků. "V této práci pochopitelně pokračujeme, intenzivně pracujeme na revizi a úpravě sortimentu v oblasti trvanlivých potravin, v oblasti spotřebního zboží jsme se zaměřili na potřeby pro gastronomii a hotelnictví, kancelářské potřeby a mnoho dalšího. Provedli jsme úpravy jednotlivých oddělení a kategorií zboží tak, aby byl

prodejní prostor pro zákazníka co nejlogičtější uspořádaný a co nejprehlednější," uvedl Martin Dlouhý, generální ředitel Makro. Postupně dochází také k posilování poradců přímo na prodejní ploše.

Mezi změny patřilo i zavedení minimálního obrátového limitu. "Minimální obrátový limit plní především funkci vyčištění zákaznické databáze. Mnoho zákazníků ukončilo či přerušilo svou podnikatelskou činnost a zapomnělo nás o tomto faktu informovat a svoji registraci ukončit. Někteří zákazníci naopak zaregistrovali více svých firem, ale k nákupům využívali jen jednu registraci. Byla zde také skupina zákazníků, kteří z různých důvodů nakupovali v našich velkoobchodech velice omezeným způsobem. Vzhledem k tomu, že hlavním předmětem činnosti Makra je velkoobchod, dá se předpokládat, že pro tyto zákazníky není Makro řešením jejich podnikatelských potřeb. Za uplynulé sledované období bylo vyřazeno zhruba 300 tisíc neaktivních registrací, na druhou stranu na základě zkušeností z minulého roku letos očekáváme nárůst počtu nových registrací v důsledku vzniku nových podnikatelských subjektů, a to přibližně o 20 tisíc," upřesnil Stani-

slav Novotný, marketingový manažer Makro, a dodal: "Věříme, že všechny skutečně změny pomohou ke zdokonalování naší péče o 750 tisíc aktivních profesionálních zákazníků nakupujících v Makru. Naše dosavadní zákaznické průzkumy, které pro nás zpracovává společnost Incoma, nás utvrzují v tom, že jsme vykročili správným směrem. Snad nejlépe je hodnocena úprava sortimentu, rozšíření poradenství, vyhrazená otevírací doba pro klíčové zákazníky a fakt, že úpravy zkrátily čekací dobu u pokladen. Dalším pozitivním ukazatelem je nárůst tržeb, které za rok 2006 dosáhly 38,3 miliard korun."

Jednou ze změn, která zaujala především milovníky kvalitních vín, byla úprava vinoték. Jejich plocha se zvětšila a výraznou změnou prošel sortiment - přiblížená třetina nabídky vín byla obměněna, přičemž došlo k redukci vín těch nejnižších cenových úrovní a naopak výrazně posílil sortiment ve střední a vyšší kvalitě. Sortiment vín se tak blíží 700 položkám. V tomto duchu byl také vybudován vinný humidor v pobočce Makro Stodůlky, kde je 150 vín, šampaňských a lihovin té nejvyšší kvality v cenách od 500 až do 40 000 Kč.



"Vinný humidor se setkal s velkým ohlasem, což se projevilo jak ve vnímání Makra a vína, tak v konkrétních prodejkách. Exkluzivní vína ze Stodůlek objednávali zákazníci nejen z Česka (nejvíce z pražského Černého Mostu a Ostravy), ale i ze slovenského Metra. Výběr exkluzivních vín ze stodůleckého humidoru mohou najít zákazníci v každém velkoobchodním centru Makro v ČR a Metro na Slovensku v minihumidorech. Plný sortiment je uveden na speciálních webových stránkách www.vinnymumidor.cz. Nejdražším šampaňským, které jsme vloni prodali, byla patnáctilitrová lahev šampaňského Veuve Clicquot Ponsardin v ceně přes 40 tisíc Kč bez DPH. Velmi dobře se prodávají i destiláty, jeden zákazník si například koupil láhev koňaku Louis XIII. za více než 30 tisíc Kč a zatím nejdražší prodané víno, Chateau Petrus ročník 1994, stálo přes 20 tisíc Kč bez DPH," řekl Ivo Dvořák, Head Sommelier Makra. (tz)

Dobrý den, tady Zákaznické centrum



Moderní formou obchodování je telemarketing. Prostřednictvím telefonu si dnes můžete pořídit auto nebo pojištění domu, aniž byste vytáhli paty z tepla domova. Jedním z největších poskytovatelů telemarketingových služeb na českém trhu je v tomto směru brněnské Zákaznické centrum společnosti Mediaservis. Šéfuje mu Tomáš Satek, který s touto oblastí obchodování přichází do styku již asi sedm let: "Ano, i já jsem začínal od píky, seděl na lince a aktivně volal....," s úsměvem začal náš rozhovor.

Co všechno vaše Zákaznické centrum zajišťuje?

Služby našeho Zákaznického centra jsou určeny především těm klientům, kteří se snaží získat nové zákazníky nebo zajistit servis pro ty stávající. Uvědomujeme si, že naši pracovníci vlastně zastupují klienta ve vztahu k jeho zákazníkovi. Proto dbáme na způsob, jakým je hovor veden, i na to, jakým způsobem je vyří-

zen. Snažíme se především o osobní přístup k volajícímu.

Jak probíhá školení nových operátorů?

Je to několika stupňový sofistikovaný proces. Nejprve u zájemců zjišťujeme jejich komunikační schopnosti a motivaci do práce. Následuje selekce a výběr nejvhodnějších kandidátů do naší speciální "školy". Zde jsou tři až čtyři týdny v přípravných týmech, které vedou zkušení školitelé - supervizoři. Ve škole získávají potřebné znalosti v oblasti komunikace a zvládání námitek, telemarketingu a zvláště důležité prodejní schopnosti. Následují školení na konkrétní produkt. Poté musí složit ještě závěrečný test, kterým prokážou své vědomosti.

Komunikujete i v cizích jazycích?

Určitě zajišťujeme i tyto projekty. Máme operátory, kteří dokáží plynule v daném jazyce komunikovat. Naše Zákaznické centrum navíc pořádá pro své zaměstnance pravidelné jazykové kurzy němčiny a angličtiny.

Kolik hovorů denně vyřídíte a kolik operátorských míst v Zákaznickém centru využíváte?

Disponujeme 250 operátorskými místy a jsme schopni v průměru řešit 15 000 hovorů denně. U aktivního volání realizujeme služby od deváté hodiny ránní až do devíti večer a u pasivního telemarketingu pracujeme již od šesti. Dokážeme ovšem pokrýt i 24 hodinovou non-stop směnu 365 dní v roce. Umíme se tedy pružně přizpůsobit nárokům a požadavkům klienta.

Jak postupujete při jednání s obzvláště problematickými zákazníkem?

Tato zkušenost není úplně výjimečná. Důležité je zachovat klid, být profesionální a nenechat se vulgárními a zlostnými projevy vyprovokovat. V této situaci se obecně snažíme zákazníka uklidnit a hlavně okamžitě řešit jeho požadavek.

Už jste někdy museli čelit technické poruše, která vyřadila chod Zákaznického centra, jak jste proti těmto eventualitám chránění?

pokračování na straně 15

Meziroční nárůst počtu vydaných kreditních karet přesáhl v České republice 56 %

V České republice bylo vydáno ke konci třetího čtvrtletí minulého roku 8,9 milionů platebních karet - 6,5 milionů debetních a 2,4 milionů kreditních karet. Meziroční nárůst tak činil 3,4 % u debetních karet a rekordních 56,4 % u karet kreditních. Vyplývá to z údajů bank a splátkových společností.

"Očekáváme, že do konce roku 2009 bude v České republice 5 milionů kreditních karet," řekl Ján Čarný, generální ředitel MasterCard Europe pro Českou republiku, Slovensko a Polsko. Dynamický růst trhu platebních karet se projevuje i v počtech a objemech provedených transakcí. V České republice bylo během prvních tří čtvrtletí roku 2006 realizováno 87 milionů transakcí u obchodníků a provozovatelů služeb (POS transakcí), a to o celkovém objemu 98 miliard Kč. Počet POS transakcí tak dosáhl meziročního nárůstu 12,2 %, jejich objem vzrostl o 15,4 %. Na jednu platební kartu připadalo za tři čtvrtletí minulého roku v průměru 9,4 POS transakcí a průměrná výše jedné z nich činila 1125 Kč. Většina Čechů však stále používá své platební karty hlavně v bankomatech, čemuž odpovídají i údaje bank. Počet ATM transakcí dosáhl za první tři čtvrtletí uplynulého roku 104,4 milionů, což představuje meziroční nárůst 4,7 %. Celkový objem ATM transakcí činil téměř 359 miliard Kč s meziročním nárůstem 10,7 %. Češi realizovali v tomto období průměrně 11,3 ATM transakcí o průměrné hodnotě 3437 Kč. Pomalu, ale jistě se však mění způsob používání platebních karet. "Podíl transakcí realizovaných prostřednictvím bankomatů se postupně snižuje, a to ve prospěch transakcí provedených u obchodníků. Je to dáno nejen rozšiřováním akceptační sítě, ale také růstem počtu kreditních karet mezi obyvateli," řekl Ján Čarný. Dynamickému vývoji trhu platebních karet se bude přizpůsobovat také nabídka tuzemských bank. Banky budou přicházet s novými službami pro držitele kreditních i debetních karet,

jejichž příkladem může být cashback či card customization. Díky konkurenčnímu boji poroste také význam věrnostních programů jednotlivých bank, které se budou zároveň snažit přistupovat ke klientům mnohem aktivněji než doposud. Mezi očekávanými novinkami v oblasti platebních karet na rok 2007 je rovněž příchod předplacených platebních karet na český trh. "V rámci budoucího vývoje trhu kreditních karet v České republice očekáváme zavádění nových doplňkových služeb jako jsou různé bonusy nebo slevy na poplatcích a úrokové sazby," komentoval vývoj trhu kreditních karet Ján Čarný. "Mezi priority společnosti MasterCard patří právě podpora používání a aktivace kreditních karet, včetně rozšíření jejich funkcí," dodal. Velký prostor pro růst představují také co-brandové a affinity kreditní karty. Tyto karty, vydávané ve spojení bank a jednotlivých subjektů z komerční (tzv. co-branded cards), či nekomerční sféry (tzv. affinity cards), mají za cíl nabídnout spotřebitelům dodatečné benefity a bonusy spojené s jejich používáním.

Hlavní výhodu kreditních karet vidí jejich držitelé v jistotě a svobodě, kterou jim tyto karty přinášejí

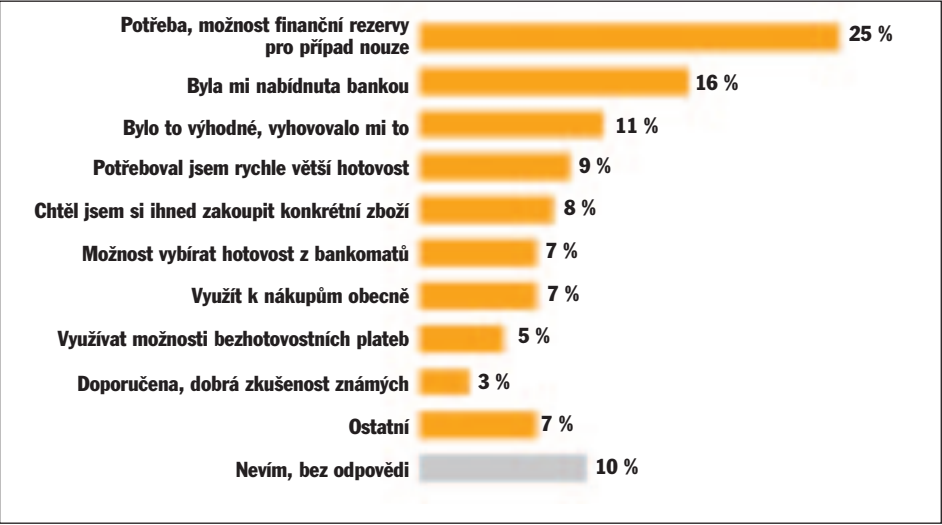
Situaci kreditních karet v České republice a obecně český trh úvěrových produktů sledoval i nedávný průzkum společnosti MasterCard. Průzkum byl zaměřen především na vnímání a využívání kreditních karet jako jednoho z úvěrových produktů. Z průzkumu vyplývá, že jako vhodný způsob financování aktivně využívá kreditní karty vydané bankovními subjekty 62 % jejich držitelů. Češi využívají svou kreditní kartu především na

nákupy elektroniky (51 %), potravin a zboží běžné spotřeby (37 %), nábytku a vybavení domácnosti (23 %) a k nákupu oblečení (22 %). Hlavní výhodu využívání kreditních karet spatřují jejich držitelé (86 %) zejména v jistotě a svobodě, kterou jim tyto karty přinášejí. Pokud u sebe mají kreditní kartu, nemusí nosit hotovost a mohou s ní platit prakticky kdekoli. Tuto výhodu uvedlo spontánně celkem 56 % oslovených držitelů. Mezi velmi často zmiňovanými pozitivy kreditních karet se objevovala také možnost využití bezúročného období. Češi si kreditní kartu pořízují především za účelem vytvoření finanční rezervy pro případ nouze (25 % držitelů); 16 % dotázaných držitelů kreditních karet uvedlo, že se pro ně rozhodujícím motivem pro pořízení kreditní karty stala nabídka banky, ve které mají vedený běžný účet.

Nejčastěji zmiňované motivy pro pořízení kreditní karty

Průzkum zmapoval mimo jiného i to, jak čeští držitelé kreditních karet splácí poskytnuté

finanční prostředky. Naprostá většina respondentů (63 %) splácí čerpaný úvěr pravidelně, a to v měsíčních splátkách. Zjištěné údaje potvrzují dobrou platební morálku českých držitelů kreditních karet. Nejčastější výše splátek se pohybuje v rozmezí 2001 - 5000 Kč (34 %). Jedna čtvrtina držitelů kreditních karet (25 %) splácí splátky ve výši 1001 - 2000 Kč. Dalším zjištěním průzkumu je nedostatečná znalost kreditních karet mezi lidmi, kteří je doposud nevlastní. Celkem 21 % oslovených nedržitelů kreditních karet tento produkt vůbec nezná a celých 46 % není dostatečně informováno o jeho výhodách. Z výstupů realizovaného průzkumu bude vycházet také chystaná vzdělávací kampaň společnosti MasterCard. Cílem kampaně je zvýšit mezi českými občany povědomí o výhodách kreditních karet, a prohloubit tak informovanost o tomto produktu. Cílem kampaně bude také rozšířit zájem o pořízení si kreditní karty a o její použití k placení za zboží a služby. **(tz)**



CCS Toll - nová karta pro mýtný systém v České republice

Od 1. ledna 2007 mají nákladní vozidla o hmotnosti nad 12 tun na dálnicích a rychlostních komunikacích v České republice povinnost platit mýtné. Jeho úhrada je možná nejen prostřednictvím faktur nebo inkasa z účtu, ale rovněž platebními a fleet kartami. CCS Česká společnost pro platební karty, a. s., nabízí dopravcům pro tyto účely specializovanou identifikační kartu CCS Toll. Kartu CCS Toll je možné využít pro identifikaci nákupu předplaceného mýtného (pre-paid) na všech distribučních a kontaktních místech mýtného systému a pro registraci za účelem úhrady mýtného režimem post-pay, kdy jsou platby za mýto strhávány držiteli karty inkasem z účtu. Jednou měsíčně obdrží zákazník od provozovatele mýta přehledné vyúčtování včetně daňového dokladu. Bezpečnost karty je zajištěna čtyřmístným PIN kódem a veškeré informace o kartě jsou zaznamenávány

v magnetickém proužku na její zadní straně. "Karta CCS Toll je dle přání zákazníka vystavena buď na jméno společnosti, na SPZ vozidla nebo jako univerzální, a to na dobu 3 let s automatickou obnovou. Karta je přenosná a pro celou firmu tak stačí pouze jedna. Na žádost klienta jich ale může být vystaveno i více na jednu firmu (například pro každé vozidlo), a to zejména pro režim pre-pay, který funguje na principu předplacení kreditem prostřednictvím hotovosti nebo příslušné bankovní a tankovací karty," popsala výhody karty CCS Toll Hana Ševčíková, ředitelka úseku služeb zákazníkům CCS České společnosti pro platební karty, a. s. CCS nabízí firmám rovněž možnost registrace do mýtného systému - podrobnější informace získají zájemci na internetových stránkách www.ccs.cz nebo na nonstop Kontaktním centru CCS, tel.: 266 108 108. **(tz)**



Češi platí kartami Visa více než kdykoli v minulosti

Nejnovější výsledky, které v lednu 2007 zveřejnila společnost Visa Europe, ukazují, že používání karet Visa v České republice v průběhu roku 2006 dynamicky rostlo. Za dvanáct měsíců od září 2005 do září 2006 dosáhly výdaje českých držitelů karet Visa 12,3 miliardy EUR, což představuje oproti předchozímu roku nárůst o 17,3 % a toto číslo jasně dokazuje, že zákazníci si ve stále větší míře uvědomují, jaké bezpečí a pohodlí nabízejí platby platební kartou. Navíc čeští spotřebitelé používají své karty stále chytřejší, což se odráží v silném růstu transakcí u obchodníků. Platební karty se čím dál rychleji stávají preferovanou metodou platby v obchodech nebo supermarketech - objem financí uhrazených prostřednictvím karet Visa u obchodníků vzrostl o plných 28,9 % a dosáhl celkového objemu 2,3 miliardy EUR za 12 měsíců k září 2006, přičemž počet transakcí u obchodníků se zvýšil o 28,8 % na 61 milionů transakcí. Area Manager Visa Europe pro Českou republiku Jana Lvová k dosaženým výsledkům uvedla: "Lidé používají platebních karet k hrazení větších nákupů, ovšem stejně tak jimi platí předměty každodenní potřeby v obchodech, na benzinových stanicích a v restauracích. Češi se naučili platit lépe a efektivněji: vědí, že nemusí stát ve frontě před bankomatem, když je mnohem snazší zaplatit kartou Visa přímo. Na úspěch dosažený v roce 2006 chceme navázat a nadále budeme úzce spolupracovat s našimi členskými bankami, abychom mohli svým klientům nabídnout ještě víc inovativních způsobů platby." "Rostoucí zájem českých spotřebitelů o platby platebními kartami za věci každodenní potřeby a služby ilustruje rovněž počet používaných karet Visa. Na sklonku září 2006 jsme registrovali 4,7 milionu používaných karet Visa, což představuje 17,7% nárůst proti roku 2005. Podobně celkový počet transakcí dosáhl ke konci září 2006 145 milionů, což oproti předchozímu roku představuje nárůst o 17,3 %." Uvedla J. Lvová. Silný růst vykazuje i segment kreditních karet. Aktuálně je v České republice vydáno 525 000 kreditních karet Visa, což oproti předchozímu roku představuje významný nárůst o 46,7 %. **(tz)**

Dobrý den, tady Zákaznické centrum

pokračování ze strany 14

Základním krokem je prevence - samozřejmě používáme antiviry, máme zablokovány uživatelské počítače, realizujeme zálohy dat mimo naši budovu, disponujeme kvalifikovaným IT teamem, vzdálenými přístupy do sítě, atd. Proti výpadku proudu máme zajištěny zdroje energie. Využíváme služeb více telco operátorů, čímž výrazně snižujeme pravděpodobnost výpadku telekomunikačních služeb. Řešení technických potíží také spočívá v možnosti přesunu operátorů z centrály na naši další brněnskou pobočku a naopak.

Dají se propojit relativně odlišné služby jako je telemarketing a poštovní služby?

Samozřejmě dají. Toto unikátní propojení poštovního operátora jakým je Mediaservis se službami telemarketingu umožňuje nabízet více-

stupňový direct marketing v rámci jednoho poskytovatele a docílit tak v jednotlivých kampaních té nejlepší časové a finanční efektivity.

Slyšel jsem o vaší spolupráci s UNICEF. O co se jednalo?

Těsně před Vánoci jsme se skutečně podíleli na akci pro UNICEF. Na jejím začátku byly v televizi odvysílány příběhy několika dětí z rozvojových zemí tří kontinentů: Jižní Ameriky, Afriky a Asie. V průběhu těchto reportáží běžela upoutávka na duhovou linku, která byla mj. také směřována do našeho Zákaznického centra, kde mohli lidé těmto dětem v jejich tíživé situaci finančně pomoci. My jsme poskytli technické zázemí včetně výskolených operátorů, kteří se vzdali nároku na honorář. Rád bych využil této příležitosti a tímto bych jim poděkoval za jejich obětavost. **(lau)** ➞



SVAZ DOVOZCŮ AUTOMOBILŮ VYHLAŠUJE 11. ROČNÍK SOUTĚŽE Motocykl roku 2007

Soutěže se mohou zúčastnit občané ČR starší 18 let. Vyplníte anketní lístek a pošlete jej do 12. 4. 2007 na adresu: Agentura Petr Ehrlich, Na Pískách 838/42, 160 00 Praha 6. Hlasovat můžete i na výstavě Motocykl 8.–11. 3. 2007 (Výstaviště, Praha–Holešovice) ve stánku Motocykl roku 2007, nebo na www.motocyklroku.cz, kde najdete i pravidla soutěže.

HLASUJTE A VYHRAJTE HONDU CBF600S NEBO NĚKTEROU Z DALŠÍCH CEN ZA VÍCE NEŽ 300 000 Kč

Naked bikes



Aprilia Tuono 1000 Factory



Harley-Davidson VRSCDX Night Rod Special



Honda CB600F Hornet



Jawa 250 Travel



Kawasaki Z1000

Choppery



Harley-Davidson FXSTC Softail Custom



Honda VT750 Shadow Spirit



Kawasaki VN900 Custom



Suzuki Intruder M1800R



Triumph Rocket III Classic

Skútry a mopedy



Honda SH300i



Jawa New Pionýr 500



Jincheng JC 125T



Kentaya Ideo



Peugeot Jet Force 125 Kompresor

Endura včetně cestovních



BMW G 650 Xchallenge



Kawasaki KLX450R



KTM 990 Adventure



Triumph Tiger



Yamaha WR450F

Cestovní silniční motocykly



BMW K 1200 R Sport



Ducati Multistrada 1100



Kawasaki Versys



Moto Guzzi 1200 Sport



Suzuki Bandit 650 S

Sportovní silniční motocykly



Ducati 1098



Honda CBR600RR



Kawasaki Ninja ZX-6R



Suzuki GSX-R 1000



Yamaha YZF R1

www.motocyklroku.cz

Vyhlašovatel:



Generální partner:



Hlavní partneři:



Partneři:



Moto Morini Corsaro 1200 Veloce



Suzuki GSR 600



Triumph Speed Triple



Yamaha FZ6 Fazer S2



Yamaha XV51300 Midnight Star



Yuki 400 Spyder

CENY PRO HLASUJÍCÍ VĚNOVALI:

1. cena: Honda CBF600S, Honda ČR
2. cena: Aprilia 50 Scarabeo, A spirit
3. cena: Moto navigace ZUMO 550 DeLuxe, Picodas Praha
4. cena: Sada pneumatik Pirelli, A-spirit
5. cena: Kožená bunda, Bikers Mode
6. cena: Boty Alpinestars, A-spirit
7. cena: Obličej IXS, A-spirit
8. cena: Přilba Jet, Klasik Moto
9. cena: Hodinky Honda, Honda ČR
10. cena: Balíček Castrol, Castrol Lubricants (CR)



1. cena
Honda CBF600S



3. cena
moto navigace
ZUMO 550
DELUXE



Yuki 50 Speedy New



Peggio MP3 250RL



Suzuki Burgman 200



Yamaha X-City 250



Yuki 200 SM

Generální mediální partneři:



Hlavní mediální partneři:



Mediální partneři:



2. cena
Aprilia 50
Scarabeo



Anketní lístek

VYPLŇTE VŠECHNY KATEGORIE, JINAK LÍSTEK NEBUDE ZAŘAZEN DO SLOSOVÁNÍ. ZA MOTOCYKL ROKU 2007 POVAŽUJI V KATEGORII

☐	Naked bikes:
☐	Choppery:
☐	Skútry a mopedy:
☐	Endura včetně cestovních:
☐	Cestovní silniční motocykly:
☐	Sportovní silniční motocykly:

Jméno:

Příjmení:

Ulice a číslo popisné:

PSČ: Město:

Váš podpis:

Prosíme o vyplnění následujících nepovinných údajů:

vlastním motocykl ☐ ano ☐ ne

značka/model: rok výroby:

Odesláním anketního lístku do soutěže poskytnete pořadající agentuře Petr Ehrlich souhlas se zpracováním osobních údajů podle posledního článku úpinných pravidel soutěže. Vyplněný anketní lístek laskavě pošlete do 12. dubna 2007 na adresu: Agentura Petr Ehrlich, Na Plávkách 838/42, 160 00 Praha 6. Hlasovat můžete i na internetu na www.motocyklroku.cz, kde zároveň najdete i pravidla soutěže.

Partneři cen:





CzechTrade pomohl v loňském roce k vývozu za 3,3 miliardy korun

Celková bilance zahraničního obchodu za rok 2006 dosáhla 47,3 miliardy korun a je nejlepší v historii České republiky. "Je to především zásluha podnikatelů, ovšem troufám si říci, že v nemalé míře jim pomohl také provázaný systém podpory exportu, jehož součástí je i naše agentura," uvedl Ivan Jukl, generální ředitel CzechTrade na nedávné tiskové konferenci.



Na snímku (zprava) Ivan Jukl, generální ředitel CzechTrade, a tiskový mluvčí Aleš Řiháček

Agentura CzechTrade má za sebou zlomový rok a skvělé výsledky. Prostřednictvím využití služeb zahraničních kanceláří agentury dovedli klienti CzechTrade z řad malých a středních firem k úspěšnému konci 247 exportních případů v celkovém objemu 3,3 miliardy korun, což je více než dvojnásobek oproti roku 2005, kdy objem exportu dosáhl 1,3 miliardy korun. "Tradičně více než polovinu z objemu exportu klientů CzechTrade tvoří ruské trhy, které zabezpečují zahraniční kanceláře v Petrohradě, Jekatěrinburgu a v Moskvě," pokračoval I. Jukl. "V pomyslném žebříčku úspěšnosti je to dále Bukurešť a země EU, ovšem úspěšně se rozvíjejí i vzdálené trhy, na které budeme zaměřovat stále více svou pozornost. Například zahraniční

kanceláři v Bombaji se loni podařilo pomoci obchodům za téměř 70 milionů Kč, brazilská kancelář v Sao Paulu vykazuje přibližně 25 milionů, Šanghaj 4 miliony... Právě Šanghaj je příkladem toho, že export do vzdálenějších a obtížnějších teritorií je běh na dlouhou trať. Z hlediska vytiženosti je spolu s Varšavou jednoznačně na prvním místě mezi všemi 33 zahraničními kancelářemi CzechTrade, ovšem k výsledkům v podobě uzavřených kontraktů vede poměrně dlouhá cesta," dodal. Činnost agentury se v současné době opírá o 31 zahraničních kanceláří ve 30 zemích světa, z toho 23 působí v Evropě, čtyři v Americe, tři v Asii a jedna v Africe. V praxi se osvědčil v loňském roce zavedený systém tzv. "plovoucích kanceláří", což znamená, že agentura soustředí pozornost do těch zemí, kde pro české exportéry existuje obchodní potenciál a které jsou dlouhodobě perspektivní. Naopak CzechTrade utlumuje aktivity tam, kde už jeho služeb není tolik zapotřebí. Prioritní země jsou definovány také v Exportní strategii ČR pro období 2006 až 2010. "Loni jsme otevřeli nové kanceláře v Mexiku a Saudské Arábii, v současné době probíhají poslední nutné právní kroky pro otevření druhé kanceláře v Číně. V plánu letošního roku jsou také nová kancelář ve Vietnamu, druhé zastoupení v Indii a již čtvrtá kancelář na území Ruska, konkrétně v Samaře," doplnil I. Jukl. Agentura CzechTrade potvrdila v loňském roce oprávněnost udělení certifikátu kvality ISO 9001:2000 a je tak třetí národní proexportní organizací v Evropě, která se tímto certifikátem může pochlubit. Podle generálního ředitele Ivana Jukla tak vstupuje CzechTrade do roku

2007, který je jubilejním desátým rokem existence, s pověstí jedné z nejúspěšnějších vládních proexportních evropských agentur, ale také s výzvou na další zkvalitňování a rozšiřování portfolia služeb pro své klienty, danou schválenou strategií do roku 2010. "Základem naší činnosti je odborné profesionální poradenství v oblasti mezinárodního obchodu. Jestliže chceme být pro naše klienty důvěryhodným a trvalým partnerem, musíme být jedním z nich," dodal I. Jukl.

Exportní veletrh

Služby zahraničních kanceláří CzechTrade jsou hlavní činností agentury a přínášejí firmám nejvyšší přidanou hodnotu. Proto pořádá CzechTrade již tradičně třikrát do roka Exportní veletrh, což je dvoudenní maraton bilaterálních jednání, během kterých mají začínající i zkušení exportéři možnost setkat se na jednom místě s pracovníky zahraničních kanceláří CzechTrade a získat od nich neocenitelné rady a zkušenosti. Letošní první Exportní veletrh se konal ve dnech 20. - 22. února a o významu této akce pro české exportéry svědčí skutečnost, že již měsíc před konáním byly kapacity pro jednání beznadějně naplněny. Na únorovém Exportním veletrhu představil CzechTrade svoji novinku v portfoliu služeb, kterou je interaktivní Mapa oborových příležitostí. Jedná se o velmi účinný nástroj pro rychlou orientaci, jaký exportní potenciál existuje ve vybrané zemi pro určitý průmyslový obor. Mapa oborových příležitostí obsahuje nejaktuálnější přehled aktivních poptávek, tendrů a investičních pobídek rozříděný podle jednotlivých oborů a zemí. Je dostupná na internetových stránkách CzechTrade.

Exportní akademie

Další letošní novinkou služeb CzechTrade, vyplývající z Exportní strategie ČR, je projekt Exportní akademie. Jedná se o unikátní vzdělávací program zaměřený na zkvalitňování úrovně služeb státu na podporu exportu. První pilotní běh Exportní akademie letos na jaře bude určen jako předodjezd

vá příprava pro nové pracovníky ekonomických úseků českých velvyslanectví v zahraničí a pracovníky zahraničních kanceláří CzechTrade. Absolvoování Exportní akademie bude do budoucna nezbytnou podmínkou výjezdu nových pracovníků na tyto zahraniční mise. Od podzimu pak bude CzechTrade jednotlivé vzdělávací moduly Exportní akademie nabízet i českým firmám v rámci přípravy jejich obchodních zástupců na působení v zahraničních pobočkách.

Exportní klub chystá širší paletu akcí

Exportní klub CzechTrade vstoupil do roku 2007 s novou filozofií - chce svým členům nabídnout vyšší přidanou hodnotu v podobě zajímavých akcí, které jim přinesou nejen nové poznatky, ale také výhody klubových setkání. Po velkém pozitivním ohlasu, který vzbudila listopadová konference o možnostech česko - ruského obchodu, připravuje Exportní klub na květen obdobnou akci zaměřenou na Rumunsko a Bulharsko. Trhy nových členských zemí EU představují pro české exportéry obrovský potenciál a konference bude věnována výměně informací o možném využití jedinečných investičních i obchodních příležitostí do tohoto ekonomicky rychle rostoucího regionu. Investičním příležitostí bude věnován také cyklus šesti pracovních workshopů Exportního klubu s názvem "Investice v zahraničí", který nabídné témata přímých investic a akvizic v zahraničí, příležitostí a překážek pro české investory, vývozu know-how a služeb prostřednictvím investic, přesunu výroby, ochrany investic i minimalizace rizik a také bezprostředních zkušeností českých investorů na zahraničních trzích.

Operační program Marketing pokračuje

Na Operační program Průmysl a podnikání (OPPP) ze Strukturálních fondů EU navazuje v letošním roce Operační program Podnikání a inovace (OPPI) 2007 - 2013. V jeho rámci by měl být od 1. března 2007 zahájen příjem žádostí o dotace z programu Marketing, a to konkrétně z části tohoto programu, která se týká podpory vstupu malých a středních podniků na zahraniční trhy, ať už individuálně nebo v seskupení. Další částí, zahrnující společnou účast na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí, oborové a katalogové prezentace realizované agenturou CzechTrade a rozvoj služeb agentury CzechTrade v oblasti mezinárodního obchodu by měly následovat v průběhu roku. Program Marketing přináší nově řadu pozitivních změn. Maximální výše dotace se zvyšuje z 1 na 2 miliony korun a může pokrýt až 50 % způsobilých výdajů, což je o 4 % více než v minulém období. Zájemci mohou být jak malé a střední podniky a právnické osoby, tak i osoby fyzické, a to nejen v rámci individuální účasti, ale také jako seskupení (aliance). Forma podání žádosti se přitom zjednodušuje a přechází se na elektronický systém - e-account. Po formální stránce budou žádosti vyhodnocovat pracovníci CzechTrade. Veškeré prostředky v rámci OPPI již schválila vláda ČR, v současné době se očekává oficiální souhlas Evropské komise. "Loni CzechTrade přijal do programu Marketing celkem 549 projektů v hodnotě 326 milionů korun a podařilo se mu se stoprocentním úspěchem využít přidělené prostředky. Jsme přesvědčeni, že také v rámci OPPI si malé a střední firmy nenechají ujít tuto jedinečnou možnost, jak snížit své náklady při vstupu na zahraniční trhy," shrnul Ivan Jukl. (tz)

Kontakt:

CzechTrade
Česká agentura na podporu obchodu
Dittrichova 21
128 01 Praha 28
T: 224 907 500, F: 224 907 503
E-mail: info@czechtrade.cz
www.czechtrade.cz
www.euroservis.cz

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

Název	Země určení	Kontakt na CzechTrade	Popis poptávky
Kovové tyče pro křesla	Francie	miroslav.obruca@czechtrade.cz	Fr. návrhářská a obchodní společnost se zaměřením na nábytek hledá v ČR nové dodavatele - výrobní firmy pro ohýbání kovových tyčí pro křesla
Chromování plastových dílů pro aut. prům.	Španělsko	milena.nozarova@czechtrade.cz	Chromování plastových dílů pro automobilový průmysl
Ocelová hala	Německo	info@feige-forsttechnik.de	Zájem o dodávku ocelové haly 20 x 30 m, vnitřní výška 4 - 5 m, na klíč, pro potřeby obchodu s lesní těžební technikou. Výhledově prodloužení haly na 60 m.
Olejové transformátory a transfor. zalité pryskyřicí o výkonech 10 - 400 kVA	Rakousko	miroslav.obruca@czechtrade.cz	Transformátory jsou určeny k použití na dráze - k vytápění výhybek, k záložním zdrojům elektrického proudu

Český vývoz v loňském roce opět zabodoval

Čeští exportéři v minulém roce opět překvapili. Dokázali udržet rekordní tempo růstu exportu z roku 2005 a dokonce ho do jisté míry překonali. Obchodní bilance v roce 2006 skončila s přebytkem 47,3 miliardy korun, což je meziroční nárůst o 22 %.

"Ještě před třemi lety byl zahraniční obchod ČR v deficitu. Během dvou let se českým exportérům podařilo dostat obchodní bilanci do přebytku v řádu desítek miliard korun. V minulém roce se přitom museli vyrovnat s posilující korunou a rostoucími cenami pohonných hmot a plynu. Situaci jim neusnadňovala ani nevýrazná poptávka ve většině zemí Evropské unie," uvedl ministr průmyslu a obchodu Martin Říman. Celkové vývozy v minulém roce vzrostly o 14,6 % na 2141 miliard Kč a dovozy vzrostly tempem 14,4 % na 2093 miliard Kč. Co se týče teritoriálního rozložení českého vývozu, stále zde vévodí export do Evropské unie, který loni vzrostl o 14 % a tvořil 84 % tuzemského vývozu. Českému zboží se daří stále více pronikat na vyspělé trhy jako je třeba Skandinávie, Francie či Švýcarsko. Meziroční nárůst vývozu do Dánska v minulém roce dosáhl téměř 50 %. Stabilními obchodními partnery v Unii zůstávají Německo, Polsko a Slovensko. České firmy si vedly dobře i na za oceánských

tržích. Svě zboží prosadily v Indii, kde se vzájemný obchod vyšplhal přes 540 milionů USD, a nadějně vypadá i Čína, kam český export vzrostl v roce 2006 o 25 %. Tam je však znát silná konkurence evropských států, které nechtějí zůstat pozadu při dobývání asijského tygra. Dovoz čínského zboží do ČR na druhou stranu stále roste, čímž se v minulém roce prohloubilo záporné saldo vzájemného obchodu. Českému zboží se začalo otevírat poměrně náročné teritorium Severní Ameriky. Obchodní bilance se Spojenými státy je již druhým rokem v přebytku. Prolomit deficit zahraničního obchodu se loni poprvé podařilo ve vztahu s Kanadou. "Exportní strategie ČR 2006 - 2010, kterou MPO vypracovalo v roce 2005, prosazovala větší orientaci na trhy, které po roce 1989 české firmy opustily. Jde například o Rusko, bývalé sovětské republiky nebo Balkán, na které se nyní tuzemští exportéři úspěšně vrací, ale také o asijské státy a země severní Ameriky. Po dvou letech můžeme konstatovat, že se cíle této stra-

tiegie daří úspěšně naplňovat," uvedl náměstek ministra průmyslu a obchodu Martin Tlapa. Dobré výsledky hlásí také klíčové instituce státu na podporu vývozu. Nárůst smluv uzavřených Českou exportní bankou vzrostl v roce 2006 o 10 % a dosáhl částky přes 19 miliard korun. EGAP a Komerční úvěrová pojišťovna pojistily exporty v hodnotě 160 miliard korun. CzechTrade zdvojnásobil export svých klientů z řad malých a středních firem na 3,3 miliardy korun. Podle komodit táhl v loňském roce český export bez větších překvapení vývoz aut a strojních zařízení. Začíná se však dařit i dalším oborům jako je tradiční chemický průmysl, ale také informačním technologiím, ekologii a energetickým zařízením.

Export v roce 2007

Podle odhadů MPO skončí kladná bilance zahraničního obchodu za rok 2007 v intervalu 50 - 70 mld. korun. Mezi priority České republiky při podpoře exportu řadí MPO zejména důrazné prosazování dosažení dohody o další liberalizaci

Hledáme příležitosti

Obchodní firma ze Západokazachstánské oblasti, která navštíví Prahu začátkem března t. r. v rámci podnikatelské mise pořádané ČSOK hledá kontakty na české výrobce a dodavatele porcelánového nádobí "Bohemia Lux", kovového nádobí a mycích prostředků. Zájemci o osobní setkání s představitelem kazašské firmy se mohou přihlásit nejpozději do 28. 2. 2007 na níže uvedeném kontaktu:



Firmy ze Západokazachstánské oblasti, které navštíví Prahu začátkem března t. r. v rámci podnikatelské mise pořádané ČSOK hledají kontakty na české výrobce a dodavatele minipovaru (plocha 100 m²), minipekární (plocha 80 m²) a závesné peci s kolébkami. Zájemci o osobní setkání s představitelem kazašské firmy se mohou přihlásit nejpozději do 28. 2. 2007 na níže uvedeném kontaktu:



Firma ze Západokazachstánské oblasti, která navštíví Prahu začátkem března t. r. v rámci podnikatelské mise pořádané ČSOK hledá

světového obchodu ještě v letošním roce, v rámci tzv. katarského kola jednání WTO. Česká republika má dále zájem na snižování ochrannářských nástrojů v mezinárodním obchodě a lepší ochraně duševního vlastnictví tuzemských firem při jejich exportu a investicích v zahraničí. V rámci zlepšení zahraničních služeb státu připravuje MPO zahájení činnosti Rady pro obchod a investice, která rozšíří účast firem na rozhodování o podpoře exportu, vznik Exportní akademie a zlepšení systému ekonomické diplomacie. Státní podpora exportu se zaměří mimo jiné na podporu vývozu služeb, který v České republice stále zaostává. Jejím cílem je seznámit české podnikatele nejprve s možnostmi, které mají na trhu se službami v evropských státech, například v Dánsku či Velké Británii, a zároveň je připravit na překážky, které je na těchto trzích čekají. "Mezi rizika, která může ohrozit růst exportu v letošním roce, řadí MPO především potenciální nejistotu na světovém trhu surovin a pomalé ožívování růstu evropských ekonomik," řekl ministr M. Říman. **(tz)**

kontakty na české výrobce a dodavatele následujících technologií:

- vybavení závodu na výrobu řepného cukru (s kapacitou 500 tun/24 hod.),
- vybavení závodu na zpracování makulatury (až do 10 tun/24 hod.),
- zařízení pro výrobu toaletního papíru, ubrousků atp.

Zájemci o osobní setkání s představitelem kazašské firmy se mohou přihlásit nejpozději do 28. 2. 2007 na níže uvedeném kontaktu:



Firma ze Západokazachstánské oblasti, která navštíví Prahu začátkem března t. r. v rámci podnikatelské mise pořádané ČSOK hledá kontakty na české výrobce a dodavatele následujících technologií:

- zařízení na výrobu masových konzerv a klobás,
- zařízení pro vakuové balení masových delikates,
- umývací zařízení pro dezinfekci vybavení (mlýnků na maso atp.).

Zájemci o osobní setkání s představitelem kazašské firmy se mohou přihlásit nejpozději do 28. 2. 2007 na níže uvedeném kontaktu: vera.rehackova@czechtrade.cz

Podnikatelé budou moci čerpat prostředky ze SF EU jako první

Členové nově ustaveného Monitorovacího výboru Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) projednali kritéria výběru projektů pro pilotní programy podpory z OPPI - Marketing a Rozvoj, čímž se otevírá prostor pro vyhlášení "Výzev k předkládání projektů" do těchto programů od 1. března 2007. Podnikatelé se stanou první skupinou potenciálních žadatelů, kteří budou moci své žádosti o podporu předkládat v rámci podpory ze SF EU pro období 2007 - 2013. Náplní činnosti MV je ověřování účinnosti a kvality realizace OPPI. MV odpovídá za schvalování

výběrových kritérií pro jednotlivé programy podpory a následně monitorování procesu naplňování politiky hospodářské a sociální soudržnosti prostřednictvím OPPI. V lednu 2007 schválila vláda ČR 15 programů podpory v rámci OPPI, které jsou zaměřeny jak na přímou podporu firem, tak na budování infrastruktury pro podnikání. Záměrem MPO je postupně ve třech vlnách zahájit příjem žádostí do programů s přímou podporou. Po otevření programu Marketing a Rozvoj bude následovat přibližně v květnu druhá vlna výzev do programů: **pokračování na straně 27**

GALATEK, a. s., a české technologie do zahraničí

Společnost GALATEK z Ledče nad Sázavou je jedničkou ve svém oboru, neboť její lakovny jsou vždy originální kusovou dodávkou. Za dobu šestnáctileté existence realizovala největší počet lakoven v České a Slovenské republice z tuzemských dodavatelů. Významnou oblastí je především obor kolejových vozidel, kde realizovala projekty mj. pro Bombardier Česká Lípa, ČKD Vagonka Vítkovice, ČMKS Česká Třebová, DP Praha, ŽOS Trnava, ŽOS Zvolen. Před lety začaly obchodní aktivity firmy směřovat i na zahraniční trh. Například v Ruské federaci se úspěšně etabloje již pátým rokem. Referencemi mohou být například repasní linka osobních automobilů pro firmu IŽAVTO ve městě Iževsk či jedna z posledních uskutečněných dodávek - kontinuální linka povrchové úpravy částí letadel pro letecký závod ve městě Irkutsk v září roku 2006. Loni na jaře společnost získala významnou zakázku pro ruský strojírenský závod Uralvagonzavod, která je součástí velkého kontraktu české společnosti Alta na dodávky a obnovu strojního zařízení za celkem cca 300 milionů eur v průběhu následujících tří let. Společnost Uralvagonzavod se zabývá především výrobou vagonů a Alta a její subdodavatelé mají modernizovat její zařízení. Dodány tedy budou například obráběcí stroje, technologie a další zařízení. Projekt lakovacího komplexu v objemu cca 700 milionů korun bude patřit k největším svého druhu na světě.

Poptávka na trhu Ruské federace, především v oblasti Uralu, má zvyšující tendenci a bezesporu je na nejbližší období velmi perspektivní. Svědčí o tom další zcela konkrétní projekty, které jsou v současné době v pokročilém stádiu příprav. "V celém tomto pozitivním vývoji na uvedených trzích naší firmě výrazným způsobem pomohla spolupráce se zastupováním CzechTrade v Jekatěrinburgu," zdůraznil ředitel společnosti Martin Mokroš. "Znalost místních poměrů a dokonalá orientace v podnikatelské sféře nás zavedla k potenciálním zákazníkům a následně k podpisu uvedených kontraktů. Zastoupení CzechTrade v Jekatěrinburgu také velmi významným způsobem ovlivňuje i vývoj nově založené aliance České povrchové úpravy (CPU), jejímž smyslem je nabídnout ruskému zákazníkovi silnou skupinu, která je schopna vyřešit jeho problémy v daném oboru komplexně a s odpovídajícími zárukami," dodal. Velmi úspěšná byla například nedávná prezentace v Čeljabinsku, na které se české technologie a zařízení povrchových úprav představily. Zúčastnilo se jí na 70 zájemců ze 30 strojírenských podniků z oblasti Uralu, přičemž zastoupení CzechTrade již obdrželo řadu konkrétních poptávek. To dává předpoklady, aby se na Urale prosadili i čeští výrobci kovoobráběcích strojů.

více na www.galatek.cz

Daně z příjmů na portálu BusinessInfo.cz



Portál BusinessInfo.cz již tradičně přináší v průběhu února a března praktické informace týkající se daně z příjmů za rok 2006. V této speciální příloze naleznou podnikatelé například upozornění na změny oproti předchozímu daňovému období či informace týkající se úhrady daňových povinností. Nechybí zde ani návod, jakým způsobem podat daňové přiznání prostřednictvím internetu a samozřejmě je kompletní přehled potřebných daňových tiskopisů. V aplikaci elektronické formuláře jsou navíc k dispozici aktualizované interaktivní formuláře, díky kterým je vyplňování formuláře mnohem rychlejší, neboť jednotlivé položky formuláře

jsou vzájemně provázány či předvyplněné. Kromě formuláře pro fyzické osoby je v aplikaci také formulář pro právnické osoby.

Stručný přehled obsahu přílohy:

- Základní informace o dani z příjmu fyzických a právnických osob
- Daňové tiskopisy pro přiznání daní z příjmů fyzických a právnických osob
- Úhrada daňových povinností
- Základní daňové pojmy
- Zákon o daních z příjmu
- Podání daňového přiznání prostřednictvím internetu
- Průměrné ceny pohonných hmot 2006
- Jednotné kurzy pro přepočty cizí měny
- Přehled čísel a předčíslí bankovních účtů finančních úřadů
- Adresář finančních orgánů

více na www.businessinfo.cz

MORAVSKÉ SKLÁRNY KVĚTNÁ, s. r. o., a design do světa

Sklárny Květná (1794) jsou nejstarší pracující sklárnou na Moravě a řadí se k vůbec nejstarším sklárnám v celé České republice. Již více než 200 let vyrábí foukané, ručně tvarované nápojové a dekorativní sklo klasických i moderních tvarů, které se zde dekoruje broušením, leptáním, malováním, matováním, rytím nebo pískováním. Po převzetí společností Synex CZ, a. s., v roce 2004 sklárna navázala na tradiční spolupráci se známými evropskými výtvarníky první poloviny 20. století, kdy pro ni sklo navrhovali například Adolf Loos nebo Josef Hofmann a oslovila přední české designéry současnosti. Dnes tak vyrábí nejen tradiční sortiment, ale i designové sklo podle návrhů studia Olgoj Chorchoj, Mimolimit Bary Škorpilové, Rony Plesla, Jiřího Šuhájka a mnoha dalších. Novým sortimentem, vycházejícím z jejich návrhů, chce oslovit i další zákazníky a zavést na trh se sklem moderní, dosud málo viděné výrobky. Sklárna již získala za své výrobky několik ocenění. Například za designovou sadu Mr. Egg obdržela Design Plus cenu udělovanou odbornou veřejností za originální design a kvalitní provedení v rámci veletrhu Ambiente 2006 ve Frankfurtu nad Mohanem. Květná je první českou firmou, která toto ocenění získala. Právě na mezinárodním poli Moravské sklárny Květná začaly spolupracovat s agenturou CzechTrade a tento krok se velmi osvědčil. Výsledkem byla například účast na veletrhu Macef 2006 v italském Miláně nebo na výstavě Blickfang ve švýcarském Curychu. Sklárna využila také možnosti získat prostředky z OPPI v rámci programu Marketing, například na prezentaci na již zmíněném veletrhu Ambiente ve Frankfurtu nad Mohanem.

více na www.moravskeskla.cz

Auditoři pro vaši jistotu

Rovnocenný vztah mezi auditorem a jeho klientem jako východisko pro klidný spánek podnikatele



Abychom zpestřili obsah informací na této stránce věnované Komorě auditorů ČR, rozhodli jsme se společně s komorou dát od únorového čísla Prosperity prostor jednotlivým členům - auditorským firmám. Rozhovory s představiteli auditorských společností zahajujeme exkluzivně s bývalým prezidentem Komory auditorů ČR a současným viceprezidentem Evropské federace účetních znalců FEE a partnerem společnosti PricewaterhouseCoopers Ing. Petrem Křížem. Vzhledem k tomu, že Ing. P. Kříž působí pátým rokem jako stálý zástupce Komory auditorů v FEE a v prosinci byl jmenován viceprezidentem této evropské instituce zodpovědným za oblast financí, orientovali jsme téma rozhovoru na to, co se v této instituci děje a jak se vývoj auditorské a účetní profese promítne do působení české auditorské profese.



Sklobit funkci viceprezidenta FEE s partnerskou rolí ve velké auditorské firmě jistě znamená značnou pracovní zátěž. Jak to v současné době zvládáte?

Vzhledem k tomu, že viceprezidentská funkce byla poprvé v historii FEE svěřena zástupci ze střední Evropy, беру toto ocenění především jako uznání pokroku nových auditorských komor, které vstoupily do FEE po roce 2000 a jejich podíl na činnosti této organizace, která reprezentuje 44 evropských účetních a auditorských organizací z 32 zemí, které mají celkem více než 500 000 členů. Máte pravdu, že mé jmenování přineslo značné nové nároky na můj čas, který se snažím spravedlivě dělit mezi auditorskou práci, rodinu a tyto veřejné aktivity. Musím však vyjádřit uznání firmě PricewaterhouseCoopers, která mi vytvořila prostor pro mé působení v této nové roli i mé rodině za pochopení a podporu. Ve své pracovní pozici se věnuji nadále řadě klientů, ale ubyly mi některé interní a regionální úlohy.

Můžete stručně popsat, jaká profesní dráha vás přivedla k takovéto funkci?

Po vysoké škole jsem krátce působil v mezinárodním obchodě, ale již v roce 1991 jsem zahájil auditorskou dráhu, zaměřenou především na oblast auditu a poradenství pro banky a jiné finanční instituce. Podívalme-li se na polistopadovou historii českého bankovníctví, je zřejmé, že tato profesní dráha rozhodně nebyla nudnou. Do činnosti bankovní pracovní skupiny FEE jsem se zapojil již v roce 1997, kdy se projednával nový a asi dodnes nejkomplovanější mezinárodní účetní standard IAS 39 věnovaný finančním nástroji. V letech 2001 - 2004 jsem byl prezidentem Komory auditorů ČR, od přijetí komory za řádného člena FEE v roce 2002 jsem působil v Radě FEE a minulý rok jsem byl jmenován viceprezidentem a předsedou bankovní pracovní skupiny.

Mohl byste přiblížit obsah činnosti a organizační strukturu této mezinárodní instituce?

Posláním FEE je prezentace zájmů evropské účetní a auditorské profese v širokém slova smyslu při zohlednění veřejného zájmu na výsledcích činnosti profese. Její činnost se zaměřuje na zlepšení, harmonizaci a liberalizaci výkonu a regulace účetnictví a povinného auditu v Evropě v soukromém i veřejném sektoru, při zohledňování vývoje ve světě a případných evropských zájmů. FEE podporuje spolupráci profesních účetních orgánů v Evropě, identifikuje trendy, které mohou ovlivnit budoucí vývoj v těchto oblastech a ve spolupráci s členskými organizacemi řeší aktuální otázky. Klíčovou je role FEE jako reprezentanta evropské účetní profese ve vztahu k evropským institucím. Nejvyšším orgánem FEE je valná hromada, která se schází jednou za dva roky a mezi hromadami

její činnost řídí Rada, v níž jsou zastoupeny všechny členské státy, která formuluje politiku federace. Výkonným orgánem, zabezpečujícím výkon politických rozhodnutí a řízení FEE, je exekutiva, která je tvořena prezidentem, jeho zástupcem, výkonným ředitelem a sedmi viceprezidenty. V odborných oblastech působí řada pracovních skupin, poradních sborů a projektových týmů a celou činnost podporuje 15členný sekretariát řízený výkonným ředitelem a sekretářem.

V jaké odborné oblasti působíte a v jakém smyslu se rozšiřuje vaše působení v nové funkci viceprezidenta?

V minulosti jsem se věnoval především odborné problematice účetnictví, auditu a regulace bankovníctví a ostatních finančních institucí, nicméně během svého působení v Radě FEE jsem se podrobněji seznámil též s aktuální oblastí veřejné regulace auditu a s vývojem auditorské profese v jednotlivých zemích střední a východní Evropy. V nové roli viceprezidenta přebírám řízení bankovní pracovní skupiny, která úzce spolupracuje jak s Evropskou bankovní federací, tak i s Výborem pro mezinárodní účetní standardy IASB v Londýně při hledání optimálního doladění standardů, které se týkají především finančních nástrojů. Druhou částí mé odborné agendy je činnost "treasura", tj. mám na starost péči o finance a rozpočet organizace, a to jak jeho přípravu, tak i sledování čerpání a dodržování vnitřních pravidel v této oblasti. Nicméně časově nejnáročnější jsou samotná jednání exekutivy, včetně přípravy na tato jednání, která zasahují průřezově do celé činnosti federace.

Charakterizujte, prosím, jak reaguje FEE na zpřísnění pravidel pro výkon auditorské profese.

Na FEE rozhodně nelze pohlížet jako na "odborovou organizaci" evropských auditorů - konečně nadpoloviční většina členů auditory není. Z pohledu veřejného zájmu je určité zpřísnění auditorských pravidel vzhledem k vývoji kapitálových trhů a s ním spojeným skandálům světových korporací ku prospěchu nejen veřejnosti, ale i samotných auditorů, neboť jim přináší obnovu důvěry v tuto profesi, její odbornost a integritu. FEE proto podporuje většinu aktivit Evropské komise a plně podpořila novou Směrnici o statutárním auditu, která byla schválena v dubnu minulého roku a která harmonizuje a zpřisňuje pravidla pro působení auditorů.

Můžete zhodnotit kvalitu provádění auditorských služeb v ČR?

Obecně mohu říci, že kvalita českého auditu v evropském srovnání ob stojí velmi dobře. Čeští auditři podléhají požadavkům mezinárodních standardů auditu již od roku 2005 a je pro ně závazný Etický kodex Mezinárodní federace účetních IFAC. Přesto jsem dalek tvrzení, že není co zlepšovat - aplikace těchto požadavků v plném rozsahu v celé šíři a hloubce auditorské činnosti je náročná a jsem přesvědčen, že řada auditorů má ještě v této oblasti co zlepšovat. Mimoto vývoj se nezastavil, standardy podléhají v současné době rozsáhlé modernizaci a vyjasňování a zodpovědný auditor musí těmto novým požadavkům věnovat značnou část své odborné kapacity.

Jak se díváte na poskytování služeb poradenských v kombinaci s ověřováním účetních závěrek u stejného klienta?

Směrnice o statutárním auditu i Etický kodex IFAC v této oblasti formulují jasný princip: auditor nesmí ověřovat výsledky své vlastní činnosti a nesmí činit rozhodnutí, která jsou běžně vyhrazena managementu auditovaného klienta. Obě tyto normy dále podrobněji specifikují, jak je třeba tento princip vykládat u jednotlivých činností, kde by mohl vzniknout výše naznačený konflikt zájmů. Je například zřejmé, že není přípustné, aby auditor nebo s ním spřízněná osoba vedla účetnictví

a auditor pak ověřoval, zda takto vedené účetnictví poskytuje věrný a poctivý obraz finanční pozice a hospodaření klienta. Na druhé straně auditor zná velmi podrobně situaci i problémy auditovaného klienta a řadu služeb, které nenarušují výše uvedený princip, je schopen klientovi nabídnout s vyšší efektivitou, vyplývající z toho, že se s touto situací a problémy nemusí nově seznamovat. Auditři např. informují vedení společností o nedostatecích ve vnitřním kontrolním systému, zjištěných v průběhu auditu, a v řadě případů je pro společnost účelné a efektivní požádat auditora o spolupráci při jejich odstraňování.

Rýsuje se alternativa, že bude třeba za deset let audit povinný pro všechny podnikatelské subjekty v ČR? Treba audit s vymezenými pravidly pro mikrofirmy, malé firmy, střední a velké? Je to tak někde ve světě?

Je pravda, že existují země, kde je audit povinný pro všechny společnosti, které využívají výhod omezeného ručení společníků za jejich závazky, tj. v našich podmínkách pro všechny akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným. Osobně však jsem přesvědčen, že současný vývoj, který v návaznosti na zpřísnování pravidel a nároků na provádění auditu postupně ve všech zemích snižuje počet společností podléhajících povinnému auditu, nebude zvrácen. Tím nechci říci, že v budoucnosti nebudou audit menších společností vyžadovat financující banky nebo jiní soukromí investoři před investováním vlastních prostředků do podniku. Celosvětově se dnes prosazuje zásada "audit je audit", která brání vytvoření různé odstupňovaných požadavků na důkladnost provádění auditu u různých úrovní společností, neboť takový přístup by stěžil umožnit odpovídajícím způsobem nastavit očekávání uživatele zprávy auditora na míru ujištění, kterou mu zpráva přináší. Objevují se však úvahy, že mezi audit společností a variantu, při níž účetnictví společnosti nepodléhá žádnému ověřování, by bylo vhodné vložit jiný model ověření, který by byl jednodušší a levnější, nebyl by nazýván auditem, ale například prověrkou účetní závěrky a jeho výstup by byl od auditu zřetelně odlišen.

Jaký máte názor na sblížování účetních pravidel - metod mezi kontinentálními zvyklostmi a anglosaskými postupy, kolují zprávy o tom, že tyto metody se liší tak zásadně, že podle jedněch může vzniknout hospodářský výsledek kladný a při použití druhých pravidel může vzniknout u téže společnosti hospodářský výsledek záporný. Je tomu skutečně tak?

Má očekávání budoucího vývoje se mohou zdát značně radikálními, ale jsem přesvědčen, že ve střednědobém horizontu se dočkáme buď zcela jednotných nebo velmi podobných účetních pravidel pro mezinárodně činné společnosti, neboť globalizující se trhy si tento vývoj vynutí. České účetnictví by spíše mělo přijmout tuto výzvu, než se jí bránit, neboť to bude jednoznačně ve prospěch českých podnikatelů. Takový progresivní přístup by podnikatelům umožnil prosadit se na mezinárodních trzích nejen svými produkty, ale též si svým podnikatelským záměrem a výsledky zajistit na těchto trzích potřebný kapitál. Vývoj světového účetnictví dnes v rozhodující míře není ovlivněn rozdíly mezi kontinentální a anglosaskou koncepcí, tady je zřejmé, že anglosaské koncepty kladoucí důraz na ekonomickou podstatu hospodářských transakcí je dána i v Evropě jednoznačná přednost. Klíčovou otázkou je dnes určitý soubor mezi americkou koncepcí US GAAP, která si v důsledku právních tlaků vynutila soubor velmi podrobných účetních pravidel, a koncepcí mezinárodních standardů účetního výkaznictví IFRS, která vychází z původní britské doktríny, založené na principech a ponechávající účetním a auditorům prostor pro interpretaci těchto principů v konkrétní situaci určité společnosti. Je však zřejmé, že i velice úzká odchylka účetních pravidel může mít zásadní dopad na hospodaření určité společnosti a zvrátit je ze zisku do ztráty. Například české účetní předpisy požadují postupné odepisování goodwillu po dobu pěti let. Mezinárodní standardy odpis goodwillu zakazují, požadují však každoroční ověření, zda hodnota goodwillu nebyla znehodnocena. Tato drobná odchylka může sama o sobě lehce způsobit výše uvedené rozdílné hospodářské výsledky.

Co je tedy zapotřebí do budoucna zlepšit, aby byly výsledky hospodaření obchodních společností lehce pochopitelné a spolehlivé pro všechny uživatele a současně je měli častěji k dispozici, než je tomu doposud?

V této oblasti bude v budoucnosti třeba daleko větší diferenciaci. Výsledky kotovaných společností by měly být k dispozici co nejdříve po skončení obchodního období, jejich mezitímní výsledky jsou již nyní zveřejňovány pololetně a v budoucnosti dojde zřejmě k dalšímu zkrácení této lhůty. Již nyní se s novými technologiemi objevují vize počítající s průběžným poskytováním výsledků u těchto společností, kde existuje jednoznačný veřejný zájem o co nejvyšší transparentnost. Zároveň je však zřejmé, že kvalitní analýza hospodaření velkých společností bude vyhrazena kvalifikovaným profesionálům, neboť množství a komplexnost informací, které do takového analýzy vstupují, může laik stěžii objektivně vyhodnotit. Na druhé straně jsem přesvědčen, že např. v oblasti malých a středních společností je prostor pro další zjednodušení účetnictví a výkaznictví, kde by stát měl stanovit skutečně pouze minimální požadavky a další doplňující nároky by si tyto společnosti měly sjednávat se svými společníky, financujícími bankami nebo jinými poskytovateli kapitálu, a tomuto trendu zůstává české účetnictví v poslední době dosti dlužno.

Jak hodnotíte vyspělost českého podnikatelského prostředí ve vztahu ke vnímání hospodářských výsledků podniků? Domníváte se, že je na tyto nové trendy v účetním výkaznictví dobře připraveno? Co byste v tomto směru podnikatelským subjektům doporučil?

České podnikatelské prostředí je dnes velmi široký pojem. Z výsledků řady českých investorů na pražské burze i jiných kapitálových trzích je zřejmé, že dokáží správně vyhodnotit výsledky hospodaření podniků. Na druhé straně výrazná většina podnikatelů a veřejnosti se rozhoduje výhradně na základě kritéria čistého zisku, u kotovaných společností dle vývoje ceny akcií, v lepším případě dle růstu tržeb, a řada vlivů, které jsou v účetních závěrkách po určitou dobu skryty a zisk ovlivní až v budoucnosti, jim zůstává skryta. Pes je zřejmě zakopan v oblasti vzdělávání, neboť této oblasti by se nemělo věnovat pouze ekonomické školství. Důležitou roli může sehrát též sféra publicistiky a médií. Klíčové české společnosti přecházejí na účetnictví dle Mezinárodních standardů účetního výkaznictví IFRS a je zřejmé, že řada uživatelů účetních závěrek tento nový trend, přínosy tohoto přístupu, ale i určitá úskalí spočívající především v nižší standardizaci výkazů, dosud plně nezachytily. Osobně jsem však přesvědčen, že tento vývoj, který je důsledně zaměřen na potřeby majitelů a investorů, tj. na potřeby veřejnosti, který vychází z jednoznačně vetyčených principů, preferuje ekonomickou podstatu všech transakcí a není ovlivněn žádnými fiskálními zájmy, je tou správnou cestou.

Co považujete v současné době za největší překážku pro lepší vnímání významu auditu v ČR?

Jsem přesvědčen, že mnoho podnikatelů, zřejmě s výjimkou kotovaných společností, stále považuje účetnictví především za nástroj výběru daní a nikoliv za nástroj řízení a vykazování výsledků majitelům podniku a český daňový systém je tomuto přístupu jistě nápomocný. Když se nezmění tento přístup k účetnictví, bylo by naivní očekávat výrazný posun při vnímání auditu, který je často chápán jako administrativní břemeno. Ze zahraničních zkušeností však mohu potvrdit, že v řadě zemí jsou audity vyžadovány nikoliv zákonem ve veřejném zájmu, ale jednoznačným požadavkem majitelů, bank nebo jiných poskytovatelů kapitálu. Audit je pak chápán jako servis, který auditor poskytuje především akcionářům a dalším zainteresovaným osobám, a který pozitivně přispívá k transparentnímu podnikatelskému rozvoji.

Co byste jednou stručnou větou na závěr rozhovoru sdělil podnikatelům v ČR ve vztahu k auditorům?

Jsem přesvědčen, že vybudování rovnocenného vztahu založeného na respektu mezi auditorem a jeho klientem a jejich průběžná spolupráce poskytuje skvělé východisko pro zdravý rozvoj podnikání i klidný spánek podnikatele.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Technologie pro průmysl, dopravu i logistiku

Mezinárodní strojírenský veletrh 2007

Novinky a trendy představí 49. mezinárodní strojírenský veletrh v Brně v devíti klíčových průmyslových oborech včetně kovoobráběcích a tvářecích strojů. Souběžně s ním se po roční přestávce uskuteční 4. mezinárodní veletrh Transport a Logistika.

Největší technologický veletrh ve střední Evropě je vyhledáván jako křižovatka odborníků a stěžejní místo pro představení inovací. Pravidelně se jej účastní více než 2000 vystavovatelů, mezi nimi téměř 800 zahraničních firem především z Německa, Slovenska, Itálie a Rakouska. Během pěti dnů si výstavní expozice prohlédne 100 tisíc návštěvníků, podle průzkumu z 90 % odborníků. Podíl zahraničních návštěvníků v posledních letech roste a vloni překročil 13 %.

MSV je však také portálem novinek, inovací a klíčových trendů ve strojírenství i dalších průmyslových oborech. Struktura letošního ročníku pokryje v devíti specializovaných oborových celcích všechny klíčové průmyslové oblasti od těžby nerostů až po ekotechniku a nezapomene ani na důležitou sféru výzkumu a vývoje.

Již 49. mezinárodní strojírenský veletrh se připravuje v době příznivého vývoje české ekonomiky. Dlouhodobý růst HDP i průmyslové výroby je dokladem kvality a konkurenceschopnosti domácí průmyslové produkce a zároveň předpokladem zvýšené investiční poptávky. Klíčové odvětví české ekonomiky - automobilový průmysl - je podle průzkumu nejvýznamnějším odběratelem vystavovatelů MSV.

Letos se Mezinárodní strojírenský veletrh uskuteční opět v prvním říjnovém týdnu. Důvodem je konání světového veletrhu obrábění EMO Hannover, který proběhne v dřívějším tradičním termínu MSV - od 17. do 22. září 2007. Pořadatelé tak vycházejí vstříc vystavovatelům a návštěvníkům, kteří se chtějí zúčastnit obou veletrhů.

Prezentace obráběcích strojů bez omezení

Dobrou zprávou pro vystavovatele obráběcích strojů je rozhodnutí Generálního komisariátu

EMO umožnit účastníkům EMO Hannover vystavovat v roce 2007 stroje a zařízení i na jiných veletrzích v Evropě.

K obdobné situaci došlo již v roce 2005, kdy obor obrábění, tváření a povrchové úpravy s 588 vystavovateli a více než 19 tisíci m² výstavní plochy dominoval celému ročníku MSV. Rozšířila účast tuzemských i zahraničních producentů obráběcí a tvářecí techniky se tedy očekává také v letošním roce.

V synergii s dopravou a logistikou

Bez logistických procesů, které snižují náklady a zvyšují konkurenceschopnost, si moderní výrobu a obchod již nedokážeme představit. S komplexní nabídkou výrobků, technologií a služeb pro efektivní tok zboží se návštěvníci brněnského výstaviště seznamují vždy v lichých letech v době konání MSV. Mezinárodní veletrh dopravy a logistiky Transport a Logistika se zde koná od roku 2001 a posledního ročníku v roce 2005 se zúčastnilo 210 vystavujících firem ze 17 zemí. Podíl zahraničních vystavovatelů se zvýšil na 28,6 % a zároveň vzrostla nabídka softwarových řešení pro dopravu, skladování a komunikačních a řídicích systémů pro logistiku. Nejvíce zastoupenými obory veletrhu jsou manipulační technika a montážní stroje a zařízení.

Mezi hosty veletrhů MSV a Transport a Logistika 2005 byl prezident Evropské logistické asociace Graham Ewer, který při návštěvě prohlásil: "Jde o velmi důležité veletrhy, které jasně demonstrují lidské schopnosti a jejich vynikající výsledky jak ve výrobě, tak v dodavatelském řetězci. Je zde patrný také rostoucí význam České republiky v Evropské unii."

Bohatý doprovodný program

Přidanou hodnotou veletrhů je kvalitní doprovodný program přitažlivý pro širokou odbornou veřejnost. Mezi několika desítkami konferencí a seminářů připravovaných na letošní ročník nebudou chybět osvědčené akce Celostátní setkání elektrotechniků nebo Logistická konference, nejlepší exponáty opět budou soutěžit o Zlaté medaile.

iKariéra na MSV

Reprízy se dočká také projekt iKariéra - nabídka pracovních příležitostí ve strojírenství a elektro-



technice při MSV. Loňské veletržní burzy práce se zúčastnilo šestnáct významných firem, které první ročník pořádaný při MSV hodnotily pozitivně. Druhý ročník veletrhu iKariéra mezinárodní studentská organizace IAESTE uspořádá v termínu 3. - 4. 10. 2007.

Zahraniční účast na loňském MSV

Mimořádně přitažlivý byl poslední Mezinárodní strojírenský veletrh pro zahraniční návštěvníky.

Přijelo jich nejvíce v historii - 12 881 - a jejich podíl na celkové návštěvnosti dosáhl rekordních 13,4 %. Nejvíce zahraničních návštěvníků přicestovalo ze Slovenska, Německa, Polska, Ruska, Rakouska, Maďarska a Běloruska. Výrazně vzrostla především návštěvnost ze zemí východní Evropy, konkrétně z Ruska (412 registrovaných návštěvníků), Běloruska (215) a Ukrajiny (100), ale také ze Slovinska (153) nebo Tchajwanu (70). Vůbec poprvé přijeli na MSV návštěvníci z Islandu a po dlouhé době z Malty, Kypru, Saúdské Arábie a Nového Zélandu.

Jací byli návštěvníci MSV 2006?

Na závěr přinášíme několik zajímavých informací z výsledků posledního ročníku MSV. Z celkového počtu 96 475 návštěvníků tvořili podle průzkumu 88,2 % stálí hosté. Plných 77,6 % návštěvníků rozhoduje či spolurozhoduje o investicích a nákupech svých firem nebo má při těchto jednáních poradní hlas. Na otázku, jestli přišla "ta správná klientela", odpovědělo 86,5 % dotázaných vystavovatelů kladně (11,8 % nevědělo).

Z oborů se nejvíce návštěvníků zajímalo o Obrábění, tváření, nářadí a povrchové úpravy (45,8 %), Elektroniku, automatizační a měřicí techniku (39 %), Materiály a komponenty pro strojírenství (38,6 %), Pohony, hydrauliku a pneumatiku, chladicí techniku a klimatizaci (31,3 %), Dopravu, manipulaci, průmyslové balení, skladování a logistiku (24,5 %) a Plasty, gumárenství a chemii (22,9 %). Hlavním cílem byly pro většinu návštěvníků novinky a trendy (55,9 %), následovaly výrobky a služby (13,5 %), dále získání obchodních kontaktů (9,9 %) a vedení obchodních jednání (8,1 %). Vysoká byla míra spokojenosti: s vystavenými produkty a službami bylo spokojeno 95,6 % návštěvníků, s navázanými či upevněnými obchodními kontakty 94,3 % návštěvníků a s uzavřenými obchody 89,6 % návštěvníků. Veletrhů MSV a IMT 2006 se zúčastnilo 2049 vystavujících firem ze 32 zemí na obsazené čisté výstavní ploše 67 706 m². Představilo se 739 zahraničních firem (36,1 %) a 11 zemí mělo oficiální účast. Vedle 96 475 návštěvníků si veletrhy prohlédlo také 409 novinářů, mezi nimi 71 zahraničních.

Uzávěrka přihlášek na 49. mezinárodní strojírenský veletrh a 4. mezinárodní veletrh Transport a Logistika je k datu 15. března 2007.

(tz)

Přihlaste se do 15. 3. 2007!



MSV 2007

49. mezinárodní
strojírenský
veletrh



4. mezinárodní
veletrh dopravy
a logistiky

1.-5. 10. 2007

Brno – Výstaviště

Veletrhy Brno, a.s.
Výstaviště 1
647 00 Brno
Tel.: +420 541 152 926
Fax: +420 541 153 044
E-mail: msv@bv.cz
www.bv.cz/msv

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

Deloitte odhaluje hlavní letošní trendy technologických oborů: ekologie, bezpečnost a jednoduchost

Expertní skupina pro technologie, média a telekomunikace (TMT) společnosti Deloitte ve své nejnovější zprávě analyzovala vývojové, marketingové a obchodní trendy, které letos v největší míře ovlivní technický pokrok.

Neškodí, ale málo pomáhají

Jedním z hlavních určujících trendů zůstane i v tomto roce ekologie. "Technologické firmy budou hledat své možnosti, jak přispět k ochraně klimatu. Najdou je ve vývoji produktů a služeb přátelských k životnímu prostředí. Budou poukazovat na to, jak jejich výrobky vytvářejí alternativu k tak nešetrným činnostem, jako jsou služební cesty, případně jak s jejich pomocí lze racionalizovat spotřebu energie," říká Petr Babický, TMT partner, Deloitte Česká a Slovenská republika.

Já je někdo jiný

Neméně aktuálním tématem bude bezpečnost a ochrana osobních údajů. Státy si potřebují chránit své hranice, firmy své elektronicky skladované údaje a lidé svůj majetek a identitu. Hesla, identifikační čísla (PIN), elektronické podpisy a klíče nepředstavují dokonale zabezpečení, protože se dají kopírovat, ztratit, ukrást i zapomenout. Perspektivním řešením jsou technologie založené na biometrických údajích. Princip biometrické identifikace většina lidí sice zná zatím jen ze sci-fi, ale letošek přinese velký nástup nových aplikací biometrických metod pro běžné použití. Tato předpověď stojí na dvou základních předpokladech: vyšší výkonnost a výrazné zlevnění polovodičů, klesající ceny pamětí pro skladování elektronických dat a ochota obyvatel nést vyšší náklady na zvýšení ochrany jejich identity. Významnou úlohu při rozšiřování aplikací založených na biometrických údajích sehráje státní správa. Některé země, od loňska i Česká republika, začaly vydávat cestovní doklady s biometrickými údaji jejich držitelů. Díky tomu se zlevní jednotková cena technologických zařízení a biometrická ochrana se postupně zlevní pro všechny potenciální uživatele. Ruku v ruce s rozvojem této technologie však musí jít celo-

světová standardizace biometrických bezpečnostních systémů a také samozřejmě ochrana proti jejich zneužití.

Zaplat', uhlíř!

Nové technologie rovněž budou v roce 2007 čelit snahám o jejich zneužití při daňových podvodech. Nejrozšířenější jsou patrně úniky na dani z přidané hodnoty při vývozu a dovozu zboží, kdy exportér může žádat vrácení DPH, zatímco dovozce je povinen při prodeji importovaného zboží v cílové zemi vybrat DPH od zákazníků a odevzdat státu. Zatímco vývozce získá DPH zpět, dovozce daň neodevzdá. Některé zásilky takto překročí státní hranici i několikrát tam a zpět. V Evropě jsou úniky DPH docílené tímto způsobem odhadovány na téměř 67 mld. USD (1433,13 mld. Kč) ročně. Nové technologie, jako např. polovodiče a mobilní telefony, jsou jednak díky své relativně vysoké hodnotě a malému objemu častým subjektem daňových podvodů, jednak se ale stanou nositelem nových možností ochrany proti tomuto typu zločinu. Například firmy mohou ve spolupráci se státními orgány opatřovat své zboží radiofrekvenčními značkami, a tím je jednoznačně identifikovat. Především ale musejí výrobci a obchodníci pečlivě sledovat daňovou a obchodní legislativu, neboť zákony jednotlivých zemí se výrazně liší a budou se měnit. "Zákony namířené proti podvodům s DPH již přijaly některé země Evropské unie, mj. Španělsko, Velká Británie nebo Itálie. Dříve nebo později můžeme čekat podobné změny v legislativě týkající se DPH také v České republice," poznamenal John Ploem, daňový poradce, partner Deloitte Česká republika.

Kapesní energie a jednoduchost prorazí

Také v letošním roce se budou technologické firmy dále zdokonalovat ve vývoji a aplikacích

mobilních energetických zdrojů. Jen na vývoj suchých článkových baterií se ročně vynakládá 31 mld. USD, dalších 6 miliard dolarů padne na vývoj znovunabíjecích baterií. Pozornost firem se ale upne spíše na možnosti průběžného získávání energie ze zatím neobvyklých, ale všude přítomných zdrojů, jako jsou sluneční zařízení či denní světlo, teplota lidského těla, pohyb, apod... Marketingové poznatky pak napovídají, že v roce 2007 mohou být obchodně úspěšnější firmy, které nabídnou spotřebitelům jednoduché, monofunkční přístroje, než výrobci složitých, integrovaných zařízení. Reklamační oddělení specializovaných obchodů uvádějí, že jen u poloviny všech reklamací je příčinou skutečná vada zboží. V polovině případů zákazníci vracejí výrobky proto, že jim nerozumějí a nedovedou je ovládat. Průměrný spotřebitel věnuje návodů k použití nejvýše 20 minut. Pokud během této doby přístroj neovládne, odmítá jej. Předpovědi skupiny TMT Deloitte pro technologický sektor v plném znění jsou zveřejněny na: www.deloitte.co.uk/predictions.

O skupině firmy Deloitte pro technologie, média a telekomunikace (TMT)

Skupina firmy Deloitte pro technologie, média a telekomunikace (TMT) působí v pobočkách v rámci různých členských firem DTT. Pracuje pro ni přes 5000 partnerů, ředitelů a senior

manažerů členských firem, které podporují tisíce dalších odborníků připravených pomáhat svým klientům s vyhodnocováním složitých otázek, přípravou inovačních přístupů k problémům a implementací praktických řešení. Prvotřídní a profesionální pobočky členských firem působí ve 45 zemích a centrech špičkové úrovně služeb v Americe, zemích Evropy, Středního východu a Afrike a v Asijsko-pacifickém regionu. Členské firmy DTT poskytují služby téměř 90 % společností působících v oblasti TMT uvedených na žebříčku Fortune Global 500. Mezi klienty oddělení pro technologii, média a telekomunikace členských firem Deloitte patří přední světové softwarové firmy, výrobci počítačů, poskytovatelé bezdrátových služeb, společnosti zajišťující satelitní vysílání, reklamní společnosti a polovodíčové slévárny a rovněž přední společnosti působící v oblasti telekomunikací a výroby periferních zařízení. V České republice poskytují služby společnosti Deloitte Advisory, s. r. o., Deloitte Audit, s. r. o., a Deloitte BPO G&I, a. s. (společně též "Deloitte Česká republika"), které jsou přidruženými společnostmi Deloitte Central Europe Holdings Limited. Deloitte Česká republika je jednou z hlavních organizací poskytujících poradenské služby v této zemi a poskytuje odborné služby v oblasti auditu, daní, manažerského poradenství a finančních poradenských služeb, a to prostřednictvím svých 625 místních i zahraničních odborníků. (tz)

Jubilejní desátý ročník konference ISSS se blíží

Ve dnech 2. - 3. dubna 2007 se v kongresovém centru Aldis v Hradci Králové uskuteční jubilejní desátý ročník konference Internet ve státní správě a samosprávě, doprovázené mezinárodní konferencí LORIS a již počtvrté i workshopem delegací zemí Visegrádské čtyřky V4DIS. Tato akce se během uplynulých let stala uznávanou platformou pro výměnu zkušeností i názorů a v současné době hraje významnou roli v rozvoji e-governmentu nejen v České republice, ale i v řadě zemí střední Evropy. Počet účastníků, přednášejících i dodavatelů ICT, kteří chtějí představit svoje technologie a služby širokému

spektu zástupců státních orgánů i veřejné správy, v posledních letech roste tak rychle, že kapacita prostoru i programu konference je prakticky zcela vyčerpána. V průběhu minulého ročníku se zaregistrovalo 2151 návštěvníků v rámci výstavní části konference se představilo 110 firem a v 6 sálech, v nichž běžel program, zaznělo přes 250 přednášek a prezentací. "Úspěch posledních ročníků konference nás velice potěšil a zároveň naplnil optimismem do budoucna," říká RnDR. Tomáš Renčín, ředitel konference. "Už jsme si zvykli na to, že do jarního Hradce Králové najde cestu prakticky každý, kdo má co říci k problematice elektronizace veřejné správy v této zemi, a to včetně politiků, zástupců veřejné správy, odborníků či dodavatelů ICT technologií a řešení. Vzhledem k tomu, že konference se pravidelně účastní celá řada politických špiček, je zde místo i na velice atraktivní diskuse - mimořádný ohlas měla například loňská přímá konfrontace záměrů jednotlivých politických stran v oblasti informatizace veřejné správy." Program desátého ročníku ISSS se samozřejmě opět dotkne tradičních aktuálních témat, tzn. problematiky e-governmentu (především s otázkou "Jak dál?"), multiplatformních služeb pro občany, portálů veřejné správy, komunikační infrastruktury veřejné správy, stejně jako systémů GIS, mapových služeb nebo bezpečnosti. Diskutovat se bude také o dalším postupu v elektronizaci veřejné správy, problematice registrů i o ICT v cestovním ruchu, ochraně životního prostředí nebo při krizovém řízení. Na řadu přijdou i informace o financování projektů z fondů EU, novinky v oblasti e-learningu, počítačová gramotnost i vzdělávání, a významnou součástí programu budou i "best practices" měst, obcí a regionů. Více informací o konferenci ISSS 2007 i o předchozích ročnících včetně aktuálního programu a řady zajímavostí lze najít na www.issc.cz. (tz)

Zahrady a parky na plochých střechách - to už není jen sen

Na otázku, zda bydlet v budově blízko parku, anebo v místě, kde se v převážné míře vyskytují betonové a asfaltové plochy a výskyt zeleně je ojedinělý, bychom zřejmě dostali jednoznačnou odpověď. Bydlení v blízkosti přírody si většina lidí vysoce cení. Rostliny, keře, stromy a vodní plochy působí na člověka pozitivně a také výrazně zlepšují architektonický vzhled budov. Vybudování ploché střechy s vegetací není zdaleka spojeno jen s použitím kvalitních vodotěs-

ných izolací dlouhodobě odolných proti prorůstání rostlin, ale také s celou řadou dalších odpovídajících materiálů, s řešením jednotlivých vrstev a detailů. Dále s vhodně zvoleným technologickým postupem výstavby a s důsledně vykonanou kontrolou kvality prováděných prací. Ve městech se u obytných souborů dnes zcela běžně staví budovy s podzemní garážemi, nad kterými se realizují plochy s parkovou úpravou, viz obrázek.



Podzemní garáže s parkovou úpravou

Střechy s vegetačním souvrstvím se většinou rozdělují podle:			
druhu vegetace	ČSN 73 1901	maximální únosnosti střechy	tloušťky substrátu
intenzivní (rostliny, keře, stromy)	klasické	vyšší než 3 kN/m²	větší než 80 mm substrátu
extenzivní (jen suchomilné rostliny)	úsporné	méně než 3 kN/m²	obvykle 60 mm až 80 mm substrátu

Ovšem pro růst rostlin je na střešních zahradách nutné zajistit vhodné podmínky. Vegetační souvrství střešního pláště musí plnit některé funkce jako např. zajistit pro rostliny dostatečnou zásobu vody, umožnit odtok nadměrně velkého množství vody atd.

Střechy s rostlinami mají celou řadou pozitivních vlivů na životní prostředí:

- Vegetační souvrství zachycují částice prachu a filtrují nečistoty ze vzduchu, z deště; rostliny produkují kyslík a snižují obsah kyslíčnicku uhlíčitého v ovzduší, zlepšují tedy kvalitu vzduchu,
- snižují kolísání teplot a vlhkosti v průběhu dne, roku; zajišťují vyšší vlhkost, tepelně izolují,
- pozitivně působí na psychiku obyvatel, vytváří kvalitativně lepší prostředí, uvnitř měst vytváří zónu relaxace,
- zpožďují odtok dešťové vody, snižují zatížení dešťové kanalizace.

Zelené střechy však nemají jen výhody. Přece jen se jedná o plochy, které vyžadují pravidelnou kontrolu a údržbu. Pokud se údržba takových střech neprovádí (tzn. pravidelné kontroly ploch a odvodňovacího systému dešťové vody, závlaha rostlin, čištění šachet, odstraňování plevelu a náletů, čištění komunikací atd.), může při provozu docházet k různým závadám. Například u trávníků, které jsou na údržbu vůbec nejnáročnější, se zelená plocha může v letním období změnit v požárně velmi nebezpečný prostor. Na zelených střechách, které navazují na okolní terén, se vyskytuje nejen hmyz a ptáci, ale také různí hlodavci, což může také mít nepříznivý vliv na některé stavební konstrukce a popřípadě i na provoz budov. Investořům, projektantům, stavebním i izolátorským firmám je k dispozici poradenský servis firmy Siplast-Icopal, s. r. o., jehož součástí jsou například odborné konzultace přímo na stavbě nebo technická pomoc při zpracování projektů moderních ekologických staveb.

Ing. Jaroslav Brychta, CSc.
produktový manažer výrobků Siplast, a. s., Icopal GmbH.
www.icopal.cz

Chybí ekonomická kalkulace 2. etapy

pokračování ze strany 11

Zpoplatnění silnic 1. tříd elektronickým mýtem je v Evropské unii bezprecedentním krokem, který zásadním způsobem ovlivní nejen nákladní, ale i osobní dopravu. Udělat ho bez detailní znalosti jeho dopadů je nezodpovědným hazardem. ČESMAD BOHEMIA proto požaduje odpověď na následující otázky:

- Jaké jsou skutečné náklady na vybudování a 10letý provoz 1. a 2. etapy el. mýta?
- Jaký je předpokládaný výběr mýta z 1. a 2. etapy, včetně zpoplatnění vozidel nad 3,5 t, po dobu 10 let?
- Jaká bude pořizovací cena palubní jednotky hybridního systému a budou ji opět muset hradit samotní dopravci?
- Jestliže existuje analýza dopadů na dopravce a na ekonomiku po 1. 1. 2008, proč není předložena k veřejné diskuzi? (tz česmad)

Zapojte finanční ředitele do strategického rozhodování, radí KPMG International

Podle studie KPMG International a Economist Intelligence Unit pod názvem Being the Best. Insights from leading finance functions tráví finanční ředitelé neúspěšnějších společností méně času kontrolou nákladů a více se věnují podpoře strategického rozhodování. Role finančního ředitele se stává klíčovou pro budoucí úspěšný rozvoj firmy.

Průzkumu Being the Best se zúčastnilo 286 zkušených manažerů z celého světa, přičemž 53 % z nich zastupují společnosti s ročními tržbami přesahujícími jednu miliardu amerických dolarů. Celkem 123 respondentů pracuje na pozici finančních ředitelů.

Již téměř deset let usilují finanční ředitelé velkých společností o transformaci finančního řízení ve firmách. Snaží se dosáhnout toho, aby finanční řízení mělo větší váhu při strategických rozhodnutích. Také řada vrcholových manažerů a generálních ředitelů si již začíná uvědomovat, že k dosažení cílů společnosti je nezbytné aktivně zapojení odborníků na oblast financí a jejich pohledu na strategická rozhodnutí.

"Současné finanční řízení hraje nezanedbatelnou strategickou roli v podnikání. Není jisté náhodou, že finanční ředitelé špičkových společností zastupovaných v průzkumu se zaměřují méně na rutinní finanční záležitosti a profilují se spíše jako partneři při řízení a rozhodování. Zvyšují tím důvěryhodnost společnosti pro investory a pomáhají jí tak získávat konkurenční výhodu," komentovala výsledky průzkumu Romana Benešová, partnerka společnosti KPMG Česká republika zodpovědná za služby účetního poradenství a za oblast služeb maloobchodnímu segmentu.

Klíčová zjištění studie:

- Špičkoví finanční ředitelé tráví méně času kontrolou nákladů a více se zaměřují na podporu rozhodování.
- Prognózování a poskytování kvalitních informací pro vedení patří mezi hlavní priority, které je třeba v oblasti finančního řízení zlepšit.
- Centra sdílených služeb vytvářejí nové možnosti pro úsporu nákladů a zlepšení efektivity.

- Špičkoví finanční ředitelé věnují více času vztahům s investory.
- Oblast financí se potýká s nedostatkem odborníků s vhodnými schopnostmi a zkušenostmi.
- Společnosti by měly zjednodušit a konsolidovat své globální finanční řízení.

Méně kontroly, více podpora rozhodování

Studie KPMG International ukazuje, že pracovníci finančních oddělení v neúspěšnějších společnostech tráví méně času kontrolou nákladů a více času věnují podpoře rozhodování. Část finančních ředitelů se tak snaží stát se strategickými partnery výkonných ředitelů při zásadních rozhodnutích. "Nicméně skutečnost je taková, že většina z nich stále tráví velkou část svého času plněním tradičních úkolů - kontrolou nákladů, přípravou výkazů nebo daňovou problematikou," doplnila Romana Benešová.

Téměř 80 % finančních ředitelů z průměrně úspěšných společností se domnívá, že jejich nejdůležitější rolí je kontrola nákladů, což kontrastuje s 64 % finančních ředitelů z neúspěšnějších společností, kteří sice také vidí kontrolu nákladů jako klíčovou část své práce, ale snaží se stále více času věnovat strategickému poradenství a podpoře rozhodování. Tito manažeři mají také jasnější představu o budoucnosti finančního řízení a jsou schopni ji srozumitelně a jasně komunikovat ostatním manažerům ve firmě.

Priority pro zlepšení

Finanční ředitelé jsou podle svých slov schopni dodat relevantní historická data, ale v oblasti prognóz a předpovědí vývoje si již tak jisti nejsou. Plných 43 % z nich uvedlo, že je nespokojeno s úrovní plánování a stanovování pro-

gnóz do budoucna, o 1 % méně vyjádřilo nespokojenost s kvalitou informací poskytovaných nejvyšším vedením společnosti. "Finanční ředitelé by měli být schopni nejen získat požadovaná data, ale měli by tato data umět i interpretovat a komunikovat tak, aby byli schopni poskytnout relevantní informace svým nadřízeným," doplnila Romana Benešová, partnerka společnosti KPMG Česká republika.

Finanční řízení by také mělo pomáhat investorům a analytikům, aby si udělali jasnou a přesnou představu o skutečné hodnotě společnosti a o hlavních ukazatelích, které tuto hodnotu vytvářejí. Prognózování by mělo být zaměřeno na ukazatele výkonnosti i externí faktory - podíl na trhu, obrát, profitabilitu, cash flow. Finančním ředitelům by v tomto směru měly pomáhat pokročilé informační technologie (IT). Paradoxní ovšem je skutečnost, že ačkoliv řada finančních oddělení používá vyspělé systémy informačních technologií pro zpracování transakcí a finančního výkaznictví, v oblasti prognóz směřujících k podpoře strategických rozhodnutí převažuje "manuální" práce.

Střediska sdílených služeb

V poslední době zakládá stále více nadnárodních společností tzv. střediska sdílených služeb. Cílem je nejen zvýšit nákladovou efektivnost, ale také uvolnit ruce pracovníkům finančních oddělení, aby se mohli soustředit na klíčové činnosti. Studie KPMG International uvádí, že 35 - 50 % dotázaných společností nyní využívá středisek sdílených služeb pro činnosti jako jsou řízení likvidity a kapitálu, finanční výkaznictví či zpracování transakcí. Naproti tomu outsourcing vzbuzuje ve finanční oblasti obavy z možných rizik. Ve srovnání s outsourcingem jiných podpůrných funkcí (například IT) je outsourcing finančního řízení teprve na počátku.

Vztahy s investory

Vzhledem k nedávným účetním skandálům a rostoucí konkurenci vyžadují investoři a akcionáři neustálé zkvalitňování kritérií pro ocenění ekonomické hodnoty společnosti a spolehlivější

dozor nad výkonností firem. Finanční ředitelé tak začínají trávit velkou část svého času s investo-
ry, kterým prezentují jak současnou, tak i budou-
cí finanční situaci společnosti. Finanční ředitelka
společnosti Swiss Re Ann Godhebereová uvedla,
že komunikace s akcionáři jí zabere až 20 %
času.

Podle průzkumu pouze 26 % finančních ředitelů společnosti s průměrnou výkonností přiznává, že jsou schopni kvalitně informovat akcionáře firmy o finančních výsledcích. Naproti tomu více jak 40 % finančních ředitelů nejvýkonnějších firem se domnívá, že jejich vztahy s investory a způsob komunikace s nimi jsou na výborné úrovni.

Nové požadavky na finanční řízení

Budoucnost kvalitního finančního řízení může být výrazně zbrzděna nedostatkem finančních ředitelů s vhodnými dovednostmi a znalostmi. Více jak polovina respondentů v průzkumu uvedla, že v následujících dvou letech plánují přijmout nové finanční ředitele. Zároveň ale 47 % z nich přiznalo, že vyhledávání a udržení schopných finančních ředitelů představuje jednu z největších výzev při transformaci jejich společností. Požadovaný profil finančních ředitelů se totiž v posledních letech výrazně změnil.

"V současné době je trend takový, že u nově přijímaných manažerů do finančních oddělení se klade velký důraz zejména na komunikační dovednosti, týmovou práci, sofistikovanější analytické schopnosti a kreativní řešení problémů," vysvětluje Romana Benešová.

Konsolidace finančního řízení

Podle studie KPMG International Being the Best by také společnosti měly zjednodušit a konsolidovat své globální finanční operace. Činnost finančních ředitelů v jednotlivých zemích by tam měla přejít zcela pod jediného finančního ředitele zodpovědného za celou společnost ve všech jejích pobočkách. Jednotná a centralizovaná finanční řízení umožní optimální alokaci zdrojů a povede k uplatnění konzistentního přístupu. **(tz)**

Elanor "střeží" mzdy společností, které nejlépe platí svým zaměstnancům

V lednu 2007 byl (v deníku MF DNES) zveřejněn seznam 50 nejlépe placících firem v České republice. Společnost Elanor, jeden z nejvýznamnějších poskytovatelů mzdového outsourcingu, zpracovává mzdy dvěma z těchto firem - farmaceutickým společností GlaxoSmithKline a Boehringer Ingelheim. GlaxoSmithKline je již 6. rokem spokojeným zákazníkem společnosti Elanor. Boehringer Ingelheim využívá předností outsourcingu bezmála 2 roky. Mzdový outsourcing u společnosti Elanor nabízí mnoho výhod. Jednou z nich je právě nadstandardní ochrana osobních dat zaměstnanců, která je pro významné společnosti téměř nezbytná.

Společnost Elanor působí na českém a slovenském trhu jako přední dodavatel v oblasti vývoje a implementace informačních systémů pro řízení lidských zdrojů a je jedním z nejvýznamnějších poskytovatelů mzdového a personálního outsourcingu.

Společnost Elanor vznikla v roce 1991, má sídlo v Praze a neustále rozšiřuje síť poboček v České republice, které jsou nyní situované v Brně, Ostravě, Štětí, Plzni a Jihlavě. Na Slovensku pokrývá její aktivity dceřiná společnost Elanor Slovakia a od roku 2006 působí i na polském a ruském trhu.

Klienti PFČP si sníží daňové základy o jednu miliardu

Zájem o daňové úlevy u Penzijního fondu České pojišťovny (PFČP) každý rok stoupá. Podle údajů z rozesílaných daňových potvrzení opět mezikročně vzrostl počet klientů využívajících odpočty o 23 %. Doklad o zaplacených příspěvcích letos našlo v poštovní schránce 126 tisíc osob, zatímco loni to bylo jen 102 tisíc klientů PFČP. Zatímco v minulém roce PFČP rozeslal potvrzení na celkovou částku 797 milionů korun, nyní byla vystavena potvrzení celkem na jednu miliardu korun. Trvale rostoucí trend má i průměrná částka, o kterou si klienti mohou snížit svůj daňový základ. Loni si klienti v průměru odečetli od svého daňového základu 7790 korun, avšak letos se jedná již o 7940 korun.

"Princip a výhody odpočtů jsme tentokrát klientům vysvětlovali pomocí komiksového letáku. Podařilo se nám tak oslovit řadu klientů, kterým se princip uplatnění úlev v rámci daňového přiznání zdál dosud příliš složitý," komentoval výsledky výkonný ředitel pro obchod a marketing PFČP Pavel Němec.

Penzijní fond každý rok zasílá daňová potvrzení automaticky všem svým klientům, kteří uložili na svůj účet za kalendářní rok více než 6 tisíc Kč. Potvrzení také obdrží klienti, kteří v průběhu minulého roku uzavřeli nebo ukončili smlouvu u Penzijního fondu České pojišťovny a nelze proto předem vyloučit jejich nárok na snížení základu daně díky smlouvě u jiného penzijního fondu. (tz)



Prosperita

Internetové služby prosperita

Výhody spolupráce s námi

- Kreativní design
- Promyšlené kódy stránek a aplikací
- Rychlé načítání stránek
- Zkušenost a znalost technologií budoucnosti
- Rychlost práce
- Aktivní zaměstnanci s radostí ze své práce
- Komplexnost nabídky
- Flexibilita i při neobvyklých požadavcích

Naše nabídka

				
Internetové stránky	Aktualizace stránek	Převzetí správy webu	Internetové reklamní kampaně	Internetový obchod
				
Výroba loga	Ztvárnění reklamy	Poradenství	Hodnocení použitelnosti	Grafický návrh letáků

Provozovatel ROK, s.r.o.,
 Besedská 2234/1, 196 08 Praha 9
 Telefon: + 420 606 615 608, fax: + 420 281 872 427
 E-mail: zaměstn@prosperita.info, www.prosperita.info

Provize 15% z 1. faktury každému, kdo nám zprostředkuje zakázku na výrobu webových stránek nebo internetového obchodu. Více o výpočtu provize a konkrétních podmínkách na www.prosperita.info

Co dokáže textil

6.

Klaster CLUTEX - průkopník v příjmu dotací

Trh s textilními výrobky se za poslední roky mění rychleji, než tomu bývalo v minulosti. Hlavní úlohu v hledání nových trendů a inovací hrají zákazníci, kteří požadují stále vyšší kvalitu a inovace. S rozvojem technických textilií jdou ruku v ruce požadavky na ověřování jejich vlastností a na speciální měření. Týká se to nejen textilií pro stavebnictví, automobilový průmysl nebo zdravotnictví. Zákazník požaduje stejně náročné ověřovací testy a měření na sportovní zboží nebo outdoorové výrobky. Parametry jako tepelný komfort, prodyšnost, antibakteriální vlastnosti, se stále více promítají i do požadavků na spodní prádlo a oděvy pro běžné užívání.

Motivací bylo naučit se využívat nabídky finanční podpory z vyhlášených operačních programů po vstupu ČR do EU. Dalšími aspekty byly - všeobecný růst výroby a spotřeby technických textilií, existence úspěšných výzkumných, vývojových a inovačních pracovišť v ČR, a svou roli sehrála i krize v našem textilním průmyslu. Pak stačilo spojit kapacity, ustát množství administrativních povinností, časté změny a aktualizace pravidel ze strany agentury CzechInvest, které

zpřesňují podmínky pro příjem vlastní dotace - říká Ing. Libuše Fouňová, manažer klasteru CLUTEX.

Prezentací CLUTEX - klaster technické textilie na 29. mezinárodním veletrhu STYL 2007 byla zakončena první etapa činnosti tohoto sdružení firem. Od svého založení v březnu 2006 zaznamenal změny v členské základně - vystoupil MITOP, akciová společnost a VAMTEX, spol. s r. o. Novými členy se staly Jitka, a. s., STAP,



CLUTEX, klaster technické textilie
U Jezu 525/4, 460 01 Liberec
mobil: 603 200 805, e-mail: f.tex@centrum.cz, beran@atok.cz



a. s., (Jednotlivé členy jsme představili v samostatné příloze lednového čísla časopisu Prosperita.)

V pavilonu C areálu BVV v Brně propagoval CLUTEX progresivní obor textilního průmyslu, technické textilie, a otevřel cesty pro další nové členy, nové možnosti kooperace i nové obchodní kontakty. Teď už "jen zbývá" využít synergií efektů této spolupráce. Jak se bude vyvíjet náš textilní průmysl, ukáže čas.

Za rok se s technickými textiliemi na BVV opět setkáme. Zaplní se v únoru 2008 celé první podlaží pavilonu C?

Kontaktní osobou pro zájemce o vstup i spolupráci s klastrem CLUTEX je manažer Ing. Libuše Fouňová.

Pro ty, kteří nemohli z různých důvodů veletrh STYL 2007 navštívit, jsme vybrali některé ukázky z odborného doprovodného programu, kterými se CLUTEX prezentoval. (ms)

Speciální příze pro výrobu multifunkčních textilií

Zaměření výzkumných prací a regulérní výroby v oblasti speciálních přízí

- příze antistatické
- antimikrobiální příze
- příze nehořlavé nebo se sníženou hořlavostí
- příze s multifunkčními vlastnostmi

Díčí cíle pro inovaci textilní výroby na bázi speciálních přízí

1. Vyřešit technologii předání přízí na bázi nových typů chemických vláken bavlnářskou technologií a zajistit regulérní výrobu těchto přízí
2. V kooperaci s dalšími firmami připravit aplikace těchto speciálních (funkčních) přízí do plošných textilií a výrobků
3. Podle požadavků trhu optimalizovat funkční vlastnosti, konstrukci výrobků a jejich cenovou hladinu.

Využití textilií a oděvů na bázi antistatických přízí

Do prostředí s přítomností hořlavých látek a rizikem výbuchu

- chemický a farmaceutický průmysl
- doly, rafinerie (výroba paliv)

Ochrana proti poškození citlivých elektronických součástí

- v elektrotechnické výrobě, automobilovém průmyslu a dalších oblastech s vysokou úrovní elektronizace, kde by mohlo v důsledku elektrostatických výbojů (ESD) dojít k poškození citlivých elektronických zařízení - vyhrazený prostor EPA

Ochrana před elektromagnetickým smogem

- ochrana profesních skupin, obyvatel
- ochrana citlivých elektronických přístrojů

Textilie s wellness funkcí

Pomáhají udržovat duševní pohodu a zdraví,

pozitivně ovlivňují emoční stres - hlubší uvolnění a relaxace.

Využití textilií a oděvů na bázi antimikrobiálních přízí

Sortiment ložního prádla, spodního prádla, oblečení pro sport a volný čas, ponožky.

Využití textilií a oděvů na bázi nehořlavých přízí

Sortiment nehořlavého ložního prádla, ochranných pracovních oděvů a nehořlavých ponožek.

Příze s multifunkčními vlastnostmi

Trend zvyšujícího se zájmu o multifunkční oděvy "all-in-one" se promítá do zvyšující se poptávky po přízích a textiliích s multifunkčními vlastnostmi. VÚB, a. s., je schopen v současnosti poskytnout k ověření vzorky těchto multifunkčních přízí.

- směšové příze antimikrobiální a antistatické
- směšové příze nehořlavé a antistatické

Možnosti využití vyvinutých speciálních přízí VÚB, a. s.

Vyvinuté funkční i multifunkční příze a z nich vyrobené výrobky jsou srovnatelné s úrovní zahraničních výrobků určených pro speciální účely. Dokladem jsou zkušební protokoly a certifikáty tuzemských i zahraničních akreditovaných pracovišť.

V případě zájmu konkrétních firem

- o inovaci výrobního sortimentu na bázi speciálních přízí VÚB, a. s.
- nebo dodávek funkčních textilií a textilních výrobků

je VÚB, a. s., připraven poskytnout konzultace, týkající se poznatků z textilně aplikačního výzkumu a vývoje pro nastartování kooperací vztahů ve vývoji a užití speciálních textilních výrobků.

Ing. Tichý Miroslav a kolektiv odboru OPIS, VÚB, a. s., Ústí nad Orlicí



Výrobky vystavené ve stánku VÚB, a. s., na veletrhu Styl Brno 2007
Antistatické vlastnosti pletené polokošile, mikiny, ponožek, rukavic a pracovního pláště z tkaniny jsou zajištěny přidáním malého množství vodivých vláken do antistatických přízí VÚB, a. s., které jsou v celé ploše textilních výrobků

Kompozitní tkaniny z bazaltových vláken

Firma SVITAP V.H.J., spol. s r. o., uvedla na trh nový výrobek - tkaniny na bázi bazaltových (čedičových) vláken určené pro výrobu kompozitů. Jak samotné tkaniny, tak i některé výrobky z nich vyrobené, byly představeny v expozici technických textilií CLUTEX v pavilonu C.

Důvodem pro zavedení výroby byl dlouhodobý nedostatek kompozitních tkanin zejména z drahých uhlíkových a aramidových vláken. Jako vhodný materiál pro výrobu kompozitů se ukázalo bazaltové vlákno, které v důsledku svého jedinečného chemického složení vykazuje řadu mimořádných vlastností. Co do pevnosti a modulu pružnosti se blíží vláknům aramidovým a v obou těchto parametrech výrazně předčí vlákna skleněná. Nedosahuje sice modulu pružnosti uhlíkových vláken, ale v pevnostech se jim vyrovná. Výrobci kompozitů ocení použitelnost v širokém rozsahu teplot, tepelnou stabilitu a odolnost proti náhlým teplotním změnám. Díky svým vynikajícím vlastnostem, jako je chemická odolnost a rezistence proti radiativnímu záření, nízká elektrická vodivost a antimagnetické vlastnosti, je bazalt označován za materiál 21. století. Kompozity z bazaltových vláken jsou využívány např. na letištích k potlačení radarové interference, v atomových elektrárnách a zařízeních pro nukleární fúzi, pro vojenské účely

a např. při výrobě vlaků na magnetickém polštáři.

Současný sortiment kompozitních tkanin vyráběných firmou SVITAP představuje 9 druhů tkanin, z toho jednu ze 100% bazaltu o hmotnosti 280 g/m² a dalších 8 standardů hybridních tkanin z materiálu aramid-bazalt v hmotnostech od 80 do 235 g/m². Hybridní tkaniny jsou patentově chráněné, jednotlivé druhy se liší parametry a obsahem bazaltového a aramidového podílu. Všechny tkaniny jsou prozatím vyráběné v plátnové vazbě, jednotné dostavě v osnově a útku (5cm²) a šíří 1 m. Jsou kompatibilní s běžnými typy používaných pryskyřic (epoxidovými, polyesterovými a vinylesterovými).

Práce s novými druhy kompozitních tkanin se neliší od postupů používaných pro běžné kompozitní materiály (sklo, aramidy, uhlík). Samozřejmostí je výborná savost a dokonalé spojení polymerní matrice s vláknennou výtuhou a zdravotní nezávadnost - bazaltová vlákna nejsou fibrogenní, ani karcinogenní a nejsou na seznamu škodlivých látek.

Vynikající parametry kompozitů vyrobených z hybridních tkanin aramid-bazalt byly ověřeny ve Výzkumném a zkušebním leteckém ústavu v Praze Letňanech. Z tohoto materiálu byla vyrobena závodní kánoe C-1 pro vodní slalom,



Závodní kánoe C-1 vyrobená z kompozitní hybridní tkaniny aramid-bazalt

která snese srovnání s materiálem aramid-uhlík, a to jak ve vlastnostech, tak i vzhledu laminátu. A přitom je výrazně levnější. Lod absolvovala řadu závodů a za celou dobu použití nedošlo k mechanickému poškození a nevyskytla se žádná další vada. Kompozity vyrobené z bazaltových tkanin vykazují, proti stejným skleněným kompozitům, dvojnásobný modul pružnosti a takřka trojnásobnou pevnost. I když je cena bazaltových vláken o něco vyšší než vláken skleněných, je získ užitných vlastností velice zajímavý. Výrobce kompozitů si navíc může vhodnou kombinací skleněných, bazaltových a případně hybridních tkanin nastavit výsledné parametry kompozitu podle potřeby. Příkladem úspěšné

aplikace je např. disk brzděného kola sportovního letadla s vysokou životností, který dobře odolává náhlým změnám teploty nebo odlehčený kryt leteckého motoru s výbornou odolností proti vibracím.

Pro výrobce kompozitů představují tkaniny vyráběné na bázi bazaltových vláken zajímavý doplněk a alternativu k doposud používaným kompozitním tkaninám ze skleněných, aramidových a uhlíkových vláken. Aplikace těchto materiálů umožní snížit náklady na výrobu kompozitů při zachování funkčních vlastností výrobku, snížit jejich hmotnost a zlepšit užité vlastnosti.

Ing. Miroslav Martinec, odborný asistent generálního ředitele SVITAP J.H.J., spol. s r. o.

Elmarco je světovou jedničkou v oblasti nanovláken



Nanovlákná a jejich aplikace považují odborníci na celém světě za materiály třetího tisíciletí. Očekává se, že jejich praktické využití přinese v nejbližších letech revoluci mimo jiné v medicíně, automobilovém průmyslu, energetice a dalších průmyslových odvětvích. Průkopníkem na tomto poli se stala liberecká firma Elmarco, která společně s Technickou univerzitou v Liberci vyvinula během necelých dvou let zařízení na výrobu netkaných textilií z nanovláken. Převratnou technologii elektrospiningu, kterou vynalezl profesor Oldřich Jirsák, nabízí společnost Elmarco na trh pod značkou Nanospider™. V březnu 2005 mělo toto unikátní zařízení světovou premiéru na ženevské výstavě netkaných textilií Index, kde vzbudilo mimořádný zájem. O pár měsíců později prodala firma první laboratorní zařízení do USA a na podzim roku 2006 putoval Nanospider™ do výzkumného centra US Army.

Hlavní výrobní činností společnosti Elmarco je v současnosti výroba jednotek pro distribuci chemikálií na výrobu polovodičových křemíkových desek pro rakouskou firmu SEZ AG. Divize nanovláken má v hrubých rysech dva směry. Oba se vzájemně kříží a doplňují. Jedním je vývoj a výzkum aplikací nanovláken, sem například spadá spolupráce s japonskými, americkými a českými univerzitami. Za druhý lze považovat

průmyslové výroby. Netkané textilie, které jednotka vyrábí až do šířky 1200 mm, mají širokou škálu aplikací, mezi něž patří filtrace, hygiena, medicína, kosmetika a jiné. Zařízení má velikost 800 x 800 x 1900 mm a váží 240 kg. "Vývojem a výrobou nanospideru jsme ukončili jednu hektickou etapu našeho výrobního programu. Nyní jsme připraveni dodávat kompletní průmyslové linky na výrobu nanovláken.



Nanospider line - průmyslová linka pro výrobu nanovláken

vývoj a výrobu zařízení vyrábějící nanovláknenné materiály s názvem NS Lab a produkce konkrétních aplikací NANOSPIDER AntimicrobeWeb™ a NANOSPIDER AcousticWeb™.

Laboratorní zařízení NS Lab

V současnosti nabízí firma specializovanou jednotku NS Lab navrženou pro účely výzkumu a vývoje na zvláknění vodou ředitelných polymerů. NS Lab využívá technologie Nanospider™ umožňující převést všechny dosažené výsledky do

V budoucnosti se chceme především zabývat vývojem produktů a aplikací, které se z nich dají vyrábět," řekl majitel Elmarca Ing. Ladislav Mareš. Některé již firma uvedla na český i zahraniční trh.

NANOSPIDER AntimicrobeWeb™

Jedním z nich je NANOSPIDER AntimicrobeWeb™. Jde o zcela nový materiál sloužící k odstraňování fyzikálních nebo biologických nečistot z vdechovaného nebo vydechovaného vzduchu. Jeho vlastnosti jej předurčují k použití

v medicíně, například jako obličejové masky, které mají jedinečné vlastnosti. Masky, které Elmarco vyrábí, jsou složeny z vnitřní a vnější strany z netkaných textilií, mezi kterými je umístěna nanovláknenná dvouvrstva. Účinnost masky byla testována dva týdny v akreditované laboratoři Státního zdravotního ústavu v Praze, jenž potvrdil stoprocentní záchyt bakterií, virů, hub a kvasinek. Obličejové masky vyrobené pomocí technologie Nanospider™ byly testovány také v americké Nelson Laboratories v Salt Lake City. Jejich výsledky jsou vynikající. Efektivita záchytu virů (VFE) je větší než 99,9 %, stejné parametry má efektivita záchytu bakterií.

NANOSPIDER AcousticWeb

Zvukoabsorbčním materiálem 21. století je nazýván další výrobek s názvem NANOSPIDER AcousticWeb™. Jeho mimořádné vlastnosti způsobují nanovlákná, která mají unikátní schopnost pohlcovat zvuk v široké řadě frekvencí.



NANOSPIDER AcousticWeb™ vznikl aplikovaným výzkumem a vývojem firmy a Technické univerzity v Liberci. Výhodou tohoto materiálu jsou především znamenité akustické vlastnosti, extrémně lehká objemová hmotnost (13 kg/m³), široká oblast finálních aplikací, jednoduchá manipulace i zpracování nebo velmi dobré termoizolační vlastnosti. Ještě mnohostrannější jsou možnosti



NS lab, laboratorní zařízení určené pro výzkum a vývoj nových nanovláknenných materiálů

nánosování a laminaci textilií. Jako inovační partner textilních zúšlechťoven, věnuje společnost technologickým povrstvování a laminace zvýšenou pozornost. Disponuje kompletním technickým zázemím, které umožňuje ověřovat a optimalizovat nové efekty od laboratorního vzorování, přes polokontinuální modelovou aplikaci až po zátěry a nánosy pěny na provozních šířkách textilií zákazníků - textilních firem, do šíře 210 cm. Tato variabilita otevírá možnost pro akviziční výrobu a marketingový průzkum potenciálních zájemců o tyto inovační technologie ještě ve fázi před vlastním rozhodnutím pro realizaci záměru. INOTEX tak má prostor pro podporu vývoje tech-



Proces zvláknění

aplikací NANOSPIDER AcousticWebu™. Lze ho používat v automobilovém, leteckém a železničním průmyslu, jako zvukoochranné bariéry, akustické stropní tašky, stropní systémy, zvuk pohlcující obkladové panely, vhodný je také pro audio-technologie, prostředky akustické ochrany a další obory.

Výzkum a vývoj na přání zákazníka

Další z priorit firmy Elmarco je podle ředitele Ing. Pavla Novotného navazování a rozvoj spolupráce se strategickými partnery. Sem mimo jiné patří vznik společného podniku s irskou společností Altracel s názvem Nanoapeutics, jenž bude dodávat na evropský trh zdravotnické materiály. Do tohoto trendu spadá i nabídka společnosti provádět výzkum a vývoj na přání zákazníka s jeho vlastním vybavením a v jeho prostorách. Současně firma nabízí Elmarco R&D specialistu a také zařízení NS LAB po dobu trvání spolupráce. Výzkum by měl být zaměřen na vývoj nových nanovláknenných materiálů s vysokou přidanou hodnotou, využívat vlastní technologii Nanospider™. Výhody této služby jsou přenos výsledků výzkumu a vývoje do průmyslové výroby, využití patentované technologie Nanospider™, příležitost patentovat výsledky testování a efektivní vývoj nových nanovláknenných materiálů.

Ing. Ladislav Mareš, jednatel společnosti

Kontaktní údaje:
ELMARCO, s. r. o.
V Horkách 76
460 07 LIBEREC 9
Tel.: 489 209 010
Fax: 485 151 997 - 8
e-mail: info@elmarco.cz
www.elmarco.cz

Multifunkční úpravy pro zdraví a nové aplikace

Možnost uplatnit nové textilní materiály v nových aplikačních oblastech je existenční otázkou evropských, tedy i českých textilních výrobců. Mezi takové oblasti patří i zdravotnický sektor. S ohledem na aktuálnost problému je důležité hledat i taková postupná řešení, která umožňují urychlenou realizaci s minimální investiční podminěností. Jedním ze strategických směrů směřujících k uplatnění textilií, jako nových funkčních materiálů, otevírajících široké pole uplatnění, jsou povrstvované a vícevrstevné textilie. Dosud klasické textilní konstrukce tak aplikací nánosů funkčních systémů nabývají nové přidané hodnoty. Nánosy lze provádět technologiemi aplikace funkčních vrstev zátěrem, případně nánosem z pěny. Tím inovační rozmanitost těchto technologií, dnes v převážné míře realizovaných pomocí vodních, tj. ekologicky šetrných, disperzí polymerů, nekončí. Rozšiřují se postupy výroby vícevrstevných textilních konstrukcí, tzv. sendvičů. Vzájemnou kombinací vrstev tak dále roste škála dosažitelných užžitných vlastností. Nánosované a laminované textilie pronikají do oblastí technických textilií pro stavebnictví, autoprávní, zdravotnictví a osobní hygienu. Nové užžitné vlastnosti tyto technologie dodávají i textiliím pro výrobu oděvů. Zajišťují dokonalé ochranné vlastnosti vůči vnějšímu prostředí (počasí, pracovní prostředí a rizika). Přitom lze současně kombinovat ochranu proti vodě - dešti zvenčí s dokonalým uživatelským komfortem daným prodyšností nanášených vrstev - textilie dýchají a umožňují využití v náročných klimatic-

kých podmínkách, při vrcholových výkonech sportovců i při omezování důsledků různých onemocnění či ve stáří. Povrstvování textilií bioaktivními materiály - biopolymery přináší zcela nové možnosti ve zdravotní péči, urychlením hojení ran, řízeným dávkováním hojivých a pokožku ošetřujících látek, vitaminů aj. Vznikají nové kategorie textilních výrobků, jejichž funkce se vyrovnávají s kosmetickými přípravky. Technické zázemí a zkušenosti INOTEX podporují cesty od nápadů k výrobkům využívajícím



nologických řešení "šitých na míru" požadavkům inovace. Pokud se záměr ukáže schůdným, je INOTEX připraven s využitím vlastních výrobních kapacit a spoluprací s vybranými zahraničními partnery, dodat nejen potřebné nové typy speciálních chemikálií (TPP), laminačních prášků a speciálních tavných pojivových mřížek, ale i zátěrových zařízení. Tato zařízení jsou v malosériové strojní výrobě INOTEX uzpůsobena pro instalaci na stávajících sušicích rámech, čímž se podstatně rozšíří jejich využitelnost. Naplnění záměru podpory inovací bylo umožněno spojením využití vlastních zdrojů a dotací z programů výzkumu a podpory podnikání MPO ČR (projekty PARK - CTTV II a COATEX). Dostupnost tohoto zázemí byla vedle každodenního vývoje a servisu pro tuzemské partnery využita i při účasti v řešitelských týmech několika výzkumných projektů EU, např. při vývoji funkčních textilií a výzkumu nových zúšlechťovacích principů na bázi biotechnologií (např. COST 868 ACTION, FOTO-NANOTECH a jiné, rovněž členstvím v klastru NANOMEDIC, a. s.). V roce 2007 zahajuje činnost i na půdě klastru CLUTEX založené řešitelské konsorcium pro oblast funkčních textilií pro zdravotnický sektor, které obsáhne celý systém od konstrukce, přes funkční zúšlechťování až po prádelenskou údržbu a praktické hodnocení nových textilních materiálů v náročných podmínkách každodenního zdravotnického uplatnění. Pro rozšíření komplexního zázemí a pro podporu inovací v rámci klastru CLUTEX připravuje INOTEX investiční záměr k rozšíření malometrážní pilotní produkce právě o postupy laminace vícevrstevných textilních funkčních útvarů.

Ing. Jan Marek, CSc., jednatel a obchodně technický ředitel INOTEX, spol. s r. o.

Přerůstání mechatroniky do "inteligentních systémů"

(Panorama novodobých znalostně technických proměn průmyslu)

Kolik se přihodilo za jediné století! Na počátku 20. věku byl vymožeností mechanický stroj poháněný Wattovým dvojčinným parním strojem, jehož hnací síla byla rozváděná transmisí a předlohou k pracovnímu stroji. Válka se skončila; ústřední parní stroj s transmisí byl nahrazen strojem s vlastním elektrickým pohonem. Původ hnací síly se rodil ve vzdálené elektrárně.

I.

V 50. letech se objevily první stroje s "číslicovým řízením" (numeric kontrol), NC-stroje. U nás výzkum a vývoj v součinnosti s anglickým protějškem nastupoval velmi rychle¹. Dělník už se neučil soustružníkem, frézářem, brusičem, ale obráběčem. Přístup k rozmanitosti pracovních nástrojů mu zjednával automatický regulátor.

70. léta už spatřovala celé provozy z těchto strojů. V "Jihlavanu" bylo možné vidět 200 těchto strojů v řadách, pohyb mezi nimi zprostředkovával vyškolený dělník s počítačem! 80. léta již byla dobou velkých automatizovaných úseků výroby. Ty potřebovaly k sobě složité informační ovládání. Bylo jich u nás přes padesát; z nich úsek v TOS Olomouc, jenž se vyznamenal zvlášť pohotovým automatickým nasazováním nástrojů, byl zařazen mezi světových "sedm nejlepších" (seven best).

Co deset let, to nová vyšší úroveň automatiky. Pak už stroje začaly srústat s počítači. Nové technice se dostalo jména "mechatronika", slovo složené z "mechaniky" a "elektroniky".

II.

Na počátku výrobního umění 20. století byl "taylorismus". Frederic Winslow Taylor přišel s myšlenkou zvýšit dělnický výkon za jistou prémie. Tomu raní podnikatelé nechtěli rozumět. Každé zvyšování mezd jim připadalo jako tah proti produktivitě. Až když vyložil, že o dost víc přitlačí než připlatí, začali se stavět na jeho stranu.² Jak se Taylor prosazoval, tak se naopak bránily odbory. Daly Taylora k soudu a obvinily ho z "ničení americké pracovní síly". Zpočátku nazýval svou metodu "úkolovým řízením". U soudu přijal radu (advokáta českého původu) a přejmenoval ji na "vědecké řízení".³ Vyznačovalo se stopkami, centralizovaným kladením úkolů a predikovatelnými výsledky. Základem bylo oddělení znalosti od práce. Znalost byla netoliko odborným pochopením práce, ale i nátlakem na výkon.

Kapitalismus se ujal výroby a dal se cestou opakované (sériové a hromadné) výroby. Kolem 20. let minulého století byl kód takové výroby nalezen a s ním opakovaný zisk z kapitálu. Našel se také obecný ukazatel výkonu: národní důchod.⁴ Přišla druhá světová válka; mohutně těžila z opakované výroby, ale vynutila si nový požadavek: rychlou změnu výroby. (Mimochodem: změnu výroby traktorů bez přerušování dokázali roku 1948 jako první v Rusku.) Žádná z válčí-

cích zemí neskončila válku s tou výzbrojí, s jakou ji začala.

V sedmdesátých letech se do rozvoje vložilo Japonsko. Vynalezli tu výrobu bez zbytečného "tuku", libovou, po našem "štíhlou" (lean). Ukázalo se, že je možné vyrábět více i s menším počtem lidí a strojů, menšími zásobami, v kratším čase. V téže době dozrávala informatika, počítače a samočinné řízení podle programu. V závěru století vynikly možnosti "globální" výroby, kdy hodnota narůstá bez hranic. Jejimi spojenci jsou internet a mobilní telefony. Na přelomu století se prosadila "nová ekonomika" s koncentrovanou informatikou. Čekal se nejen mimořádný výkon, ale harmonické zvládnutí všech vztahů, překonání cyklického vývoje. Za tři roky však bylo po naději, nicméně zvýšený výkon se prosadil.

Kapitál se volně stěhuje po celém okrsku zemském, národy jen zvolna migrují. Vydělává se na všem, na tvorbě nového i ničení a zkáze. V roce 1971 se našel i nový ukazatel: "hrubý domácí produkt" (o němž Robert Kennedy řekl, že vyjadřuje všechno možné, jenom ne to, co je životně hodnotné).

Člověk vynalezl a uskutečnil stroj, aby se mu pak podřídil. Taylor řekl, jaký má být - čistě racionální "člověk jakožto stroj". Kdo vybočil a "vyhrál", byli Japonci: vytvořili podniky - v zásadě "schumpeterovského" ražení - které měly dvojí motiv k růstu výkonu a konkurenční schopnosti: střetnutí na trhu a zároveň neustálé pozvedávání výroby zevnitř.

III.

Právě se začalo nové drama. Mechanizace už přerostla v automatizaci a nyní automatizace přerůstá v "inteligentní systémy". Pro ně je typické hromadné nasazení vyšší znalosti, vzdělaným rozumem motivované "inteligentní" řešení netoliko jednotlivých strojů, výrobních procesů, řídicích aktů, ale celého souboru vztahů (až po globální rozměry), vysoká úroveň optimalizace fungování, často se schopností seberegulace a jistě sebenápravy. Možná se problém více přiblíží na několika příkladech (následují tři):

"Inteligentní strojírenská výroba":

- "síťová" organizace,
- spolupráce výrobců se spotřebiteli na výrobcích i na způsobu výroby, sjednocení přístupů hmotné výroby i "nehmotných" (intangibilních) služeb,
- logistika zajišťující krátké a rychlé cesty subdodávek a dodávek,



- automatická "centra", linky, úseky, sektory,
- software umožňující plynulou optimalizaci, změny poměrů při měnícím se trhu,
- řízení s pomocí "umělé inteligence"...

"Inteligentní (automobilová) doprava":

- optimální rozvrhy cest a jejich přizpůsobování,
- vozidla s novými palivy a velmi nízkou spotřebou,
- monitorování provozu pro cestující, vozidla i jednotlivé řidiče,
- automatické přizpůsobování vozidel měnícím se vzdálenostem, provozu, stavu cest, vidění, náhlým příhodám,
- všeobecné sledování všeho pohybu a vozidel, digitální mapy, vydávání zpráv o stavu dopravy a mimořádných událostech,
- sledování nákladu a vážení za pohybu,
- elektronické objednávání a placení komerční dopravy...

"Inteligentní stavebnictví":

- konstrukce z výhodných, hygienických,

nehořlavých, izolačních anebo i fotovoltaických a druhotně použitelných materiálů (zachování "sedé", už jednou vynaložené hmoty a energie),

- domy a stavby s hluboce redukováním až "nulovým" příkonem tepla a vody zvenčí,
- domy a stavby s plnou bezpečnostní signalizací a ochranou,
- domy a stavby s plným a snadným bezdrátovým nebo jednoduchým spojením na všechna důležitá místa (podnikatelská, správní, bezpečnostní, zdravotní, hydrometeorologická apod.)...
- Vynálezy techniky a výrobního způsobu měnily svět. Kapitál je uváděl do hodnototvorného vztahu a zaplňoval jimi celou planetu. Už Světová výstava v Chicagu 1935 nesla název "Věda postupuje, technika uskutečňuje, člověk se přizpůsobuje". Zpoždění lidí bije do očí. Ale už hledíme vstříc nové skutečnosti. Inteligentní systémy nabízejí nebývalou možnost: otevírají nové příležitosti obrácení techniky ve prospěch člověka.

Jaroslav A. Jirásek

1) V roce 1953 byl počet NC-strojů u nás stejný jako v USA (podle ameického odborného měsíčníku "The Machinist").

2) Na počátku manažmetu byl pokus: Pod Taylorovým vedením nakladač Smith dokázal proti obvyklým 12,5 t naložit 47,5 t "kovových housek". Mzda se mu zvedla o 60 %.

3) Taylor byl odsouzen. Až do druhé světové války podniky, které zavedly taylorismus, nesměly získávat státní zakázky. Taylor se věnoval společnosti; "Poselství Taylorovo" slibovalo mír, součinnost, výkon, dobrý život všem.

4) Na přelomu století se rozešly způsoby mobilizace produktivních sil. V Německu, Itálii, Španělsku, Švýcarsku a Švédsku, se uplatnila kartelizace. Nebyl to jenom monopol, zaváděla se oborová racionalizace, skupiny odborníků procházely podniky (se suspendovanou konkurencí) a navrhovaly zlepšení. V USA se naopak rozmohla deregulace, podporovaly se fúze a uvolňoval prostor pro trh. Rozdíly jsou patrné dodnes.

LCS a KODYS: nové příležitosti

Smlouvu o partnerství společností KODYS, spol. s r. o., a LCS International, a. s., podepsali ředitelé obou společností 25. ledna v prostorách LCS. Firma KODYS působí v oblasti systémů čárových kódů. Významnou část její nabídky tvoří systém řízení skladu WMS Accellos (dříve WMS Radio Beacon). LCS je předním českým producentem podnikových informačních systémů Helios. Činnost obou společností se tedy budou nadále vhodně doplňovat, zejména k užžití jejich zákazníkům z oblastí výroby, prodeje a logistiky. Partnerství, uzavřené mezi společnostmi LCS a KODYS přináší nové příležitosti vyhovět požadavkům zákazníků a nabídnout jim komplexní systém, zahrnující informační systémy z rodiny Helios a na ně napojený systém řízení skladu WMS Accellos s využitím čárových kódů. Komplexnost tohoto řešení je zajímavá především pro zákazníky z oblastí logistiky a výroby v automobilovém a elektrotechnickém průmyslu.

V rámci partnerství, které pokrývá Českou republiku i Slovensko, dojde ke vzájemnému proškolení vybraných pracovníků společností LCS a KODYS, i dalších partnerů LCS tak, aby toto řešení bylo dostupné pro implementaci také jejich prostřednictvím. Pro nejbližší dobu je naplánována řada akcí. Začíná společným seminářem, na němž bude nabízené řešení prezentováno. Společné řešení Helios a KODYS je již implementováno u dvou významných zákazníků a slibně se rozvíjející spolupráci dokládají i další rozpracované projekty.

O společnosti KODYS

Společnost KODYS, spol. s r. o., působí v oblasti systémů čárových kódů od roku 1991. Díky

dlouholetým zkušenostem z této oblasti implementoval KODYS nejrůznější systémy pro široké spektrum zákazníků řady oborů, zaměřením i velikostí. Významnou část nabídky tvoří systém řízení skladu WMS Accellos (dříve WMS Radio Beacon).

Součástí komplexního řešení jsou:

- analýza potřeb zákazníka a návrh řešení
- vývoj systému "na míru"
- dodávka potřebného HW zařízení (např. tiskárny a snímače čárových kódů, mobilní terminály a další požadované komponenty)
- instalace a odborné zaškolení uživatelů
- nabídka široké škály spotřebního materiálu
- plný záruční i pozáruční servis
- KODYS je dlouholetým autorizovaným partnerem firmy Symbol Technologies (dnes Motorola), výrobce snímačů, terminálů a komponent pro bezdrátové sítě, a firmy Zebra Technologies, výrobce tiskáren čárových kódů.

V roce 2006 dosáhla společnost KODYS obratu 204 mil Kč. Společnost Kodys je držitelem certifikátu kvality ISO 9001:2000 a ISO 14001:2004.

Více informací naleznete na www.kodys.cz

O společnosti LCS

Společnost LCS je nejvýznamnějším českým producentem podnikových aplikací (ERP). Zabývá se vývojem, implementací a podporou specializovaných informačních systémů pro výrobu, služby a obchod. Produkty společnosti LCS - podnikové informační systémy Helios Red, Helios Orange a Helios Green - pokrývají nejširší spektrum potřeb podniků. **(tz)**

Metra Blansko pro technologii radiofrekvenční identifikace

Společnost Metra Blansko staví na jižní Moravě výzkumné a vývojové centrum pro technologii radiofrekvenční identifikace. Technologické středisko vyroste přímo ve stávajícím areálu Metry v Blansku. Společnost pro něj hledá tři desítky odborníků na systémy RFID. Komplexní příprava laboratoří, simulátoru reálného prostředí, ve kterém lze očekávat nasazení technologií radiofrekvenční identifikace, a dalšího vybavení výzkumného centra, bude trvat ještě dva roky.

RFID umožňuje rychle identifikovat jakýkoli objekt. Využívá se například při bezkontaktních platbách ve veřejné dopravě nebo na sjezdovkách, některé automobily používají identifikační karty namísto klasického klíčku. Slibné je také využití pro identifikaci zboží v obchodech, kde má RFID potenciál nahradit čárový kód. Možností je ale víc.

"Když jste dnes přišli do práce, s velkou pravděpodobností jste si možná hned několik dveří otevřeli právě díky technologii radiofrekvenční identifikace," podotkl Ing. Jiří Zouhar, technický ředitel společnosti Metra Blansko. "To je ale jenom jedna z mnoha možností, kde lze RFID technologii využít. Podle kvalifikovaných odhadů naroste poptávka po jejích aplikacích oproti dnešku do roku 2013 pětinašobně. RFID technologie má před sebou ohromnou budoucnost. Díky této investici bude součástí této budoucnosti i Metra Blansko."

Společnost investuje do technologického střediska bezmála 32 miliony korun. Část z těchto financí půjde do vybavení střediska, významný

podíl ale budou tvořit i náklady na školení. Ta se zaměřují na konstrukční a návrhové systémy, radiofrekvenční přenosy a normy v radiofrekvenční komunikaci. Noví zaměstnanci se také podrobně seznámí se současnými systémy RFID technologie.

"Společnost připravuje konkrétní projekty spolupráce s vysokými školami. Studenti se budou přímo podílet na práci centra," doplnil Tomáš Hruša, generální ředitel agentury CzechInvest. "Úspěšnost centra nezavisí ani tak na výši investice, ale naprosto rozhodující jsou lidé, kteří budou ve středisku pracovat. Metra Blansko potřebuje pro centrum získat do roku 2009 alespoň dvaadvacet odborníků s vysokoškolským diplomem."

Bezkontaktní identifikační systém je založen na principu rádiového přenosu dat mezi čtečkou (vysílačem) a pohyblivým se objektem vybaveným takzvaným transpondérem, což je elektronický obvod obsahující anténu, nabíjecí kondenzátor a paměť. Transpondéry nepotřebují napájení z baterie, protože energii k vysílání dat získávají přímo z přijímaného signálu.

Historie společnosti sahá až do roku 1911. Významný český technik a vynálezce Ing. Erich Roučka tehdy v Blansku založil dílnu na výrobu elektrických měřicích přístrojů. Velkým rozmachem prošla firma ve druhé polovině dvacátých let, kdy společnost jako první v Evropě zavedla sériovou výrobu automatických regulátorů pro kotle. Akciová společnost Metra Blansko vznikla v dubnu 1991. **(tz)**

Coface: platební schopnost podniků se letos mírně zhorší

Zpomalení hospodářského růstu v průmyslově vyspělých státech, zhoršené vyhlídky některých sektorů ekonomiky a vzrůstající zadlužení podniků zvláště v nových ekonomikách - to jsou podle společnosti Coface hlavní důvody, kvůli nimž by se letos poprvé po pěti příznivých letech měla celosvětově mírně zhoršit platební schopnost podniků. Tento vývoj postihne podle nové analýzy Coface i podniky v některých státech střední a východní Evropy, zejména pak v Maďarsku a Pobaltí, České republice by se však měl z větší části vyhnout.

Podle analýzy, kterou Coface předložil 23. ledna na výroční konferenci o rizicích světové ekonomiky, letos průmyslově vyspělé státy zažijí zpomalení ekonomického růstu, přičemž se přiblíží tempa růstu v USA a západní Evropě. V důsledku toho se podniky budou muset vypořádat s nižší poptávkou a větší konkurencí, celková míra insolvence (měřená jako podíl pohledávek po splatnosti a nezaplacených pohledávek na celkovém množství obchodních transakcí) se však proti loňsku zvýší jen o 3 %. Proto Coface ponechává rating největších světových ekonomik - Spojených států, Japonska, Francie, Velké Británie a Německa - na nejvyšší úrovni (A1) a v případě například Itálie, Portugalska či Řecka na stupni A2. Zhoršené ekonomické vyhlídky se však odrazily ve snížení některých sektorových ratingů:

- Stavebnictví - snížení z A- na B v USA a z A- na to B+ v Evropě v důsledku pokračujícího poklesu cen rezidenční výstavby;
- Automobilový průmysl - snížení ze stupně B na B- v Evropě vzhledem k očekávanému nízkému tempu růstu trhu, které se v první řadě odrazí i v situaci dodavatelů dílů;
- Sektor IT a telekomunikací - snížení z B+ na B- v případě IT v USA a z A- na B+ pro výrobce telekomunikačních zařízení v Evropě, důvodem je tvrdá konkurence na trhu a snižující se poptávka v průmyslových státech;
- Maloobchod - snížení z A na A- v USA, ale naopak zvýšení z B+ na A- v Evropě a Japonsku, kde dochází k oživení poptávky domácností;
- Farmaceutický průmysl - snížení z A na A-

v důsledku poklesu veřejných výdajů na zdravotní pojištění a tvrdé konkurence, již představují nové generické léky, díky čemuž se růst sektoru sníží z předchozích dvouciferných hodnot na předpokládaných 5 % v roce 2007. V regionu střední a východní Evropy Coface očekává, že zde i nadále potrvá silný ekonomický růst, který by ovšem mohl zpomalit v Maďarsku, jež bylo nuceno loni v červnu přijmout úsporná opatření. Celkově region těží z rostoucí domácí poptávky a zdejší podniky tak v současnosti mají uspokojivou solventnost. Coface však upozorňuje, že ve střední a východní Evropě výrazně roste zahraniční zadlužení a navíc kurzy měn některých zemí čelí riziku devalvace. V Polsku a České republice je sice deficit běžného účtu platební bilance na nízké úrovni, na Slovensku, v Chorvatsku a Maďarsku však již dosáhl vysokých a v Rumunsku, Bulharsku a pobaltských státech dokonce extrémních hodnot. Zatímco v Česku a Bulharsku přímé zahraniční investice pokrývají značnou část potřeb externího financování, zvláště v Pobaltí a Maďarsku je podíl zahraničních investic a zahraničního dluhu velmi nízký, což vystavuje kurzy zdejších měn značnému riziku.

K tomu navíc, na pozadí rostoucího populismu, lze pozorovat snižující se ochotu zdejších vlád zavádět potřebné ekonomické reformy zvláště v oblasti veřejných financí, což ohrožuje brzké přijetí eura. Situaci v Česku hodnotí Coface i nadále ratingovým stupněm A2, což je po Slovinsku, jehož rating se loni zvýšil na A1, druhé nejlepší hodnocení v regionu střední a východní Evropy.

Rusku, které Coface hodnotí ratingovým stupněm B, se sice daří zlepšovat svou celkovou finanční situaci a trvá zde i nadále rychlý hospodářský růst, naproti tomu však zde dochází ke zhoršování obecného podnikatelského prostředí, což souvisí především s velkou nestabilitou vlastnických práv. Vláda opět získala podíly v řadě podniků, což může vést k poklesu investiční dynamiky. Navíc finanční a vlastnické poměry v mnoha společnostech jsou málo transparentní. S určitým znepokojením sleduje Coface také vývoj v některých asijských státech, přestože Asie celkově i nadále vykazuje rekordní tempa hospodářského růstu. Zejména v elektronickém průmyslu se zisky podniků v poslední době snižují v důsledku tvrdé konkurence, kurzového zhodnocení a nižší poptávky z USA. Coface již proto přiřadil ratingům Tchajwanu (A1) a Thajska (A2) negativní výhled. V Číně (rating A3) letos dojde

podle odhadu Coface jen k velmi mírnému zpomalení tempa růstu HDP (na 9,5 %), i přesto však lze očekávat zhoršení úvěrového rizika, protože mnohé sektory narážejí na problém nadbytečné výrobní kapacity. Průzkum platební morálky podniků v Číně, který Coface uskutečnil v loňském roce, naznačil, že zhoršení se týká především soukromých čínských podniků, pro něž je nyní těžší získat bankovní úvěr, s opožděním plateb je však třeba počítat již také u smíšených nebo zahraničních podniků. Celkově trhu schází transparentnost, na finanční data se často nedá spoléhat nebo nejsou k dispozici vůbec. Jediným regionem světa, kde podle prognózy Coface letos dojde ke zřetelnému poklesu platebního rizika, je Jižní Amerika, kde se hlavním zdejším ekonomikám podařilo vybědnout z dluhů a zavést příznivější ekonomické prostředí. (tz)



"PRAHA TECHNICKÁ" aneb více otevřených technických památek

Toužíte zažít něco nevšedního? Chcete poznat skrytá tajemství metropole? Praha zpřístupní unikátní technické a technologické památky na území hlavního města domácím i zahraničním turistům.

Návštěvník Prahy díky projektu Hospodářské komory hlavního města Prahy "Praha technická", navštíví místa, která byla dosud nedostupná a zahalena tajemstvím.

Zážitková turistika patří k nejprogresivnějším oborům cestovního ruchu vůbec.

"Zájem o tento projekt mají menší podnikatelské subjekty, ale i velké instituce a organizace, Národní technické muzeum, České dráhy, Muzeum hl. m. Prahy, Pražská informační služba a další. Ti všichni v rámci kurzů projektu "Praha technická", který je financován z Evropského sociálního fondu, státního rozpočtu České republiky a rozpočtu Hlavního města Prahy, vytváří ve firmách systém pro průvodcovskou činnost," řekl předseda představenstva Hospodářské komory hlavního města Prahy Petr Kužel.

"Naše kulturně-historické památky zná již téměř celý svět. Na území Prahy se však nacházejí i některé skutečně technické a technologické zajímavosti, včetně tajů výrobních postupů. Ty stojí za

to vidět. Naším záměrem je obyvatelům i návštěvníkům Prahy její technické srdce více otevřít, a to nejen v rámci pasivních prohlídek. Rádi bychom v rámci projektu s vlastníky a správci objektů hledali zábavnou, zážitkovou formu," vysvětloval náměstek pražského primátora Pavel Klega. Projekty zážitkové turistiky úspěšně fungují v řadě evropských metropolí a pro Prahu je tento obor cestovního ruchu významným přínosem. Do projektu "Praha technická" se přihlásilo zatím více než 20 pražských subjektů, které mají co nabídnout. V několika týdenních kurzech se učí, jak stavbu, výrobu atd. přizpůsobit zážitkové turistice nebo jak ji propagovat. Patří mezi ně i významné městské akciové společnosti - Pražské vodovody a kanalizace, Dopravní podnik hl. m. Prahy či Kolektory Praha. "Hlavní město vybudovalo během staletí unikátní síť podzemních staveb, které podle názoru laické i odborné veřejnosti stojí za to začlenit do turistických prohlídek centra metropole. Na velmi vysoké technické úrovni, včetně systému zabezpečení, je 90 km kolektorových tunelů, jejichž část bychom rádi v budoucnu zpřístupnili. Kolektory jsou v centru napojeny přímými vstupy na zajímavé objekty s gotickými či barokními sklepy a vytvá-

řejí pozoruhodný kontrast moderní techniky, podzemního stavitelství a staré zástavby," prozradil záměry společnosti Kolektory Praha její generální ředitel a předseda představenstva Otakar Čapek, který je zároveň místopředsedou Hospodářské komory hl. m. Prahy.

Pro zážitkovou turistiku projekt uvažuje využít např. vodárnu v Podolí či Ekotechnické muzeum u Císařského ostrova. "Velmi zajímavé by pro veřejnost samozřejmě bylo běžné otevření historických stok, například té pod Staroměstskou radnicí. To je však technicky a organizačně velmi náročné a je potřeba to citlivě naplánavat," prohlásil Otakar Novotný, generální ředitel Pražské vodohospodářské společnosti. Dopravní podnik hlavního města Prahy by podle svého generálního ředitele Tomáše Jílka mohl zapojit lanovku na Petřín a její technické zázemí i za provozu nebo samostatný objekt Muzea městské hromadné dopravy, který je bývalou vozovnou a kde se nachází kompletní sbírka historických vozů. Na území Prahy se nachází na tři stovky technických staveb. Mezi nejstarší takové památky patří např. Mlýny na Novotného lávce, které spadají do Pražské památkové rezervace zapsané v seznamu světového kulturního dědictví

UNESCO a o nichž se první zmínka objevila již před rokem 1347. Největšího rozmachu se technické stavby a průmyslová architektura dočkaly od 19. století.

Projekt přináší možnost prezentovat domácím i zahraničním turistům technické a technologické památky metropole. (tz)

Podnikatelé budou moci čerpat prostředky ze SF EU jako první

pokračování ze strany 19

ICT v podnicích, Inovace včetně Patentu, Ekoenergie.

Od června 2007 se předpokládá třetí vlna výzev do programů a to: Školící střediska, ICT a strategické služby, Poradenství. Programy jako Prosperita, Spolupráce a Nemovitosti jsou závislé na jednáních s EK.

Je zřejmé, že přes nevyjasněnost postupu schvalovacího procesu operačních programů orgány Evropské komise se MPO snaží nabídnout podnikatelům příležitost, alespoň v dotačních titulech, které se v uplynulém období osvědčily, a to i přes velké riziko, které na sebe MPO bere v případě neschválení základního dokumentu. (tz)

Na Dlouhém lánu 508/41
160 00 Praha 6

MAXIMÁLNÍ POJIŠTĚNÍ PRO VÁS I VAŠI FIRMU

OBČANSKÁ POJIŠTĚNÍ

- havarijní pojištění **MAXAUTO** s připojištěním **MAXIGEP**, které kryje plnou pořízovací cenu vozidla do 3,5 t
- samostatné pojištění **MAXIGEP** pro havarijně pojištěné osobní vozy
- pojištění nemovitého a movitého majetku, odpovědnosti za škody
- životní kapitálové pojištění **MAXLIFE**, riziková pojištění a pojištění úrazu

POJIŠTĚNÍ PRO VĚTŠÍ FIRMY I DROBNÉ PODNIKATELE

- majetek a odpovědnost průmyslu a podnikatelů, včetně profesní odpovědnosti
- pojištění prodloužené záruky vozidel **MAXGARANT**
- flotilové havarijní pojištění
- programy životního pojištění s daňovou optimalizací pro zaměstnance i zaměstnavatele

MAXIMA
POJIŠŤOVNA, a.s.

Komplexní asistenční a informační služba
MAXASISTENCE
volejte +420 272 099 900

www.maxima-as.cz

IFRS: revoluce v maloobchodě?

Vybrané firmy pohybující se na maloobchodním trhu čekají zásadní změny - od ledna 2005 totiž musejí sestavovat své účetní závěrky dle směrnice IFRS. Tato regulace má zásadní vliv zejména na hospodářské výsledky jednotlivých firem. Společnost KPMG ve Francii se proto rozhodla provést průzkum mezi 14 maloobchodními společnostmi v Itálii, Francii, Velké Británii, Německu, Belgii a Austrálii s cílem zjistit, jak jednotlivé společnosti pokročily v procesu implementace těchto standardů.

Podle nařízení Evropského parlamentu a Evropské rady z roku 2002 o uplatňování mezinárodních standardů finančního výkaznictví musí společnosti s veřejně obchodovanými cennými papíry registrované na území Evropské unie sestavovat své konsolidované účetní závěrky v souladu s mezinárodními standardy finančního výkaznictví (IFRS) pro každé účetní období následující po 1. lednu 2005 včetně.

Ačkoliv přechod na IFRS se v současné době dotýká pouze omezeného počtu společností, je možné očekávat, že v nadcházejících letech budou tyto standardy uplatňovány ve stále větším měřítku. Existuje celá řada významných maloobchodních společností, které nejsou kótovány na trzích cenných papírů v Evropě a které se intenzivně zabývají přípravou konsolidovaných účetních závěrek v souladu s IFRS, přestože nemusejí. Navíc od roku 2009 již ty evropské společnosti, které sestavují účetní závěrky dle IFRS a které jsou kóto-

vány ve Spojených státech, nebudou muset upravovat tyto závěrky pro účely souladu s americkými standardy.

Jaké hlavní výhody přináší implementace IFRS? "Jde především o zlepšení transparentnosti finančních informací a jejich harmonizaci v mezinárodním měřítku," vysvětlila Romana Benešová, partnerka společnosti KPMG Česká republika zodpovědná za služby účetního poradenství a za oblast služeb maloobchodnímu segmentu.

Změnily se tedy jednotlivé hospodářské ukazatele pro aplikaci standardů IFRS? Zřetelný byl především dopad na hospodářský výsledek, který se v roce 2004 v průměru zvýšil o 60 %. Ke zlepšení výsledku dochází zejména při úpravách goodwillu - například u společnosti Sainsbury činil při základu 100 zvýšení o 132 %. Další významné dopady na hospodářský výsledek přineslo uplatnění standardů IAS 21 (Dopady změn měnových kurzů), IAS 32

(Finanční nástroje - zveřejňování a vykazování) a IAS 39 (Finanční nástroje - účtování a oceňování).

Nové požadavky na prezentaci účetních závěrek způsobily propad u tak vysoce citlivého ukazatele pro maloobchodní skupiny, jakým je obrát (výnosy). Příkladem úprav vedoucích ke snížení obrátu o téměř 9 % je skupina Galeries Lafayette. Důvodem byla zejména reklasifikace dodavatelských bonusů z výnosů společnosti a jejich zobrazení pomoci snížení nákladů na prodané zboží.

Také v rozvahách společností stále existují rozdíly. Jsou vyvolány například tím, že existují možnosti volby při prvním uplatnění IFRS, při vykazání investic do nemovitostí či zachycení investic do přidružených podniků (pouze čtyři společnosti ze zkoumaného vzorku použily metodu poměrné konsolidace), a dále také při konsolidaci společností.

V otázce výkazů zisku a ztráty vedly standardy IFRS k celkové harmonizaci, což v rámci odvětví přispělo k lepšímu porozumění národních odlišností. "Francouzské maloobchodní společnosti stále tíhnou ke koncepci "obratu", a proto většinou prezentují výnosy z běžné činnosti ve výkazu zisku a ztráty na jediném řádku. Téměř vždy uvádějí marže, což standardy IFRS nepožadují. Německé společnosti zase používají finanční pozice EBITDA (zisk před úrokovými náklady, zdaněním, odpisy a amortizací) a EBITA (zisk před úrokovými náklady, zdaněním a amortizací), které standardy IFRS nedefinují," shrnula Romana Benešová.

Zvláště patrný dopad na interpretaci finančních

výkazů maloobchodních společností má aplikace standardů týkajících se zachycení výnosů, zásob, finančních nástrojů či zaměstnaneckých požitků. S ohledem na rozdíly v interpretaci budou jednotlivé maloobchodní společnosti věnovat zvláštní pozornost postupům, které uplatňují ostatní společnosti v daném odvětví. Bude se patrně jednat o oblasti, kde je možný různý výklad a kde je také řada nezodpovězených otázek týkajících se nových standardů. V této souvislosti není žádným překvapením ani zneklidňující zjištění Evropské poradenské skupiny pro finanční výkaznictví (EFRAG), že mezi účetními přístupy a metodami uplatňovanými v různých zemích Evropské unie panuje značná nejednotnost.

Rada pro mezinárodní účetní standardy (IASB) v současné době pracuje na vyjasňování určitých aspektů standardů; ukazuje se, že konzistentní aplikace standardů bude možná nejdříve ve střednědobém horizontu. Proto je pravděpodobné, že společnosti, které se připravují na konverzi svých účetních závěrek do závěrek dle IFRS, budou vycházet ze zkušeností těch společností, které se rozhodly přejít na tyto standardy již dříve.

Informace o studii:

Průzkumu se zúčastnilo 14 maloobchodních společností z Evropy a Austrálie. Ne všechny skupiny aplikovaly IFRS poprvé ve stejné době. Tři německé skupiny (Karstadt, Metro a Otto) zveřejňovaly své účetní závěrky v souladu s IFRS již několik let a z tohoto důvodu nezveřejnily informace týkající se konverze na IFRS. (tz)

Chyba jako zločin aneb nesmyslnost Mlynářova trestu

Otevřený dopis představenstva Asociace provozovatelů veřejných telekomunikačních sítí ke kauze Vladimíra Mlynáře

Lednové rozhodnutí soudkyně Slepíčkové o vině bývalého ministra informatiky Vladimíra Mlynáře a jeho nepodmíněném trestu odnětí svobody na pět a půl roku vyrazilo mnoha lidem dech a rázem se stalo středem vzrušených debat nejen v politických a profesních kruzích. Hlavou nad tímto rozsudkem kroutí také odborníci v telekomunikačním světě, který do správy ministerstva informatiky spadá. Asociace provozovatelů veřejných telekomunikačních sítí, která sdružuje telekomunikační operátory pevných sítí, na svém představenstvu jednoznačně vyjádřila údiv nad trestem za chybu, které se bývalý ministr měl dopustit.

Celé telekomunikační odvětví podléhá státní regulaci a tudíž i vazba a spolupráce s ministerstvem informatiky je velmi těsná a nezbytná. A také není a nebyla vždy bezproblémová. Rozdílných názorů, dílčích rozporů či zásadních nesouhlasů s tím či oním rozhodnutím ministerstva v té či oné záležitosti nebylo za dvou a půlleté ministrování Vladimíra Mlynáře málo. Přesto anebo možná právě proto v tuto chvíli cítíme povinnost se hlasitě ozvat a trest, který mu byl vyměřen, odmítnout.

Informatika na úrovni státu byla vždy spíše popelkou v rámci všech ostatních rezortů. Byla

novým oborem, který neměl nikdy rozumné centrální a důrazné pravomoci přes celou státní správu. Stejně tak bylo velmi podceňováno financování aplikací a služeb, které by usnadňovaly život občanům této země.

Tvorba portálu veřejné správy byla od svého vzniku žhavým a tudíž médií i odborníky velmi sledovaným tématem. V takové atmosféře se určitě lehce dělají chyby, ale těžko se provádějí zločiny. Mlynář hrál od samého počátku s otevřenými kartami a pro svůj projekt vybral řešení, které mu bylo doporučeno a z několika stran i potvrzeno jako výhodné a v mezích zákona. Když se ukázalo, že toto řešení přece jen zákonu odporuje, Mlynář od něj ihned odstoupil. Transparentně a proaktivně. Přesto je dnes vinen. Celým Mlynářovým zločinem v této kauze je tedy podle všeho pouze chyba, kterou sám napravil. Státu nevznikla škoda, nikdo se protizákonně neobohatil. Ani veřejné informace

o tom nehovoří. Mlynář s Testcomem jen šlápl vedle. Vydal se zvolenou cestou, ale včas a sám se z ní vrátil po zjištění, že je špatná. Má toto pochybení cenu pětiletého vězení? Samozřejmě, že nemá. Zdravý rozum zůstává stát. Proto kroutíme hlavou. Jsme znepokojeni nejen s Mlynářovým trestem, ale i soudem, který řešil tento případ s takřka nulovou mírou společenské nebezpečnosti, ale velkým mediálním a politickým potenciálem. Možná právě toto byly okolnosti, které přinutily ty, kdo měli tento případ na starosti, vynést pro jistotu tento rádobý odstrašující, ale zcela neúměrný trest.

Vladimír Mlynář první soudní bitvu prohrál. Další ho čeká u odvolacího soudu. Přesto věříme, že na konci války bude vítězem on. A otevřeně mu přitom držíme palce.

**Představenstvo APVTS
V Praze 26. 1. 2007**

Výzkum veřejného mínění o životním pojištění

V současné době probíhá vyhodnocování dat nasbíraných v rámci výzkumu veřejného mínění, jehož předmětem je produkt životní pojištění. Informace z výzkumu budou médiím k dispozici v druhé polovině února 2007. Výzkum pro Českou asociaci pojišťoven realizují studenti Vysoké školy ekonomické v Praze v koordinaci agentury Hauska & Partner. Do konce ledna studenti Katedry bankovníctví a pojišťovnictví dokončí vyhodnocení nasbíraných dat, která by měla přinést aktuální pohled na postoje české veřejnosti k životnímu pojištění. Tyto informace budou dále využity pro zlepšování informovanosti široké veřejnosti o problematice životního pojištění prostřednictvím informační kampaně připravované firmou Hauska & Partner na druhou polovinu února 2007.



Česká asociace pojišťoven (CAP) je zájmovým sdružením 26 komerčních pojišťoven, jejichž podíl na celkovém předepsaném pojistném v ČR je přes 98 %. Posláním asociace je zastupovat, hájit a prosazovat zájmy pojišťoven i jejich klientů ve vztahu k orgánům státní správy, dalším právním subjektům i ve vztahu k zahraničí a podporovat tak rozvoj pojišťovnictví a pojistného trhu v České republice. ČAP je řádným členem CEA (Evropská federace národních asociací pojistitelů). Více informací o ČAP můžete nalézt na internetu:

Podnikatelská akademie je otevřená pro všechny Pražany

Pražští podnikatelé, a to i ti nejmenší živnostníci, mají od ledna možnost zdarma studovat na Podnikatelské akademii Hospodářské komory hl. m. Prahy. Akademie je otevřená nejen pro majitele a zaměstnance firem, ale i pro lidi zdravotně postižené a studenty vysokých škol. "Pouhá čtvrtina českých firem považuje celoživotní vzdělávání za důležitou součást své personální politiky a rozvoj lidských zdrojů za podmínku své prosperity. Bohužel, naše zkušenosti potvrzují, že touto "osvícenou" čtvrtinou jsou převážně velké společnosti. Projekt Podnikatelská akademie je naší reakcí na tuto skutečnost. Chceme, aby i malé a střední firmy měly možnost poskytnout svým zaměstnancům kvalitní vzdělání," řekla projektová manažerka Podnikatelské akademie HKP Martina Smutná. Malé a střední firmy podle průzkumů pražské komory do vzdělávání neinvestují tolik, kolik by pro zvýšení konkurenceschopnosti a udržení na trhu měly. Výdaje českých podniků a dalších organizací na vzdělávání svých zaměstnanců nedosahují ani poloviny výdajů v podnicích EU 15. "Nadaní a schopní lidé většinou končí ve velkých společnostech, které jim

jejich růst umožní," zdůraznila Martina Smutná.

I Evropská unie je o nezbytnosti celoživotního vzdělávání přesvědčena, proto společně s Magistrátem hl. m. Prahy a státním rozpočtem projekt Podnikatelské akademie HKP finančně podpořila. Díky tomu jsou kurzy pro všechny jejich účastníky bezplatné.

Obsahem přednášek, které byly zahájeny počátkem roku a skončí v roce 2008, jsou nejnovější trendy řízení podniků, školení v oblasti daní a účetnictví, právní, mzdová, personální či pracovně-právní problematika, bude zde možné zvyšovat si své manažerské a obchodní dovednosti.

Celkem 65 kurzů a seminářů se bude konat v K centru, Senovážné nám. 23, Praha 1 vždy od 9:00 hod. a jejich časový harmonogram je na www.hkp.cz. Získáte zde i konkrétní informace o obsahu jednotlivých přednášek.

**Andrea Kábelová
tisková mluvčí HKP
nám. Franze Kafky 7, Praha 1
tel.: 224 818 197-8
e-mail: kabelova@hkp.cz**

Nejen záměr, ale také řešení

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR oceňuje ve vyhlášeném vládním prohlášení skutečnost, že vláda, spolu s některými proreformními kroky včetně potřebných opatření ke zlepšení podnikatelského prostředí a trhu práce (např. snižování administrativní zátěže a podpora sociálního dialogu) ve svých cílech uvádí také nutnost revokace některých minulých opatření, která rozvoj podnikatelského prostředí a politiku zaměstnanosti nejen nemotivují, ale naopak se stala brzdou potřebného hospodářského rozvoje (např. nadbytečná regulace, zákoník práce). Zde je třeba upozornit na to, že vedle přijatého věcného záměru je nutné proklamované změny např. legislativou začít projednávat co možná nejrychleji i s ohledem na jejich průchodnost daným politickým spektrem zákonodárného sboru.

Společně s bezodkladným zahájením přípravy potřebných reforem (daně, veřejné rozpočty, důchody, státní správa...) zdůrazňuje Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR nutnost okamžitého řešení následujících dvou priorit:

1. promptně dokončit přípravu operačních programů k využívání prostředků fondů EU (zabránit dalším časovým ztrátám) a zajistit k nim přístup co nejširší podnikatelské veřejnosti;
2. předložit novelu zákoníku práce, který by mezi jiným měl zohlednit potřebu pružného trhu práce větší flexibilitou v pracovních vztazích, širší smluvní volností účastníků těchto vztahů atp.;
3. pro zlepšení podnikatelského prostředí redukovat stávající právně-administrativní předpisy (omezující a komplikující podnikání).

Ve smyslu tohoto stanoviska je Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR připraven podpořit potřebné racionální kroky nové vlády ČR, které povedou k hospodářskému rozvoji země a aktivní podpoře podnikatelské sféry.

Praha 23. 1. 2007

Rozměr českého zemědělství se trvale snižuje

Tónem německého poslance Evropského parlamentu Jo Leinena, jímž v Bruselu přirovnal českého prezidenta Václava Klause k hokejovému hráči a kritizoval za euroskepticismus, jsme velmi znepokojeni. Nikdo nemá právo kritizovat občana jiné země, natož hlavu státu za určité pochybnosti k důležitým občansko-právním dokumentům, které ovlivní na mnoho let dopředu dění v celé Evropské unii. Není to škarohlídství ani pochybnosti o Evropské unii jako takové, ale zcela reálné úvahy o možném preciznějším

vypracování tak základního dokumentu, jímž nesporně je ústava země nebo celého společenství. Pana prezidenta Klause, který je profesorem ekonomie s řadou mezinárodních ocenění za rozvoj tohoto vědního oboru, si vážíme nejen jako státotvorce, ale i za jeho velkou pozornost venkovu a prostým lidem, kteří tam žijí.

Tři roky po vstupu do EU se jasně ukazuje, že rozměr českého zemědělství se trvale snižuje zatímco u starých 15 členských zemí EU je tomu naopak. **Jan Veleba, prezident Agrární komory ČR**

Z informací Sdružení AP: průměrný věk osobních automobilů v ČR se opět mírně zvýšil



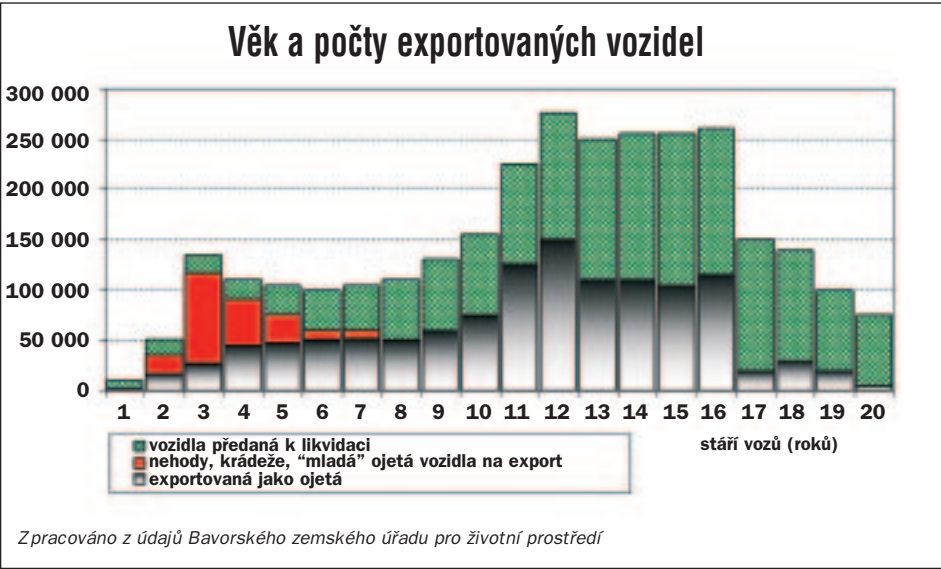
Dle předběžných údajů CRV bylo k 31. 12. 2006 v ČR registrováno celkem 6 490 393 ks vozidel všech kategorií, k 31. 12. 2005 to bylo 6 231 601 ks. Celkový meziroční nárůst registrací činí 258 792 ks vozidel. V roce 2006 bylo přitom poprvé v ČR zaregistrováno 450 865 ks vozidel. Z porovnání těchto údajů vyplývá, že z registru bylo v roce 2006 vyřazeno v souhrnu více než 190 000 ks silničních vozidel (z toho je zřejmě cca 100 000 ks na "depozitech").

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný věk vozidel k datu	průměrný věk vozidel k datu	průměrný věk vozidel k datu
		31.12.2005	31.12.2006		31.12.2005	31.12.2006	rozdíl
motocykly	celkem L1	794 000	822 703	28 703	1974,06	32,94	33,09
	z toho:						
	L1	33 832	34 233	401	1968,94	18,06	17,27
	L2	523	536	13	1967,64	19,38	18,50
	L3	711 268	715 008	3 720	1970,62	36,38	35,59
	L4	3 322	3 336	14	1963,53	43,47	42,52
autobusy	celkem A8	20 134	20 331	197	1992,38	14,61	14,62
	z toho:						
	M2	3 534	3 462	-72	1983,29	23,71	23,88
	M3	13 345	13 826	481	1996,06	10,94	10,87
osobní	celkem OA	3 958 708	4 108 610	149 902	1993,13	13,87	13,82
	z toho:						
	N1	310 280	359 353	49 073	1999,31	7,69	7,91
	N2	104 155	103 294	-861	1968,95	18,05	17,77
traktory	celkem	143 073	144 656	1 583	1979,43	27,57	27,04
	z toho:						
	M1	143 073	144 656	1 583	1979,43	27,57	27,04
	M2						
MOTOROVÁ VOZIDLA CELKEM:							
		6 426 751	6 668 555	241 804	1990,33	16,67	16,73
PŘÍPOJNÁ (O1+O2+O3+O4) CELKEM:							
		805 850	831 938	26 088	1985,99	21,01	21,61
PŘÍPOJNÁ	z toho:						
	O1	555 688	572 461	16 773	1988,44	18,58	18,20
	O2	72 614	76 505	3 891	1990,71	16,29	16,15
	O3	87 170	86 685	-485	1975,43	31,57	30,64
	O4	70 700	74 171	3 471	1992,25	14,75	14,90
	jiná (nezaregistrováno)	19 680	22 036	2 356	1926,32	80,68	122,21
MOTOROVÁ a PŘÍPOJNÁ CELKEM:							
		6 231 601	6 490 393	258 792	1989,77	17,23	17,36

Osobních automobilů bylo registrováno 4 108 610 ks v průměrném věku 13,87 roku. Stav k 31.12.2005 byl 3 958 708 ks registrovaných osobních automobilů s průměrným stářím 13,82 roku, v pololetí roku 2006 to bylo 4 036 815 ks vozidel v průměrném věku 13,84 roku. V registru tak za rok 2006 přibýlo 149 902 ks osobních automobilů, přičemž první registrace za rok 2006 činily 307 130 ks (z toho 123 987 nových a 183 143 ojetých). Těmto číslům by pak odpovídalo vyřazení 157 228 starších osobních aut z registru (opět více než polovina do tzv. "depozit"). Za předpokladu, že průměrný věk vozidel trvale vyřazených z provozu byl jen 21 let (absolutně nejvíce se vyřazují vozy Škoda řady 105 a 120), lze z výše uvedených údajů matematicky dopočítat, že skutečný průměrný věk dovezených ojetých osobních automobilů zřejmě překračuje hranici 8,5 roku (viz následující tabulka).

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný věk vozidel k datu	průměrný věk vozidel k datu	průměrný věk vozidel k datu
		31.12.2005	31.12.2006		31.12.2005	31.12.2006	rozdíl
motocykly	celkem L1	794 000	822 703	28 703	1974,06	32,94	33,09
	z toho:						
	L1	33 832	34 233	401	1968,94	18,06	17,27
	L2	523	536	13	1967,64	19,38	18,50
	L3	711 268	715 008	3 720	1970,62	36,38	35,59
	L4	3 322	3 336	14	1963,53	43,47	42,52
autobusy	celkem A8	20 134	20 331	197	1992,38	14,61	14,62
	z toho:						
	M2	3 534	3 462	-72	1983,29	23,71	23,88
	M3	13 345	13 826	481	1996,06	10,94	10,87
osobní	celkem OA	3 958 708	4 108 610	149 902	1993,13	13,87	13,82
	z toho:						
	N1	310 280	359 353	49 073	1999,31	7,69	7,91
	N2	104 155	103 294	-861	1968,95	18,05	17,77
traktory	celkem	143 073	144 656	1 583	1979,43	27,57	27,04
	z toho:						
	M1	143 073	144 656	1 583	1979,43	27,57	27,04
	M2						
MOTOROVÁ VOZIDLA CELKEM:							
		6 426 751	6 668 555	241 804	1990,33	16,67	16,73
PŘÍPOJNÁ (O1+O2+O3+O4) CELKEM:							
		805 850	831 938	26 088	1985,99	21,01	21,61
PŘÍPOJNÁ	z toho:						
	O1	555 688	572 461	16 773	1988,44	18,58	18,20
	O2	72 614	76 505	3 891	1990,71	16,29	16,15
	O3	87 170	86 685	-485	1975,43	31,57	30,64
	O4	70 700	74 171	3 471	1992,25	14,75	14,90
	jiná (nezaregistrováno)	19 680	22 036	2 356	1926,32	80,68	122,21
MOTOROVÁ a PŘÍPOJNÁ CELKEM:							
		6 231 601	6 490 393	258 792	1989,77	17,23	17,36

Tomuto propočtu odpovídají i již dříve publikované údaje získané od Bavorského zemského úřadu pro životní prostředí o počtech "odregistrovaných" vozidel v Německu ve vazbě na jejich stáří a následně zpracovávání dle směrnice ES 2000/53. Z těchto údajů vyplývá, že největší procento vozidel (téměř 50 %), která se nedostávají do systému zpracování, jsou osobní automobily ve věku mezi 11 až 15 lety. Druhou větší skupinu (snižující výše uvedený věk na průměr pod 10 let) pak tvoří "mladá" ojetá vozidla ve věku 2 - 5 let, ovšem s poznámkou "havárie, krádeže".



Optimální stáří vozového parku osobních automobilů se pohybuje v rozmezí 8 až 10 let, což je stav ve většině vyspělých zemí. Situace v ČR je taková, že místo aby se k této optimální hodnotě postupně blížila, od roku 1999 prakticky stagnuje na úrovni kolem 13,6 roku a v roce 2006 se dále přiblížila 14 roků (vzrostla na 13,87 roku)! Tento nepříznivý stav se pak dále negativně projevuje v narůstajícím zatěžování ovzduší provozem osobních automobilů a zároveň i v závažnějších důsledcích případných nehod těchto vozidel. Jak bylo již několikrát konstatováno, dovoz ojetých osobních automobilů nepřispívá ke zlepšení, ale pouze ke konzervaci současného nepříznivého stavu a k rozšiřování vozového parku v České republice. Pokud by např. došlo alespoň ke snížení průměrného věku dovážených ojetin o 2 roky (pod hra-

nici 7 let) při současném zvýšení prodeje nových osobních automobilů o cca 25 000 ks a ke zvýšenému vyřazování starých vozidel z registru (rovněž o cca 25 000 ks), bylo by průměrné stáří vozového parku k 31. 12. 2006 opět alespoň na úrovni kolem zmíněných 13,6 až 13,7 roku (viz následující tabulka).

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný věk vozidel k datu	průměrný věk vozidel k datu	průměrný věk vozidel k datu
		31.12.2005	31.12.2006		31.12.2005	31.12.2006	rozdíl
motocykly	celkem L1	794 000	822 703	28 703	1974,06	32,94	33,09
	z toho:						
	L1	33 832	34 233	401	1968,94	18,06	17,27
	L2	523	536	13	1967,64	19,38	18,50
	L3	711 268	715 008	3 720	1970,62	36,38	35,59
	L4	3 322	3 336	14	1963,53	43,47	42,52
autobusy	celkem A8	20 134	20 331	197	1992,38	14,61	14,62
	z toho:						
	M2	3 534	3 462	-72	1983,29	23,71	23,88
	M3	13 345	13 826	481	1996,06	10,94	10,87
osobní	celkem OA	3 958 708	4 108 610	149 902	1993,13	13,87	13,82
	z toho:						
	N1	310 280	359 353	49 073	1999,31	7,69	7,91
	N2	104 155	103 294	-861	1968,95	18,05	17,77
traktory	celkem	143 073	144 656	1 583	1979,43	27,57	27,04
	z toho:						
	M1	143 073	144 656	1 583	1979,43	27,57	27,04
	M2						
MOTOROVÁ VOZIDLA CELKEM:							
		6 426 751	6 668 555	241 804	1990,33	16,67	16,73
PŘÍPOJNÁ (O1+O2+O3+O4) CELKEM:							
		805 850	831 938	26 088	1985,99	21,01	21,61
PŘÍPOJNÁ	z toho:						
	O1	555 688	572 461	16 773	1988,44	18,58	18,20
	O2	72 614	76 505	3 891	1990,71	16,29	16,15
	O3	87 170	86 685	-485	1975,43	31,57	30,64
	O4	70 700	74 171	3 471	1992,25	14,75	14,90
	jiná (nezaregistrováno)	19 680	22 036	2 356	1926,32	80,68	122,21
MOTOROVÁ a PŘÍPOJNÁ CELKEM:							
		6 231 601	6 490 393	258 792	1989,77	17,23	17,36

Hodnota průměrného věku osobních automobilů pod úroveň konce roku 2004 by i při stejné výši dovozu ojetých vozů mohla být dosažena např. za předpokladů uvedených v TAB. 3, tedy:

- prodej nových na hranici 160 000 ks (to je o cca 36 000 ks více než bylo dosaženo);
- počet osobních automobilů vyřazených z registru kolem 190 000 ks (to je o cca 32 000 ks více), přičemž by se mělo jednat převážně o trvale vyřazení;
- průměrný věk dovážených ojetin mezi 4 až 5 lety roku (o cca 4 roky nižší oproti propočtu).

			počet ks	průměrný věk k datu 31.12.2005 31.12.2006	
OA v registru k 31.12.2005 celkem	dle CRV		3 958 708	13,82	14,82
OA v registru k 31.12.2006 celkem			4 112 610	výpočet =	13,52
Přrůstek registrací celkem 2006 - 2005	= 2 - 1		153 902		
První registrace za rok 2006	= 5 + 6		343 130	výpočet =	2,64
z toho:	nové	dle CRV + zvýšení o 38 000 ks	159 987		0,50
	ojeté	dle CRV + snížení věku o 4 roky	183 143		4,51
První registrace 2006 - přrůstek registrací			= 4 - 3	189 228	(vyřazení)
OA registrované před r. 2005 - k 31.12.2006			= 2 - 4	3 769 480	15,51
OA v registru k 31.12.2006 (bez dovozu ojetých)			= 5 + 8	3 929 467	13,94

Malé a střední podniky zaostávají ve využívání společenské odpovědnosti firem k podpoře své konkurenceschopnosti

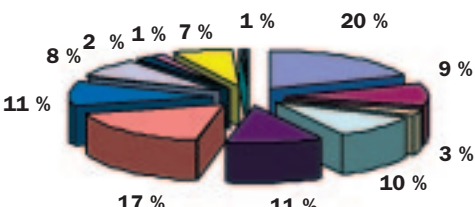
Průzkum v rámci projektu Business Leaders Fora zmapoval stav mezi pražskými firmami

Více než tři čtvrtiny malých a středních podniků se sídlem v Praze považuje odpovědné a etické chování se k zaměstnancům a prostředí, v němž působí, za podmínku dlouhodobé prosperity firem. Cesta k implementaci této vize je rozpracována v konceptu společenské odpovědnosti firem (CSR), který však zná jen 44 % z celkového počtu oslovených podniků. V případě zařazení CSR do strategie řízení firmy se přitom vytváří předpoklad k podpoře růstu zisku a celkových výsledků podnikání. Tyto a další informace přinesl průzkum znalosti a využívání CSR, který jako součást dlouhodobého vzdělávacího projektu pro malé a střední podniky zveřejnilo v prosinci 2006 mezinárodní sdružení firem Business Leaders Forum.

"Průzkum potvrdil naši hypotézu, že malé a střední podniky v současnosti realizují množství aktivit, které lze zařadit do konceptu CSR. Nemají však informace ani zkušenosti o možnostech jejich vzájemného propojení, jež vede k podpoře celkových výsledků firem," uvedl Miroslav Dinga, místopředseda Business Leaders Forum. "V České republice bohužel stále převládá mýtus, že společenská odpovědnost firem je filantropií. Zahraniční, ale už i domácí zkušenosti dávají za pravdu komplexnímu přístupu k CSR, jenž propojuje sociální, ekonomický a ekologický rozměr podnikání," dodal M. Dinga. Strategickým posláním CSR z pohledu firmy je podpořit rozvoj prostředí, v němž působí, co se následně projeví ve zvýšeném zájmu o výrobky a služby a potažmo ve výkonech podniku. Výzkum však prokázal, že nejdůležitějším motivem odpovědného chování malých a středních firem je eticko-morální. To paradoxně dokazuje, že tato kategorie podniků nechápe CSR jako součást podnikatelské strategie, ale pouze jako nástroj pro zlepšení reputace firmy. Celkový etický přístup k zaměstnancům, transparentní obchodní vztahy či aktivní politika ochrany životního prostředí přitom pozitivně působí na celkové výkony společ-

nosti a podporuje rovněž image firmy. "Cílem projektu, jehož součástí je i tento průzkum, je pomoci malým a středním podnikům pochopit koncept CSR v širších souvislostech. Měly by si uvědomit, že CSR nemění primární motiv podnikání - dosahování zisku, ale nabízí návod k získání konkurenční výhody. Vytváří tak uzavřený kruh: spokojené prostředí - motivovaný zaměstnanec - zisková firma," uvedla Andrea Václavíková, projektová manažerka projektu Společenská odpovědnost firem - nový faktor firemní konkurenceschopnosti. "Fakt, že jen 20 % firem má přidělenou osobní zodpovědnost za CSR dokazuje, že dosavadní aktivity v této oblasti jsou řízené více intuitivně, jak strategicky," dodala A. Václavíková. Za velmi důležitou považuje společenskou odpovědnost firem o 20 % více zahraničních než domácích firem z řad malých a středních podniků. Jde o důkaz, že CSR trend, jenž vznikl spontánně zejména v anglosaském prostředí, se na český trh dostává se zpožděním. Jde také o varování, že

Uvedte nejdůležitější motivy, které vedou váš podnik k odpovědnému a etickému chování vůči zaměstnancům, životnímu prostředí a komunitě



- eticko-morální důvody
- tradice
- zlepšení vztahů s veřejnou správou
- zvýšení loajality zákazníků
- zlepšení vztahů s obchodními partnery nebo investory
- zvýšení spokojenosti zaměstnanců
- zvýšení ekonomických výkonů podniku
- uplatňování podnikatelského kodexu
- tlak třetí strany
- využívání existující veřejné podpory
- marketing, public relation
- jiné

domácí firmy by měly této oblasti věnovat mnohem více pozornosti. Jinak se z podnikatelské příležitosti může s odstupem času stát problém.

Shrnutí dalších výsledků průzkumu:

- Oblast společenské odpovědnosti firem je známá 44 % dotazovaných firem.
- O další informace má zájem více než 66 % firem.
- Méně než 20 % firem má zaměstnance, který je na plný či částečný úvazek pověřený oblastí společenské odpovědnosti firem a cílevědomě se jí věnuje.
- Významná většina, více než 85 % z dotazovaných firem, v současnosti realizuje alespoň jednu z aktivit z oblasti CSR.
- Tyto aktivity se koncentrují zejména do oblasti péče o zaměstnance a do filantropie, respektive sponzoringu.
- Jako většinovou motivaci firmy k realizaci

CSR aktivit respondenti vykazují etické a morální důvody.

- Péče o zaměstnance zejména v kontextu rovného a etického přístupu a jejich profesionálního rozvoje patří v současnosti k stabilním součástí podnikatelské strategie malých a středních podniků.
- Výhody společensky odpovědného chování vidí firmy zejména v podpoře motivace a výkonnosti zaměstnanců.

Kontakt pro další informace:
Business Leaders Forum
Andrea Václavíková
manažerka projektu
Štěpánská 61
116 02 Praha 1
tel: +420 224 216 275

mobil: +420 602 644 544 www.blf.cz

Podrobné informace o projektu Společenská odpovědnost firem - nový faktor firemní konkurenceschopnosti: www.csr-online.cz.

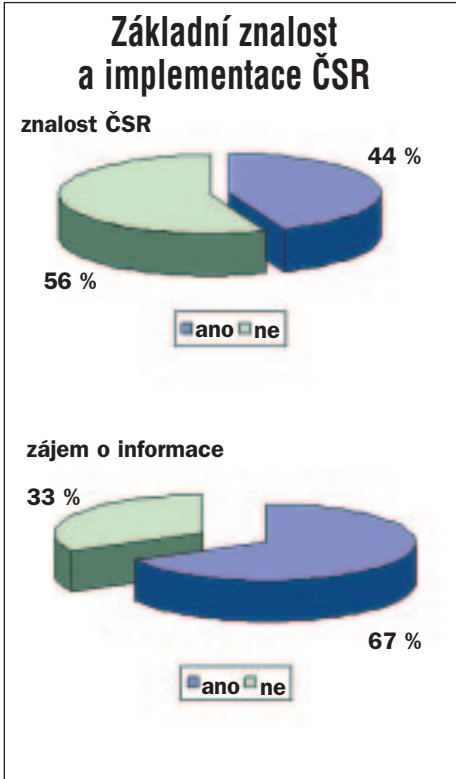
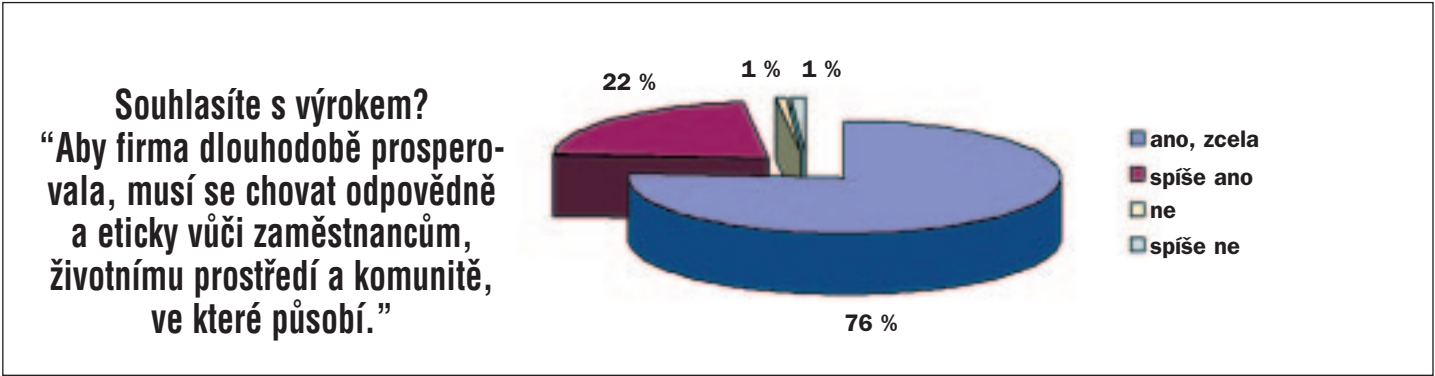
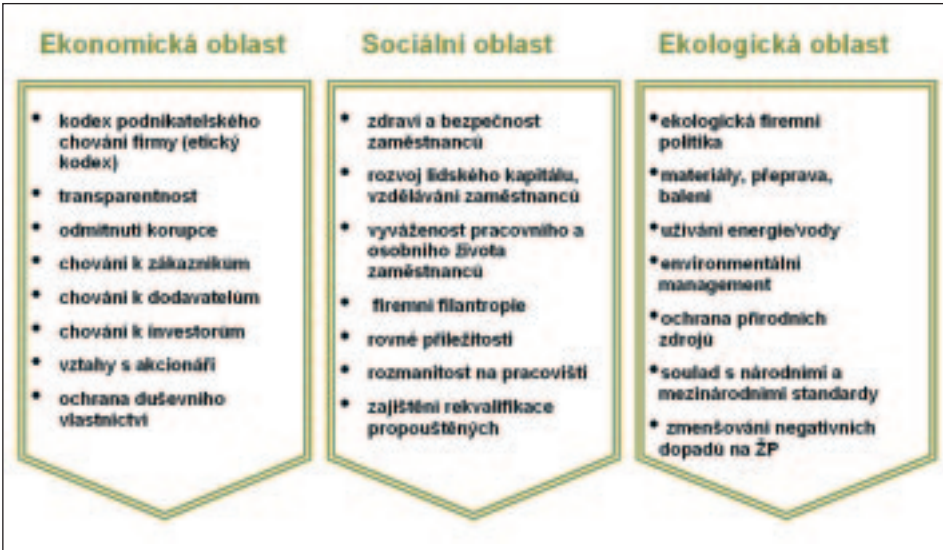
Ujasněme si pojmy

Corporate Social Responsibility (CSR) nebo-li společenská odpovědnost firem představuje dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve kterém podnikají.

- Je založena na konceptu dialogu firmy s tzv. stakeholdry a hledáním optimálních cest k vzájemné podpoře a rozvoji svých zájmů. Pozn.: K stakeholdrům nebo-li zainteresovaným stranám patří mj. akcionáři, věřitelé, zákazníci, investoři, zaměstnanci, dodavatelé, zástupci státní správy, média, neziskové organizace apod.
- Firma tak podporuje okolí, ve kterém působí, a to následně přispívá k růstu firmy zvýšeným zájmem o ni samotnou, respektive o její služby či produkty.
- Algoritmus CSR probíhá ve 4 hlavních fázích:

- identifikace jednotlivých skupin stakeholders
- ujasnění jejich potřeb a očekávání
- zahrnutí do podnikatelské strategie
- kommunikace s jednotlivými stakeholders
- Co lze očekávat od CSR:
 - CSR je vnímána jako nástroj vedoucí k úspěšnému podnikání
 - Pro-aktivně pomáhá budovat nové strategie a přístupy v souladu s obchodní strategií firmy
 - CSR strategie prochází firemní filozofií od vrcholového vedení směrem dolů a vrací se zpět
- Oblasti a nástroje CSR (výběr k dokumentaci)

Další informace o projektu Společenská odpovědnost firem - nový faktor firemní konkurenceschopnosti: www.csr-online.cz.



Knížka před spaním

Fotografujeme portrét
William Cheung

V knize Fotografujeme portrét naleznete na zajímavých snímcích od různých fotografů všechny významné styly a typy portrétní fotografie. Portrét focený ve studiu nebo v přirozeném prostředí, portréty pečlivě naaranžované použitím různých doplňků i rekvizit či portréty využívající různých vlastností denního světla a stínů. Objevíte i rady týkající se kreativní kompozice snímku, nechybí ani zamyšlení nad tím, jak objevit svůj specifický fotografický styl.

Londýn
Velký průvodce National Geographic
Louise Nicholson

- V tomto průvodci naleznete:
- Podrobné popisy míst a související informace
 - Zasvěcené texty o historii, kultuře a současném životě
 - Více než 190 barevných fotografií
 - 19 podrobných barevných map
 - Mapy pro procházky a výlety na kole
 - Speciálně připravené nákresy plánů budov a památek
 - Přehledná a snadno použitelná struktura knihy
 - Informace o hotelech, restauracích, možnostech nakupování a zábavy

Světová ekonomika
Marian Lebieczik, Ingrid Majerová, Pavel Nezval

Učebnice představuje jeden z úspěšných pokusů o definování a analyzování čtyř částí světové ekonomiky: světová ekonomika jako systém, mezinárodní ekonomické vztahy, prvky světové ekonomiky a postavení České republiky ve světové ekonomice. Autoři se věnují vymezením světové ekonomiky a poskytují zároveň čtenářům názornou i grafickou podobu fungování světové ekonomiky včetně zpracování tématu fungování národních ekonomik jednotlivých států.

Microsoft Exchange Server 2003
Hotová řešení
Petr Šetka

Ryze praktická příručka pamatuje tentokrát především na síťové správce, kteří nemají čas na podrobné poznávání všech svých systémů, ale potřebují vědět, jak dospět v případě určitého problému do požadovaného stavu. Kniha představuje postupy, které vedou krok po kroku a bez zbytečných technologických detailů ke kýženému cíli: k provedení administrativní operace, zprovoznění určité funkce, vyřešení problému - na straně serveru i klientů (včetně těch mobilních). Začátečnickům i zkušenějším správcům přináší pomoc v podobě konkrétních návodů a ověřených rad.

Microsoft SQL Server 2005
Kapesní rádce administrátora
William R. Stanek

Kapesní rádce je praktickou publikací, která přináší administrátorům nejvyšší možnou hodnotu: nejen, že vyniká srozumitelným výkladem, názornými příklady, cennými radami, důležitými upozorněními a tipy, ale zaměřuje se vždy na to nejpodstatnější, co je třeba v dané situaci udělat, spustit či zadat.



Computer Press, a. s.
distribuce@cpress.cz
800 555 513
http://knihy.cpress.cz

Sponzoring, charita, partnerství, pomoc

Mediaservis pomáhá dětem

Zákaznické centrum společnosti Mediaservis realizovalo v prosinci 2006 kampaň ve prospěch strádajících dětí v rozvojových zemích. V pořadu "Na vlastní oči" byly koncem minulého roku odvysílány skutečné příběhy dětí z rozvojových zemí. Na podporu této benefiční kampaně byla zřízena informační duhová

Prostorově orientované systémy pro podporu manažerského rozhodování
Jitka Machalová

Publikace se jako vůbec první na našem knižním trhu zabývá úlohou geografických informačních technologií v procesu manažerského rozhodování. Geografické informační systémy (GIS) jsou podporou při rozhodování na všech úrovních řízení, a to jak ve státní správě, tak v podnikatelské činnosti. Text je rozdělen do třinácti základních kapitol a je doplněn řadou obrázků a grafů.

Komu je kniha určena?
Kniha je určena zejména pracovníkům státní správy a samosprávy, ale také soukromého sektoru - např. plynárenství, elektrárenství, dopravních společností, zemědělských podniků, ale také pojišťovnictví a cestovního ruchu. V neposlední řadě je určena studentům vysokých škol.

Měnová integrace - náklady a přínosy členství v měnové unii
Lubor Lacina a kol.

Cílem publikace je seznámit čtenáře s historií měnové integrace, teorií optimálních měnových oblastí a zejména pak s přínosy a náklady spojenými se vstupem do měnové unie. Pozornost je zaměřena také na proces budování hospodářské a měnové unie v evropském kontextu. Z pohledu České republiky je pak nejdůležitější analýza problematiky vstupu ČR a dalších zemí EU do hospodářské a měnové unie.

Komu je kniha určena?
Publikace je určena zejména odborné ekonomické veřejnosti, zaměstnancům státní správy, v neposlední řadě také studentům vysokých škol a všem zájemcům o tuto nanejvýš aktuální problematiku.

Nakladatelství
C. H. Beck,
Řeznická 17
110 00 Praha 1
Tel.: 225 993 911-3
Fax: 225 993 920
e-mail: beck@beck.cz
http://www.beck.cz



Lego naší legislativy

SOS ke kauze neúplných cen CK

Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) reaguje na nedávné veřejné sdělení Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (dále Asociace), v němž jsou charakterizovány aktivity SOS kritizující uvádění neúplných cen zájezdů cestovními kancelářemi. Toto sdělení nebylo SOS oficiálně doručeno, nicméně považuje za nutné na něj reagovat. Jeho obsahem jsou informace, se kterými se nemůže ztotožnit a které jsou způsobily poškodit dobrou pověst SOS. Asociace tvrdí, že uvádění cen zájezdů je naprosto v souladu se zákonem č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, který vůbec nenařizuje uvádět celkové ceny zájezdu. SOS s tímto názorem nesouhlasí a připomíná, že existují i jiné právní normy, které stanovují tuto povinnost. Ať už jde o zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele nebo zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ze kterých je odvoditelná povinnost uvádět ceny neklamavým způsobem a tak, aby nevzbuzovaly zdání, že cena je nižší, než jaká je ve skutečnosti. Hlavním předmětem kritiky SOS je také porušování zákazu klamavé reklamy podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy. Pokud chce CK cenu zvýšit na základě pohybu letištních tax a dalších příplatků, dává jí k tomu zákon (občanský zákoník č. 40/1964 Sb.) možnost v přesně stanové lhůtě před začátkem zájezdu. Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) je členem evropské spotřebitelské organizace BEUC a celosvětové Consumers International. Za jednu ze svých priorit považuje sledování a podílení se na připravovaných změnách právní úpravy nejen v ČR, ale i v rámci ES. Proto důrazně odmítá tvrzení Aso-

100 zlatých pravidel pro spokojený život
Richard Templar

Zdá se, že někteří lidé bez velkého úsilí dosahují úspěchů a zvládají problémy. Výborně se s nimi pracuje a je úžasné s nimi žít. Existuje snad něco, co oni znají a ostatní lidé ne? Nebo se můžeme my všichni naučit žít spokojeně? Odpověď zní: ano! Stačí, když se budete řídit Zlatými pravidly pro spokojený život. Pravidla vám pomohou více si užít života, snadněji zvládat nepříznivé události a být celkově šťastnějším, klidnějším a naplněnějším člověkem. Vy i lidé kolem vás poznáte rozdíl.

Projektový management
Alena Svozilová

Komplexní průvodce pro všechny projektové manažery, vedoucí projektů, podnikatele a studenty. Autorka prakticky objasňuje základní principy a úkony řízení projektů v rámci životního cyklu projektu v souladu se světovými trendy moderního projektového managementu: od přípravy, plánování a zahájení projektu přes vlastní řízení projektu až po projektovou kontrolu a uzavření projektu. Díky praktickému přístupu knihy, velkému množství praktických návodů, postupů, rad i názorných obrázků, tabulek a přehledů mají čtenáři možnost skutečně pochopit a zvládnout zásady projektového řízení a aplikovat je úspěšně v praxi.

Time management
Jak lépe plánovat a řídit svůj čas
Jörg Knoblauch, Holger Wöltje

Manažeri, obchodníci, podnikatelé a všichni ti, kteří zápasí s nedostatkem času a velkým množstvím práce, v knižce najdou mnoho skutečně fungujících rad, tipů a příkladů. Kromě osvědčených technik time managementu vám představíme celou řadu pomůcek, které vám plánování ulehčí. Knižku doplňují cvičení a kontrolní seznamy.

Grada Publishing, a. s.
U Průhonu 22,
170 00 Praha 7,
Tel.: 220 386 401
Fax: 220 386 400
www.grada.cz



Nový obraz budoucnosti (RETHINKING THE FUTURE)
Přední osobnosti světového managementu a sociálního myšlení o budoucnosti podnikání, konkurence, řízení a trhu
Rowan Gibson (editor)
3. doplněné vydání

Kniha původních příspěvků čelných světových představitelů vědy o managementu a dalších společenských věd je jedinečným souborem úvah o probíhajících změnách v ekonomickém prostředí, byznysu, managementu a společnosti vůbec, které utvářejí a budou utvářet náš zítřek. Autoři reflektují nutnou změnu východisek, předpokladů i způsobů myšlení, mají-li naše podniky a instituce v prostředí diskontinuit a chaosu přežít, a zkoumají i všechna podstatná témata, která s adaptací na měnící se podmínky souvisejí.

Rychločtení aneb Šetíme časem!
David Gruber
6. přepracované vydání

Nové, přepracované a rozšířené vydání úspěšného bestselleru tvůrce a lektora racionálních technik duševní práce je určeno všem, kdo chtějí rychle studovat a číst, a šetřit tak vlastním časem. Jádro knihy tvoří soubor technik racionálního čtení, jejichž osvojení umožňuje čtenáři zvyšovat rychlost čtení, objem zapamatovaného a zlepšovat schopnosti koncentrace. Nové vydání obsahuje více než dvacet testů s třemi různými způsoby jejich vyhodnocování, a to i v angličtině.



Management Press
nám. W. Churchilla 2
130 00 Praha 3
Tel.: 234 462 232
Fax: 234 462 242
E-mail: mgmtpress@mgmtpress.cz
http://www.mgmtpress.cz

být tyto CK v soutěži o zákazníka znevýhodněny. Navíc příklady řady velkých evropských cestovních kanceláří ze sousedních zemí (zejména Německa a Rakouska) hovoří o tom, že jde o nechtěné specifikum českého trhu." Asociace údajně déle než rok pracuje za zavedení jednotného způsobu prezentace ceny zájezdu. Je bohužel ovšem pravdou, že SOS dosud žádný návrh, jak to udělat, od Asociace nezaznamenalo. Očekáváme tedy, že v zájmu skutečného řešení současné situace Asociace předloží konkrétní návrh, například formou legislativní úpravy nebo úsilím o sjednocení přístupu k informování spotřebitelů minimálně členy Asociace, který by směřoval k odstranění výkladové nejistoty mezi cestovními kancelářemi a agenturami. SOS se bude i nadále snažit dosáhnout toho, aby čeští spotřebitelé dostávali v katalozích úplné a konečné informace o ceně zájezdu. Byť to stále SOS považuje za krajní řešení, nemůže v rámci úsilí o sjednocení výkladové praxe vyloučit ani podání žaloby na některou cestovní kancelář. **(tz)**

Naše kavárna

Volkswagen - osobní vozy má nového vedoucího

Novým vedoucím divize Volkswagen - osobní vozy společnosti Import VOLKSWAGEN Group, s. r. o., (IVG) byl od 1. února 2007 jmenován Vratislav Stražil. V čele tuzemského týmu Volkswagen vystřídal Davida Lišku, jenž přebírá pozici "managing director" ve firmě Porsche Inter Auto CZ. Ing. Vratislav Stražil (36) na svou novou pozici přichází ze Švédska, kde řídil čtyři roky tamní importéřskou organizaci značky SEAT. **(tz)**

Mediaservis posiluje své řady

Společnost Mediaservis, první alternativní poštovní operátor v České republice a poskytovatel telemarketingových služeb, přeskupila svou manažerskou strukturu. Vedle generálního ředitele a jednatele společnosti Michala Koliandra (42) byl výkonným ředitelem a druhým jednatelem společnosti jmenován Jaroslav Aujezdský (32). Po krátkém působení v KPMG v Norimberku a PNS nastoupil Jaroslav Aujezdský do společnosti Mediaservis v roce 1999 na pozici obchodního ředitele. **(tz)**

Nový ředitel pražského OREA HOTELU PYRAMIDA * * * *

OREA HOTEL PYRAMIDA * * * * má od ledna nového ředitele. Po osmi letech, kterými oficiálně završil svoji úspěšnou kariéru Ing.Vojtěch Přidal, jehož hlavním a jedinečně splněným úkolem bylo standardizovat, zmodernizovat a zavést na pražském trhu cestovního ruchu čtyřhvězdičkový hotel se 344 pokoji, se vystřídal s Ing. Martinem Gerstmanem, který pracuje v oboru přes třicet let. **(tz)**

Leasing jako součást životního stylu? Proč ne?

O tom, že rozumně žít na dluh je pro moderní firmu a klasickou rodinu výhodnou samozřejmostí, jsme hovořili s Ing. Jaroslavem Jaroměřským, místopředsedou představenstva a výkonným ředitelem společnosti CAC LEASING

Kde vzít peníze? Otázka, na kterou si před deseti patnácti lety neuměla odpovědět velká většina z nás. Jen vyvolené společnosti dosáhly na bankovní úvěr, drobnému začínajícímu živnostníkovi půjčila málokterá finanční instituce. I když - byl zde leasing. Financování, které pomohlo výrazným způsobem na nohy malému a střednímu podnikání v České republice. Dala by se jmenovat řada příkladů firem, jejichž majitelé dnes na své začátky s úsměvem vzpomínají. Staly se věrnými klienty leasingových společností, vybavují se novými technologickými komplexy, pořizují nábytek, doplňují počítačovou síť, zavedly operativní leasing pro svůj vozový park. Je to ten nejlepší výsledek obchodního vztahu. Také o tom hovořil Ing. Jaroslav Jaroměřský, místopředseda představenstva a výkonný ředitel společnosti CAC LEASING.

Leasing jako životní styl - to už není nadčasová filozofie, ale celkem aktuální a opodstatněná...

Řekl bych, že leasing patří prostě k životu. Firem i jednotlivců. Vžil se jako jedna z dobrých forem pořizování investic v České republice; jeho podíl tvoří 33 %, a to je poměrně vysoké číslo ve srovnání s Evropou. Stala se z toho tradice, a to proto, že pro mnoho subjektů byl a je leasing přijatelnějším způsobem financování než jiné alternativy. Je také v některých případech rychlejší a zajímavější i z hlediska dostupnosti, než je klasický úvěr banky. Leasing se stal aktivně vyhledávanou alternativní formou k nabídce bank. Napomáhá udržet volné finanční prostředky firmám i domácnostem. Většina lidí tento způsob financování začala brát jako samozřejmost, prostě naučila se žít na dluh. Ubezpečila se, že to není nic špatného, hanlivého, změnila názor. Rozumně žít na dluh je výrazem moderní společnosti, je to prostě životní styl. Finanční produkty se stávají rok co rok dostupnější, samozřejmě tím i lákavější, snižuje se nepohodlná administrativa, protože to byla právě ona, která zájemcům o leasing někdy až ztrpčovala, ba otravovala život. Dnes vyřídíte leasing rychle, v pohodě, s minimem dokladů. Vychází se klientovi maximálně vstříc. Ten chce mít všechno hned a bez potíží. I to je jedna stránka životního stylu.

A ta druhá tedy je?

Nejde jen o poskytování finančních prostředků, ale také o to, aby se klient naučil splácet, tedy přemýšlel v horizontu budoucnosti. Také to patří k životnímu stylu. Je to výraz korektnosti, etiky podnikání. Ještě poznámka: reklama je lákavá, lidé i firmy si berou na úvěr, na leasing, na splátky to, co potřebují, a někdy skutečně nedomyslí rizika takového kroku. Že může přijít okamžik, kdy nebude z čeho splácet. Při platební morálce některých subjektů na domácím trhu, kdy se dá proplacení faktury opozdit bez postihu, je zde nebezpečí zejména pro povětivě podnikající malé firmy, pro seriózní živnostníky... To by si měl každý zrekapitulovat, než podepíše smlouvu. Nemělo by to nyní vyznít tak, že mluvím proti byznysu, v němž se pohybují a za jehož vývoj do velké míry v naší společnosti zodpovídám, ale budme otevření: půjčovat a počítat. Smysl má životní styl bez vrásek.

Nejvíce smluv se ve vaší společnosti vztahuje k leasingu aut - jak ten souvisí s životním stylem?

Mít auto u nás už není luxus, je to životní standard, je to téměř nezbytnost. Postupně se setkáváme s variantou dvou automobilů v rodině: "velké a malé". Nejsou to slova ku podpoře vaší otázky, je to fakt, který vychází z měnících se potřeb života lidí. Jsme opět u životního stylu. Roste počet nakupovaných nových i ojetých aut, roste počet těch, která jsou pořizována prostřednictvím různých forem financování. Ročně se v ČR prodá na 160 tisíc nových vozů a zhruba stejné množství ojetých, přitom počet prodaných ojetých aut také stoupá. To je již vypovídající. Ceny už nejsou tak vysoké, takže mít auto je "skoro totéž" jako mít doma dva tři televizory nebo dvě koupelny. Klasická česká rodina s průměrným příjmem auto má, potřebuje ho ke svému životnímu stylu. Svou roli hraje také marketing, který dokáže šikovně ovlivnit rozhodování klienta. A pro marketing je klasická česká rodina velmi zajímavá cílová skupina. Zmíněný trend je mít všechno "hned" a s co nejmenší námahou, na nic nešetřit, ale užívat si domů, aut atd. Těšit se z předmětů, na které se dříve pracně šetřovalo, užívat si jich tehdy, kdy je k tomu předurčeno, to je současný "rytmus doby". Řekněte sama - co byste měla z auta, na které do 60 let budete šetřit korunku ke korunce?

Vsadili jste na leasing nemovitostí, a to i přes slo-

žitosti na poli zákonů. Jaké jsou vaše vyhlídky do budoucnosti?

Možná bych to formuloval trochu přesněji: více než na nemovitosti sázíme na univerzálnost naší nabídky. Na českém trhu jsme nejuniverzálnější leasingovou společností. Nabízíme od finančního leasingu přes úvěr, pojištění až po splátkový prodej plný sortiment produktů a služeb včetně operativního leasingu se službami. V portfoliu máme také všechny komodity, které lze profinancovat. A také obsluhujeme všechny typy klientů od jednotlivců až po nadnárodní korporace. Leasing nemovitostí tvoří cca 10 % našeho obrátu. Toto číslo roste i přesto, že naše legislativa stále není k leasingu nemovitostí příliš nakloněná. I tak je na tomto poli do budoucna velmi slušný potenciál. Oproti bankovnímu úvěru je leasing nemovitostí ve výhodě tím, že leasingová společnost je vlastníkem leasované nemovitosti po dobu financování, kdežto banka poskytující úvěr nikoli.

A možná ještě jedna zajímavost. Naše společnost je dnes schopna pokrýt veškeré investiční potřeby klienta. Na leasing dokážeme dnes postavit fabriku na zelené louce, vybavit ji technologiemi, počítači, nábytkem, stejně tak jako profinancovat flotilu služebních vozidel. Prostě komplexní balík produktů a služeb. Vše záleží na podnikatelském záměru. Když je projekt dobře promyšlený a solidně postavený na budoucích výnosech a ty jsou dostatečně garantované, pak do toho jdeme. Smlouva musí být výhodná pro oba partnery.

Leasing je také stále více o službách...

Musí být. Služby všeobecně mají v ČR oproti vyspělým západním zemím ještě co dohánět, v leasingu je pro ně příležitost dokázat, jak se dá ještě kvalifikovaněji pečovat o budoucího či stávajícího klienta. Vezměme si třeba jako příklad leasing aut a široké spektrum různých pojištění, vysoký stupeň poradenství, mnoho činností, které vykonávají k vaší spokojenosti za vás pracovníci dealera dané značky. Zjednodušeně řečeno: naznačíte, co potřebujete, a systém praxe odborného pracovníka a souhra leasingové společnosti, pojišťovny a dalších firem vám připraví vše, co je nezbytné. Na jednom místě, při jedné návštěvě.

Jsou ještě firmy, které se brání leasingu a nepořizují např. auta na leasing? Proč?

Zcela jistě pár takových je a vidím to jen jako otázku času a dalších příležitostí, kdy se bariéra prolomí. Jinak mne nenapadají žádné velké a pádné argumenty. Je pravdou, že daňově býval kdysi leasing výhodnější, ale i dnes má stále své kouzlo. U některých subjektů, např. majitelů menších firem či živnostníků možná převládá názor, že není nutné se zadlužit a že je lepší platit vše ze svého, než si půjčovat. Možná je to někde stále ještě generační problém. Někdo se bojí administrativy kolem leasingu, aniž tuší, že dávno jsou ty tam časy, kdy byl leasing nesrozumitelný. Někdy také účetní firem nedokáží zvážit ze všech úhlů pohledu, za jakých okolností je leasing nejvýhodnější a jak postupovat. A snad ještě jeden prvek - někdy se mi zdá, že je všeobecně v naší zemi člověk vnímán, pokud má jakoukoli půjčku, jako dlužník, nikoli jako zákazník. A to je velká chyba. Zákazník je ten, jemuž má být projevována patřičná úcta. On si u nás půjčuje, abychom my mohli existovat!

Mohl byste tedy zopakovat ty neaktuálnější výhody finančního leasingu osobních automobilů a upozornit rovněž na nevýhody, která dělá vrásky na čele šéfů leasingových společností i jejich zákazníků?

Výhodou je např. stále odpočitatelnost DPH z prodejní ceny na vstupu. Dále automobil je pořád v první odpisové skupině (doba odepisování je 4 roky při nákupu za hotové), ale v rámci leasingu je za tři roky z účetnictví venku. Pod-



statnou výhodou jsou postupné splátky (a jejich daňová znatelnost), zatímco další peníze může podnikatel využít k investování, leasing mu prostě nezadržuje finance, s nimiž on může nakládat podle potřeby. Podobně je tomu u pojištění - rozložení placení v čase.

Z nevýhod bych zmínil zejména dvě oblasti: vzrůstající cenu peněz, ta působí vrásky nejen klientům, ale i leasingovým společnostem, a za druhé případná další daňová omezení leasingu.

Jaký trend se rýsuje ve vývoji produktů a služeb vaší společnosti?

Jednoznačně budeme posilovat individuální přístup ke klientovi s cílem maximálně uspokojit jeho potřeby. Na tom sice stavíme od prvopočátku, ale stále je co zlepšovat. Leasing je čím dál více o balíčku doprovodných služeb, o variabilitě, kombinacích (např. pojištění možnosti splácet, pojištění předního skla, pojištění sedadel). Dalším prvkem je flexibilita, nenutit klientovi naše škatulkování, nezjednodušovat si to, ale brát v potaz jeho možnosti, přání, jak by chtěl splácet, nač stačí v začátku leasingu, co může v druhé půli apod. Délka a výše splácení se dá dnes již rozmanitě namodelovat.

Velké možnosti se skrývají v technologiích schvalování smluv. Bude se zvyšovat rychlost, snižovat "doba čekání". Půjde tedy o zrychlení a zpřístupnění služby, o výraznější využívání možností internetu, o rychle zadávání dat do systému, okamžité vyhodnocování.

Určitě byste se zeptala na leasing po internetu - tudy se cesta ubírat asi nebude. Zájemci získávají pomocí internetu informace, vyhodnocují si je, ale pak stejně jedou do showroomu k deale-

rovi, jelikož si to auto musí osahat. Sednout si do něj, zvážit barevné provedení, zkonzultovat, jaké ještě doplňky...

Z pohledu produktů půjde spíše o modifikace a kombinace toho, co již existuje, protože super novinky se rodí v leasingu spíše výjimečně. Marketing sází tak trochu na hry s názvy a vlastnostmi produktů, ale to je běžné v leasingu v celé Evropě.

Cítíme však jednu skulinku - víkendové fungování. Hodně lidí nechává podstatnější nákupy na víkend. Naše služby se tomu musí přizpůsobit.

A vaše cíle pro letošní rok? V čem se liší od těch, které platily pro léta předcházející?

Priorit máme hodně, ale ne všechny mohou prozradit. Plánujeme nárůst tržeb. Máme poměrně přísnější ekonomické ukazatele od našeho akcionáře. Více se budeme zaměřovat na poskytování leasingu na stroje a zařízení, protože zde vidíme stále velký prostor pro zlepšování. Větší pozornost hodláme věnovat financování ojetin. Je-li každé desáté nové auto prodané v ČR financované prostřednictvím CAC LEASING, je to přímo výzva. Leasing nemovitostí také nezůstane stranou, měl by postoupit o něco výše, než loni. Zabýváme se hodně efektivitou a rentabilitou práce, optimalizací nákladů. Rádi bychom byli klientovi ještě blíže, důkazem je i fakt, že jsme od ledna otevřeli novou pobočku v Jihlavě.

Určitě prohloubíme naši specializaci cestou exkluzivního leasingu např. se značkami Subaru a Ssang Yong. Více zatím nebudu uvádět, ale bude se jednat o určitou užší spolupráci, která přinese řadu příjemných možností především pro klienty.

za rozhovor o leasingu na jinou notu poděkovala Eva Brixí ☺

Pojistěte si splácení svých finančních závazků

Klienti leasingové společnosti CAC LEASING i její dceřiné společnosti RENAULT LEASING CZ nemusí mít obavy z nečekaných životních událostí, které by mohly ohrozit jejich schopnost splácet závazky vůči těmto společnostem. Od začátku letošního roku mohou využít pojištění schopnosti splácet.

A to jak u leasingu, tak i úvěru na nový nebo ojetý automobil. Pojištění je určeno pro osoby samostatně výdělečně činné (tzv. OSVČ) a zaměstnance.

Společnosti CAC LEASING a RENAULT LEASING, společně s pojišťovnou AMCICO AIG Life, pomáhají svým klientům úspěšně překonat i takové životní situace, které jim mohou znemožnit pravidelně a včas splácet leasingové splátky či úvěr na nový nebo ojetý automobil. "Díky tomuto pojištění převezme pojišťovna splácení v případě dlouhodobé pracovní neschopnosti z důvodu úrazu nebo nemoci, úplné a trvalé invalidity a rovněž v případě úmrtí dlužníka," řekl k detailům pojištění schopnosti splácet Přemysl Kvasnička, jednatel společnosti CAC pojišťovací makléřská. Pojištění je určeno zaměstnancům a osobám samostatně výdělečně činným. "Zaměstnanci si mohou u CAC LEASING pojištění rozšířit rovněž o riziko spojené s nedobrovolnou ztrátou zaměstnání," dodal Přemysl Kvasnička.

Pojištění schopnosti splácet patří k volitelným pojištěním, jejichž uzavření je pro klienty CAC LEASING a RENAULT LEASING velmi jednoduché. Pojistnou smlouvu mohou uzavřít zároveň se smlouvou na financování automobilu. Pojistná událost nastává například po uplynutí dvou měsíců trvání pracovní neschopnosti. Po proběhnutí této lhůty přebírá úhradu měsíčních splátek pojišťovna. V případě trvalé invalidity nebo úmrtí pojištěného pak pojišťovna jednorázově vyrovná celý závazek. Pojištění neschopnosti splátek tak klientům přináší klid pro případy, které bohužel nemohou sami ovlivnit.

(tz)