

Prosperita

Prosperita? Především!

Nic jiného neřeším.

ročník 9 (4 / 2007) ®

www.prosperita.info

www.premium.prosperita.info

Manažerská skepse už stála úspěch řadu firem, nezdráhal se vyslovit vážnou pravdu Ing. Luděk Pfeifer, CSc., ze společnosti M. C. TRITON

Ještě jsem neslyšela, že by někdo založil firmu k tomu, aby záhy zkrachovala, i když... Záměry mohou být různé až spekulativní. Mám však na mysli vznik takové firmy, která na svět přichází s touhou po seberealizaci zakladatele, s touhou něco užitečného udělat, neméně pragmatickým cílem uživit se, v přeneseném slova smyslu zasadit strom a postavit dům. Ten, kdo se rozhodne zařadit do světa businessu, činí tak z mnoha důvodů, někdy obyčejných, prostých, a někdy i extrémních jako je sázka nebo tvrdohlavá snaha ukázat, že to prostě půjde. Děje se tak vždy a zejména s optimizmem, s vírou ve vlastní schopnosti, nápady, zkušenosti, chutí jít novému naproti.

Odvaha je zahájit dráhu podnikání, ale odvaha násobnější je dělat vše k tomu, aby se firma udržela nad vodou, a věst ji k rozkvětu. Přicházejí však také okamžiky, kdy se firma nemůže hnout z místa a management či majitel to cítí. Prostě - není to ono. Globální zkušenosti nesčetněkrát prokázaly, že se vyplácí nechat si poradit. Třetí stranou, která dokáže dění i nedění v příslušné společnosti vidět jinýma očima. Umí přijít s nápadem, odvahou na druhou. Umocněnou uvažováním osobností, kterým je dobré důvěřovat.

O úloze poradenství jsem hovořila s Ing. Luděkem Pfeiferem, CSc., jednatelem společnosti M. C. TRITON, spol. s r. o.:



V druhém kroku představujeme možné scénáře řešení klientovy potřeby a demonstrujeme zkušenost s prací podobného druhu. Naší velkou předností v této fázi je sedmnáctiletá historie, lépe řečeno banka zkušeností ze stovek náročných projektů a tým více než padesáti erudovaných odborníků.

Konkrétně velmi pádným argumentem je náš důraz na pragmatickou pomoc v implementaci nalezených řešení. Jinými slovy - jsme také těmi, kdo změny u klienta dovedou do reálného života. Velmi často bývá právě to, že klientovi poskytneme také manažery k praktickému uskutečnění změn, tím nejvíce oceňovaným fenoménem v naší spolupráci.

K poradenství se totiž, a vy to víte lépe než já, vytvořila v České republice svého času tak trochu nedůvěra - poradenské firmy rostly jako houby po dešti, účtovaly si hodně peněz za ne vždy dobře odvedenou práci. Navíc tu bylo (a ještě je) zakoupeno něco ve smyslu: Hele, Karle, ukaž mi, jak se to dělá! Zkrátka to nejčennější, rady, byly zdarma, samozřejmostí, nebyly ničím chráněné. Prostě poradit bylo bezmála morální povinností a nedej bože, aby se za to braly peníze. Někomu poradit a účtovat si za to se považovalo za nestoudnou opovržlivost. Jenže - proč asi kdysi dávno vzniklo přísloví Dobrá rada nad zlato? Tedy - jak jste

učili českou odbornou veřejnost, že službou je i kvalitní rada a ta má být náležitě ohodnocena?

Na počátku 90. let byla naše manažerská veřejnost k poradenství pro mne až překvapivě vstřícná. Obzvláště zahraniční poradci byli vítáni s důvěrou hraničící s naivitou. To vedlo zákonitě k rychlému šíření poradenských služeb často i velmi nízké kvality za neodpovídající ceny. Následovalo přirozené rozčarování a dodnes přetrvávající poškození dobrého jména poradenství.

Od počátku jsme v práci s cenami našich služeb volili jednoduchou strategii. Hodnotou, za kterou klient platí, je reálný efekt. Ten je dosažitelný za splnění tří předpokladů:

1. Poskytnutí kvalitních myšlenek, nápadů, řešení - chcete-li "rad".
2. Dosažení přijetí takových řešení v prostředí klienta - v jeho realitě, firemní kultuře, schopnostech lidí.
3. Ve spolehlivém uvedení do praxe a stabilizace dosažených výsledků.

Vedli jsme naše klienty k tomu, aby věnovali pozornost všem těmto předpokladům, strukturovali jsme od počátku podle nich i práce na projektech.

Dnes je stále častější, že klienti na naše lidi delegují i výkonnou pravomoc k tomu, aby projekt přinesl reálné výsledky. Naše služby jsou tak realizovány formou interim managementu.

Z výsledků hospodaření za rok 2006

Generali Pojišťovna, a. s., dosáhla v roce 2006 hospodářského výsledku 363 mil. Kč po zdanění (podle mezinárodních účetních standardů). Ve srovnání s rokem 2005 narostl tento ukazatel o 3 %.

Předepsané pojistné v neživotním pojištění činilo v loňském roce 4423,4 mil. Kč a v životním pojištění 1964,7 mil. Kč. Nejvíce rostlo pojištění životní, jehož předpis se meziročně zvýšil o 26 %.

Po čtvrt roce od katastrofického orkánu Kyrill se daří likvidovat škody, které vítr způsobil na majetku lidí v České republice.



Pojišťovna Generali zlikvidovala 68 % všech nahlášených škod a vyplatila poškozeným více než 52 milionů Kč.

Škody na domácnostech a rodinných domech jsou zlikvidovány z více než 80 %, vyplaceno bylo téměř 20 milionů Kč.

Škody na lesních porostech jsou vyřešeny kompletně.

U technických a podnikatelských pojištění se ještě čeká na dodání pokladů. (tz)

Náš honorář pak z významné části tvoří podíl na dosažených výsledcích, tzv. success fee.

Podle výzkumu společnosti Factum Invenio jste z hlediska tržeb v roce 2005 první mezi poradenskými firmami s majoritou českého kapitálu. Přitom v roce 2006 v porovnání s rokem 2005 vám tržby narostly o 20 %. To už zní! V čem tkví vaše kouzlo úspěchu?

Po celou dobu existence TRITONu jsme sázeli na dvě karty. Na sílu týmu a na důslednost v tlaku na reálné efekty.

Podstatu naší personální politiky vyjadřujeme dvěma slovy: "spolupracující individuality".

Poctivě si vybíráme lidi nesmírně schopné, ambiciózní, opravdové osobnosti. Nejsme firmou, která má jednu nebo dvě hvězdy, pár firemních tváří. Chceme být opravdu "All stars team". Při výběru je ale stejně významná schopnost těchto osobností spolupracovat, sdílet své znalosti a zkušenosti, navzájem se posilovat. Netrpíme primadony.

Několikrát jsem zmínil úsilí o praktičnost našich služeb. I tomu odpovídá výběr lidí - manažerů s vrcholovými exekutivními zkušenostmi, kteří spolehlivě vědí, jak chutná praxe. V posledních letech jsme ve strategii položili důraz na mezinárodní rozměr našich služeb. Vstoupili jsme - cestou vlastních společností - na slovenský a bulharský trh, v roce 2008 se chystáme do Rakouska a Rumunska. Kromě toho jsme se vloni stali členem alianční sítě European Independent Consulting Group, což je společenství vedoucích evropských poradenských původem lokálních firem.

A co bývá nejsvícenější překážkou vlastního růstu vašich klientů, kteří pak díky spolupráci s vámi posílili své podnikání a vrací se k vám i nadále?

Nejsvícenější překážkou každého růstu je pohodlnost a stereotypy. V řízení je schopnost překonávat tou nejcennější ingrediencí. Víte, tak to s bojem v vlastní pohodlnosti bývá. Cvičení je efektivnější s trenérem, osvojení jazyka s dobrým učitelem. Tak i boj se stereotypy a rutinérstvím v řízení je úspěšnější s externím partnerem. Proto se k nám klienti vrací.

Motivace, ambice, zdravé sebevědomí, chuť něčeho dosáhnout - to jsou prvky, okolo nichž se růst firem hodně točí. Čeho se českým firmám nejvíce nedostává?

Motivovaných manažerů na středním článku řízení. Středních manažerů, kteří by měli přesně to, co jste zmínila - motivaci, ambice, zdravé sebevědomí, chuť něčeho dosáhnout. Namísto toho mají spíš sklon k negativizmu, alibizmu a opatrnictví. Vtáhnout do hry na úspěch a zaujetí pro něj střední článek řízení považují za klíčové.

Na vlastním podnikání si TRITON vyzkoušel, jaké jsou začátky, růst a úspěch, expanze do zahraničí. I vaše firma potřebuje sílit. Jaká je vize, kudy půjde?

pokračování na straně 12



- prodej valivých ložisek z produkce ČR a SR (ZVL - ZKL)
- autorizovaný prodejce SKF
- ostatní ložiska na objednávku
- technicko-konzultační služby
- vřetenová ložiska
- ložiska NN30 K



DS LOŽISKA
a PŘÍSLUŠENSTVÍ



Karel Dvořák, Lidická 301, 258 34 Vlašim,
tel./fax: 317 844 979 mobil: 602 297 483,
e-mail: loziska.vlasim@iol.cz

Z obsahu:

str. 8

Jak je to (nejen) s leasingem na českém trhu

str. 10

Pro podnikatele se vymýšlejí samé překážky

str. 12

Trendy v manažerském poradenství v ČR

str. 16

K rozvoji elity českého managementu

str. 21

Firmy objevují výhody služebních platebních karet

Komerční banka otevře druhé call centrum

Komerční banka, třetí největší banka v České republice, zprovozní v prvním čtvrtletí roku 2008 již druhé telefonní centrum. Stane se tak jedinou bankou v České republice se dvěma call centry. Telefonní centrum vznikne ve Zlíně a nabídne nové pracovní možnosti pro obyvatele Zlína a okolí. Do roku 2012 totiž call centrum Komerční banky otevře přibližně 230 pracovních pozic. Provoz svého prvního telefonního centra zahájila Komerční banka již v roce 1998 v Liberci. Ke konci loňského roku zaměstnávalo 387 pracovníků, kteří ve špičkách obslouží denně více než 120 tisíc klientů. Provoz svého prvního telefonního centra zahájila Komerční banka již v roce 1998 v Liberci. Ke konci loňského roku zaměstnávalo 387 pracovníků, kteří ve špičkách obslouží denně více než 120 tisíc klientů. Expresní linku Komerční banky, nejoblíbenější produkt přímého bankovníctví, využívalo na konci loňského roku 705 tisíc klientů (meziroční nárůst 6 %). "Hlavní výhodou Expresní linky je opravdu široký rozsah služeb. Kromě standardní možnosti zadat příkaz k úhradě, dotázat se na zůstatek na účtu, zjistit historii transakcí či zadat trvalý příkaz a povolení k inkasu umožňuje také požádat o platební či kreditní kartu, investovat do podílových fondů IKS KB, zakládat termínované účty nebo obchodovat na pražské burze cenových papírů," uvedl vedoucí telefonního centra KB Jiří Medonos. Volání na tuto linku je bezplatné, včetně volání z mobilního telefonu.

Cena Bosch - Technik roku 2007/2008

Bosch Group v České republice vyhlašuje první ročník soutěže Cena Bosch - Technik roku 2007/2008. Cílem soutěže je podpora mladých studentů a techniků z oblastí průmyslu, především automobilové techniky, propojení teorie a praxe škol a průmyslových podniků. Zadání vzejdou většinou z našich výrobních závodů Bosch v České republice. Soutěž umožní při přímém kontaktu výrobních závodů Bosch se studenty a mladými konstruktéry najít neobvyklá a inovační technická řešení zadaných témat a jejich případné uvedení do praxe v rámci inovace produktů. Zájemci se mohou přihlásit do konce roku 2007 prostřednictvím internetové stránky www.bosch.cz/technikroku.

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

ČS prodlužuje otevírací dobu poboček o více než 800 hodin týdně

Česká spořitelna prodlužuje od dubna 2007 otevírací dobu více než 430 poboček, a to o více než 800 hodin týdně. Nejde o změnu plošnou, úpravy vycházejí ze zkušeností s provozem jednotlivých poboček a budou tedy v každé pobočce individuální. Na některých místech Česká spořitelna od dubna zruší polední přestávky, jinde pobočka ráno otevře dříve či bude zavírat později. "K rozšíření otevírací doby jsme přistoupili na základě průzkumu potřeb klientů. Potřebujeme mít takovou provozní dobu poboček, která bude plně vyhovovat požadavkům našich klientů, jež se lokálně liší. S úpravou otevírací doby budeme pokračovat i nadále, abychom mohli pružně reagovat na měnící se potřeby našich klientů," uvedl Aleš Sloupenský, ředitel úseku Region východ. "Po etapě, kdy jsme se soustředili na vybudo-

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Praktické e-mailové...

V poslední době převládá při zasílání pozvánek na tiskovky hledisko praktičnosti. Nejvíce jich totiž chodí e-mailem. Pravda, pro organizátora je to nejjednodušší a neúčinnější způsob, jak dát vědět, že se "něco" bude konat. Podstatný je obsah sdělení - co, kdy, kde, případně jak se tam novinář dostane, kdo bude hovořit a na jaké téma. Je to také novinářem nejvíce akceptovatelná forma, prostě praktická. Kromě stručného sdělení se jako příloha připojuje nejčastěji v pdf kreativní grafické ztvárnění téhož. Což o to, člověk se rád podívá, agentura u klienta zaboduje, grafik se vyřádí, protože je hravý... ale k ničemu jinému to zas až tak není. Proč si tisknout obrázky, plýtvat náplně tiskáren, zatežovat se, když stačí pár slov a je jasno? Možná se mnou nesouhlasíte; nejste sami - ani já nevím, mám-li stoprocentní pravdu (když obrázky, tak na pozvánce výpravné a poslané poštou, pěkně v obálce, ty si dokonce někteří z nás schovávají). A tak dnes oceňujeme sice jednu právě e-mailovou, ale ne "obrázkovou", naopak tu ryze účelovou: byla to pozvánka na tiskovou konferenci RWE Transgas, která se uskutečnila v Praze 3. dubna 2007.

Vítejte na www.

Reklamní poučky

Reklama je významný prvek patřící k životu takřka každé firmy. O té na webových stránkách se ještě před pár lety vedly bouřlivé debaty, dnes je samozřejmostí. Inzerenti za ni vydávají stále více prostředků. Proto bychom vás, naše čtenáře, rádi upozornili na jednu z našich služeb - navrhujeme a vyrábíme rovněž internetovou reklamu. Jde o bannery rozličných velikostí, jednoduší i ty velmi náročné co do pracnosti. Zkrátka - můžeme vám nejen poradit, co je pro ten který účel a ty které webové stránky vhodné, ale také navrhnout obsah prezentace i to, jak by měla reklama vypadat. S klienty spolupracujeme - od konzultace a nápadu, přes design až po plnou funkčnost proužků, dodáváme na klíč. Poskytnete-li nám podklady, do druhého dne je baner na světě v několika verzích, stačí si pak vybrat tu neoptimálnější, případně ji ještě dotvořit. A že nevíte, jaké podklady máme na mysli? Pomůžeme i s nimi. Že s tím vším nemáte mnoho zkušeností a že byste to přesto už rádi vyzkoušeli? Napište nám e-mail či zavolejte, ostatní nechte na nás. **Martin Šímek, obchodní ředitel RIX, s. r. o., autor internetových projektů martin@prosperita.info, 606 615 0609**

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

vání internetového, telefonního a mobilního bankovníctví, nejen že nyní prodlužujeme otevírací dobu, ale plánujeme v letošním roce i otevření zhruba deseti nových poboček. Do dvou let bychom chtěli současnou síť 637 poboček rozšířit o desítky dalších. I když klienti provádějí čím dál víc finančních operací přes přímé bankovníctví, osobní obsluha je u některých služeb nenahraditelná," uzavřel Tomáš Vaníček, ředitel úseku Region západ. Česká spořitelna má v současné době také 7 poboček, které jsou otevřeny 7 dní v týdnu. Tyto pobočky jsou umístěny ve vybraných obchodních centrech, klienti tak mohou i o víkendu vyřešit své finanční záležitosti, nejsou závislí na své emisní pobočce. Klienti mají dále k dispozici 14 Hypotečních center a také Klientské centrum, které je dostupné 24 hodin, 7 dní v týdnu. Zároveň mohou využít 1090 multifunkčních bankomatů nabízejících až sedm funkcí.

S tužkou za uchem

Hned jde všechno lépe

A to jste si všimli, že zívání je náramně nakažlivé? Jakmile si před vámi někdo zívne, během několika sekund zíváte taky. Ale představte si situaci, kdy se sejdou zástupci několika významných firem, sesednou si ke stolu s připravenou mattonkou a kávou. Pustí se do jednání důležitých věcí a vtom si ten v čele zívne. Pravděpodobně to bude takové to kamuflované zívnutí: pusa sice zůstává zavřená, ale je vidět, jak to dotyčnému dělá potíže, aby se mu rty nerozletěly jeden nahoru, druhý dolů, a pak se mu nepatříčně rozšíří nosní dírký! A vůbec, dolní polovina obličeje se podivně protáhne a kolem nosu zrůžoví. I taková zívnutí jsou nakažlivá. Během chvíle zívá celé zasedání, a všichni kamuflovaně, takže vypadají jako by na sebe dělali obličeje. Na člověka prostě takové věci působí. Ale já mám odkoukanou radu. Zastírané zívnutí se dá nepozorovaně změnit. Stačí natáhnout koutky úst do stran a už se na sebe u významného stolu pěkně usmíváte. Hned jde všechno lépe. A to jste si všimli, že úsměv je náramně nakažlivý?

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 Šeřil, 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 dozorčí rady, Strojírny Tatra Praha
- Marta Šnobllová**, generální ředitelka, TOP HOTEL Praha, s. r. o.

Našimi 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 strojírenské technologie, zájmové sdružení
- 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
11. Pojišťovna roku 2006
12. 51. kongres EOQ v Praze
13. Konference LinuxExpo 2007
14. Accenture Zlatá koruna 2007

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: brix@prosperita.info
energie@prosperita.info
Datum tisku: 20. 4. 2007
Datum distribuce: 23. 4. 2007
PhDr. Eva Brix-Šímková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008
e-mail: brix@prosperita.info
Martin Šímek, 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
Pavel Drnek, obchodní zástupce
mobil: 724 189 311
e-mail: drnek@prosperita.info
Jarmila Nedvěďová, odborná komunikace
mobil: 776 282 810
e-mail: nedvedova@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 označené 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.krmasek@seznam.cz
mobil: 723 613 330
Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

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

Skupina RWE otevřela první plnicí stanici CNG ve středních Čechách

První plnicí stanici CNG ve Středočeském kraji otevřela v dubnu v Mladé Boleslavi skupina RWE. Její provoz slavnostně zahájil Martin Bursík, místopředseda vlády a ministr životního prostředí ČR. Jako ekologické a ekonomicky výhodné řešení osobní dopravy prezentovala na akci Škoda Auto prototyp automobilu Škoda Octavia na stlačený zemní plyn. Mladá Boleslav se po Brně a Ostravě stala součástí páteří sítě plnicích stanic CNG v České republice. Dalšími městy, která nabídnou řidičům v nejbližší době možnost natankovat zemní plyn, budou Karlovy Vary (od 27. 4.) a Ústí nad Labem (od 3. 5.).

vána CNG souprava, vrátí při nynějších cenách motorových paliv zhruba po 50 tisíci najetých kilometrech. Zejména firmy s velkým akčním rádiem a vysokým počtem ujetých kilometrů tak mohou díky zemnímu plynu ušetřit až desetitisíce korun měsíčně.

(tz)



Významný okamžik pro motoristy a životní prostředí

"CNG plnicí stanice jsou nyní v České republice dosažitelné v každém regionu. Jsme svědky začátku nového trendu, jen za loňský rok se zvýšil počet automobilů na CNG v ČR o 30 % na 630 vozidel. U CNG plnicí stanice v Mladé Boleslavi budou rovněž dostupné informace o výhodách jízdy na stlačený zemní plyn a o možnostech pořízení či přestavby automobilů na toto ekologické palivo," uvedl Milan Kajtnan, člen představenstva a obchodní ředitel RWE Transgas, a. s. V České republice je v současnosti provozováno 16 veřejných plnicích stanic CNG. Do konce letošního roku by jich mělo být okolo 20 a do roku 2020 se hovoří o počtu až 400 veřejných plnicích stanic CNG. Stejně dynamicky by měl růst počet vozidel na stlačený zemní plyn. V Evropě by jich mělo do roku

2020 jezdit až 23,5 milionu a jen v České republice se k tomu datu odhaduje jejich počet na 350-450 tisíc. "Výhodou CNG není pouze jeho cena, která je oproti benzinu poloviční, ale také minimální dopady na životní prostředí. Plynové motory produkují podstatně nižší emise, u CO₂ je to o 30 % méně, než benzinové motory. CNG automobily tak splňují i nejpřísnější normy Euro IV resp. V. Také vzhledem k těmto faktům uvažujeme o výrobě automobilů Škoda Octavia, Roomster a Superb na stlačený zemní plyn," vysvětlil Dr. Eckhard Scholz, člen představenstva Škoda Auto odpovědný za technický vývoj. Cena sériově vyráběných osobních automobilů na CNG je zhruba o 5 % vyšší než u standardních verzí. Tyto náklady se však stejně jako u dodatečně upravených vozů, do nichž byla namonto-

ECOFUEL WORLD TOUR 2007 v Praze v rámci Týdne udržitelného rozvoje 2007: udržitelná doprava

Zemní plyn se stává více a více centrem pozornosti motoristů; 17. května v dopoledních hodinách přivítá Praha posádku vozu Ecofuel World Tour, která absoluuje první cestu kolem světa s vozidlem na zemní plyn. Tým Rainera Zietlowa se pokusí o zápis do Guinnessovy knihy rekordů. Cílem čtyřčlenné posádky je ujet na ekologicky čisté palivo 45 tisíc kilometrů napříč pěti kontinenty. Na Václavském náměstí se posádka podělí s návštěvníky o zážitky ze 40 zemí světa a 70 velkých měst. Akce bude prezentována formou open-air výstavy, zabývající se nejekologičtějším a nejekonomičtějším alternativním palivem (promítání filmů, fotografické panely, ukázky z cesty kolem světa) a přehlídkou vozů na CNG. Akce bude ve spolupráci s Francouzským velvyslanectvím propojena s výstavou fotografií z celého světa Yanna Arthuse Bertanda. Řada jeho fotografií z ptáčích perspektiv ukazuje na negativní a přitom velmi agresivní přístup ke krajině. Výstava klade důraz na ekologii, obnovitelnost energetických a zachování přírodních zdrojů pro budoucí generace. Začátkem roku 2007 měla výprava za sebou ujetých asi 27 000 km, během nichž se potvrdily všechny předpoklady hovořící ve prospěch zemního plynu - menší zatížení životního prostředí,

všeobecná dostupnost a nízká cena po celém světě. V tomto ohledu je CNG nadějí mnoha megapolí v Africe i Asii, v současné době zahalených zplodinami z výfuků benzinových a dieselových motorů. Zemní plyn je všude dostupný a levný. V Iráku bylo např. možné naplnit nádrž plynem za méně než jeden eurocent a při vyjždění v cenách ušetřila výprava na palivu v porovnání s naftou zatím více než 2700 eur. Současně se na své dosavadní cestě nikde nesetkala s tím, že by zemní plyn nemohla bez problémů doplnit. Druhá část cesty začala v lednu v Austrálii a nyní pokračuje přes Jižní Ameriku a USA zpět do Evropy, kde by po více než 200 dnech na cestě měla výprava navštívit Prahu a představit rekordní vozidlo přímo v centru metropole na Václavském náměstí. Posádku přivítá místopředseda vlády a ministr životního prostředí České republiky Martin Bursík. Rostoucího významu stlačeného zemního plynu (CNG) jako alternativního paliva šetřícího životního prostředí si je vědoma i společnost Endress+Hauser, jeden z předních světových výrobců měřicí techniky pro řízení technologických procesů v průmyslu. Je proto jedním ze sponzorů. Akci připravila ve spolupráci s Českou plynárenskou unií a agenturou GSMA.

(tz)

Stlačený zemní plyn pro řidiče v Mladé Boleslavi

Další plnicí stanici na CNG, neboli stlačený zemní plyn, která byla otevřena v polovině dubna v Mladé Boleslavi, postavila Středočeská plynárenská. Teprve před nedávnem byly otevřeny plničky v Brně a Táboře. Do konce května budou navíc otevřeny další dvě plnicí stanice na CNG v Karlových Varech a Ústí nad Labem. Vozidla na zemní plyn produkují minimální množství škodlivin oproti vozidlům na kapalná paliva. Ekologické výhody zemního plynu v dopravě vyplývají z jeho složení. Zemní plyn je tvořen z 98 % methanem CH₄, zbylá 2 % zahrnují další uhlovodíky, oxid uhličitý a dusík. Při spalování zemního plynu nevznikají žádné emise pevných částic a oxid siřičitý. Emise oxidů dusíku a oxidu uhelnatého jsou v minimální míře. A co se týká dnes velmi sledovaných emisí oxidu uhličitého, vozidlo na zemní plyn jich produkuje až o 25 % méně než vozidlo na benzin. Ale také emise karcinogenních látek - polyaromatické uhlovodíky, aldehydy a aromáty včetně benzenu, které vznikají spalováním vyšších uhlovodíků, jsou u vozidel na zemní plyn zanedbatelné (cca 0,01 kg/GJ). Je to dáno tím, že zemní plyn obsahuje pouze do 0,03 % vyšších uhlovodíků.

(tz)

www.volkswagen.cz



... za 1 korunu!

Volkswagen Transporter s klimatizací za 10 000 Kč a pakem „Elektrika“ za 1 Kč.* Za svoji korunu tak získáte centrální zamykání s dálkovým ovládáním, elektricky nastavitelná a vyhřívána vnější zrcátka, elektrické stahování oken a palubní počítač. No, neříkejte, že to není elektrizující nabídka... Při koupi můžete využít Volkswagen úvěr od ŠkoFINu „Dejte 19 % – stát Vám vrátí 19 %“, který nabízí řešení financování se všemi dostupnými daňovými výhodami.



Transporter



*Ceny bez DPH. Kombinovaná spotřeba a emise CO₂: 7,6–13,9 l/100 km, 199–331 g/km. Nabídka platí do 31. 7. 2007. Více informací u Vašeho prodejce Volkswagen nebo na www.volkswagen.cz.

Jít za svou vizí a učinit z ní realitu

Nejlepší podnikatelské projekty roku 2006 oceněny v Praze

V pražském Kongresovém centru byly v dubnu slavnostně předány ceny nejlepším českým podnikatelským projektům loňského roku. Druhý ročník udílení ocenění "Podnikatelský projekt roku" se i letos konal pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky, organizátorem byla tradičně Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest a Sdružení pro zahraniční investice - AFI.

Ocenění Podnikatelský projekt roku je určeno pro kvalitní projekty českých podniků ze zpracovatelského průmyslu a s ním souvisejících služeb, které byly podpořeny ze Strukturálních fondů Evropské unie a zároveň v roce 2006 již probíhala jejich realizace.

"Chceme tak ocenit řadu podnikatelů za aktivní přístup k podnikání a také za to, jak se chopili příležitosti, která se nám v podpoře podnikání

naskytla po vstupu do Evropské unie," řekl Martin Říman, ministr průmyslu a obchodu.

Oproti minulému ročníku se ocenění rozrostlo o dvě nové kategorie. O vítězích v celkem šesti kategoriích rozhodovaly komise složené z nezávislých odborníků, zástupců Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a agentury CzechInvest a ti letos rozhodli takto:

- V kategorii Projekt s největším inovačním

potenciálem porota přiřadila nejvyšší ohodnocení společnosti Rieter CZ, a. s. za projekt Zavedení sériové výroby spřádacího stroje pro tryskové předení J 10.

- V kategorii Klaster roku ocenění převzal CLUTEX - klaster technické textilie.
- V nové kategorii Školící projekt roku porota přiřadila nejvyšší ohodnocení společnosti CPN, spol. s r. o., za projekt Oborového školícího střediska.
- V nové kategorii Vědeckotechnický park roku zvítězil Vědeckotechnický park Plzeň.
- V kategorii Podnikatelský inkubátor roku se vítězem stal Podnikatelský inkubátor Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci.
- V kategorii Technologický rozvoj roku zvítězila společnost TMT, spol. s r. o. Chrudim, a to díky projektu Nákup a zprovoznění CNC vysekávacího lisu kombinovaného s plazmou a rotací všech nástrojů.

"Je to také šance zveřejnit, a nepřímo tak ocenit úsilí všech ostatních podnikatelů, kteří se snaží efektivně využít možností, které do oblas-

ti podpory podnikání přinášejí prostředky ze strukturálních fondů," komentoval úlohu ocenění Jakub Mikulášek, výkonný ředitel CzechInvestu.

Celkem komise v každé kategorii zhodnotily zhruba 10 projektů. Ty byly vybrány na základě bodového hodnocení již získaného v průběhu jejich posuzování pro získání dotace a posléze také komisemi složenými ze zaměstnanců CzechInvestu. Komise projekty hodnotily podle předem stanovených kritérií, která kladla důraz především na kvalitu a potenciál projektu a jeho přínos pro danou oblast. V každé z kategorií byly poté nominovány 3 nejlepší projekty, z nichž následně vzešel i absolutní vítěz kategorie.

"Ocenění Podnikatelský projekt roku je směřováno k dynamickým malým a středním podnikům, které zvládnou to nejtěžší - jít za svou vizí a učinit z ní realitu. Věřím, že jejich příklad je praktickou inspirací pro mnoho dalších, kteří v našem hospodářském růstu vidí svou příležitost," uvedl Martin Slabý, předseda Sdružení pro zahraniční investice - AFI - které bylo partnerem tohoto projektu. **(tz ci)**

PODNIKATELSKÝ PROJEKT ROKU 2006 - NOMINOVÁNÍ

V kategorii Projekt s největším inovačním potenciálem byli nominováni tyto žadatelé o dotaci:

1. Rieter CZ, a. s., za projekt Zavedení sériové výroby spřádacího stroje pro tryskové předení J 10
2. EVEKTOR_AEROTECHNIK, a. s., za projekt Zavedení sériové výroby řady letounu VUT100
3. RAMET C.H.M., a. s., za projekt Realizace sériové výroby vývojově ukončených projektů

V kategorii Klaster roku byli nominováni tyto žadatelé o dotaci:

1. Clutex - klaster technické textilie
2. Moravskoslezský dřevařský klaster, občanské sdružení
3. Plastikářský klaster, z. s. p. o.

V kategorii Školící projekt roku byli nominováni tyto žadatelé o dotaci:

1. CPN, spol. s r. o. - Oborové školící středisko
2. Hofmeister, s. r. o. - Rozvoj kvalifikace zaměstnanců
3. Slovácké strojírny, akciová společnost - Vybudování střediska vzdělávání SUB

V kategorii Vědeckotechnický park roku byli nominováni tyto žadatelé o dotaci:

1. Vědeckotechnický park Plzeň
2. Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci
3. Třeboňské inovační centrum

V kategorii Podnikatelský inkubátor roku byli nominováni tyto žadatelé o dotaci:

1. Podnikatelský inkubátor Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci
2. Technologický inkubátor VUT v Brně
3. Podnikatelské inovační centrum Zlín

V kategorii Technologický rozvoj roku byli nominováni tyto žadatelé o dotaci:

1. TMT, spol. s r. o., Chrudim za projekt Nákup a zprovoznění CNC vysekávacího lisu kombinovaného s plazmou a rotací všech nástrojů
2. IZOS, s. r. o., za projekt Inovace technologie výroby izolačních dvojskel
3. Pavliš a Hartmann, spol. s r. o., za projekt Technologická linka na výrobu pryžových vložek do požárních hadic

PODNIKATELSKÝ PROJEKT ROKU 2006 - VÍTEZOVÉ

- **V kategorii Projekt s největším inovačním potenciálem vybrala odborná komise jako nejlepší projekt společnosti Rieter CZ, a. s. - Zavedení sériové výroby spřádacího stroje pro tryskové předení J 10**

Společnost Rieter CZ, a. s., je součástí švýcarského koncernu Rieter. Vyvíjí a vyrábí bezvřetenové doprřadací stroje, strojřenské komponenty, tepelnou a zvukovou izolaci pro automobilový průmysl a formy pro výrobu těchto plastových a hliníkových dílů. Předmětem nominovaného projektu bylo zavedení sériové výroby spřádacího stroje pro tryskové předení J 10 v Rieter CZ, a. s., v Ústí nad

Orlicí. Tryskový způsob předení představuje světovou špičku, v současné době spřádací stroj založený na podobném principu vyrábí celosvětově pouze japonská společnost Murata. Stroj J 10 byl vyvinut ve spolupráci s mateřskou firmou Rieter ve Švýcarsku za účasti vývojových týmů z několika poboček Rieter v Evropě. Finální konstrukce stroje, určeného pro sériovou výrobu, byla z převážné části realizována v Design centru Rieter CZ, a. s., v Ústí nad Orlicí. Díky tomuto projektu rovněž dojde ke zvýšení zaměstnanosti v regionu vytvořením až 67 nových pracovních míst.

- **V kategorii Klaster roku vybrala odborná komise jako nejlepší projekt CLUTEX - klaster technické textilie**

K založení tohoto klasteru došlo v Libereckém kraji v oblasti technických textilií, které představují tradiční sektor českého průmyslu, jež prošel úspěšnou proměnou. Cílem klasteru je změnit orientaci výroby členských firem směrem k produktům s vyšší přidanou hodnotou a k vyššímu využívání výsledků vědy a výzkumu, a získat tak konkurenční výhodu. Snahou je zvýšit prestiž členských firem jejich zapojením do výroby speciálních typů technických textilií. Napomáhat by jim v tom měla i nabídka vyřešených vědeckovýzkumných úkolů ze sféry Technické univerzity v Liberci a výzkumných podniků, jež jsou partnery klasteru. Velkou rolí v tomto projektu hrají inovace, které mají být společným výstupem spolupráce mezi zapojenými subjekty. Značná část finančních prostředků je proto určena na nákup zařízení pro výzkum a vývoj pro vybavení zkušeben.

- **V kategorii Školící projekt roku vyhodnotila odborná komise jako nejlepší projekt společnosti CPN, spol. s r. o. - Oborové školící středisko**

Oborové školící středisko společnosti CPN, spol. s r. o., vzniklo v pronajatých prostorách za účelem školení vlastních zaměstnanců, nových i stávajících, vedoucích pracovníků, vedení společnosti, ale také zákazníků a obchodních partnerů jak společnosti CPN, spol. s r. o., tak také celého holdingu Contipro Group. Celý projekt byl zaměřen na vybavení těchto prostor potřebným zařízením a přístroji (videokonferenčním zařízením, dataprojektorem, kamerou a DVD rekordérem). Školení jsou zde realizována jak klasickou cestou, to znamená přednáškami odborníků na místě školení, tak využitím nejmodernějšího systému videoškolení, který umožní, aby školitel byl na svém pracovišti a online přednášel zaměstnancům shromážděným ve školícím středisku. Školení probíhá 135 dnů v roce a jeho cílem je proškolit 200 osob.

- **V kategorii Vědeckotechnický park roku vyhodnotila odborná komise jako nejlepší projekt Vědeckotechnický park Plzeň**

Realizátorem projektu je společnost Vědeckotechnický park Plzeň, a. s., která byla v roce 2005 založena statutárním městem Plzeň a Plzeňským krajem. Projekt navazuje na aktivity BIC Plzeň, jenž od

roku 1997 v dané lokalitě provozuje podnikatelský inkubátor a objekt "Technologické centrum". Cílem nominovaného projektu je přispět k rozvoji technologicky orientovaného podnikání v Plzeňském kraji. V období 2005-2008 budou v průmyslové zóně Plzeň - Borská pole vybudovány nové objekty, které budou plnit funkci vědeckotechnického parku. V areálu s celkovou rozlohou cca 4 ha budou připraveny prostory o velikosti téměř 8 tis. m², které budou sloužit jako kancelářské i provozní plochy pro začínající firmy, pro podniky v růstové fázi i pro vývojové aktivity velkých firem. Současně zde bude vytvořeno zázemí pro poskytování služeb technologického transferu, asistenci firmám zejména v prvním stadiu rozvoje a další aktivity propagující technologické inovace a spolupráci výzkumných institucí s podnikatelskou sférou.

- **V kategorii Podnikatelský inkubátor roku vybrala komise jako nejlepší projekt Podnikatelský inkubátor Vědeckotechnického parku při Univerzitě Palackého v Olomouci**

Nominovaný projekt podnikatelského inkubátoru při Univerzitě Palackého si dal za cíl několik oblastí. Především to bylo zvýšení konkurenceschopnosti podnikání v olomouckém regionu a podpora inovací. Cílem byla zároveň také stimulace poptávky po výsledcích výzkumu a vývoje, komercializace výsledků těchto dvou oblastí, podpora podnikatelského ducha podporou vzniku spin-off firem a vytvoření příznivého podnikatelského prostředí. Vznik podnikatelského inkubátoru by měl také usnadnit inovace napojením podnikatelského prostředí na vědeckovýzkumné kapacity Univerzity Palackého v Olomouci. Konkrétním cílem tohoto projektu je mít v regionu kvalitní podpůrné zázemí - Podnikatelský inkubátor Vědeckotechnického parku UP pro začínající inovativní firmy, spin-off firmy vzešlé především z výzkumných pracovišť univerzity. Inkubátor podpoří až 22 začínající vysoce inovační firmy.

- **V kategorii Technologický rozvoj roku vyhodnotila odborná komise jako nejlepší projekt společnosti TMT, spol. s r. o., Chrudim - Nákup a zprovoznění CNC vysekávacího lisu kombinovaného s plazmou a rotací všech nástrojů**

Společnost TMT, spol. s r. o., Chrudim realizuje dodávky transportní a manipulační techniky včetně dodávek celých dopravních technologií pro tuzemské i zahraniční zákazníky. Záměrem nominovaného projektu bylo rozšíření stávající výrobní technologie na zpracování plechu o zařízení CNC vysekávacího lisu kombinovaného s plazmou a rotací všech nástrojů, které se mělo stát součástí centrálního pracoviště na zpracování plechu umístěného ve výrobním komplexu společnosti. CNC řízený vysekávací lis je v současné době nejnovější technologie, která spočívá ve sjednocení kombinace vysekávacího lisu a pálicího stroje do jednoho zařízení. Cílem tohoto projektu bylo podstatné vylepšení technické úrovně, rozšíření sortimentu výrobků, zvýšení konkurenceschopnosti a pružnost při plnění stanovených termínů. **(tz)**

CZECH TOP 100 a výsledky žebříčku 100 obdivovaných firem 2007

S d r u ž e n í CZECH TOP 100 zveřejnila výsledky žebříčku 100 obdivovaných firem České republiky 2007. Na vrcholu ALL STARS stanuly



opět tři stálíce z předchozích let. Zcela jasně zvítězila a nejoblíbenější společností v roce 2007 se stává ŠKODA AUTO. Druhé pořadí získává společnost ČEZ a třetí společnost Zentiva. Loňský nováček společnost STUDENT AGENCY si o jedno místo polepšila a vystoupila na čtvrtou příčku. Na pátou příčku postoupila společnost Česká pojišťovna, šestou zaujala společnost Plzeňský Prazdroj, sedmá je společnost Skanska CZ. Osmá se umístila společnost Kofola, devátá společnost TRINECKÉ ŽELEZÁRNY a desátá společnost LINET.

"V první desítce ALL STARS se umístili zástupci z devíti různých oborů, přitom potravinářství má zástupce dva. Mezi první stovku obdivovaných firem nově pronikla řada nováčků," uvedl k letošním výsledkům žebříčku předseda Sdružení CZECH TOP 100 Jan Struž a dodal: "Jsou jimi společnosti CE WOOD, GTS NOVERA, Globus ČR, TPCA, Four Seasons Hotel (Czech Republic), MORAVIA ENERGO, ŽĐAS, Česká zbrojovka a Lázně Teplice v Čechách, a jednoho vyzdvihl až přímo mezi ALL STARS. Nejúspěšnějším nováčkem je společnost Kofola, která získala osmou příčku, umístila se druhá v oboru a zaujala prvenství v Moravskoslezském kraji. Dalším úspěšným nováčkem je MOIRA CZ, vítěz v oboru. Úspěšný vzešup zaznamenala i společnost LINET, která obhájila loňské vítězství v oboru a poprvé se propracovala do první desítky."

Vítězné firmy na čele s desítkou ALL STARS byly slavnostně vyhlášeny večer 29. března 2007 v Praze za přítomnosti top manažerů stovky nejobdivovanějších firem, partnerů projektu a čestných hostů. Žebříček je tvořen na základě hlasování manažerů významných společností, ekonomických a finančních analytiků, zástupců oborových sdružení, svazů a profesních asociací, oslovených Sdružením CZECH TOP 100. Výsledková listina 100 obdivovaných firem České republiky 2007 je uveřejněna na www.czechtop100.cz **(tz)**

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

Komerční banka - příležitost pro zhodnocení finančních prostředků

Komerční banka přichází s novou možností pro klienty, kteří chtějí lépe zhodnotit svoje finanční prostředky - rodinou KB fondů. Fondy se specializují na vyhledávání zajímavých investičních příležitostí s nejlepším poměrem výnos/riziko u jednotlivých podkladových aktiv - peněžního, dluhopisového a akciového trhu. ➡

premium
PROSPERITA.INFO

LCS uspořádala seminář o nových trendech v řízení podniků

Seminář na téma Nové trendy řízení podniků - Business Intelligence uspořádala dne 28. března společnost LCS. Kromě úvodu do problematiky BI měli účastníci semináře, možnost vyslechnout také prezentace na navazující témata, jako využití OLAP analýz, finanční analýza a plánování, řízení peněžních toků či manažerské rozhraní. ➡

Henkel vyhlásil soutěž

Již po šesté vyhlašuje společnost Henkel Central Eastern Europe se sídlem ve Vídni výroční uměleckou soutěž Henkel Art.Award. určenou pro umělce z 29 zemí střední a východní Evropy a centrální Asie, tentokrát v kategorii průmyslového designu. Soutěž podporují mladé a talentované umělce chce společnost Henkel přispět k procesu evropské integrace a zvýšení kulturního povědomí v regionu. Vítězku loňského ročníku vyhlášeného v oboru fotografie se stala česká umělkyně Soňa Goldová. ➡

Soutěž Český direkt už má své nejlepší firmy

Výsledky soutěže Český direkt, tentokrát o nejlepší directmarketingové kampaně roku 2006, byly slavnostně vyhlášeny 30. března v rámci doprovodného programu veletrhu Reklama 2007.

"5. ročník soutěže s rekordní účastí 67 soutěžních prací dokázal, že český přímý marketing je stejně dobrý jako ten zahraniční," sdělil při vyhlášení výsledků Tomáš Hájek, výkonný ředitel pořádající asociace ADMAZ. ➡

Výsledky grantového řízení a informování o evropských záležitostech

Odbor pro informování o evropských záležitostech (OIEZ) rozdělil v loňském roce více než 18,5 milionů korun na grantová řízení. Jeho cílem bylo podporovat vyvážené informování o Evropské unii v České republice. S ohledem na priority v rámci "Koncepce informování o evropských záležitostech pro rok 2006" byly granty vypsaný v následujících oblastech: Budoucnost Evropy, Bezpečná Evropa a EU do škol. Celkem bylo hodnoceno 98 projektů, ze kterých bylo dotačně podpořeno 33 projektů.

V kategorii Budoucnost Evropy podpořil OIEZ 13 projektů, které se zabývaly dalším rozšiřováním Evropské unie, otázkou reformem trhu v oblasti služeb nebo také často diskutovanou Smlouvou o Ústavě pro Evropu. Pro tuto kategorii bylo na granty určeno 6 milionů korun, jedním z podpořených projektů se stal také Měsíčník EU aktualiz. "Dotace, kterou měsíčník obdržel, je 381 281 korun a jeho úkolem je přinášet široké veřejnosti měsíční monitoring klíčových, převážně ekonomických událostí v Evropské unii," uvedla Blanka Týřová, ředitelka odboru pro informování o evropských záležitostech MMR ČR. Předkladatelem žádosti byla Kancelář EU ČR, zastoupena Ing. Petrem Zahradníkem, MSc.

V kategorii Bezpečná Evropa bylo na granty vyčleněno 4 miliony korun, dotaci obdrželo 5 projektů. Mezi vybranými byl mimo jiné projekt Stabilita Balkánu a Evropská unie: Příspěvek České republiky. "Projekt si klade za cíl poskytnout čtenářům přehlednou formou aktuální informace o politické, ekonomické a bezpečnostní situaci na Balkáně a o úloze EU při stabilizaci Balkánu, včetně příspěvku České republiky," řekla Blanka Týřová. Jak podotkla, zmíněné aktivity přispějí k objasnění jednoho z témat, které bude předmětem zvláštního zájmu České republiky v letech 2008-2009, kdy bude nestálým členem Rady bezpečnosti OSN a v první polovině roku 2009, kdy bude vykonávat předsednickou funkci v Radě EU. Předkladatelem žádosti byla Rada pro mezinárodní vztahy, jejímž předsedou je bývalý ministr zahraničních věcí ČR, Jiří Dienstbier.

Největší finanční dotace byla určena na oblast EU do škol - jednalo se o 10 milionů korun. Výběrovou komisi, která vybrala 15 projektů,

mezi jinými zaujal projekt Generace nula. Jde o vzdělávání studentů posledních ročníků pedagogických fakult prostřednictvím workshopů a zážitkových seminářů. "Projekt je zaměřen na budoucí učitele, kteří budou v této oblasti nejvíce působit na své žáky - tedy na novou evropskou generaci," řekla k projektu v této kategorii Blanka Týřová, ředitelka OIEZ MMR ČR. Předkladatelem projektu byla Mgr. Alena Červenková.

O výběrých projektech v rámci grantového řízení rozhodovaly jednotlivé výběrové komise, složené z odborných zástupců státních i nestátních organizací a institucí (ministerstva, vysoké školy, neziskové organizace, média). Pro zájemce o detailní informace o grantovém řízení bylo v průběhu roku 2006 vysláno školení, objasňující principy metodiky vypracování projektů. Práce samé byly posuzovány především s ohledem na definované cíle a kritéria financování. Projekt musel být logickým, na sebe navazujícím celkem. O grant mohly žádat jak fyzické, tak právnické osoby, vyjma příspěvkových organizací.

Výstupy z jednotlivých projektů jsou zdarma k dispozici v jednotlivých Eurocentrech, která jsou v každém krajském městě a v elektronické podobě také na internetových stránkách www.euroskop.cz.

Více informací ke grantovému řízení Odboru pro
informování o evropských záležitostech MMR
ČR naleznete na této internetové adrese:
www.euroskop.cz/granty

Kontakt pro média
Blanka Týřová, ředitelka OIEZ MMR ČR
T/ +420 224 861 742
F/ +420 224 861 462
www.euroskop.cz

Odbor pro informování o evropských záležitostech

Odbor pro informování o evropských záležitostech (OIEZ) Úřadu vlády ČR vznikl 1. dubna 2005 s cílem zajistit kontinuální a kvalitní informování občanů České republiky o Evropské unii a našem členství v ní. Od 1. listopadu 2006 tento odbor působí v rámci Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Mezi jeho hlavní cíle patří zvyšování veřejné povědomí o Evropské unii, rozvíjet systém

informování veřejnosti o evropských záležitostech, zajistit decentralizaci informačních aktivit s důrazem na vytvoření efektivní sítě informačních center v regionech a příprava a vydávání informačních materiálů, brožur nebo prezentací na aktuální evropská témata. Jako hlavní nástroj komunikace používá OIEZ tzv. integrovaný informační systém, založený na pěti pilířích: Eurocentra, Eurofon 800 200 200, Euroskop.cz, informační bulletin Eurokurýr a grantový systém. **(tz)**

PPL CZ významně rozšířila mezinárodní přepravu

Společnost PPL CZ, člen skupiny Deutsche Post World Net, rozšířila portfolio produktů o zákazníky tolik očekávanou pozemní přepravu balíkových zásilek do zahraničí. Na tom bude úzce spolupracovat s partnerskou společností DHL Express.

Oficiálně byl nový produkt pojmenován jako PPL Export. Vzešel ze vzájemné spolupráce společností PPL a DHL Express, kdy PPL bude pro své zákazníky dšilsky vyváždat u českých zákazníků a DHL je následně doručí ve své mezinárodní pozemní distribuční síti.

"Spuštěním nového produktu PPL Export veľmi výrazne rozširujeme nábidku zahraničných služieb pre naše zákazníky. V minulosti bolo možné prepravovať balikové zásielky pouze na Slovensko. PPL nyní nabízí za příznivé ceny přepravu zásiłek téměř do všech zemí Evropy," vysvětlil marketingový ředitel společnosti PPL Milan Loidl.

Společnost PPL CZ v loňském roce přepravila celkem 11,65 milionu zásilek, v letošním roce plánuje překročit hranici 15 milionů, což odpovídá meziročnímu růstu o 28 %. Mezi další významné projekty společnosti PPL v tomto roce patří: vývoj dalších produktů a optimalizace produktů existujících, výstavba a přestěhování několika dep PPL, včetně otevření společných terminálů s DHL v Plzni, Teplicích, Hradci Králové a Českých Budějovicích.

Společnost PPL - Professional Parcel Logistic byla založena v roce 1995 a od té doby si vybudovala pozici leadera na českém trhu v oblasti expresní přepravy balíků z domu do domu pro podniky, firmy a podnikatele (business-to-busi-

ness) s doručením následující pracovní den. Expressní balíková služba dosahuje rychlosti a kvality kurýrních služeb, ale cenou se blíží zásluhou propracovaného systému organizace přepravy službám spedičním. Zásilky jsou denně přepravovány flotilou téměř 400 dodávkových vozů a manipulovány v 11 regionálních depech a na centrálním překladišti v Praze, které je vybaveno nejmodernější automatickou třídící linkou. V současné době působí PPL na českém trhu jako partner společnosti DHL - leadera na poli mezinárodní přepravy, neboť počátkem roku 2006 nabyla společnost DPWN, pod níž DHL spadá, v PPL 100% podíl vlastnictví. **(tz)**

System NEMO pro management

Společnost Aquasoft, zaměřující se na vývoj a dodávky informačních systémů, vyvinula nový informační systém NEMO. Systém NEMO představuje specifické řešení pro společnosti, pohybující se v Asset a Property managementu. "Trh správy portfolia a nemovitostí se v současnosti chová velice dynamicky, neustále se vyvíjí a mění. Průběžně tak dochází k postupnému zvyšování tlaku zákazníků a požadavků na správu nemovitostí," uvedl Petr Franc, generální ředitel Aquasoftu. Nový systém podporuje všechny klíčové procesy těchto společností a současně výrazně zefektivňuje provoz v oblasti Asset a Property managementu. Systém NEMO řeší např. složité získávání informací pro rozhodování a časovou náročnost rutinních operací.

pokračování na straně 7


Banka roku*
2004


Banka roku*
2005

„Když něco rychle
potřebuju, můžu mít
hned až 200 tisíc.“

Pavel Hanč
umělecký truhlář

Kreditní karta pro podnikatele

- rychlý úvěr až 200 000 Kč bez zajištění
- až 45 dní čerpání bez jakýchkoliv úroků
- karty k úvěru i pro Vaše společníky nebo zaměstnance

**KB**

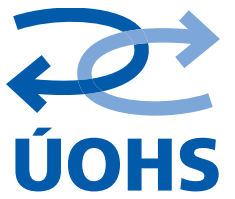
infolinka 800 111 055
www.kb.cz

Moje světlo. Moje banka.



Informace Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže

Zákaz podnákladových cen povede ke zvyšování cen pro spotřebitele



V současné době je Poslaneckou sněmovnou projednáván poslanecký návrh zákona, kterým by měla být do právního řádu České republiky zavedena úprava zákazu ekonomické závislosti. Ta by se měla stát součástí zákona o ochraně hospodářské soutěže a na dodržování zákazu by měl dohlížet Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Úřad se nebrání zakotvení nové působnosti; je však třeba dbát na to, aby nová ustanovení byla v praxi aplikovatelná a aby se příliš přísná úprava neobrátila proti spotřebitelům.

Problém

Novela zákona usiluje o systémové řešení problematiky nerovného postavení smluvních stran na trhu. Jakkoli by mělo jít o řešení obecně platné, není tajemstvím, že příprava návrhu novely byla motivována snahou zamezit některým praktikám obchodních řetězců při jejich jednání s dodavateli. Současný návrh je přitom od roku 1999 již šestým pokusem zákaz zneužití ekonomické závislosti do českého soutěžního práva zavést. Podobný zákaz platí v několika dalších zemích Evropské unie, například na Slovensku a v Německu.

Na maloobchodním trhu v České republice dochází již více než deset let k podstatným změnám poměrů, a to především v souvislosti se stále rostoucím významem působení nadnárodních obchodních řetězců. Vedle nesporných výhod pro konečné spotřebitele, např. tlaku na snižování cen, má chování těchto řetězců též neblahé důsledky na hospodářskou soutěž. Jedná se především o silnou vyjednávací pozici těchto subjektů při jednání se svými dodavateli. Díky silnějšímu postavení mohou tyto subjek-



ty do odběratelských smluv prosazovat pro ně výhodné podmínky, které dodavatel, který je na dodávkách obchodním řetězcům závislý, je nucen přijmout, a vstoupit tak do jednostranně nevýhodných obchodních vztahů z existenčních důvodů.

Podstata navrhovaného řešení

Navrhovaná právní úprava by měla zamezit případům, kdy dochází ke zneužití této ekonomické závislosti dodavatelů ze strany odběratelů.

Typickými formami zneužití ekonomické závislosti je vyžadování poplatků za tzv. listing (úhradu ze strany dodavatele za to, že jej odběratel zanesl do databáze svých obchodních partnerů), tzv. regálné (požadování úhrad za zařazení zboží do prodeje nebo umístění zboží v provozovně) či požadování nejrůznějších bezplatných služeb. Společným znakem takových jednání je přenos části nákladů maloobchodníka na dodavatele. Takové jednání pak postihuje především malé a střední dodavatele, kterým hrozí odchod z trhu a s tím spojený zánik výrobních značek. Současné znění soutěžního zákona podle zkušeností Úřadu neumožňuje tyto praktiky postihnout, neboť dotyčné subjekty nejsou v dominantním postavením. Případné kartelové dohody mezi těmito obchodníky je pak nesmírně složité prokázat, ač o to Úřad soustavně usiluje. Proto je k řešení tohoto problému třeba přijmout novou právní úpravu, která zakotví samostatný zákaz zneužití ekonomické závislosti. Podstatou navrhovaného řešení je pak definice ekonomické závislosti a absolutní zákaz jejího zneužívání doplněný o několik případů takového zneužití, které by měly krýt mj. shora uvedené praktiky. Za prokázané zneužití obchodní závislosti by mohl Úřad udělovat pokuty ve stejné výši jako za kartelové dohody či zneužití dominance, tedy až do výše 10 % ročního obrátu toho soutěžitele, který se porušení zákonného zákazu dopustil.

Ne zákazu podnákladových cen

Novela soutěžního zákona, která je v současné době Poslaneckou sněmovnou projednává-

na, na rozdíl od některých dřívějších návrhů neobsahuje zákaz podnákladových cen. Toto řešení Úřad podporuje. Jednak proto, že se touto otázkou častěji zabývají jiné předpisy, zejm. zákon o cenách, jednak proto, že absolutní zákaz prodeje za podnákladové ceny by se snadno mohl obrátit proti spotřebitelům i vlastním dodavatelům. Prodej za podnákladové ceny může být v mnoha případech legitimním a účinným marketingovým nástrojem těchto obchodníků, kteří se soustřeďují na strategii "nízké ceny/velký objem". Navíc, zkušenosti ze zemí, kde se zákonný zákaz prodeje za podnákladové ceny uplatňuje, ukazují mj. to, že tyto zákony vedou k růstu spotřebitelských cen (v Irsku podle údajů OECD vedlo zavedení takového zákona k nárůstu výdajů irské rodiny na potraviny o 500 Eur za rok), že zákaz prodeje za podnákladové ceny vede k oslabení cenové konkurence a dokonce že tyto zákony vedou k nižšímu ekonomickému růstu a k vyšší nezaměstnanosti.

Shnutí

Není třeba zakrývat, že podstatou navrhovaného řešení zneužívání ekonomické závislosti je omezení smluvní svobody. Omezení svobody odběratele zvolit si obsah smlouvy je tu však odůvodněno nutností zachovat smluvní svobodu ekonomicky závislého soutěžitele, a to ve smyslu svobody smlouvy uzavřít či ne, aniž by odmítnutí kontraktu znamenalo jeho zánik či ohrožení existence.

Robert Neruda
ředitel Kabinetu předsedy ÚOHS

Vztahy mezi ÚOHS a BKA jsou vzorem



Soutěžní právo a instituce ve Spolkové republice Německo zanedlouho oslaví padesát let, vždyť německý Bundeskartellamt (BKA) a německý soutěžní zákon vzniknul již v roce 1958, rok po podepsání Smlouvy o založení Evropských společenství. Německo z historických důvodů patřilo od poloviny 20. století mezi země, ve kterých byla ochrana férové konkurence, a to zejména ve formě zabráňování zneužití tržní síly velkých průmyslových podniků, prioritou. Během svého dosavadního působení si německý Spolkový kartelový úřad vybudoval pozici světově uznávaného regulátora soutěže. Stejně jako český Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) i německý BKA aplikuje vedle národního práva i soutěžní právo Evropských společenství odvozené z americké doktríny ochrany konkurence. Díky svým dlou-

holetým zkušenostem a vynikajícímu odbornému zájmu je německý soutěžní úřad tradičně v čele mezinárodních organizací i neformálních seskupení zabývajících se ochranou trhu. Tak je tomu například v rámci pracovních orgánů Evropské komise připravujících novou evropskou soutěžní legislativu, Soutěžního výboru Organizace pro spolupráci a rozvoj (OECD) či nejnověji v rámci Mezinárodní soutěžní sítě (ICN) sdružující téměř sto soutěžních orgánů světa.

ÚOHS proto logicky usiluje o rozvoj vztahů se svým německým partnerem, se kterým jej vedle stále více uznávané aktivity v mezinárodním rozměru pojí i mnohé otázky každodenní praktické aplikace soutěžního práva v jednotlivých případech. Vedle pracovních vztahů navázaných v rámci fungování Evropské soutěžní sítě (ECN), založené spolu s rozšířením Evropské unie v roce 2004, udržují ÚOHS a BKA četné neformální kontakty, které přispívají k harmonizaci podmínek pro ochranu konkurence v obou zemích. Oba úřady se na základě doporučení OECD informují o spojení podniků, které mohou mít dopad na území partnerské jurisdikce. Samozřejměstí je hladká spolupráce při výměně informací o kartelech či zneužití dominance zasahujících území obou států. Velmi přátelská atmosféra vzájemných vztahů umožňuje najít v mnoha případech shodu i ohledně stanovisek prosazovaných v zásadních koncepčních otázkách ve strukturách EU i ve zbytku světa. Takto příznivá situace je příslibem do nejbližší budoucnosti, kdy bude Česká republika prosazovat v rámci předsednictví v Radě EU své pozice i v oblasti modernizace soutěžního práva, nebo například při určování priorit nové pracovní skupiny ICN pro zneuzžití dominance, vznikající právě pod německým vedením. Vztahy s BKA jsou pro ÚOHS vzorem pro navazování bilaterálních vztahů s dalšími zeměmi světa.

Ondřej Dostal
ředitel mezinárodního odboru ÚOHS

Národní šampioni, energetika, obchodní řetězce

Předseda ÚOHS Martin Pecina se zúčastnil prestižní konference v Mnichově



Předseda ÚOHS Martin Pecina se aktivně účastní mezinárodních setkání v oblasti hospodářské soutěže
foto Jiří Sláma

Mnichov, světově proslulá bavorská metropole se svými nesčetnými historickými památkami, olympijským areálem či největšími pivními slavnostmi na světě Oktoberfest, hostila koncem března velkou mezinárodní konferenci věnovanou problematice soutěžního práva. Dvoudenní akce, jejíž hlavní část se konala poblíž centra Mnichova, v hotelu Bayerischer Hof, se účastnilo přes tři stovky špičkových odborníků ze sedmi desítek zemí celého světa. Na mnichovské konferenci samozřejmě nechyběla ani delegace Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže vedená jeho předsedou Martinem Pecinou.

gu, a tím porušil soutěžní pravidla. Podle jeho slovení "vytváření" národních šampionů s pomocí státní průmyslové politiky nic jiného než doping. Následky jsou potom takové, že dochází k narušení volné soutěže, schopné podniky jsou vytlačovány a konečný spotřebitel je poškozován. S nejdůležitějším příspěvkem na mnichovském setkání expertů na soutěžní právo vystoupila komisařka pro hospodářskou soutěž Evropské unie Neelie Kroes, která hovořila zejména o problematice energetiky, o tom, co se považovalo za nutné v průběhu liberalizace, to je oddělení přenosových soustav od výroby.

pokračování na straně 7

Prezident Ulf Böge se po sedmi letech loučil

Prezident Spolkového kartelového úřadu Ulf Böge, pro kterého bylo mezinárodní setkání v Bayerischer Hof jeho posledním vystoupením v roli nejvyššího ochránce hospodářské soutěže v Německu, protože mu právě končilo jeho sedmileté funkční období, na konferenci varoval před přílišnou státní podporou velkým koncernům.

"Národní šampioni, to zní přirozeně velmi dobře. Každý z nás se rád stane vítězem a šampionem," konstatoval na jednání v Mnichově Ulf Böge. Položil si přitom zároveň řečnickou otázku, zda radost z vítězství je i poté tak velká, když se zjistí, že sportovec použil dopin-

Lidé chtějí platit jednou kartou v celé Evropě

Až 80 % spotřebitelů by chtělo používat svou debetní kartu v rámci celé Evropy. To jim umožní zavedení tzv. Jednotné evropské platební zóny (SEPA) k 1. lednu 2008. Většina evropských držitelů karet však zatím pojem SEPA nezná. Z nového průzkumu společnosti MasterCard vyplývá, že tři čtvrtiny (73 %) evropských držitelů debetních karet by tyto karty rády nahradily takovými platebními kartami, které by bylo možné jednotně používat v celé Evropě.

Pomazánková másla zmizí v příštím roce z trhu

Evropská Unie rozhodla, že nepovolí České republice výjimku pro používání názvu pomazánkové másla. To by již v příštím roce mělo přestat existovat. Změna názvu těchto výrobků se dotkne i některých držitelů značky KLASA. Pomazánkové máslo nesplňuje podle Evropské Unie normy pro výrobky s označením "máslo". Do kategorie másel jsou totiž zařazovány jen výrobky, u kterých podíl tuku dosahuje alespoň 39 %.

Nová fabia má první titul

Ocenění Auto roku 2007 získala v Srbsku nová Škoda Fabia. Jde o první významné ocenění pro novinku z produkce mladoboleslavské automobilky. Druhou generaci modelu Fabia, která právě v těchto dnech přichází na trh v České republice a dalších klíčových evropských zemích, ocenili v Srbsku tímto prestižním titulem v tradiční anketě vyhlášené při příležitosti bělehradského autosalonu.

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

IBM - šance pro nezaměstnané se zdravotním postižením

Třebaže počet nezaměstnaných klesá a ke konci února 2007 se míra registrované nezaměstnanosti v České republice snížila na 7,7 % z 9,1 % v únoru 2006, jinak je tomu u uchazečů se zdravotním postižením. Při mírném snížení počtu o 3219 se zvýšil jejich podíl na celkovém počtu nezaměstnaných ze 14,5 % na 15,9 %.

McDonald’s ČR zaznamenal rekordní nárůst zájmu zákazníků v roce 2006

Rekordní nárůst návštěv zákazníků o více než 20 % ve srovnání s rokem předchozím zaznamenala společnost McDonald’s ČR v roce 2006. Počet zákaznických návštěv se zvýšil z 37 milionů (2005) na 44,5 milionů (2006). Společnost tak dosáhla nejlepšího výsledku od roku 1997. Stejně tak vykázala i zvýšení ročních tržeb o 12,9 % na 2,58 mld. Kč. McDonald’s, který v letošním roce slaví 15 let úspěšného podnikání na českém trhu, zde provozuje 72 restaurace a s 3700 pracovníky patří mezi největší zaměstnavatele u nás.

"Rok 2006 byl v mnoha ohledech výjimečný a nabízí zajímavé srovnání," komentoval dosažené výsledky Arnaud Burlin, generální ředitel McDonald’s ČR/SR. "Výsledek jsme totiž dosáhli se stejným počtem restaurací jako v roce předcházejícím. Soustředili jsme

se především na zlepšování prostředí a modernizaci stávajících provozoven. I proto výše investic činila 128 mil. Kč, což je číslo srovnatelné s minulými obdobími. Dále jsme rozšířili naši nabídku směrem k větší pestrosti a vyváženosti. Současně

McDonald’s a 15 let úspěchů v České republice

Patnáct let úspěšného podnikání v České republice si v těchto dnech připomíná společnost McDonald’s. První restauraci firma otevřela 20. března 1992 v Praze ve Vodičkově ulici. Ještě v témž roce se v hlavním městě objevily další dvě provozovny: na Václavském náměstí a u Anděla. V roce 1993 následovala první "mimopražská" restaurace v Ostravě (16. července 1993) a první "drive-thru" ve Velkém Meziříčí na dálnici D1. Dnes je McDonald’s největší sítí restaurací na českém trhu. To však není jediné prvenství, kterým se firma za uplynulých 15 let může pochlubit.

McDonald’s vykazuje kontinuální růst na českém trhu

To se projevuje dlouhodobě pozitivním vývojem nejdůležitějších ekonomických ukazatelů firmy. Počet návštěv restaurací McDonald’s za celou dobu jeho historie se těsně blíží 400 milionům (přes 394 mil.) a roční návštěvnost neustále vzrůstá i přes to, že firma v roce 2006 neotevřela žádnou novou restauraci. Během 15 let podnikání v České republice McDonald’s utržil 20,6 mld. Kč. Z toho však přes 3,1 mld. Kč investoval do budování nových či rekonstrukce stávajících restaurací.

McDonald’s patří mezi největší zaměstnavatele u nás

Úvodním tréninkem ve firmě dosud prošlo 60 762 zaměstnanců, kteří zde buď pracovali nebo stále ještě pracují. Společnost za 15 let investovala přes 5 mld. do oblasti lidských zdrojů. Přibližně polovinu zaměstnanců tvoří mladí lidé pracující na částečný úvazek. Pro většinu z nich je McDonald’s první pracovní zkušeností. Firma obecně patří mezi největší zaměstnavatele těch skupin pracovníků, pro něž je obtížné nacházet zaměstnání - jedná se zejména o mladé lidi bez zkušeností, maminky s malými dětmi a zdravotně znevýhodněné pracovníky. Díky propracovanému systému péče o zaměstnance založenému na rovnosti příležitostí a neustálém osobním rozvoji může McDonald’s nabídnout zajímavé uplatnění téměř všem. V současné době například více než 50 % pracovníků ředitelství McDonald’s začínalo přímo v restauracích.

Národní šampioni, energetika, obchodní řetězce

Předseda ÚOHS Martin Pecina se zúčastnil prestižní konference v Mnichově

pokračování ze strany 6

Komisařka Kroes v této souvislosti připomněla, že jediná cesta k efektivní hospodářské soutěži spočívá v jejím lednovém návrhu na kompletní zákonné oddělení sítě od výroby. Na prestižní konferenci v bavorské metropoli zazněla také řada dalších příspěvků, které se aktuálně týkají problémů, které řešíme v naší republice. Jedním z nich jsou vztahy mezi obchodními řetězci a jejich dodavateli. Na toto téma hovořil v Mnichově generální ředitel pro soutěž Evropské unie Philip Lowe. Podobně jako předseda ÚOHS Martin Pecina i tento řečník zdůraznil, že smyslem soutěžního práva je na prvním místě ochrana hospodářské soutěže jako takové a nikoliv ochrana jednotlivých zájmových skupin před jinými. V projevu i v kulórech konference opakovaně zaznělo, že je ale potřeba vyvážit určitý nepoměr mezi vyjednávací pozicí silných nadnárodních řetězců a dodavatelů.

Mezinárodní kontakty jsou velmi přínosné

Vedení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže považuje úzké a intenzivní pracovní kontakty se soutěžními úřady jiných zemí za velmi důležité a prospěšné. Například v případě těchto pracovních kontaktů s italským soutěžním úřadem, se slovenským Protimonopolním úřadem nebo právě se Spolkovým kartelovým úřadem (Bundeskartellamt) to platí dvojnásob.

McDonald’s je nositelem ocenění Zaměstnavatel roku - Stejná šance

Společnost dlouhodobě nabízí uplatnění i lidem s různými typy zdravotního znevýhodnění. Systematicky hledá a vytváří pozice vhodné pro tyto zaměstnance. Na jejich následném obsazení spolupracuje s řadou institucí, jako jsou např. Jedličkův ústav, občanské sdružení Rytmus či společnost Duha. I proto McDonald’s a jednotliví franchisanti získávají každoročně ocenění Zaměstnavatel roku - Stejná šance.

Úspěch McDonald’s stojí na podnikavosti jednotlivců

Většina restaurací McDonald’s je v současné době provozována smluvními partnery - franchisanty. Jedná se o 45 restaurací, tedy 62 % z celkového počtu. Prvním franchisantem McDonald’s byl Karel Suk, který v roce 1996 převzal provozovnu v Rudné u Prahy. Karlu Sukovi náleží ještě jeden primát - byl vedoucím vůbec první otevřené restaurace McDonald’s v ČR.

McDonald’s patří mezi průkopníky zlepšování nutričních parametrů jídel

Firma neustále sleduje vědecké poznatky v oblasti výživy a životního stylu a reaguje i na aktuální trendy a změny chování spotřebitelů. V roce 1996 představila osvěžující novinku ve svém sortimentu: první salát označený jako "zahradní". Od té doby se nabídka McDonald’s rozšířila o celou řadu jídel s cílem zvýšit rozmanitost a vyváženost sortimentu. I rodina salátů se rozrostla, a to o Chef salát a Chicken Premiere salát. A k nim průběžně přibývají další nové produkty. McDonald’s postupně zlepšuje také výživové parametry nabízených jídel. Příkladem mohou být nugety z bílého kuřecího masa představené v loňském roce. White Chicken Nuggets jsou vyráběny podle speciální receptury výhradně z jemně nasekaných kuřecích prsou a obsahují o 20 % méně soli a tuku než klasické nugety, a to bez jakéhokoliv vlivu na chuť či strukturu masa.

"Vztahy se Spolkovým kartelovým úřadem mají dvě roviny. Jednak je to čistě profesní a potom samozřejmě i obecně lidská a přátelská rovina. My jsme měli a máme v obou těchto rovinách spolupráci intenzivnější než je běžné mezi úřady," řekl po setkání s německým hostitelem předseda ÚOHS Martin Pecina. Dodal zároveň, že si oba antimonopolní úřady mají při výměně zkušeností z jednotlivých kauz co říci. Spolupráci mezi kolegy z Bundeskartellamtu a českého antimonopolního úřadu zhodnotil Martin Pecina jako nadstandardní. Rovněž odcházející prezident německého soutěžního úřadu Ulf Bøge, který se koncem listopadu loňského roku zúčastnil brněnské konference k patnáctému výročí soutěžního práva v České republice, označil vzájemnou spolupráci českých a německých odborníků na hospodářskou soutěž za velmi přínosnou. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže od září roku 2005, tedy od nástupu nového vedení, významně rozšířil spolupráci a kontakty se soutěžními institucemi Evropské unie i mimo ni. Význam výměny zkušeností a názorů na nedávné konferenci v Mnichově potvrdila slova předsedy ÚOHS Martina Peciny o přínosu takové spolupráce při řešení problémů s protisoutěžním chováním velkých společností v oblasti energetiky, případných kartelových dohod nebo zneužívání dominantního postavení.

Kristián Chalupa
ředitel odboru vnějších vztahů ÚOHS

jsme však také uvedli do života jedinečný systém, který prostřednictvím jednoduchých a srozumitelných ikon informuje naše zákazníky o nutričních hodnotách a skladbě našich jídel."

Podle předběžných výsledků za první čtvrtletí 2007 by tržby McDonald’s v ČR mohly letos růst ještě rychleji. "Ukazuje se, že český trh má stále ještě mimořádný potenciál pro další rozvoj," dodal Arnaud Burlin. "Těší nás, že si zákazníci stále častěji nacházejí cestu do našich restaurací. Očekáváme, že by v letošním roce mohly tržby růst asi o 15 - 20 %." McDonald’s navíc plánuje otevření 2 až 4 nových restaurací. První z nich by se měla objevit v areálu ruzyňského letiště v září.



pem na Internet. Součástí rekonstrukce byla i náročná přestavba provozního zázemí.

McDonald’s podniká v souladu s ekologickými principy

Respekt k životnímu prostředí se promítá do všech rozhodovacích procesů společnosti. Od roku 1992 McDonald’s sbírá použitý tuk a kartony. V roce 1996 firma uvedla do života projekt třídní odpadů po zákaznících, a to testem ve dvou restauracích. Dnes jsou do systému zapojeny všechny provozovny. V roce 1999 začala kromě kartonů a tuku recyklovat také veškeré plasty (PE folie a nádoby, PS a PP) a většinu papíru. Všechny restaurace, které McDonald’s na území České republiky provozuje, se začaly řídit pravidly tzv. ekologického řízení podniku. Cílem systému je minimalizovat dopad fungování společnosti a jejich jednotlivých restaurací na životní prostředí. Každému uskutečněnému kroku musí předcházet vyhodnocení jeho dopadů na životní prostředí. Pro potřeby ekologického plánování byla vytvořena pracovní skupina, která sestává z vedoucích všech oddělení. Politika ekologického řízení se projevuje ve čtyřech oblastech: snižování spotřeby zdrojů, jejich efektivní využívání, snižování emisí a snižování tuhého odpadu.

McDonald’s podporuje dlouhodobě nemocné děti a jejich rodiny

Od počátku svého podnikání v České republice spolupracuje McDonald’s s klinikou dětské hematologie a onkologie 2. LF UK v Praze Motole. V roce 2002 založil obecně prospěšnou společnost Ronald McDonald Charity. Jejím úkolem je nyní financovat prozatímní ubytovací kapacity pro dlouhodobě nemocné děti a jejich blízké při FN v Motole. Předsedou dozorčí rady je prof. MUDr. Josef Koutecký, CSc., nestor české onkologie a nositel prestižního státního vyznamenání "Medaile za zásluhy". Díky podpoře Ronald McDonald Charity se dosud podařilo ubytovat od roku 2001 přes 3250 rodičů a dětí. Od roku 2003 organizuje McDonald’s pravidelně v listopadu oslavu Mezinárodního dne dětí (World Children’s Day). Akce se každoročně účastní řada známých osobností, přátel a partnerů McDonald’s. Jejím cílem je upozornit na aktivity, které ve prospěch nemocných dětí uskutečňuje Ronald McDonald Charity a získat prostředky na její činnost. McDonald’s vždy v tento den věnuje obecně prospěšné společnosti část svých tržeb. Zákazníci mohou navíc přispět nákupem "ručiček" v rámci akce "Pomocná ruka". V budoucnu je cílem Ronald McDonald Charity, o. p. s., vybudovat tzv. Ronald McDonald House, ubytovací zařízení, které bude sloužit ubytování dětí a maminek v areálu FN Motol. Projekt je v jednání. Byla zpracována velmi pěkná studie tohoto velice prospěšného zařízení. **(tz)** ➤

Systém NEMO pro management

pokračování ze strany 5

Týkájí se sestavování rozpočtu a jeho následnou kontrolou. NEMO také dokáže přehledně uspořádat primární data společnosti nebo generovat manažerské reporty. Uživatel jedním klikem získá detailní informace o pronajatých i nepronajatých prostorách, prognózy finančního vývoje, statutární reporty pro investory či informace o obsazenosti pronajimatelných ploch. Informační systém NEMO navíc dokáže optimalizovat cash flow napříč celým investičním portfoliem včetně řízení hotovosti mezi bankovními účty projektových společností. **(tz)**

Sendviče McDonald’s až na Kubu. Za patnáct let podnikání na českém trhu se v restauracích McDonald’s prodalo přes 44,8 milionů hamburgerů. Pokud bychom jednotlivé hamburgery seřadili za sebou, pak by takto vytvořená řada sahala z Prahy až do Lisabonu a zpět, případně opačným směrem do Dubaje. Pokud bychom za hamburgery přidali i všechny prodané sendviče Big Mac (44,1 milionů), pak bychom - možná trochu symbolicky - dosáhli až na Kubu. Prodané hamburgery by navíc pokryly plochu o velikosti 47 fotbalových hřišť nebo 8-krát Václavské náměstí v Praze.

Jak je to (nejen) s leasingem na českém trhu

Statistika leasingu, nebankovních spotřebitelských úvěrů a neleasingových finančních služeb pro podnikatele v ČR v roce 2006

Sekretariát asociace zaslal všem členům asociace rozšířený dotazník k jejich obchodům uzavřeným v loňském roce doplněný podle rozhodnutí členské schůze ČLFA z 19. ledna 2007 o další statistické údaje. Z údajů o objemech a zaměření obchodů členských společností asociace vyplývají následující závěry k aktuální situaci na našem trhu:

1. K vývoji leasingu movitých věcí

- členské společnosti České leasingové a finanční asociace předaly vloni do leasingového užívání movité věci (stroje, zařízení a dopravní prostředky) v celkové pořizovací hodnotě (bez DPH) 106,365 mld. Kč
- objem loňského leasingu movitých věcí členů asociace se proti roku 2005 zvýšil o 5,84 % (při inflaci 2,5 %)
- za reálného předpokladu, že členské společnosti ČLFA ovládají 97 % našeho leasingového trhu, lze konstatovat, že celkem byly v ČR v r. 2006 předány do leasingu stroje, zařízení a dopravní prostředky za cca 109,7 mld. Kč
- podíl leasingu osobních aut v roce 2006 dosáhl 29 %, podíl leasingu lehkých užitkových aut 18,2 %, podíl leasingu motocyklů 0,3 %, podíl leasingu nákladních aut (včetně přívěsů a návěsů) 22,6 %, podíl leasingu autobusů 1,2 %, podíl leasingu ostatních těžších silničních vozidel 1,2 %, podíl leasingu lodí a železničních vozidel 1,1 %, podíl leasingu počítačů a kancelářské techniky 1,2 %, podíl leasingu strojů a zařízení 23,3 %, podíl leasingu ostatních komodit 1,9 %
- údaje za loňský rok 2006 potvrzují dlouhodobou stabilizaci komoditního zaměření našeho leasingu movitých věcí. Podíl leasingu osobních a užitkových vozů se již šestým rokem udržuje pod 50 % a vloni dále poklesl
- podíl nových osobních aut na celkovém objemu leasingu osobních vozů loni proti roku 2005 poklesl a dosáhl 82 % (86,4 % v roce 2005, v roce 2004 to bylo 82 %)
- pokud jde o zákaznické zaměření leasingu, vloni opět dominoval leasing do soukromých služeb (54,1 %) a leasing do průmyslu a stavebnictví (36,3 %), leasing do zemědělství činil vloni 4,5 %, leasing do veřejného sektoru služeb 5,1 %
- podíl operativního leasingu se na celkových loňských leasingových objemech zvýšil na 14 % (v roce 2000 činil 3,5 %, v roce 2001 4,5 %, v roce 2002 4,25 %, v roce 2003 4,63 %, v roce 2004 8 % a v roce 2005 12 %)
- členské společnosti ČLFA uzavřely vloni 3938 smluv o zpětném leasingu movitých

věcí v celkové hodnotě 4,65 mld. Kč, což představovalo 4,37 % z celkové hodnoty leasovaných movitých věcí

- členské společnosti asociace ohlásily uzavření 157 065 smluv o leasingu movitých věcí v roce 2006, z toho 11 407 smluv o operativním leasingu účetně daňovém, 12 599 smluv o full-service leasingu a 132 smluv o správě vozových parků (v r. 2005 šlo o celkem 160 181 leasingových smluv, v roce 2004 šlo o 197 891 leasingových smluv, v roce 2003 o 237 343 leasingových smluv, v roce 2002 o 197 871 leasingových smluv). Zvyšuje se průměrná hodnota financovaná jednotlivou leasingovou smlouvou.

2. K vývoji leasingu nemovitostí

- v roce 2006 byly do leasingového užívání předány nemovitosti za 11,183 mld. Kč. Došlo tak k poklesu objemu leasingu nemovitostí proti roku 2005 o cca 10,1 %
- do leasingového užívání byly předány nemovitosti z 96 uzavřených leasingových smluv, z toho 13 uzavřených na operativní leasing nemovitostí
- brzdou ještě výraznějšího rozvoje našeho leasingu nemovitostí zůstává jeho dvojitá zatížení daní z převodu nemovitostí a obtížná odhadnutelnost její kalkulace s ohledem na dlouhodobost leasingu nemovitostí (minimálně 8 let)
- mezi leasovanými nemovitostmi dominovaly průmyslové budovy (35,9 %), prodejny (24,5 %) a úřední budovy (20,1 %). Podíl hotelů na celkovém leasingu nemovitostí činil 9,9 %, podíl ostatních typů budov 9,6 %. Většina smluv o leasingu nemovitostí byla vloni uzavřena na období 8-16 let (91,2 %)
- členské společnosti asociace uzavřely vloni 93 nových smluv o leasingu nemovitostí, kterým odpovídá souhrn pořizovacích cen leasovaných nemovitostí 10,48 mld. Kč
- účetní zůstatková hodnota všech leasovaných nemovitostí ve vlastnictví členů asociace dosáhla po odpisech za rok 2006 51,464 mld. Kč.

3. K vývoji poskytování neleasingových finančních produktů pro osobní spotřebu

- 21 členských společností ČLFA poskytlo v roce 2006 spotřebitelské úvěry na movité věci v celkovém objemu 36 617,72 mil. Kč, z toho 8 334,39 mil. Kč ve formě osobních půjček, 15 095,96 mil. Kč ve formě revolvingových úvěrů a 13 187,37 mil. Kč při financování v místě prodeje
- proti roku 2005 došlo vloni k růstu objemu spotřebitelských úvěrů poskytnutých členskými společnostmi ČLFA o 12,8 %
- vloni uzavřely členské společnosti ČLFA 589 osobních půjček na pořízení nemovitostí celkem za 142,25 mil. Kč.

4. K neleasingovému financování investičního majetku

- vloni profinancovaly členské společnosti asociace podnikatelům jejich investiční záměry cestou prodeje na splátky či jiným "neleasingovým" způsobem v celkové hodnotě 11,922 mld. Kč, z toho 1,513 mld. Kč při

pořízení nemovitostí. Proti roku 2005 šlo o nárůst o 105 %

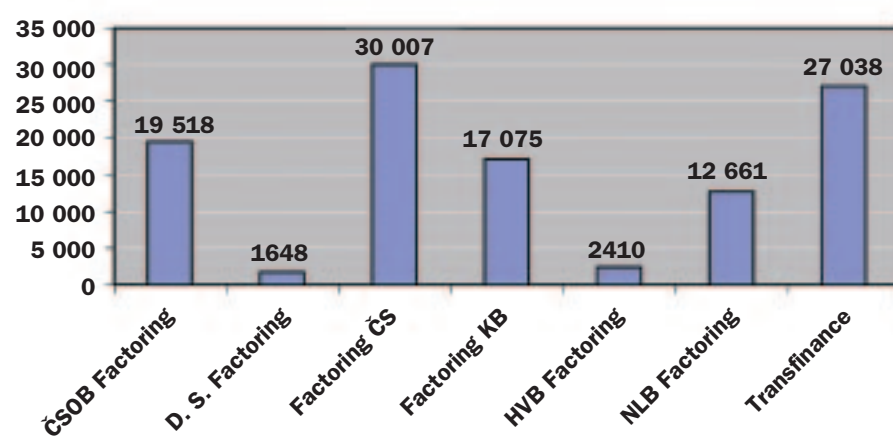
- největší podíl při neleasingovém financování podnikatelů dosáhly užitkové vozy (25,6 % z celkového objemu), osobní automobily (20,5 %) a stroje a zařízení (19,7%)
- vloni uzavřely členské společnosti asociace 26 430 smluv o prodeji na splátky či o jiném neleasingovém financování podnikatelských potřeb včetně 19 smluv o financování nemovitostí (v roce 2005 šlo o 11 038 smluv, v roce 2004 o 8081 smluv, v roce 2003 o 3714 smluv).

5. Ke koncentraci leasingového trhu v ČR

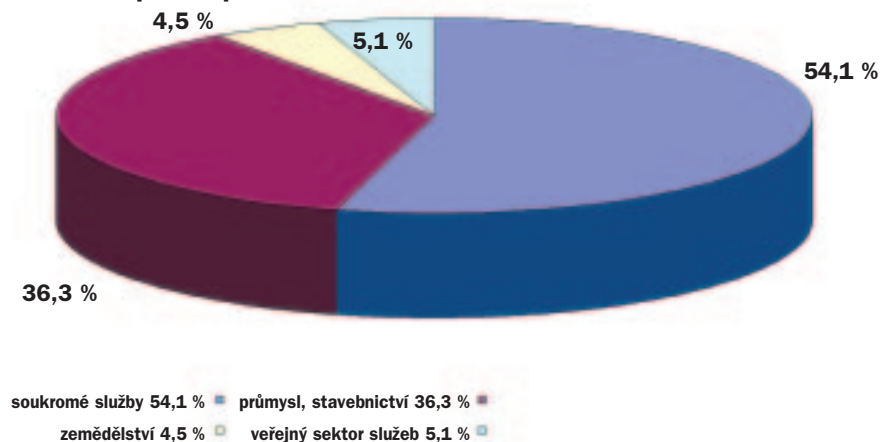
- statistiky za rok 2006 potvrzují vysoký stupeň koncentrace na našem leasingovém trhu a prohlubování tohoto trendu. Podíl vedoucích pěti společností na leasingu movitých věcí v ČR dosáhl vloni 53,3 % (52,3 % v roce 2005). Podíl vedoucích 15 společností na našem trhu movitých věcí dosahuje nyní 80 % (79,6 % v roce 2005).

(tz číla)

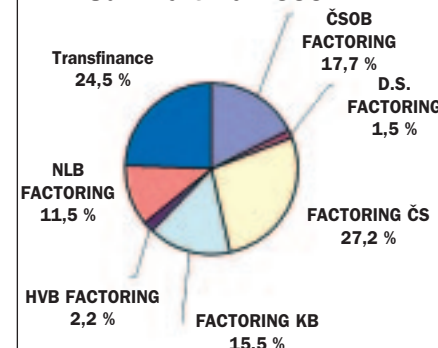
Obrat 2006 1 - 12



Leasing movitých předmětů v ČR v r. 2006 podle podnikatelského zaměření zákazníků



Podíl na trhu 2006 1 - 12



2006 1-12 (EUR Mio)	Domestic	Export	Import	Total fact.	Other	Total	Share
ČSOB Factoring	604	105	0	709	0	709	17,7%
D. S. Factoring	54	5	0	60	0	60	1,5%
Factoring ČS	911	53	28	991	99	1 090	27,2%
Factoring KB	525	62	33	620	0	620	15,5%
HVB Factoring	85	2	0	88	0	88	2,2%
NLB Factoring	313	40	4	357	103	460	11,5%
Transfinance	651	265	66	982	0	982	24,5%
Total	3 144	532	131	3 807	202	4 009	100%

2006 1- 12 (v mil.Kč)	Tuzemský	Exportní	Importní	Celkem fact.	Ostatní	Celkem	Podíl	
							total	fact
ČSOB Factoring	16 616	2 902	0	19 518	0	19 518	17,7%	18,6%
D. S. Factoring	1500	148	0	1 648	0	1 648	1,5%	1,6%
Factoring ČS	25 069	1 446	770	27 285	2 722	30 007	27,2%	26,0%
Factoring KB	14 467	1 697	911	17 075	0	17 075	15,5%	16,3%
HVB Factoring	2 353	57	0	2 410	0	2 410	2,2%	2,3%
NLB Factoring	8 628	1 098	109	9 835	2 826	12 661	11,5%	9,4%
Transfinance	17 926	7 304	1 808	27 038	0	27 038	24,5%	25,8%
Celkem	86 559	14 652	3 598	104 809	5 548	110 357	81%	80%

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

Společnost Enterprise Investors a investiční plány

Enterprise Investors (EI), největší private equity investor ve střední a východní Evropě, oznámila investiční plány svého nového fondu Polish Enterprise Fund VI (PEF VI). PEF VI s celkovými investičními prostředky 658 miliónů eur je největším private equity fondem, který se kdy orientoval na střední a východní Evropu. ➡

Společnostem skupiny RWE v ČR vloni přibylí zákazníci

Počet zákazníků skupiny RWE v České republice za poslední rok narostl o 18 710. Největší přírůstek zaznamenala v rámci skupiny Středocheská plynárenská, které v roce 2006 přibyl 8676 odběratelů. Rostoucí trend zůstal zachován především díky akvizicím a nové výstavbě rodinných domů. ➡

Buřinka rozšířila nabídku úvěru HYPO TREND o pevnou úrokovou sazbu

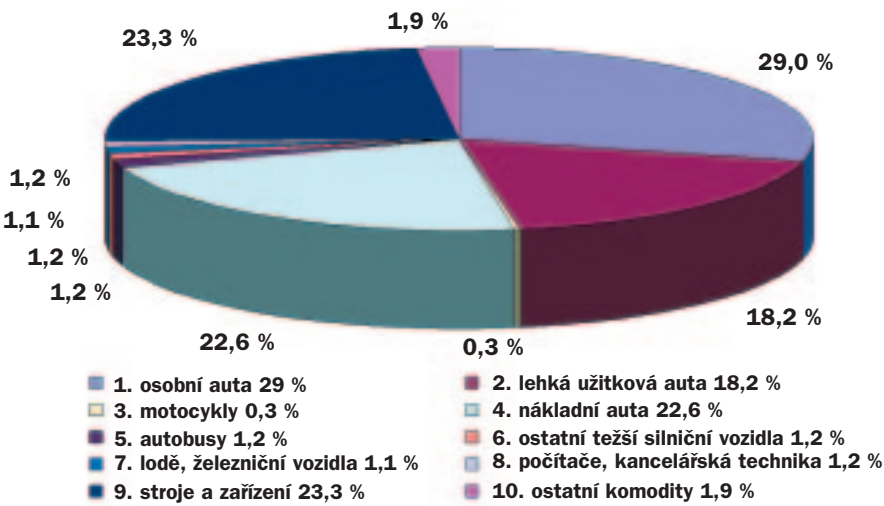
Stavební spořitelna České spořitelny uvedla 1. dubna 2007 na trh překlenovací úvěr HYPO TREND s pevnou úrokovou sazbou a pevnou splátkou úvěru po celou dobu splácení. Současně snižuje úrokové sazby a minimální měsíční platby u všech typů překlenovacích úvěrů a zjednodušuje úvěrovou nabídku. Klient může získat u Buřinky překlenovací úvěr s roční sazbou už 3,95 % p. a. Za úvěr ve výši 500 tisíc Kč tak klient bude měsíčně platit pouze 2600 Kč. ➡

Plzeňský Prazdroj ušetřil 46 % emisí CO₂

Hlavním důvodem poklesu emisí CO₂ byla modernizace varny v pivovaru v Plzni, díky které se podařilo snížit emise z 15 000 tun CO₂ na 2000 tun CO₂ - úspora 87 %. K úspoře došlo i v pivovaru Radegast v Nošovicích, kde se díky výstavbě anaerobní čističky odpadních vod podařilo snížit emise zpracováním bioplynu o 6-8 %. Plzeňský Prazdroj obdržel pro období NAP I. 118,11 tisíc emisních povolenek. ➡

pokračování ze strany 8

Zaměření leasingu movitých předmětů v ČR v r. 2006 podle komodit



Pořadí největších leasingových společností podle objemu nově uzavřených leasingových obchodů v r. 2006 (souhrn pořizovacích cen leasovaných věcí bez DPH v mil. Kč)

	celkem	z toho nemovitosti
1. ČSOB Leasing, a. s.	17 547	
2. CAC Leasing, a. s. */	13 195	752
3. ŠkoFIN, s. r. o.	9 894	41
4. SG Equipment Finance Czech Republic, s. r. o.	8 461	
5. VB Leasing CZ, s. r. o.	8 400	
6. sAutoleasing, a. s.	5 180	
7. IMMORENT ČR, s. r. o.	5 065	5 056
8. CREDIUM, a. s.	4 598	
9. DaimlerChrysler Financial Services Bohemia, s. r. o.	4 521	
10. Raiffeisen-Leasing, s. r. o.	3 692	2 188
11. LeasePlan ČR, s. r. o.	3 448	
12. Deutsche Leasing ČR, s. r. o.	3 238	
13. IMPULS-Leasing -AUSTRIA, s. r. o.	3 140	1 628
14. S MORAVA Leasing, a. s.	2 367	160
15. ALD Automotive, s. r. o.	2 251	

*/ včetně objemů RLCZ a CAC FSL - leasingy realizované pracovníky CAC Leasing, a. s.

Pořadí největších leasingových společností podle objemu nově uzavřených leasingů movitých věcí v r. 2006 (souhrn pořizovacích cen leasovaných věcí bez DPH v mil. Kč)

1. ČSOB Leasing, a. s.	17 547
2. CAC Leasing, a. s. */	12 443
3. ŠkoFIN, s. r. o.	9 853
4. SG Equipment Finance Czech Republic, s. r. o.	8 461
5. VB Leasing CZ, s. r. o.	8 400
6. sAutoleasing, a. s.	5 180
7. CREDIUM, a. s.	4 598
8. DaimlerChrysler Financial Services Bohemia, s. r. o.	4 521
9. LeasePlan ČR, s. r. o.	3 448
10. Deutsche Leasing ČR, s. r. o.	3 238
11. ALD Automotive, s. r. o.	2 251
12. SCANIA FINANCE Czech Republic, s. r. o.	2 228
13. S MORAVA Leasing, a. s.	2 207
14. UNILEASING, a. s.	1 768
15. PSA FINANCE ČESKÁ REPUBLIKA, s. r. o.	1 691

*/ včetně objemů RLCZ a CAC FSL - leasingy realizované pracovníky CAC Leasing, a. s.

Pořadí největších leasingových společností podle objemu leasingu nemovitostí předaných do užívání v r. 2006 (souhrn pořizovacích cen leasovaných nemovitostí v mil. Kč)

1. IMMORENT ČR, s. r. o.	5 056
2. Raiffeisen-Leasing, s. r. o.	2 188
3. IMPULS-Leasing -AUSTRIA, s. r. o.	1 628
4. Immoconsult Czechia, s. r. o.	1 200
5. CAC Leasing, a. s.	752
6. S MORAVA Leasing, a. s.	160
7. Oberbank Leasing, spol. s. r. o.	142
8. ŠkoFIN, s. r. o.	41
9. D. S. Leasing, a. s.	8

Pořadí největších leasingových společností podle objemu nově uzavřených operativních leasingů movitých věcí v r. 2006 (souhrn pořizovacích cen leasovaných věcí bez DPH v mil. Kč)

1. LeasePlan ČR, s. r. o.	3 304
2. ŠkoFIN, s. r. o.	1 440
3. ALD Automotive, s. r. o.	1 085
4. ARVAL CZ, s. r. o.	1 009
5. ČSOB Leasing, a. s.	831
6. CAC Leasing, a. s. */	744
7. BUSINESS LEASE, s. r. o.	729
8. DaimlerChrysler Financial Services Bohemia, s. r. o.	666
9. SG Equipment Finance Czech Republic, s. r. o.	614
10. ŠkoFIN Fleet Services, a. s.	540
11. CREDIUM, a. s.	396
12. IKB Leasing ČR, s. r. o.	381
13. sAutoleasing, a. s.	374
14.-15. D. S. Leasing, a. s. **/	318
SCANIA FINANCE Czech Republic, s. r. o.	318

*/ včetně objemů RLCZ a CAC FSL - leasingy realizované pracovníky CAC Leasing, a. s.

**/ včetně objemů D. S. Leasing Full Service, s. r. o

Pořadí členských společností podle objemu spotřebitelských úvěrů poskytnutých v r. 2006 (souhrn úvěrových prostředků poskytnutých pro potřebu domácností resp. financovaná částka v mil. Kč)

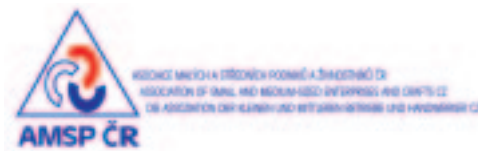
1. GE Money Multiservis, a. s.	9 610
2. CETELEM ČR, a. s.	8 916
3. Home Credit, a. s.	7 098
4. GE Money Auto, a. s.	2 877
5. ESSOX, s. r. o.	2 834
6. Santander Consumer Finance, a. s.	1 945
7. ČSOB Leasing, a. s.	771
8. COFIDIS, s. r. o.	633
9. sAutoleasing, a. s.	567
10. ŠkoFIN, s. r. o.	502
11. GMAC, a. s.	253
12. Toyota Financial Services Czech, s. r. o.	199
13. CAC Leasing, a. s.	186
14. SUMMIT LEASING CZ, s. r. o.	56
15. VB Leasing CZ, s. r. o.	48

Pořadí členských společností podle objemu neleasingového financování podnikatelů (souhrn poskytnutých finančních prostředků v mil. Kč)

1. ČSOB Leasing, a. s.	2 075
2. IMMORENT ČR, s. r. o.	1 421
3. ŠkoFIN, s. r. o.	1 417
4. SG Equipment Finance Czech Republic, s. r. o.	1 190
5. GE Money Auto, a. s.	1 146
6. CAC Leasing, a. s.	662
7. S MORAVA Leasing, a. s.	643
8. VB Leasing CZ, s. r. o.	447
9. Deutsche Leasing ČR, s. r. o.	427
10. ESSOX, s. r. o.	387
11. CREDIUM, a. s.	354
12. sAutoleasing, a. s.	314
13. Santander Consumer Finance, a. s.	301
14. Oberbank Leasing, spol. s. r. o.	268
15. Toyota Financial Services Czech, s. r. o.	168

Pro podnikatele se vymýšlejí samé překážky

Stanovisko Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR k Zelené knize EK "Modernizace pracovního práva"



AMSP ČR je zásadně proti Zelené knize EK "Modernizace pracovního práva", doporučuje vládě ČR tuto iniciativu vetovat, a tím zabránit ještě složitějším podmínkám podnikání, než které dnes v ČR jsou.

Zdůvodnění:

Je třeba konstatovat, že problematika "evropského pracovního práva" je pro segment malých a středních podniků i živnostníků velmi vzdálená, neboť je zavalen problémy souvisejícími s vyrovnáním se s novým zákoníkem práce a vůbec s přežitím a plněním všech požadavků, které na něj klade česká administrativa. Přesto se Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR touto problematikou zabývá, a to v rámci práce Odborného výboru AMSP ČR pro hospodářství a daně.

AMSP ČR vítá diskuzi k iniciativě Evropské komise o modernizaci pracovního práva na evropské úrovni. Fenoménem dnešní doby je globalizace, která mění vše včetně sociální oblasti. Již v roce 1997 byla předložena v UNICE (dnes BusinessEurope) Zelená kniha o organizaci práce a vždy se při jejím projednávání na evropské úrovni narazilo na diverzifikaci podmínek jednotlivých států. Velkou překážkou se v současné době jeví tato velká rozmanitost národních úprav v oblasti pracovních vztahů. Zmíněná snaha využít této situace ke zvýšení současného standardu v jednotlivých zemích by mohla vést v českých podmínkách podnikání k neblahým důsledkům.

Minimální práva zaměstnavatelů

Nejsme přesvědčeni o celkové prospěšnosti snahy o vytvoření "Evropského zákoníku práce", který by stanovil minimální práva zaměstnavatelů a maximální závazky v ochraně zaměstnanců pro výkon závislé práce. Minimální pracovní podmínky jsou navíc již upraveny a garantovány Úmluvami mezinárodní organizace práce a acquis. Rozhodně tedy není žádoucí jejich duplicitní zakotvování ve Směrnicích EU, příp. v Evropském zákoníku práce, kde by se dala předkládat jeho přímá závaznost na celém území EU. Z pozice MSP jako segmentu, který v České republice zaměstnává přes 61 % průmyslového obyvatelstva, prosazujeme, aby úprava pracovního práva byla i nadále ponechána v kompetenci národní legislativy jednotlivých členských zemí a Evropská unie sehrávala pouze koordinační roli, jako tomu je např. v oblasti systémů sociálního zabezpečení. Řada rigidit vzniká na národní úrovni, proto převážná většina opatření musí být přijata na úrovni členských států. Dle našeho názoru by úloha EU měla spočívat v monitorování národních reforem a zprostředkování výměny dobrých zkušeností. Rozhodně se stavíme za názor, že vytváření legislativy shora je kontraproduktivní. Bohužel k neblahým zážitkům malých a středních podniků v České republice patří negativní zkušenosti s neznalostí a nekompetentností českých úředníků, kteří při přejímání evropských norem do české legislativy jsou mnohdy "papežštější než papež". V důsledku legislativní smršťe, kterou nejsou schopni podnikatelé ani renomovaní poradci už sledovat, vyžadují úřady často

další potvrzení, hlášení a výkazy nad rámec běžných povinností, o jejichž účelovosti lze vážně pochybovat. Netřeba zmiňovat administrativní zátěž MSP, která je v současné době enormní a se zvyšujícím se přívalem administrativních požadavků z Bruselu, potažmo od českých úřadů, zvyšuje jejich náklady a nedává malé či střední firmě možnost plně se věnovat své činnosti, výrobě, službám či obchodu, tedy obstát v tvrdém konkurenčním prostředí. Tzn. evropská úprava má smysl pouze tehdy, pokud nebude eskalovat množství dokumentů. Doporučujeme revidovat stávající dokumenty z této oblasti a novou úpravu připravit stručněji, rámcově a také zajistit její plnění a kontrolu (doposud téměř nefunguje).

Flexibilita a silné sociální zabezpečení

Jako problematické se rovněž jeví pro představitele MSP naplnění požadavku tzv. flexibility, což je kombinace flexibility a silného sociálního zabezpečení ("social security"). Jeho kořeny najdeme v posledních dekáдах 19. století a na počátku 20. století. Možnost rychlého propouštění a přijímání je více než sto let stará a vychází z "dávnych" dohod mezi odborovými a zaměstnavatelskými svazy. Flexicurita je velmi těžkým hledáním rovnováhy mezi flexibilitou na jedné straně a vysokou sociální jistotou na straně druhé. Flexicurity není konfrontace flexibility a jistoty, ale jde o dva protipóly, které se však vzájemně doplňují a vytvářejí kvalitu. Přílišná regulace způsobuje, že zaměstnavatelé i zaměstnanci "utíkají" do jiných pracovních právních vztahů, do občansko právních vztahů, navíc český právní řád atypické formy zaměstnávání umožňuje. V Zákoníku práce existují stále i dohody o provedení práce a další netypické formy zaměstnávání, které však jsou v ČR ve srovnání s jinými státy využívány málo (8-10 %) - zde je značná rezerva. Dle našeho názoru však Zelená kniha - Modernizace pracovního práva jde proti duchu flexicurity. Jedná se o nedocenění úlohy OSVČ pro rozvoj podnikatelského smýšlení a negativní pohled na flexibilní formy práce podložené chybně výkladem "insiders" a "outsiders". Zelená kniha začlenila pod "outsiders" např. telework a jiné formy práce, přičemž pro mnoho lidí je

tato práce zdrojem obživy (ženy na mateřské dovolené, lidé pečující o postiženou osobu, starší lidé apod.). Jednoznačně však podporujeme vymýcení tzv. zastřených pracovních vztahů a nehlášené práce.

Rozvazování pracovních vztahů a pracovní doba

Problematickou oblastí pro zaměstnavatele se rovněž jeví rozvazování pracovních vztahů a pracovní doba. V této souvislosti lze očekávat nelehkou až konfrontační diskuzi s odbory na nadnárodní i národní úrovni. Dlouhodobé pokusy o revizi směrnice o některých aspektech pracovní doby ukazují, že sjednotit představy jednotlivých zemí, představy zaměstnavatelů i zástupců zaměstnanců není a nebude jednoduché.

Co se týká agenturního zaměstnávání, rozhodně řeší problém mnoha firmám, zejména se sezónními pracemi (stavební firmy apod.), avšak dnes tyto firmy stojí před problémem, jak vyřešit propouštění zaměstnanců při skončení zakázky. Proto prioritou reforem je i odstranění rigidit zejména při ukončování pracovních vztahů. Chápeme snahu odborů o zajištění slušných a důstojných podmínek pro práci zaměstnanců, kdy upozorňují na to, že současný Zákoník práce umožňuje pracovat i 16 h denně, což umožňuje flexibilitu práce zaměstnance dle požadavků zaměstnavatele, ale zároveň je na úkor zaměstnance. Tato skutečnost je dle názoru odborů v rozporu se záměrem EU slučovat a kloubit rodinný a pracovní život zaměstnanců. Dle odborů i další vzdělávání je velmi složité při přetížení zaměstnanců a ze strany státu je podceňováno. Agenturní zaměstnanci vytlačují kmenové zaměstnance, nejsou dodržovány srovnatelné pracovní podmínky a proniká sem touto cestou organizovaný zločin. Nefungují kontrolní systémy v Evropě ani u nás. Kontrola ze strany Úřadů práce v oblasti zaměstnanosti je nedostačující, je zde nedostatečné vybavení, chybí kvalifikovaní zaměstnanci na těchto úřadech, kontrolní akce nejsou provázané, dubluje se, v určitých otázkách nemá zodpovědnost ani Inspekce práce ani Úřad práce.

Je třeba však zdůraznit, že nedodržování slušných a důstojných podmínek zaměstnanců je detekováno v ČR především u nadnárodních

společností, zejména obchodních řetězců, nikoli u malých a středních firem! MSP si naopak kvalitního pracovníka velmi váží, snaží se jej udržet, platí mu školení, kurzy, různé bonusy apod., přestože současně čelí tlaku právě nadnárodních společností, které schopné zaměstnance "přetahují a přepálají".

Proces zaměstnávání cizinců - brzda v podnikání

Malí a střední podnikatelé naopak poukazují na to, že úřady práce a proces zaměstnávání cizinců jsou velkou brzdou v podnikání. Pokud firma nemůže sehnat zaměstnance z řad občanů ČR na místa jako jsou svářeči, obráběči, konstruktéři apod., má povinnost nahlásit volné místo na úřad práce. Nastává 2-měsíční čekání, zda úřad práce místo obsadí, což se v 90 % nepodaří. Mezitím si podnikatel najde pracovníka sám v zahraničí, a pokud je tento pracovník ze třetí země (mimo EU), nastává další peripetie, kdy jej musí nahlásit opět na úřad práce a čekat min. 2 měsíce na vyjádření a schválení. V optimálním případě trvá celý proces obsazení místa 4 měsíce, přičemž 1) daná zakázka firmě již dávno "uteče" nebo 2) ztratí zájem daný pracovník, který není pochopitelně ochoten tak dlouho čekat. Podnikatelé potřebují pružný trh!

Podle nové studie nizozemské společnosti SEO se český trh také vyrovnává s vážným problémem nedostatku pracovních sil, a to zejména v oborech jako je svářeč, obráběč, konstruktér apod. Pokud Česká republika nebude více podporovat své podnikatele a nebude přijímat více imigrantů, české hospodářství zkolabuje. Podle této studie bude Česku v r. 2050 chybět celkem půldruhého milionu pracovních sil. To je plná třetina průmyslového obyvatelstva. Na vině je jednak stárnutí populace, ale také odliv dělníků na západ. Česko bude mít s pracovní silou vůbec největší problémy ze zemí EU. Recept je přitom jediný - přijímat více imigrantů a včas začít hledat vhodné adepty. Největší problémy bude mít především průmysl, kde bude chybět přes 400 000 lidí, dělníci budou ale chybět i ve stavebnictví, obchodě a dopravě. Závěr: AMSP ČR doporučuje úpravu pracovního práva i nadsle ponechat v kompetenci národní legislativy.

AMSP ČR, 5. 3. 2007

Ředitel CzechInvestu představil své priority

Nový generální ředitel CzechInvestu Roman Čermák představil své priority. V nejbližších měsících bude jeho hlavním cílem, aby CzechInvest obstál v auditu připravenosti, který v krátké době zahájí Evropská komise. Agentura dále pod jeho vedením rozvine spolupráci s univerzitami v oblasti podpory investic do technologických náročných projektů a zaměří se také na revitalizaci průmyslových brownfields. Mezi své priority řadí Roman Čermák také racionální vyřešení problémů agentury v oblasti lidských zdrojů, za které považuje vysoký počet stupňů řízení, nadměrnou fluktuaci zaměstnanců a neprůhledný outsourcing pracovníků.

"Chápu, že po náhlém odvolání Tomáše Hrudý je situace v agentuře napjatá. Jsem přesvědčen, že toto období v krátké době překonáme. V tuto chvíli je důležité, aby agentura prošla auditem připravenosti, který v rezortu průmyslu a obchodu brzy zahájí Evropská komise. Do měsíce chci také reagovat na výsledky kontroly, kvůli kterým byl odvolán můj předchůdce. To jsou v tuto chvíli priority číslo jedna," řekl jmenovaný generální ředitel agentury CzechInvest Roman Čermák.

Audit připravenosti je důležitým milníkem pro bezproblémové čerpání prostředků ze strukturálních fondů. Tímto auditem procházejí všechny

instituce, které se v České republice podílejí na čerpání evropských prostředků.

"Chci se zaměřit na revitalizaci průmyslových brownfields, které investoři doposud spíše přehlížejí. Přednostní podpora využít opuštěných průmyslových areálů pro nové investiční projekty v České republice je prioritou rezortu průmyslu a obchodu. Víím, že CzechInvest již v této oblasti aktivně pracuje, má například připravenou mapu nevyužitých průmyslových území. Teď půjde o to, aby se tato práce také projevila na počtu podpořených projektů," uvedl Roman Čermák.

"V personální oblasti je zcela nezbytné řešit vysokou míru fluktuace zaměstnanců. Kdo pravidelně sleduje personální servery, ví, že ve srovnání s jinými státními institucemi vydává CzechInvest pravidelně velmi vysoký počet inzerátů na volná pracovní místa. Zde je evidentní chyba bývalého managementu, který dlouhodobě nebyl schopen tuto situaci vyřešit. Druhou oblastí, kterou se chci v oblasti lidských zdrojů zabývat, je efektivnost manažerského řízení. Organizační struktura CzechInvestu má v současné době několik divizí a téměř dvacet odborů. Při počtu zhruba tří set kmenových i přes agenturu najatých pracovníků se jedná o příliš složitý manažerský model," uvedl dále R. Čermák. (tz)



Personální změny v agentuře na podporu podnikání a investic CzechInvest

AMSP ČR sleduje dění v CZECHINVESTU s určitými obavami. CZECHINVEST od doby, kdy spravuje čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů, začal být důležitou státní složkou i pro segment MSP. Je třeba konstatovat, že k jeho činnosti pod vedením generálního ředitele T. Hrudý nebyly ze strany firem žádné připomínky, naopak přístup a spolupráce CzechInvestu v rámci předkládání projektů byl hodnocen ze strany firem velmi pozitivně. Problémovými se jevila jen některá až nesmyslná kritéria u vybraných projektů, kde však jejich tvorba nebyla v plné kompetenci CZECHINVESTU.

Uznáváme právo MPO ČR na provádění personálních změn v této i druhých jím řízených agenturách. Stav v CZECHINVESTU po odvolání generálního ředitele Hrudý však není stabilizovaný. Předpokládáme, že MPO si je vědomo své plné odpovědnosti a v případě zhoršení činnosti CZECHINVESTU přijme tuto odpovědnost za vyvolaný stav. Podnikatelé se obávají dalšího možného zpoždění spuštění mechanismu pro čerpání finančních prostředků z EU v novém programovacím období 2007-2013.

AMSP ČR
V Praze dne 6. 4. 2007

Reforma veřejných financí

AMSP ČR vítá odhodlání vlády provést sociální a daňovou reformu. K tomu, co bylo v současné době zveřejněno, má následující připomínky:

1. Mezi malými a středními podnikateli zveřejněná reforma nespĺnila očekávání, které jim dávala avizovaná reforma z pera ODS. V současné době některá opatření, řádně nevysvětlená, vzbuzují obavy z většího zatížení podnikatelů.
2. V sociální oblasti, kterou nechceme hodnotit, vzbuzuje rozpaky nemocenská. Vítáme neplacení prvníh tříd dnů nemoci, ale co bude dál? Doufáme, že zaměstnavatelé nebudou muset platit dalších 14 dní nemocenské tak, jak je to nyní připraveno.
3. Daňová část v dani z příjmu právnických osob nespĺnila zásadní očekávání a navíc nebyly zveřejněny podrobnosti, tj. jaký bude základ pro výpočet daně z příjmu a jak bude naloženo s odpočitatelnými položkami.
4. Také DPH je stanovena proti záměřům a roste jen jedním směrem. To jsou zásadní připomínky malých a středních firem a živnostníků, které v současné době vzbuzují obavy, že pro MSP bude hůře než lépe.

AMSP ČR, V Praze dne 6. 4. 2007

Accenture Zlatá koruna 2007

Rekordních 62 finančních institucí přihlásilo celkem 175 produktů do jubilejního 5. ročníku soutěže Zlatá koruna. V této soutěži vybírají odborníci i široká veřejnost nejlepší finanční produkty dostupné na českém trhu. Letošní 5. ročník soutěže čeká řada zajímavých novinek, které organizátoři představili v polovině dubna na tiskové konferenci v Praze.

Nově budou, nad rámec základních 15 produktových kategorií, vyhlášeny dvě hlavní ceny - Novinka roku a Cena veřejnosti. První z nich, Novinku roku, zvolí svým hlasováním členové Finanční akademie. Nominovány mohou být pouze produkty, jež byly uvedeny na český trh v průběhu posledního roku. "Touto cenou chceme odměnit nové inovativní produkty, které nějakým způsobem výrazně přispěly k rozvoji českého finančního trhu," řekl Pavel Doležal, ředitel soutěže, a dodal: "V letošním ročníku bylo na toto ocenění nominováno celkem 47 produktů." V druhé hlavní kategorii, kterou je Cena veřejnosti, rozhodují svými hlasy o nejoblíbenějším produktu sami klienti. Hlasuje se napříč všemi kategoriemi a na rozdíl od předchozích ročníků je hlasování dvoukolové. Do 31. března 2007 probíhala na www.zlatakoruna.info nominační etapa, v níž bylo možné nominovat jakýkoliv

finanční produkt, který je v současnosti dostupný na českém trhu. Celkem bylo zasláno 10 087 hlasů 314 různým produktům. Dvanáct produktů s největším počtem nominací postoupilo do druhého kola, v němž má nyní veřejnost až do 16. května 2007 příležitost hlasovat vedle internetu také prostřednictvím SMS zpráv. Dvanáctka nejvýše nominovaných produktů je uvedena v příložené tabulce. Mezi 15 základních produktových kategorií byla zařazena kategorie Neživotní pojištění, v níž budou letos Finanční akademii poprvé hodnoceny také produkty povinného ručení, havarijního pojištění a pojištění majetku. Ve svém jubilejním 5. ročníku se Zlatá koruna může pochlubit nejen výrazným nárůstem počtu přihlášených produktů a řadou programových novinek, ale také získáním silného strategického partnera. Generálním partnerem soutěže se stala přední světová poradenská společnost

Accenture. "Získání silného strategického partnera nám umožní další výrazné zkvalitnění soutěže. I díky vstupu Accenture do soutěže jsme byli letos schopni realizovat novinky," sdělil dále Pavel Doležal. V souvislosti se vstupem nového generálního partnera se změnil také název letošního ročníku soutěže, a to na Accenture Zlatá koruna 2007. Nový název se promítl i do loga soutěže. Odbornými partnery Accenture Zlatá koruna 2007 se stala sdružení SOLUS a AFIZ. Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže Accenture Zlatá koruna 2007 se uskuteční ve čtvrtek 24. května v paláci Žofín v Praze.

O soutěži Zlatá koruna

Soutěž Zlatá koruna oceňuje nejlepší finanční produkty roku na českém trhu. Od jejího začátku v roce 2003 se jí zúčastňují všechny významné banky, pojišťovny, leasingové, investiční a další finanční společnosti. Stovka finančních odborníků ve Finanční akademii vybírá z jejich nabídek v jednotlivých kategoriích nejlepší produkty. Výsledky hodnocení ve Zlaté koruně pomáhají veřejnosti snáze se orientovat v záplavě nabídek finančních produktů. Atraktivní je i doprovodné hlasování o Cenu veřejnosti, kde

nejoblíbenější finanční produkty volí veřejnost prostřednictvím internetu a SMS zpráv. Zlatá koruna tak přispívá ke zdravé konkurenci, motivuje vznik nových produktů a veřejnosti napomáhá k vyšší finanční gramotnosti. Letos se uskuteční již 5. ročník soutěže. Další informace o soutěži Zlatá koruna najdete na www.zlatakoruna.info.

O Accenture

Accenture je vedoucí světovou společností poskytující odborné služby v oblasti manažerského poradenství, informačních technologií a outsourcingu. V rámci svého poslání dodávat inovace a inovativní řešení spolupracuje společnost Accenture se svými klienty, aby jim pomohla stát se vysoce výkonnými podniky. Prostřednictvím využívání rozsáhlých znalostí průmyslových odvětví a podnikových procesů, globálních zdrojů a osvědčených zkušeností dokáže Accenture zmobilizovat vhodné lidi, schopnosti a technologie, aby pomohla svým klientům zlepšit jejich výkonnost. S více než 146 000 pracovníky ve 49 zemích dosáhly příjmy společnosti 16,65 mld. USD za fiskální rok končící 31. srpnem 2006. Více informací na <http://www.accenture.cz>.

(tz)

Produkty nominované v kategorii Novinka roku soutěže Accenture Zlatá koruna 2007	
1. AEGON Invest	AEGON Pojišťovna, a. s.
2. AMCICO - Životní pojištění PREMIUM	AMCICO AIG Life, PRVNÍ AMERICKO-ČESKÁ POJIŠŤOVNA, a. s.
3. ASKO MAX	UNIQA pojišťovna, a. s.
4. Aviva EasyLife	Aviva životní pojišťovna, a. s.
5. BusinessGuard - pojištění odpovědnosti manažerů soukromých společností AIG CZECH REPUBLIC pojišťovna, a. s.	AIG CZECH REPUBLIC pojišťovna, a. s.
6. CashBack	Československá obchodní banka, a. s. /Poštovní spořitelna
7. CashBack	Československá obchodní banka, a. s.
8. Clever Invest Junior	Generali Pojišťovna, a. s.
9. CS Realitní fond fondů	CREDIT SUISSE ASSET MANAGEMENT investiční společnost, a. s.
10. ČSOB Hypotéka s garantovanou výší splátky	Československá obchodní banka, a. s.
11. ČSOB Chráněný fond	Československá obchodní banka, a. s.
12. ČSOB Kreditní karta pro podnikatele	Československá obchodní banka, a. s.
13. ČSOB Private Banking World Jumper 1	ČSOB Investiční společnost, a. s.
14. ČSOB Realitní mix(P)	Československá obchodní banka, a. s.
15. ČSOB Vodního bohatství 1	Československá obchodní banka, a. s.
16. Drobný podnikatel - myslíte si, že pojištění podnikatelů musí být složitě?	Generali Pojišťovna, a. s.
17. Družstevní byt	Wüstenrot - stavební spořitelna, a. s.
18. EUROleasing 2007	ČSOB Leasing, a. s.
19. Expresní ocenění bytu	Hypoteční banka, a. s.
20. Financování s eLeasingem	ČSOB Leasing, a. s.
21. Horizont Invest	Conseq Investment Management, a. s.
22. Hypotéka hypoték BAWAG Bank - předfinancování stávající hypotéky	BAWAG Bank CZ, a. s.
23. Hypotéka on-line	Hypoteční banka, a. s.
24. Investiční životní pojištění COMFORT PLUS	AXA životní pojišťovna, a. s. .
25. IQpůjčka - první úvěr na trhu určený na přefinancování stávajících půjček a úvěrů (konsolidace)	BAWAG Bank CZ, a. s.
26. KB Mojekarta	Komerční banka, a. s.
27. Komplexní značkové financování vozidel KIA	ČSOB Leasing, a. s.
28. KONSOLIDACE PŮJČEK - novinka na českém bankovním trhu	GE Money Bank, a. s.
29. Konto Genius Active	GE Money Bank, a. s.
30. Konto Genius Business Active	GE Money Bank, a. s.
31. Leasing s lustrací zdarma	Santander Consumer Finance, a. s.
32. Pastelka	Allianz pojišťovna, a. s.
33. PERSPEKTIVA	Kooperativa, pojišťovna, a. s.
34. Pojištění V KOSTCE - pojištění movitých a nemovitých věcí a odpovědnosti	Česká pojišťovna, a. s.
35. Postžirový účet se službou CashBack	Československá obchodní banka, a. s. /Poštovní spořitelna
36. Profi úvěr bez příjmu	Komerční banka, a.s.
37. PROGRAM Plus(P)	GE Money Auto, a. s.
38. Předhypoteční úvěr	Hypoteční banka, a. s.
39. Překlenovací úvěr HYPO TREND	Stavební spořitelna České spořitelny, a. s.
40. RAPID úrazové pojištění	VICTORIA VOLKSBANKEN pojišťovna, a. s.
41. Refinancování hypoték	GE Money Bank, a. s.
42. Rentier Invest - Inteligentní portfolio pro život	Pioneer Asset Management, a. s.
43. Shell MasterCard od Citibank, a. s.	Citibank, a. s.
44. Systém umožňující klientům volit výši úrokové sazby u překlenovacích úvěrů.	Českomoravská stavební spořitelna, a. s.
45. Úrazová pojistka	Wüstenrot, životní pojišťovna, a. s.
46. Úvěr s lustrací zdarma	Santander Consumer Finance, a. s.
47. Životní pojištění Rodina	ING Životní pojišťovna N. V., pobočka pro Českou republiku

12 produktů nominovaných do finálové etapy hlasování v Ceně veřejnosti

		Číslo produktu pro SMS hlasování
AMCICO - Životní pojištění PREMIUM	AMCICO AIG Life, PRVNÍ AMERICKO-ČESKÁ POJIŠŤOVNA, a. s.	AZK 01
Aviva EasyLife	Aviva životní pojišťovna, a. s.	AZK 02
DYNAMIK Plus	Česká pojišťovna, a. s.	AZK 03
Investiční životní pojištění COMFORT PLUS	AXA životní pojišťovna, a. s.	AZK 04
Max Internetbanking PS	Československá obchodní banka, a. s. /Poštovní spořitelna	AZK 05
Pastelka	Allianz pojišťovna, a. s.	AZK 06
PERSPEKTIVA	Kooperativa, pojišťovna, a. s.	AZK 07
Program Student+	Česká spořitelna, a. s.	AZK 08
Přímé bankovníctví eBanky	eBanka, a. s.	AZK 09
SERVIS 24	Česká spořitelna, a. s.	AZK 10
Služba ČP INVEST Online plus	ČP INVEST investiční společnost, a. s.	AZK 11
Spořicí účet ING Konto	ING Bank N. V., organizační složka	AZK 12

Cena veřejnosti je jednou ze dvou hlavních cen soutěže Accenture Zlatá koruna 2007. V ceně veřejnosti rozhodují o nejoblíbenějším finančním produktu roku svými hlasy sami klienti. Hlasování je dvoukolové. Do 31. března 2007 probíhala na www.zlatakoruna.info nominační etapa. Dvanáct produktů s největším počtem nominací postoupilo do finálového kola, v němž má nyní veřejnost až do 16. května 2007 příležitost hlasovat vedle internetu také prostřednictvím SMS zpráv. Své hlasy v podobě SMS zpráv mohou zájemci zasílat na telefonní číslo 9001106 ve tvaru AZK(mezera)číslo produktu uvedené v tabulce (př. AZK 05).

Sdružení SOLUS se přidalo k soutěži

Sdružení SOLUS, které pro své členy spravuje negativní registry klientských informací (registr FO a registr IČ), přijalo nabídku organizátorů soutěže o nejlepší finanční produkty roku 2007 a stalo se odborným partnerem soutěže Accenture Zlatá koruna 2007. Zástupci sdružení SOLUS budou organizátorům soutěže poskytovat odborné konzultace a komentáře k tématům finančního trhu. "Domníváme se, že vzhledem k tomu, že mezi členy sdružení SOLUS patří řada významných nebankovních finančních institucí, bank a všichni tři mobilní operátoři, umožňuje nám to získávat přehled o dění na českém finančním trhu a zároveň si zachovat dostatečný nadhled," vysvětluje tajemník sdružení SOLUS Jan Stopka. Sdružení SOLUS také nominuje své dva kandidáty do Finanční akademie. Odborná porota, která hodnotí produkty v soutěži Accenture Zlatá koruna 2007, může zvažovat, komu dá

své hlasy, až do 6. května 2007. Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže Accenture Zlatá koruna 2007 se uskuteční 24. května 2007 na Žofíně. Sdružení SOLUS se dlouhodobě věnuje prevenci růstu počtu dlužníků v prodlení, snaze o zvýšení vymahatelnosti stávajících dluhů, snaze o snížení finančních ztrát z poskytovaných služeb a v neposlední řadě také o ochranu samotných klientů před jejich dalším neuváženým zadlužováním v případě, že již mají problémy se splácením svých předchozích smluvních závazků. Celé se to dá shrnout pod pojem "odpovědné úvěrování". Na téma "Cesta k odpovědnému úvěrování v ČR" pořádá sdružení SOLUS pravidelně každých 6 měsíců semináře a snaží se tak o "kultivaci" trhu. "Odborné partnerství soutěže Accenture Zlatá koruna 2007 zapadá do dlouhodobých cílů sdružení SOLUS. Představuje pro nás další nástroj, jak vzdělávat spotřebitele a přispívat ke zlepšování prostředí na tuzemském finančním trhu," říká Jan Stopka.

(tz)



Trendy v manažerském poradenství v ČR

Poradenské služby jsou oblastí podnikání, která velmi rychle reaguje na měnící se potřeby manažerů a majitelů firem. V České republice jsme v posledních letech u našich klientů zaznamenali následující trendy:

1. Čeští manažeři se stále častěji dostávají do nadnárodních pozic. Jejich úkolem je řídit určitou oblast v několika zemích. Nejčastěji se jedná o státy střední a východní Evropy.

Tento fakt vyvolává novou potřebu českých manažerů. Hledají poradenské firmy, které jsou schopny poskytnout stejnou službu se stejnou kvalitou v několika zemích. Největší



M. C. TRITON je elegantní jedničkou

Studie Trh poradenských služeb v ČR, kterou nedávno zveřejnila společnost Factum Invenio, s. r. o., vypovídá jednoznačně: hlavním cílem výzkumu bylo z dostupných zdrojů zpracovat přehled o trhu poradenských služeb v ČR v oblasti manažerského a strategického poradenství. V rámci výzkumu bylo zkoumáno 37+1 poradenská společnost (dodatečně byla přidána firma Accenture Central Europe, org. složka v ČR).

Základem byl seznam poradenských firem, odsouhlasený po poskytnutí prvotních údajů zadavatelem.

Jaké je hlavní zjištění?

Z hlediska výše CELKOVÝCH TRŽEB v roce 2005 je poradenská firma M. C. Triton v ČR na prvním místě mezi poradenskými firmami s majoritou českého kapitálu.

Pořadí poradenských firem s majoritou českého kapitálu z hlediska výše tržeb v roce 2005:				
Pořadí dle celk. tržeb 2005	Zkrácený název firmy	Tržby v tis. Kč 2005	Poznámka	Počet stál. pracovníků a externích spolupracovníků
1	M. C. TRITON	68 563	tržby 2006: 82,3 mil. Kč (nárůst o 20 %)	42
2	INCOMA Consult	36 715		11
3	RAVEN Consulting	27 909		34
4	BERMAN GROUP	16 640		8
5	TES Praha	13 942		9
6	INVENTIO CONSULTING	13 788		16

Pořadí prvních deseti poradenských firem, u nichž podíl tržeb ve sféře manažerského a strategického poradenství činí více než 50 % z celkových ročních tržeb (domácí i zahraniční vlastníci):	
1. Deloitte Czech Republic	6. Raven Consulting
2. Mc Kinsey & Company	7. Arthur D. Little GmbH
3. Consulting České spořitelny	8. BERMAN GROUP
4. M. C. TRITON	9. TES Praha
5. INCOMA Consult	10. INVENTIO CONSULTING (tz)

- problémy mají s nalezením poradenské nebo vzdělávací firmy pro oblast personalistiky a vzdělávání. Zde je zvýšený důraz na znalost lokálních specifik a je vyžadován realizační tým složený z lektorů nebo poradců, rodilých mluvčích daného státu. Jenom angličtina prostě není pro kvalitní realizaci v oblasti personalistiky postačující. Speciálně v naší společnosti se poptávka po těchto službách zdvojnásobila a jsme rádi, že na ni díky alianci E-I Consulting Group umíme reagovat.
2. Dravé malé a střední firmy využívají příznivé situace na trhu - roste životní úroveň, roste ekonomika - a také rostou. U celé řady z nich se objevují jednoznačné náznaky krize z růstu a hledají cesty, jak firmu "efektivně uřídit". Aktuálně realizujeme několik projektů, kde ambicí majitelů malých a středních firem je zdvojnásobení obrátu.
3. Současně si české střední firmy stále více uvědomují, že český trh je "malý" a že pokud chce firma dlouhodobě prosperovat, tak jediné pomocí expanze do zahraničí. Firmy přistupují nejen k využívání levné pracovní síly v zahraničí (aktuálně zaznamenáváme především bývalé státy ruské federace a Čínu), ale zvyšuje se zájem o rozvoj obchodních sítí v jednotlivých státech.
4. Stejná expanze ale probíhá i v jiných státech. Zahraniční firmy vstupují na český trh a budují zde své obchodní sítě (pobočky v jednotlivých regionech). Vysoký nárůst jsme zaznamenali v oblasti finančních institucí.

Tato situace vyvolává následující situaci na českém trhu:

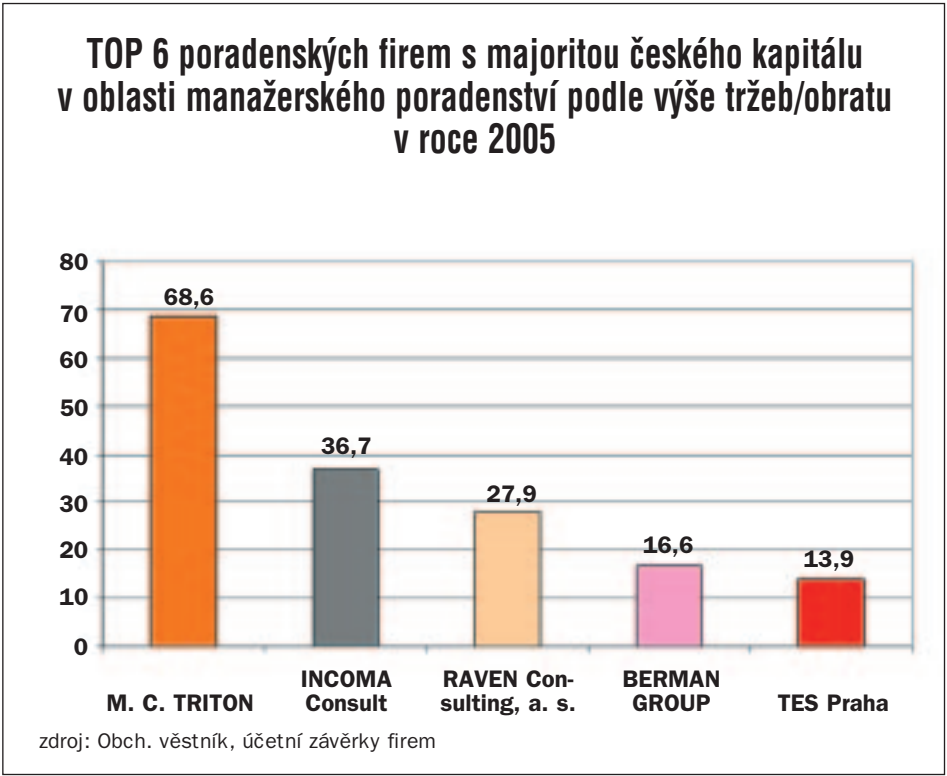
Zvyšuje se konkurenční boj - v celé řadě podnikatelských segmentů až "cenová válka". U finančních institucí s příjmem dopadem pro obyvatelstvo - snižují se poplatky za služby, zvyšují se možnosti pro půjčky, vylepšují se produkty. Ale také s novými úkoly pro management

těchto firem - zefektivnit řízení, hledat další úspory v nákladech, zrychlit hlavní proces apod. Současně se začíná prohlubovat "problém" s nabíráním schopných lidí do obchodu. Dobří obchodníci jsou na trhu nedostatkové zboží a firmy se musí učit pracovat "s tím co mají" a současně pracovat s obchodními schopnostmi svých zaměstnanců. Za poslední 2 roky jsme pomáhali rozšířit pobočkovou síť v jednotlivých regionech 3 zahraničním finančním institucím.

5. Pokračuje přesun servisních center, která poskytují služby pro firmu v několika státech, do ČR. Významným způsobem na trhu pracovních sil zahýbal vznik několika velkých IT Center pro společnosti jako je IBM, DHL apod. Poptávka po IT specialistech převyšuje nabídku. Firmy už musely přikročit k náboru IT pracovníků také v dalších státech především východní Evropy nebo začít budovat podobná centra na Slovensku. V loňském roce jsme začali spolupracovat na projektu, po jehož skončení bude dominantně z ČR a Slovenska poskytován IT servis pro všechny společnosti jedné významné finanční skupiny působící v Evropě.

6. Firmy se učí využívat peníze z Evropské Unie. Počet výběrových řízení, kde firma hledá dodavatele na vzdělávací služby, které bude financovat z Evropských strukturálních fondů, narostl o více než 100 %. Naše společnost má konkrétní zkušenost s realizací takovýchto projektů nejen v roli dodavatele, ale také příjemce prostředků. Jenom další roky ukáží, jak efektivně byly prostředky investovány. Společným jmenovatelem pro společnosti, které takovéto projekty realizují, je totiž jejich zúžená orientace na trhu vzdělávacích služeb a často minimální zkušenost s nákupem takovýchto služeb.

Lenka Škodová
Business Development manager
skodova@mc-triton.cz
Tel: 724 005 660



Manažerská skepse už stála úspěch řadu firem, nezdráhal se vyslovit vážnou pravdu Ing. Luděk Pfeifer, CSc., ze společnosti M. C. TRITON

pokračování ze strany 1

Naší vizí je podnikatelská skupina působící v perspektivních oborech, atraktivní pro schopné lidi toužící po růstu a atraktivní pro solidní investory. Už dneska podnikáme ve čtyřech oborech. Nejdéle v manažerském poradenství a souvisejících službách (certifikace, executive search). To je náš tradiční obor. Víc než pět let ale podnikáme i v investicích do stavebního developmentu a od loňska také v biotechnologiích. Tam nás najdete pod značkou Lenticat's. Pokud se ptáte na vizi "tradičního" TRITONu, budujeme standardní mezinárodní poradenskou korporaci, charakteristickou vysokou přidanou hodnotou služeb, především v důsledné realizaci strategických změn. Jak už jsem zmínil, bezprostředním krokem na cestě k této vizi je etablování TRITONu v Rakousku a Rumunsku.

Čím odoláváte konkurenci, zejména té se zahra-

ničním kapitálem? Třeba tím, že budete rozvíjet komunikaci s těmi drobnějšími zákazníky?

Naši tržní pozici posilujeme dvojím způsobem. Postavení "velkých" klientů inovacemi a rozšiřováním služeb. Druhým způsobem je opravdu to, co jste uvedla - rozšíření spolu-

naše služby přinášejí růst vašeho core businessu
naší doménou jsou projekty a důsledná uskutečnění velkých změn
jsme mimořádný tým osobností dosahující opravdových efektů

práce se segmentem malých a středních firem. Jsem přesvědčený, že malé a střední firmy jsou trhem budoucnosti. Mezi těmito společnostmi cítím ohromný potenciál - i ohromné rezervy. V tom je pro manažerské

poradenství skvělá příležitost. Jen - zcela zákonitě - volíme naprosto odlišný postup i obsah služeb. Malé a střední firmy vyžadují komplexnější, integrovanou a méně specializovanou službu. Potřebují vyjasnění vztahů vlastníků a nájemného managementu. Potřebují oddělení corporate governance a vrcholového řízení.

Na tomto místě by se, vážení čtenáři, slušelo autoru odpovědi poděkovat za rozhovor a řadu podnětných myšlenek. Ale nebude tomu tak. V květnovém vydání bude totiž rozhovor pokračovat. Přípraveny jsou další otázky. Odpovědi na ně najdete na příslušné vnitřní straně našeho časopisu. Věřím, že se již těšíte a květnové číslo budete očekávat s netrpělivostí.
Eva Brixí



ENVIRO 2007 - ekologie, kvalita a rozvoj Středočeského kraje

Rada České republiky pro jakost, společnost CERT Kladno a Středočeský kraj seznámily veřejnost se záměry, programem, cíli a hlavními přínosy celostátní konference ENVIRO 2007, která se bude konat ve dnech 26.- 27. dubna v Kladně. Konference, které se zúčastní odborníci z podnikové sféry, vysokých škol, vědeckých pracovišť a představitelé veřejné správy se zaměří na nejpálčivější otázky z oblasti ekologie, kvality, odpadového hospodářství a řady dalších oborů. Jednou z nejvýznamnějších diskutovaných otázek bude i téma zohlednění ochrany životního prostředí při územním plánování ve Středočeském kraji.

Konference ENVIRO se již sedmým rokem řadí k nejvýznamnějším akcím s environmentální tematikou pořádaným na území ČR. A jako každoročně, přinese i letos nejucelenější pohled nejen na problematiku životního prostředí našich i zahraničních odborníků. Účastníci konference získají přehled o trendech v oblastech ochrany životního prostředí, systémů managementu, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a celé řadě souvisejících témat. "Konference Enviro se zabývá oblastmi, na které je ve vyspělých ekonomikách kladen stále větší důraz - životním prostředím, kvalitou, certifikací a poradenstvím," řekl Ing. Pavel Charvát, jednatel společnosti CERT Kladno, která konferenci pořádá. "Myslím, že nové informace, které zde účastníkům nabízíme, jsou v takovémto rozsahu a v takto přehledné formě v naší zemi jinak prakticky nedostupné," dodal. To potvrzuje i moto konference "O aktuálních problémech v jakosti, environmentu a bezpečnosti je třeba mluvit". Zkušenosti ze zahraničí ukazují, že bez informací o novinkách zaváděných mimo území naší země se naše firmy nebudou

moci dlouhodobě úspěšně měřit se světovou konkurencí. V rámci plenárního zasedání konference ENVIRO 2007 budou nastíněny příležitosti pro využití evropských fondů pro projekty ochrany životního prostředí, a to jak ze strany podnikatelů, tak i ze strany veřejné správy. Pro podniky budou důležité informace o změnách, které přináší nová chemická legislativa REACH, a rizicích pro rozvoj našich firem. Diskutovány budou také další novinky v evropské legislativě, které budou mít významný vliv na konkurenceschopnost českých podniků. Systémy ochrany životního prostředí budou mít v budoucnu stále větší vliv i na ekonomickou úspěšnost firem, a to nejen díky v současnosti populárnímu tématu emisních povolenek, ale i díky daňovým změnám, které budou stále více zvýhodňovat výrobní postupy šetrné k přírodě. Ekologie se tak stane ekonomickým nástrojem třetího tisíciletí, jak říká název jednoho z příspěvků. Velkou výhodou je, že všechny tyto postřehy a informace budou účastníkům konference zprostředkovány z nejpovola-

nějších míst - od nejvyšších představitelů ministerstev, zástupců vysokých škol, odborných asociací, Hospodářské komory ČR a úspěšných českých i zahraničních firem. V letošním roce význam ENVIRA dále vzroste díky rozšíření témat o problematiku rozvoje Středočeského kraje a jeho souvislost s ochranou životního prostředí, která budou projednávána v sekcích pod názvem "Ochrana životního prostředí při strategickém, regionálním a územním plánování ve Středočeském kraji". Ohled na životní prostředí je již vyžadován nejen legislativou, ale i samotnými občany, kteří v kraji žijí. Dobře připravený plán rozvoje, který bere ohled právě na environmentální zájmy, je tak zárukou, že budou minimalizovány problémy při výstavbě silniční a železniční sítě, bytové výstavbě ale i při budování a rozvoji průmyslových zón. "Ochranu životního prostředí je nutné zapojit do úvah o územním plánování i do jeho rozvojových strategií jako nedílnou součást. Znamená to mimo jiné přemýšlet v daleko delších časových horizontech," uvedl náměstek hejtmana Středočeského kraje Ing. Vilém Žák. V této sekci konference však budou naznačeny i nové možnosti v oblasti využití obnovitelných zdrojů, alternativních paliv, plánování protipovodňových opatření a řada dalších témat. Pro podnikatele jsou kromě výše zmíněných oblastí připraveny i zkušenosti z aplikace nového Zákoníku práce a jeho důsledky pro BOZP (Bezpečnost a ochranu zdraví při práci), upozornění na novinky v přístupech Inspekce práce a v systémech environmentálního managementu. V době, kdy naprostá většina podniků vede většinu svých agend elektronicky, stoupá



NÁRODNÍ POLITIKA PODPORY JAKOSTI

význam ochrany bezpečnosti dat a analýzy rizik v této oblasti. Proto jí organizátoři konference věnovali samostatnou sekci. Konference ENVIRO 2007 se koná pod záštitou ministra životního prostředí Martina Bursíka, hejtmana Středočeského kraje Petra Bendla, předsedy Rady ČR pro jakost Roberta Szurmana, primátora Statutárního města Kladna Dana Jiránka a prezidenta Hospodářské komory ČR Jaromíra Drábka. ENVIRO je také jednou ze stěžejních akcí Národní politiky podpory jakosti, která sdružuje všechny aktivity státních organizací, nevládních skupin, oborových a výrobních svazů vztahující se ke kvalitě. "Kvalita a ochrana životního prostředí spolu velmi úzce souvisí a v poslední době se stávají také jedním z hlavních argumentů konkurenčního boje. Proto Rada ČR pro jakost podporuje všechny aktivity, které zjednodušují našim firmám přístup k novým informacím v těchto oblastech a v konečném důsledku přináší všem občanům kvalitnější výrobky a služby, lepší životní prostředí a také úspěšnější firmy," dodal JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady ČR pro jakost.

(tz)
další informace:
www.cert.cz, www.npj.cz

OSRAM inovativně

Společnost OSRAM chce svým aktivním přístupem zmírnit účinky globálního oteplování. Hlavním cílem je prosazení trvalé náhrady běžných žárovek úspornými zářivkami. "Snižování spotřeby elektrické energie a zmenšení míry znečišťování klimatu a životního prostředí je obecně nelehký úkol, avšak s ekologicky šetrnými výrobky, se na jeho splnění může velmi snadno podílet každý z nás," uvedl Robert Caban, generální ředitel společnosti OSRAM, která je předním výrobcem energeticky nenáročných úsporných zářivek. Diskuze a debaty o problematice globálního oteplování jsou téměř na každodenním pořádku. Každý kdo četl či shlédl některý z mnoha dokumentů o tomto problému ví, že je nejvyšší čas v boji proti globálnímu oteplování něco podniknout. Trvale udržitelný rozvoj patří k firemním cílům společnosti OSRAM, jejíž základním kamenem jsou právě ener-



České gumárenské firmy směřují do Vietnamu

Pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a agentury na podporu exportu CzechTrade se v březnu v Praze uskutečnilo setkání českých firem s oficiální delegací Vietnamské gumárenské společnosti GERUCO, jejichž 36 dceřiných společností vyváží technicky specifikovanou gumu a latex do celého světa. Dovozci těchto komodit stejně jako vývozci gumárenských výrobků a strojního vybavení a zájemci o investiční příležitosti ve VSR tak měli možnost navázat na tradici česko-vietnamské spolupráce a získat nové kontakty a cenné informace. Setkání se zúčastnila téměř desíтка českých firem. Vyplynulo z něj, že Vietnam nabízí českým exportérům perspektivní trh a rozsáhlé možnosti. Pan Le Muoi, zástupce generálního ředitele the Vietnam General Rubber Corporation, například projevil zájem o české firmy, které by se chtěly podílet na zřízení společných gumárenských podniků ve Vietnamu. Mimo jiné velmi ocenil pomoc agentury CzechTrade a uvítal záměr agentury otevřít ve Vietnamu ještě letos zahraniční kancelář. Vietnamská gumárenská společnost (GERUCO) má za sebou sedmnáctiletou tradici. Jejich 36 dceřiných společností, které sídlí v některých provinciích v Centrální zóně a Jihovýchodní oblasti Vietnamu, vyváží své výrobky do celého světa. Roční produkce představuje více než 230 000 metrických tun a ročně se zvyšuje o 15 %. Společnost poskytuje také odborné, poradenské a konzultační služby pro gumárenský průmysl, kontroluje a monitoruje kvalitu gumy a gumárenských výrobků, aktivně se zapojuje do oblasti výzkumu a vývoje tohoto odvětví apod. (tz)

geticky úsporné výrobky. Téměř jednu pětinu světové spotřeby elektřiny tvoří umělé světlo, které je z velké většiny zastoupeno ekologicky nešetrnými žárovkami s velmi malou účinností. Tento fakt by měl být alarmující nejen pro ekology, ale také pro firmy a domácnosti. Snižováním této spotřeby by došlo k významnému poklesu znečišťování klimatu, fenoménu, který je s globálním oteplováním úzce spjat; a mimo to by se tím ušetřily značné finanční prostředky. OSRAM proto, stejně jako politici v řadě vyspělých zemích, usiluje o trvalé nahrazení běžných žárovek úspornými zářivkami. "Naše cíle spojené s ochranou klimatu jsou ambiciózní, ale reálné. Vzhledem ke skutečnosti, že se po celém světě prodá 12,5 miliardy běžných žárovek ročně, je jasné, že je nebude možné nahradit úspornějšími zdroji světla přes noc. Společně s pří-

slušnými odbornými asociacemi po celém světě zkoumáme možné způsoby přechodu na úsporné osvětlení. Chceme nejen hodnotně přispět k ochraně klimatu, ale také s využitím našich inovačních schopností posunout společnost vpřed. V Evropě jsme již dosáhli skvělého pokroku s návrhy na pouliční osvětlení a kancelářské osvětlení a nyní pracujeme na scénářích pro domácnosti," upřesnil Robert Caban. Spotřebitelům i komerčním uživatelům OSRAM nabízí širokou řadu výrobků náhradou za běžné žárovky a jinou méně účinnou techniku. Během tohoto roku bude zároveň uvedeno několik novinek, včetně stmívatelných nebo bezelektrodo- vých úsporných zářivek s rychlým startem či úsporných halogenových svítidel. Ing. Roman Ostertág, tiskový mluvčí

Audit distribuce letáků začal

Společnost Incoma Research provede poprvé na českém trhu celoplošný audit distribuce reklamních letáků. Nezávislé měření umožní obchodníkům a distributorům objektivně zhodnotit efektivnost nákladů vynaložených na letákovou reklamu. "V loňském roce jsme prováděli monitorig distribuce letáků pro řadu řetězců a napadlo nás, proč nesledovat více letáků dohromady formou panelového výzkumu, tak jak je to běžné v západní Evropě," vysvětlil důvody průzkumu Dr. Tomáš Drtina, Managing Partner společnosti Incoma Research. "Pro účely tohoto projektu jsme vytvořili panel 2000 domácností, které naše dotazníky vyplňují po dobu 14 dnů," dodal Ing. Martin Ráž, Project Manager společnosti Incoma Research. Výsledky nezávislého auditu budou přínosné jak pro distributory, kteří zjistí svá slabá místa, tak pro obchodníky, kteří na doručování svých letáků poprvé získají skutečně nezávislý pohled. "Naprostě žádný z řetězců ani distributorů neví, které domácnosti navštěvujeme," sdělil

Dr. Tomáš Drtina. "Leták je v dnešní době jedním z hlavních komunikačních médií a jsou do něj investovány náklady v desítkách milionů korun, takže je pro nás důležité vědět, zda zákazník náš vzkaz opravdu dostane," dodala Sylva Běbová, Marketing Specialist Leaflets společnosti Ahold. "Od tohoto projektu si slibujeme především nezávislý monitoring distribuce letáků," připojil se k názoru obchodních řetězců i Ajay Chatterjee, Sales Director společnosti TNT Post ČR, která se zatím jako jediná z řad distributorů k průzkumu přihlásila. První výsledky auditu nejsou pro řetězce ani distributory příliš potěšující. Ukazují například, že proklamované 90% úrovně distribuce nebylo dosaženo ani u jednoho z měřených řetězců. Zatímco některé distributoři se této hranici alespoň blíží, jiní k ní mají zatím hodně daleko. Panel průzkumu je stále otevřený a společnost Incoma Research vyzývá i další distributory a obchodníky, aby se k nezávislému auditu připojili, a získali tak objektivní údaje o doručitelnosti letákové reklamy. (tz)

Cena zdraví a bezpečného životního prostředí udělena

Při příležitosti Dne Země byl ve středu 18. dubna 2007 v Praze oficiálně završen 16. ročník soutěže Ceny zdraví a bezpečného životního prostředí 2006. Slavnostnímu oznámení výsledků soutěže, kterou každoročně vyhlašuje sdružení mezinárodních a českých firem Business Leaders Forum s cílem zviditelnit a ocenit organizace nebo společnosti, které svou činností přispívají k nejlepšímu měřitelnému zlepšení v místě svého působení, předcházeli krátký seminář na téma závažnosti globálního oteplování. Prestižní ocenění získal Ústav chemických procesů Akademie věd České republiky za projekt



Vývoj technologie pro recyklaci luminoforu z televizních obrazovek. Technologie umožňuje regeneraci dvou velmi drahých prvků, které dosud končily spolu s luminoforem na skládkách jako toxický odpad. Při separaci uvedených prvků dochází při vhodné volbě podmínek k jejich oddělení od všech prvků doprovodných. Tato převratná metoda je patentována v České republice a byla přihlášena k mezinárodní patentové ochraně. Zvláštní ocenění si odneslo město Havlíčkův Brod, obecně prospěšná organizace České Švýcarsko a České ekologické manažerské centrum. (tz)

Prosperita®

Časopis pro podnikatele, manažery,
investory a profesní uskupení



www.prosperita.info/casopis

Výhody pro inzerenty:

- ▶ Cílení na vysoce silnou tržní skupinu
- ▶ Příjemci časopisu - akcionáři, podnikatelé, management, profesní uskupení
- ▶ Možnost grafické i textové prezentace
- ▶ Publikované materiály odborně podložené
- ▶ Vychází již od roku 1999
- ▶ Projevení tištěné verze s internetem



Časopis Prosperita vychází již 8. rokem a ve svém obsahu každý měsíc shromažďuje hodnotné informace z oblasti podnikání, ekonomických vztahů a v neposlední řadě odborné informace rozličných oborových skupin. Informační jádro časopisu Prosperita tvoří originální, vlastní redakční materiály, především články a rozhovory. Časopis rovněž spolupracuje s PR a reklamními agenturami, které zastupují nejvýznamnější klienty.

Měsíčník si klade za cíl podporovat tvořivý proces podnikání, inovativní aktivity, sám je iniciátor a také se jich účastní. K tomu využívá Prosperita podnikatelských směrů definovaných úspěšnými malými i velkými společnostmi, provádí analýzu jejich postupů a hlavně zveřejňované příspěvky podkládá informacemi vysoké jakosti. Mnohé náměty získává od profesních uskupení, jejichž je partnerem.

Ediční plán

Číslo	Hlavní téma	Uzávěrka
1-2007	Firmy: s jasnou představou do roku 2007 Účetní, váš rádce	19. 1.
2-2007	Pro váš životní styl	16. 2.
3-2007	Podnikání na stavbách	16. 3.
4-2007	Manažer v čase vítězství	13. 4.
5-2007	Leasing, splátky a další finanční služby	11. 5.
6-2007	Firmy a dovolená	8. 6.
7-2007	Podnikání na zahradě	4. 7.
8-2007	Malé a střední podnikání aktuálně	3. 8.
9-2007	Strojírenství, služby pro vývozce, jak si vedou exportní hvězdy	3. 9.
10-2007	ICT a komunikace pro rozvoj podnikání	1. 10.
11-2007	Obchodníci se chystají na Vánoce	25. 10.
12-2007	Osobnosti, produkty a zajímavosti v potravinářství, gastro a hotelnictví	26. 11.

Rozměry a ceny plošné inzerce

Plocha (A3)	Rozměr (v mm)	Cena (v Kč)
1/1	254 x 366	75.000
1/2	125 x 366	42.000
	254 x 183	
1/3	254 x 122	27.000
1/4	60 x 366	20.000
	125 x 183	
	254 x 91,5	
1/6	83 x 183	15.000
1/8	60 x 183	13.000
	125 x 91,5	
Lišta v zápatí strany	254 x 51,5	16.000
Exkluzivní plochy		
Titulní strana – inzerce tvaru trojúhelníku	254 x 193 x 319	70.000
Plocha vedle hlavičky listu	varianta a)	25.000
	varianta b)	15.000
	varianta c)	25.000
Lišta v zápatí na titulní straně	254 x 51,5	25.000
Prostřední dvoustrana	538 x 366	160.000
1/1 na straně 3	254 x 366	90.000
1/2 na straně 3	125 x 366	50.000
	254 x 183	
1/1 zadní	254 x 366	100.000

Ukázky rozměrů plošné inzerce na stránce



RIX, s.r.o. (vydavatel časopisu Prosperita), Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
Telefon: 602 618 008, E-mail: brixi@prosperita.info, Fax: 266 312 413, www.prosperita.info

Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR je 15 let na českém trhu

Pamatujete se? Před nedávnem spousty firem oslavovalo desetiletí své existence. Říká se, že deset let na trhu znamená překonání všech základních nástrah podnikání a že ta společnost, která to všechno zvládla, se už nemusí ničeho obávat. V tomto roce slaví mnohé z těch, o kterých jsme psali před oněmi pěti lety jako o desetiletých, své patnáctiny. Je to další příležitost k ohlédnutí se. Slovo má Generální ředitel Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR Karel Šatera:



Patnáct let na trhu a s dobrým kreditem - to není špatná vizitka. Jak byste komentoval vaše postavení na trhu?
ZP MV ČR vznikla 26. října 1992 podle zákona č. 280/1992 Sb., o resortních, oborových, podnikových a dalších zdravotních pojišťovnách. Již po několika měsících měla ve svém kmenu 90 tisíc klientů. ZP MV ČR je dnes největší zaměstnaneckou zdravotní pojišťovnou, která je otevřena všem věkovým, sociálním i profesním vrstvám obyvatelstva. Pojištěnci nám přibývají, takže další důkaz o tom, že máme co nabídnout, jistě není třeba. Dodal bych však, že si jejich důvěry nesmírně vážíme, a rád bych i při této příležitosti všem, kteří nám důvěru vyslovili, poděkoval.

Zkusil byste se vrátit do vaší patnáctileté historie? Jaké byly mezníky?
Pomohou mi letopočty. Čísla k historii patří, takže to zkusme.

- Významné pilíře uplynulých 15 let:**
- 1993 - vznik prvního programu rozšířené péče a otevření prvních regionálních pracovišť
 - 1996 - rozšíření portfolia služeb o nabídku výhodného cestovního připojištění
 - 1. 5. 1997 - sloučení se Železniční zdravotní pojišťovnou GRÁL
 - 1. 1. 1998 - sloučení s Regionální zaměstnaneckou zdravotní pojišťovnou REZAPO
 - 2004 - dosažení milionového kmene pojištěnců
 - 1. 1. 2006 - vznik nového věrohodného programu Klub pojištěnců
 - 2006 - výstup ze Svazu zdravotních pojišťoven ČR a vstup do Otevřeného svazu zdravotních pojišťoven (další člen: VZP ČR).

Matematika je mocná čarodějka - mohl byste komentovat, jak je to s kmenem vašich pojištěnců?
Určitě, vezměme si na pomoc opět čísla, ta vypovídají zcela jasně. Počet pojištěnců ZP MV ČR k 31. prosinci 2006 činil 1 038 342, což představuje v porovnání ke stejnému období loňského roku nárůst o téměř 24 tisíc pojištěnců. Z toho téměř 52 % činili pojištěnci, za které hradí pojistné stát (např. děti, studenti, ženy či muži na mateřské dovolené, důchodci).

osob	stav 31. 12. 2005	stav 31. 12. 2006	nárůst	index
celkem	1 014 370	1 038 342	23 972	102,4
státem hrazení	521 797	538 043	16 246	103,1
průměrný počet	1 011 033	1 029 956	18 923	101,9
státem hrazení	518 701	534 441	15 740	103,0
v tom: do 60 let	395 307	402 606	7 299	101,8
nad 60 let	123 394	131 835	8 441	106,8

Snad poslední dávka číselných údajů by se mohla týkat hospodaření ZP MV ČR v roce 2006. Co napovídají?
ZP MV ČR měla po celý rok 2006 vyrovnané hospodaření a úhrady zdravotní péče byly vždy ve lhůtách splatnosti. Příjmy z pojistného po přerozdělení činily 16,173 miliardy korun. Vynaloženo na zdravotní péči bylo celkem 14,452 miliard korun. V přepočtu na 1 pojištěnce ZP MV ČR bylo vynaloženo 14 032 Kč za rok. Pomozte si ještě následujícími tabulkami.

Kategorie / roky	2002	2003	2004	2005	2006
Příjmy pojistného	11 689 895	13 440 598	14 553 476	15 801 801	16 628 585
Přerozdělení	-730 081	-800 522	-703 141	-960 033	-855 837
Zdroje po přerozdělení	10 959 814	12 550 076	13 850 335	14 841 768	16 172 948
Meziroční zdroje (%)		114,51%	110,36%	107,16%	108,97%
Pojištěnci k 31. 12.	933 318	968 832	1 011 317	1 014 370	1 038 342
Meziroční pojištěnci (%)		105,39%	103,75%	104,41%	100,30%

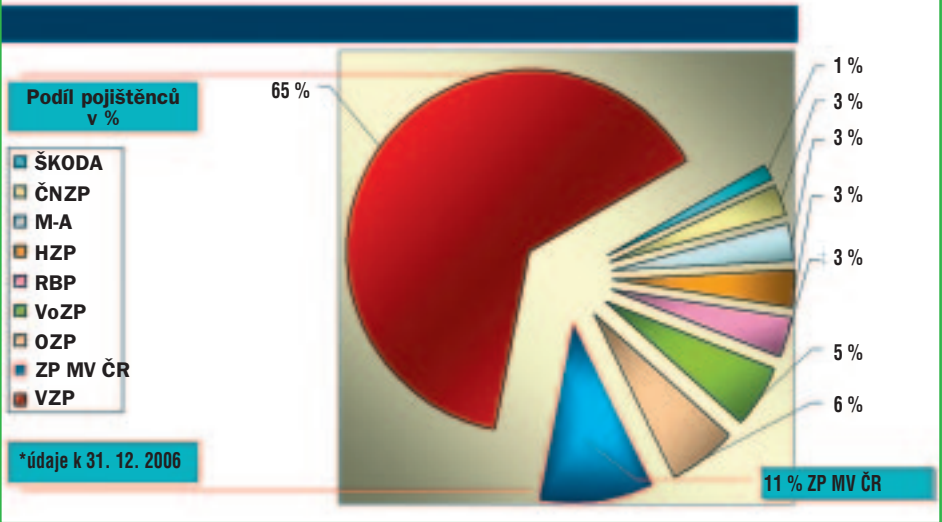
Kategorie / roky	2002	2003	2004	2005	2006
Náklady na zdravotní péči vč. cizinců (tis. Kč)	11 055 564	12 398 562	13 506 118	14 231 510	14 451 890
Meziroční nárůst (%)		112,15%	108,93%	105,37%	101,55%

Kategorie / roky	2002	2003	2004	2005	2006
Průměr počet pojištěnců	916 799	956 011	995 778	1 011 033	1 029 956
Příjmy na pojištěnce v Kč	12 751	14 059	14 615	15 629	16 339
Meziroční příjmy (%)		110,28%	103,95%	106,94%	104,54%
Náklady na pojištěnce v Kč	12 059	12 969	13 563	14 076	14 032
Meziroční náklady (%)		107,55%	104,58%	103,78%	99,68%

A co tolik diskutovaná síť zdravotnických zařízení?
ZP MV ČR měla k poslednímu loňskému dni uzavřenou smlouvu s celkem 22 227 zdravotnickými zařízeními, což představuje pokles o 0,47 % oproti roku 2005. Důvodem tohoto mírného sestupu smluvních zdravotnických zařízení je optimalizace sítě na základě odbornosti a hospodárnosti jednotlivých zdravotnických zařízení.

Stále více se také hovoří o snižování nákladů, lepším hospodaření, a to ve prospěch pojištěnců. Pokud vím, vždy jste si tyto záležitosti hodně bedlivě hlídali...
To máte pravdu. Náklady na provoz ZP MV ČR jsou trvale nízké, což umožňuje realizovat prostředky uspořené v provozních nákladech v oblasti úhrad zdravotní péče. Za poslední

Postavení zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR mezi ostatními pojišťovnami*



3 roky nebyl využit limit tvorby provozního fondu v částce 306,6 milionů korun a tyto peníze byly použity skutečně jen k úhradám zdravotní péče. Vývoj provozních nákladů odpovídá růstu počtu pojištěnců a rozvoji pojišťovny, jak je patrné z následující tabulky:

v tis. Kč	2004	2005	2006
tvorba celkem	430 504	456 895	527 918
čerpání celkem	409 908	421 608	440 462
podíl nevyužitého limitu tvorby PF (použitého k úhradám zdr. péče)	102 630	126 048	77 918
pojištěnci - průměrný stav	995 778	1 011 033	1 029 956
režijní náklady celkem bez přidělu SF a odvodů FRM	405 924	417 727	436 841
provozní náklady na pojištěnce (Kč)	408	413	424

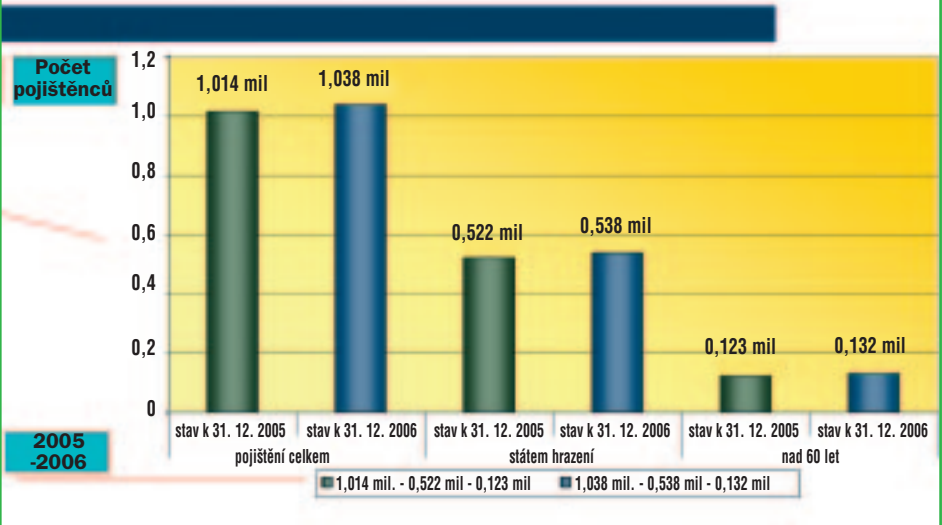
Náklady na zdravotní péči podle jednotlivých segmentů - co si pod tím mám představit?
Z hlediska vynaloženého objemu nákladů na zdravotní péči dle jednotlivých segmentů došlo v roce 2006 k největšímu navýšení čerpání v oblasti ambulantní péče - péče praktických lékařů (13,8 %), gynekologická péče (9,2 %) a domácí péče (8,9 %). V segmentu ústavní péče byl největ-

Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR ještě více zesiluje boj PROTI KOUŘENÍ



Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR zesiluje boj proti kouření podporou projektů Společnosti pro léčbu závislosti na tabáku (SLZT). V souladu se svým programem podpory projektů ve prospěch odvykání kouření chce zlepšit úroveň povědomí o léčbě nemoci závislosti na tabáku, současně chce podpořit rozvoj odborných center léčby závislosti na tabáku (CLZT). Celkově plánuje navýšit také medializaci dalších aktivit souvisejících s kontrolou tabáku. Cílená podpora SLZT krátce navazuje na loňský motivační program pro ty, kteří chtějí přestat kouřit. Těm v roce 2006 nabídla příspěvky na přípravky určené k léčbě závislosti na nikotinu zakoupené v lékárnách. Letošní druhá etapa boje proti kouření je více orientována také na lékaře a zdravotníky zabývající se léčbou závislosti na tabáku. (tz)

Hodnocení ZP MV ČR z pohledu pojistného kmene 2005 - 2006 (počet pojištěných osob)



K rozvoji elity českého managementu

Morálním a etickým posláním soutěže je přispívat k rozvoji elity českého managementu. Jejím cílem je vyhledávat, popularizovat a oceňovat manažerské osobnosti, prezentovat jejich manažerské dovednosti, odborné i lidské kvality, moderní metody řízení, originalitu při dosahování úspěchu, přínosu k výkonnosti firem.

Charakteristika soutěže:

- Nejprestižnější a neobjektivnější soutěž osobností v oblasti managementu a ekonomiky v České republice.
- Soutěž je nezávislé, nadoborové, exaktní hodnocení uznávaných odborníků, ne nahodilá anketa čtenářů či laiků.
- Má dlouholetou podporu vládních představitelů - záštita předsedy vlády.
- Má dlouholetou tradici a ohlas u odborné i laické veřejnosti.
- Soutěž Manažer roku byla poprvé vyhlášena v roce 1993. Je veřejná, přístupná všem manažerům působícím na území ČR, tedy i cizincům.
- Soutěž o Manažera roku s právem udělovat titul Manažer roku / Manažerka roku je chráněna známkou pod číslem 231164 Úřadu průmyslového vlastnictví od 14. 12. 1999.
- Jedná se o ryze prestižní soutěž, udělení titulu není doprovázeno žádnou finanční odměnou.

Oficiální vyhlášovatelé:

- Česká manažerská asociace (www.cma.cz)
- Svaz průmyslu a dopravy ČR (www.spcr.cz)
- Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR (www.kzps.cz)

Hlavní podporovatelé:

- Česká spořitelna, a. s. - generální marketingový partner
- Třinecké železárny, a. s. - hlavní partner
- Economia, a. s. - exklusivní mediální partner
- Významní partneři: AUTO HASE, s. r. o., Diners Club Czech, s. r. o., Kooperativa, pojišťovna, a. s., LeasePlan ČR, s. r. o., Národní politika podpory jakosti, Olympus

C&S, s. r. o., ProMoPro, s. r. o., Skanska CZ, a. s., Steilmann Praha, s. r. o.

- Další podporovatelé: FotoŠkoda, s. r. o., Granát, družstvo umělecké výroby, Turnov, Iveco Czech Republic, a. s., Kofola Holding a. s., Plzeňský Prazdroj, a. s., Svaz českých a moravských výrobních družstev, ZEPO Bohuslavice, a. s., Znovín Znojmo, a. s.

Kategorie soutěže:

- Manažer roku
- Manažerka roku
- TOP 10
- Cena Vydavatelství Economia, a. s.
- Vynikající manažer malé firmy (do 50 zaměstnanců)
- Vynikající manažer střední firmy (do 250 zaměstnanců)
- Manažer odvětví

Proces výběru:

Při výběru a hledání manažerských osobností jsou vždy osloveni všechny profesní a zaměstnavatelské svazy a asociace, hospodářské komory a desítky individuálních nominátorů z řad odborníků na management, profesorů vysokých škol, lektorů i vítězů minulých ročníků soutěže atd. Finalisté soutěže jsou vybíráni zpravidla z více než stovky nominovaných. Regulérnost a objektivnost hodnocení zajišťuje každoročně Řídící výbor soutěže, který ustanovuje Hodnotitelskou komisi a Národní komisi. Každý finalista soutěže prochází důsledným hodnocením a musí splňovat řadu podmínek a kritérií. Hodnotitelské komisi se v písemné přihlášce představuje pomocí přesných kvantifikovaných i doplňujících údajů. Mezi rozhodující hodnocená kritéria patří osobní přínos k úspěšné činnosti firmy, etika jednání v obchodním

a podnikatelském styku, přínos k rozvoji daného oboru a odvětví, schopnost strategického myšlení, schopnost komunikace s pracovním kolektivem, podíl na rozvoji a motivaci zaměstnanců a také sociální aspekty činnosti. Samostatnou kapitolou v hodnocení každého z kandidátů jsou jeho názory na řízení firmy a na faktory, ovlivňující její rozvoj. Uchazeči ze státních či soukromých společností musejí být v manažerské funkci alespoň tři roky a jejich podnik musí mít sídlo v ČR.

Správnost a pravdivost předložených údajů na místě (ve firmě) zpracovává a ověřuje audit odborníků. Podrobně zpracované podklady

všech kandidátů jsou postoupeny k prostudování Národní komisi, která volí vítěze jednotlivých kategorií.

Kontakt:

Manažerský svazový fond
Podolská 50
Praha 4

Tel: 241 087 218, 204, 201

Fax: 241 431 626

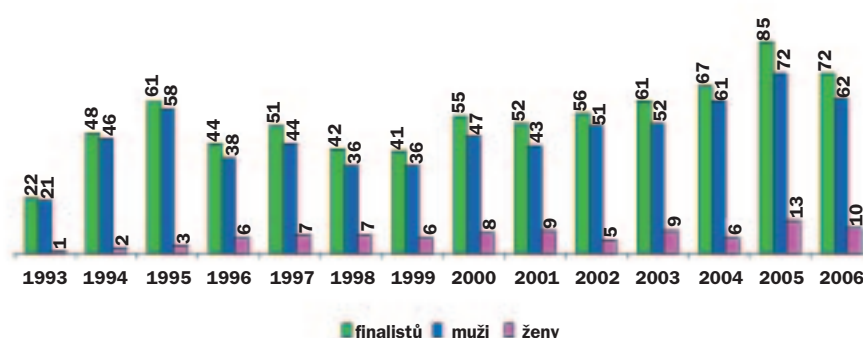
Mobil: 731 471 621, 723 042 068, 731 471 620

E-mail: manazerroku@manazerroku.cz nebo msf@msf.cz

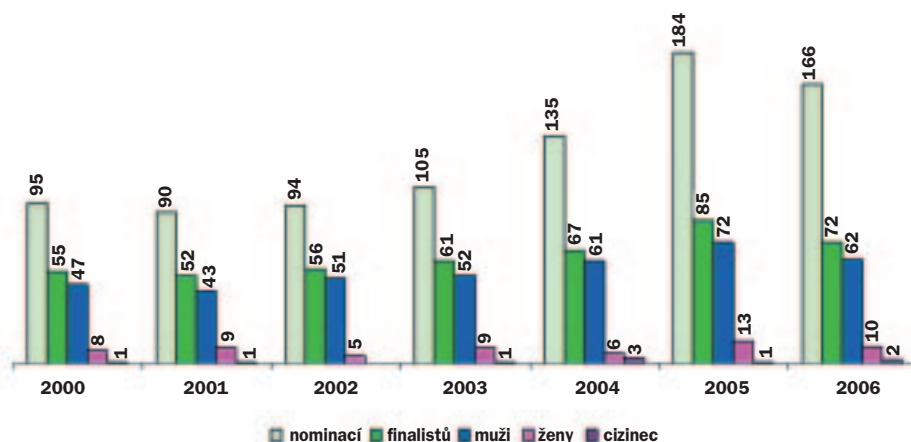
Web: www.manazerroku.cz nebo www.msf.cz

Historie 14 ročníků soutěže osobností české ekonomiky v několika číslech

MR
MANAŽER ROKU



Historie 14 ročníků soutěže osobností české ekonomiky v několika číslech



Manažeři nominovaní v oborech

- 1 ZEMĚDĚLSTVÍ, RYBOLOV A CHOV RYB
- 2 VÝROBA POTRAVIN A NÁPOJŮ
- 3 VÝROBA A ZPRACOVÁNÍ TEXTILU, ODĚVŮ A KŮŽE
- 4 CHEMIE A PLASTY
- 5 VÝROBA NEKOVOVÝCH VÝROBKŮ
- 6 VÝROBA ZÁKLADNÍCH KOVŮ A HUTNÍCH VÝROBKŮ
- 7 VÝROBA KOVODĚLNÝCH VÝROBKŮ
- 8 VÝROBA STROJŮ
- 9 VÝROBA ZAŘÍZENÍ
- 10 VÝROBA DOPRAVNÍCH PROSTŘEDKŮ A ZAŘÍZENÍ
- 11 STAVEBNICTVÍ A VÝROBA STAVEBNÍCH MATERIÁLŮ
- 12 OBCHOD
- 13 UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ A CESTOVNÍ RUCH
- 14 DOPRAVA, SPOJE A LOGISTIKA
- 15 PENĚŽNICTVÍ A POJIŠTOVNICTVÍ
- 16 BEZPEČNOSTNÍ SLUŽBY
- 17 ČINNOSTI V OBLASTI VÝPOČETNÍ TECHNIKY
- 18 VZDĚLÁVACÍ ČINNOSTI
- 19 VYSOKOŠKOLSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ
- 20 ZDRAVOTNICTVÍ
- 21 SLUŽBY PRO PODNIKATELE
- 22 SLUŽBY PRO VEŘEJNOST
- 23 OSTATNÍ PODNIKATELSKÉ SLUŽBY A VEŘEJNÉ ČINNOSTI

Aktuálně o soutěži Manažer roku 2006

- 72 finalistů v 23 odvětvích
- 10 žen + 62 muži
- nejmladší finalista má 28 let (M. Šnobllová, TOP HOTEL Praha), nejstarší 67 let (L. Štros, ZD Senomaty)
- věkový průměr finalistů je 48 let
- věkový průměr finalistek je něco přes 39 let
- věkový průměr finalistů-mužů dosahuje 50 let
- do 35 let jsou 4 finalisté
- 60 a více let má 11 finalistů

- 72 finalistů pracují ve firmách, které zaměstnávají celkem cca 64 tisíc zaměstnanců
- 17 finalistů řídí malé firmy do 50 zaměstnanců
- 24 finalistů řídí střední firmy do 250 zaměstnanců
- největší firma, kterou reprezentuje finalista soutěže MR, zaměstnává 27 640 zaměstnanců (D. Wittig, Škoda Auto, a. s.)

pokračování na straně 17

Prosperita
internetové služby

Přivedeme vaši firmu k prosperitě.

Interaktivita ve vašich rukou

Důležité je prodávat. Vyrobíme vám internetové stránky, které skutečně přinesou zákazníky. Do nových stránek zabudujeme poptávkové a objednávkové formuláře, přes které si vaši zákazníci budou moci přímo objednávat. Výhodou je získání více zákazníků a úspora nákladů oproti klasickým způsobům objednávání. Dále umíme vaše stránky navrhnout či obohatit o komplexní internetový obchod, vyhledávání, systém pro newsletter a další užitečné nástroje. Dynamický kreativní design je samozřejmostí.

Získejte interaktivitu do vašeho businessu!

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

Neváhejte nás kontaktovat pro sjednání schůzky

Poskytovatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 606 615 609, Fax: +420 284 689 063, E-mail: martin@prosperita.info
www.prosperita.info

Aktuálně o soutěži Manažer roku 2006

- pokračování ze strany 16**
- 8 finalistů stojí v čele firem, které zaměstnávají 1000 až 7800 zaměstnanců
 - finalista stojící v čele nejmenší firmy zaměstnává 5 zaměstnanců na plný úvazek (L. Tomešová, Tiskárna LT)
 - finalisté reprezentují firmy, které v uplynulém roce dosáhly tržby cca 285 miliard Kč
 - z toho export 173 mld. Kč
 - přidaná hodnota cca 13 mld. Kč
 - 21 firma dosahuje tržby přes 1 mld. Kč
 - z hlediska právní subjektivity je zastoupení následující:
 - 24 akciových společností
 - 31 společnost s ručením omezením
 - 7 výrobních družstev
 - 10 ostatní firmy
 - nejvíce 5 finalistů je v odvětví: ZEMĚDĚLSTVÍ, RYBOLOV A CHOV RYB
 - 23 finalistů soutěží opakovaně
 - nejvíce zastoupený kraj: Praha 23x, Jihomoravský 7x, Středočeský 7x

Za dobu existence (14 ročníků) do finále postoupilo celkem 685 manažerských osobností:

- z toho 82 ženy
- 603 muži

Titulem Manažer/ka roku bylo celkem oceněno 37 osobností.
V prvních dvou ročnících získalo titul MR vždy 6 manažerů:

- MR 1993: Feix, Handl, Krejčí, Navrátil, Popovič, Zbožínek
- MR 1994: Domecký, Jízdný, Karas, Sikora, Surka, Zelenka

V následujících třech ročnících získali titul vždy 3 manažeři:

- MR 1995: Kázecký, Pavlíček, Soudek
- MR 1996: Kadlus, Kratochvíl, Poul
- MR 1997: Pevný, Popovič, Rýdl

V roce 1996 byla v nové kategorii poprvé oceněna Manažerka roku jako nejúspěšnější žena mezi manažery:

- MR 1996: Přískovská
- MR 1997: Parmová

Od roku 1998 je vyhlášen vždy jeden Manažer roku popř. Manažerka roku.

MR 1998: Černý	Šimáčková
MR 1999: Mühlfeit	Rögnerová
MR 2000: Pelc	Negrová
MR 2001: Majer	Kozáková
MR 2002: Kačena	Koutská
MR 2003: Roman	Pantůčková
MR 2004: Burda	Petráňová
MR 2005: Kafka	Malá

Jediným dvojnásobným nositelem titulem MR je Štěpán Popovič (1993, 1997).

Od roku 1997 je soutěž otevřena pro všechny manažery působící na území ČR (i pro cizí státní příslušníky, kteří u nás působí alespoň po dobu 3 let). Zatím se zúčastnili:

- MR 1999: Lars E. O. Lundquist, Rostya Gordon-Smith
- MR 2000: Pascal Guillaume
- MR 2001: Petr A. Urban
- MR 2002: nikdo
- MR 2003: Javier Perez de Leza
- MR 2004: Harald Hofmann, Sepp Leimgruber, Jean-Francois Salzmann
- MR 2005: Leopold Schoeller

Ke zkvalitnění a pro větší objektivitu soutěže byly v roce 2002 zavedeny kategorie Vynikající manažer malé firmy (do 50 zaměstnanců), Vynikající manažer střední firmy (do 250 zaměstnanců) a Manažer odvětví. Vítězové:

- MR 2002: do 50 zaměstnanců: Bulín
- do 250 zaměstnanců: Hanzlík
- MR 2003: do 50 zaměstnanců: Janiczek
- do 250 zaměstnanců: Zahradníček
- MR 2004: do 50 zaměstnanců: Pastorek
- do 250 zaměstnanců: Devát
- MR 2005: do 50 zaměstnanců: Šesták
- do 250 zaměstnanců: Fejk

V roce 2003 bylo poprvé vyhlášeno pořadí TOP 10:

- TOP 10 MR 2003:**
- Roman
 - Pantůčková
 - 3-4 Cienciala
 - 3-4 Janiczek
 - Klimša
 - Bělohav
 - Dvořák R.
 - Hanzlík P.
 - Pérez de Leza
 - Zahradníček

- TOP 10 MR 2004:**
- Burda
 - Petráňová
 - Devát
 - Pálffy
 - Jenerál
 - Šarman
 - Zemánek
 - Blecha
 - Žikovský
 - Mikoláš

- TOP 10 MR 2005:**
- Kafka
 - Fejk
 - Frolík
 - Koníček
 - Šubrt
 - Hůda
 - Malá
 - Nožička
 - Blecha
 - Pfeifer

Od MR 2003 Řídící výbor soutěže z důvodu větší objektivnosti rozhodl, že Manažer roku, Manažerka roku, TOP 10 MR bude vybírán ze všech finalistů a nejenom ze skupiny Manažerů odvětví, jak tomu bylo do té doby.

Od MR 1996 v dalších 6 ročnících, tj. do MR 2001 byl kromě titulu Manažer a Manažerka roku udělován také titul: Úspěšný manažer. Nositeli tohoto titulu jsou:

ÚM 1996	ÚM 1997	ÚM 1998	ÚM 1999	ÚM 2000	ÚM 2001
Černý	Pevný	Černý	Buka	Appelfeld	Adamec
Kadlus	Vozdecký	Hába	Cílek	Buda	Burda
Kalužík	Rýdl	Kázecký	Dvořák	Burda	Burian
Kratochvíl	Chmelař	Knotek	Grund	Čermák	Čermák
Kubák	Jindra	Lambert	Hába	Frolík	Dedková
Nešpor	Zeman	Motlíková	Hanák	Chmelař	Fišer
Novák	Kutilová	Mühlfeit	Koštíř	Kraus	Chmela
Parmová	Duba	Ovsjannikov	Lambert	Kůla	Kozáková
Peřina	Malá	Pallay	Lelek	Lukačovič	Kraus
Přískovská	Kulhánek	Rögnerová	Matyáš	Majer	Majer
Pomikáček	Černý	Semerád	Mühlfeit	Negrová	Seidler
Poul	Heřmanský	Šimáčková	Otépka	Pelc	Smolka
Šváb	Hlinka	Vozdecký	Rögnerová	Přerost	Stávková
Vajnar	Kraus		Zemánek	Stroner	Šubrt
Válka	Makovička			Šenkýřová	Urban
Zbožínek	Matoušková			Vlk	Vyhnálek
Zeman	Popovič			Weigl	
	Šrédl			Zemánek	
	Vašek				

Od MR 2002 se uděluje titul: Manažer odvětví

MR 2002		MR 2003	
Adamec	ELEKTROTECHNIKA	Bayer	VÝROBA STROJŮ A ZAŘÍZEN
Appelfeld	VÝROBA KOMPONENTŮ PRO AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL	Bělohav	STAVEBNICTVÍ A VÝROBA STAVEBNÍCH MATERIÁLŮ
Borák	VÝROBA KOVŮ VČ. HUTNÍHO ZPRACOVÁNÍ, DOBÝVÁNÍ A ÚPRAVA OSTATNÍCH NEROSTŮ	Cienciala	ZPRACOVÁNÍ ŽELEZA A NEŽELEZNÝCH KOVŮ
Brůna	ZDRAVOTNICTVÍ	Dvořák	VÝROBA TEXTILNÍCH A ODĚVNÍCH VÝROBKŮ
Dvořák	SLUŽBY PRO PODNIKY	Fábera	OCHRANA OSOB A MAJETKU
Eiselt	ZPRACOVÁNÍ DAT A PRODEJ TECHNIKY	Filip	VÝZKUM A VÝVOJ
Hanák	DOPRAVA A SLUŽBY V DOPRAVĚ	Hanzlík	VÝROBA NEKOVOVÝCH VÝROBKŮ, SKLÁŘSTVÍ
Hanzlík	OBCHOD A ZPROSTŘEDKOVÁNÍ OBCHODU	Hlinka	UBYTOVACÍ A POHOSTINSKÉ SLUŽBY
Hüner	SLUŽBY PRO PODNIKY	Klimša	ZPRACOVÁNÍ DŘEVA, PAPIRU A POLYGRAFIE
Husník	VÝROBA CHEMICKÝCH VÝROBKŮ	Kousal	DOPRAVA, LOGISTIKA A SPOJE
Chudomel	ZEMĚDĚLSTVÍ	Pantůčková	PENĚŽNICTVÍ A POJIŠTOVNICTVÍ
Kačena	STAVEBNICTVÍ	Pérez de Leza	OBCHOD A CESTOVNÍ RUCH
Kulovaný	VÝROBA STROJŮ A ZAŘÍZENÍ	Petříková	PORADENSKÉ SLUŽBY PRO PODNIKATELE
Šafařík	CESTOVNÍ RUCH	Roman	ENERGETIKA A ENERGETICKÉ STROJÍRENSTVÍ
Šedlbauer	VÝROBA OSTATNÍCH NEKOVOVÝCH MINERÁLNÍCH VÝROBKŮ	Šarman	VÝROBA ELEKTRICKÝCH PŘÍSTROJŮ A ZAŘÍZENÍ
Tlapa	SLUŽBY K PODPOŘE PODNIKÁNÍ	Tlapa	SLUŽBY PRO FIRMY
Vrožina	FINANČNÍ SLUŽBY	Vašina	ZEMĚDĚLSTVÍ, MYSLIVOST A RYBOLOV
		Vožeh	SLUŽBY PRO VEŘEJNOST

PROSPERITA

Madam Business

Žena, která se neztratí!

PŘEDSTAVUJEME NOVÝ TITUL

Vychází jako příloha časopisu Prosperita

První číslo vyšlo již v únoru 2007

Prosperita Madam Business startuje od roku 2007 jako příloha měsíčníku Prosperita. Název napovídá, že jde o tematicky zaměřené celky věnované především ženám, a to podnikatelkám a manažerkám. Tedy majitelkám firem, ať již těch největších či drobných, generálním ředitelkám, členkám vrcholového managementu. Na stránkách přílohy bude tým Prosperity představovat ženy, které něco umí, které již hodně dokázaly, které mají nápady či trpělivou denní činnost prací a vynalézavosti sobě vlastní obohacují život ostatních. Ať již jako lékařky, režisérky, kadeřnice, advokátky, daňové poradkyně, ženy na poli vědy a umění, zkrátka ty, které jsou součástí pohybu naší společnosti.

Hlavní možnosti prezentace:

Rozměr	Cena	Rozměr	Cena
1/1	55.000 Kč	1/1 ZADNÍ	70.000 Kč
1/2	33.000 Kč	1/2 ZADNÍ	40.000 Kč
1/3	25.000 Kč	1/1 2. strana obálky	60.000 Kč
1/4	20.000 Kč	1/1 3. strana obálky	65.000 Kč
Hlavní rozhovor + foto na titulu	50.000 Kč	TITULNÍ LÍŠTA	25.000 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH.

DALŠÍ INFORMACE:

Příloha se tiskne celobarevně na křídě 80g formátu A4, v počtu stran od 8 do 32 (počet se může měnit dle potřeby čtenářů a inzerentů). Obsahuje řadu redakčních materiálů od rozhovorů přes články, drobné novinářské žánry, až po rady a doporučení jak co dělat lépe.

RIX, s.r.o. (vydavatel časopisu Prosperita a příloh)
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
Telefon: 602 618 008, E-mail: brixix@prosperita.info
Fax: 266 312 413

www.madambusiness.cz

Pro úspěch v celosvětové konkurenci je nutné být na trhu včas

Podle slov Vladimíra Jeništy z bombajské kanceláře CzechTrade to platí i pro byznys v Indii

Kam obrací exportéři stále častěji svou pozornost? Je to Rusko, Vietnam, Čína, Indie? Zcela určitě, i když je řada vývozců ještě z mnoha důvodů zdrženlivá, třeba pro značnou vzdálenost těchto zemí či odlišné obchodní zvyklosti. Například v Indii má Česká republika a české výrobky velmi dobrý zvuk a bohatou tradici. Ti starší si vzpomenou, že bývalé Československo pomáhalo budovat základy indické energetiky. Společnost Škoda India zde působí od 30. let minulého století a značka Škoda, bez ohledu na to, zda se jedná o auta, energetická zařízení nebo investiční celky, je zde doposud synonymem pro Českou republiku. Podobně je tomu s motocykly Jawa, známé před lety v Indii pod značkou Yezdi (jezdí). Československo tu pomáhalo s výstavbou komplexů Ranchi a Visakhapatnam. Populačně miliardová Indie nastartovala ke svému ekonomickému rozvoji a zdejší trh nabízí v současné době obrovský potenciál takřka ve všech oborech. České firmy mohou stavět na dobrém základě z minulosti, ale tato nabízená šance je zatím využívána jen málo. Mohou za to z velké části, jak již bylo uvedeno, geografická vzdálenost a především zcela cizí, odlišná, zdánlivě nepochopitelná, na jednání náročná, a proto mnohé odrazující pravidla trhu.

Nepodceňujte přípravu

Ne nadarmo se říká, že štěstí přeje připraveným. Když se to umocní na druhou, platí to pro exportéry. Pokud přijede český podnikatel do Indie nepřipraven, je ztracen. Potřebuje k sobě někoho, kdo zná prostředí, zvyky, mentalitu. Tím někým se pro některé firmy stal například CzechTrade. Je totiž vyzkoušené, že první seznámení se s touto zemí v člověku, který sem jede hledat nové příležitosti pro svůj byznys, v něm někdy vyvolá pocit naprosté beznaděje. Téměř okamžitě na jeho smysly zaútočí nikdy nekončící hluk, totální dopravní chaos, přelidněné ulice a mimo centra velkých měst také všudypřítomná demonstrace neuvěřitelné bíd. Chuť vyvíjet v této zemi podnikatelské aktivity je patrně ta tam. Nic na tom nezmění fakt, že je už dnes Indie podle statistik co do počtu miliardářů čtvrtá na světě a předstihla například i Japonsko. Avšak, kdo to neví, podlehe popsaným rozdílům, ať si to připoustí nebo ne. Bez podrobných informací o možnostech navázání obchodních kontaktů v tom kterém oboru, bez alespoň základních analytických údajů o daném segmentu trhu, bez přípravy na zcela odlišné zvyklosti obchodních jednání, bez informací o společensko-sociálních zvyklostech a bez předem vytipovaných obchodních partnerů je vstup na složitý indický trh velmi obtížný, ne-li nemožný. Pokud ale český podnikatel věnuje přípravě dostatečnou pozornost a je při obchodních jednáních trpělivý a vytrvalý, má velkou šanci využít obrovský potenciál, který dnes Indie nabízí. A je ten pravý čas. Některá průmyslová odvětví už se rozvíjí, na některá boom teprve čeká. Pro úspěch v celosvětové konkurenci je nutné být na trhu včas. Nejlépe - dříve než včas.

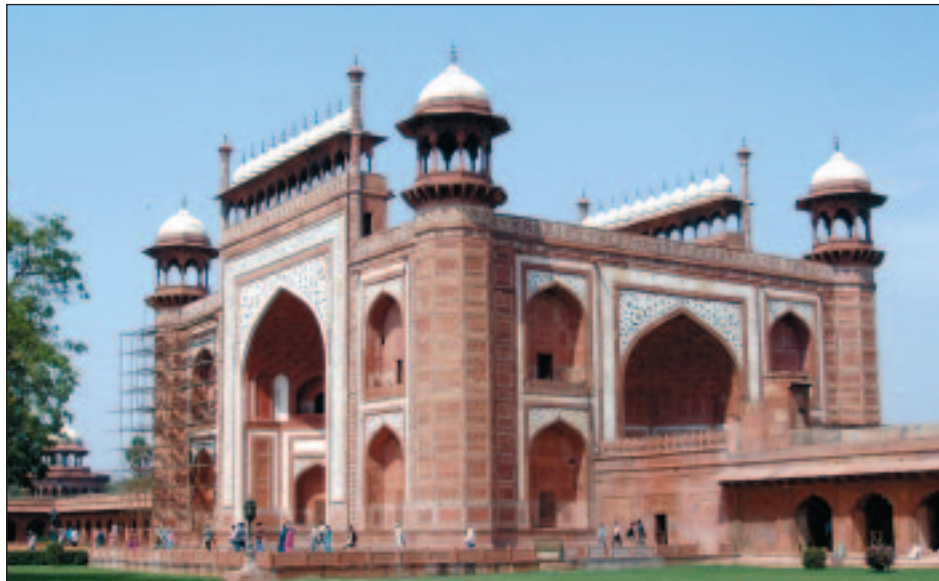
Využijte odborné pomoci CzechTrade

Vybavit české exportéry potřebnými informacemi je stěžejní úlohou státní agentury CzechTrade. Ta má dnes jednu zahraniční kancelář v Bombaji, obsazenou člověkem, který se seznámil s indickým prostředím a tedy i trhem již před dvaceti lety. Druhou kancelář plánuje otevřít letos

v Chennai. I pro tuto kancelář je vybrán zkušený specialista. "Jsme tu, abychom pomohli českým firmám najít správné partnery, abychom jim poradili s prvními kroky v Indii a abychom je naučili se zde pohybovat," řekl Vladimír Jeništa z bombajské kanceláře CzechTrade. "Kdo má první zkušenosti za sebou, určitě moje slova potvrdí." Podle něj právě shromáždění informací o daném průmyslovém oboru a především vyhledání potenciálních partnerů je ve většině případů několikátý denní téměř detektivní práce. "Nefunguje to tady jako v jiných zemích, kde si zadáte do internetového vyhledávače potřebná hesla a počítač vás zasype spoustou informací a kontaktů. V Indii jsou to hodiny a hodiny telefonování a následných jednání, využívání osobních místních kontaktů a opakovaného ověřování zjištěných výsledků," dodal Vladimír Jeništa.

Jak obchodovat v Indii

- V indických firmách je striktně dodržována hierarchie, zvláště patrné to je v rodinných firmách. Zásadní slovo má vždy managing director. To je potřeba mít na paměti především v případech, kdy úvodní jednání probíhají s funkčně níže postaveným obchodníkem dané firmy. Finální jednání je nakonec vždy u generálního ředitele a zde je třeba dojednat potřebné již jen s "nejvyšším". Dovolávat se ujednání s podřízeným může být chápáno jako nedostatek úcty k dosažené funkci - a dosud příjemnému průběhu jednání je konec.
- Indové sami tvrdí, že nepodepíší žádný kontrakt dříve, než získají k partnerovi důvěru a určitou náklonnost. A i když ji získají, jsou velmi tvrdými vyjednávači a využijí sebelepší skulinku k získání vlastního prospěchu. Proto je nezbytné připravit se na jednání s maximální pečlivostí. Indové se většinou vyznají ve financování zahraničního obchodu, v platebních nástrojích, zajištění financování atd. mnohem lépe než čeští obchodníci.
- Pro jednání je bezpodmínečně nutná dobrá angličtina.



- Pro úvodní jednání stačí standardní firemní materiály. Jakmile ovšem česká firma zjistí, co indický partner požaduje, je potřeba okamžitě reagovat. Pokud od specifikace poptávky uplyne měsíc a nabídka nepřichází, indický obchodník to bere jako nezájem a obrátí se na jiného partnera. Na druhé straně je nutno počítat s tím, že po odeslání detailní nabídky pobeží velmi dlouhá doba, než na tuto nabídku indický partner zareaguje. Je velmi dobré se po odeslání nabídky vhodným způsobem ozvat a ujistit se, zda partner nabídku obdržel, zda jí rozumí, nepotřebuje něco doplnit atd. Čas od času je nutno se tímto způsobem připomenout. Pokud tato komunikace neexistuje a česká firma pouze čeká na reakci, může to být opět pro Indu signál o nezájmu o kontrakt.
- Indové ctí jednoduchost při jednáních. Proto je dobré hned na prvním jednání předložit kompletní produktový katalog, a to včetně indikativních cen. O cenách se v rámci uzavírání kontraktu samozřejmě ještě dále diskutuje, indičtí obchodníci však nemají rádi na prvních jednáních při dotazu na ceny odpověď, že český partner jim cenovou kalkulaci zpracuje na základě konkrétní poptávky.
- Pro návštěvu Indie a potenciálních obchodních partnerů je dobré volit také vhodné období s ohledem na klimatické podmínky. Nejvhodnější doba, která je proto také charakterizována obsazenými hotely a letadly, je od poloviny listopadu do poloviny dubna. Obchodní cesta plánovaná do období od konce dubna do konce června se odehrává za nesnesitelných veder a pokud není možno ji odložit, je třeba ji plánovat v méně hektickém tempu, než jsou čeští podnikatelé zvyklí. Rovněž v následujícím období monzunů - od konce června do konce září - je třeba počítat s možnými komplikacemi a je vhodné těsně před cestou zjistit stav a průběh monzunů v cílové oblasti.
- Je nutné rovněž počítat s rozlehlostí Indie. Cestování po ní je co do vzdálenosti stejné jako cestování po celé Evropě. Rozlehlost hraje roli i při výběru obchodního partnera a zástupce firmy v Indii. Buď by měl svými pobočkami a vlastními lidmi pokrývat celý indický subkontinent, nebo je potřeba pro jednotlivé oblasti Indie zvolit více partnerů.

David, je nutno velmi rychle zareagovat na výzvy rozvíjející se indické ekonomiky. V opačném případě by mohl být vývoj vzájemného obchodu podobný jako s Čínou. Tady byla ještě v roce 1993 vzájemná obchodní bilance ČR a Číny vyrovnaná. Dnes je schodek ve prospěch dovozu z Číny do ČR několikanásobný. Exportéři vědí, že náš vývoz do Indie dnes představují především auta. Škoda Auto má v Indii montážní závod, kde se montují octavie, superby a počítá se i s felicií. V současné době pro vytěžení kapacit montuje zdejší závod i vozy audi. Vývozy zatím bohužel jen v objemech několika milionů korun ročně představují například kuličková ložiska nebo armatury. Přímé zastoupení v celé obrovské Indii má dnes jen desítky českých firem. "Jednoznačně klíčovým odvětvím je však dnes v Indii energetika, kde máme rozpracováno několik projektů, strojírenství a spotřební zboží dlouhodobého charakteru pro stále rostoucí střední třídu obyvatel, především automobily, což je dnes nejrychleji rostoucí obor v Indii," dodal obchodní rada R. David. V oblasti strojírenství se podle něj jeví nejperspektivnější obráběcí stroje. Od samého začátku práce kanceláře CzechTrade v Bombaji jsou tyto možnosti sledovány, uskutečnilo se několik významných akcí v režii této kanceláře za přítomnosti vedoucích manažerů předních českých firem po celé Indii a vznikla řada nových kontaktů, především v nejvíce rostoucím automobilovém průmyslu a v oblasti železniční dopravy. Ve spolupráci s indickým ministerstvem hospodářství proto také vznikla pracovní skupina indo-česká "Joint Working Group on Industries", zaměřená v současnosti především na obráběcí stroje, která mapuje možnosti modernizace a výměny tam, kde už z dřívějších dob české obráběcí stroje pracují, a kde je potenciál pro nové dodávky. Větší šanci na úspěch na indickém trhu v oblasti strojírenského průmyslu mají velké dodávky složitějších strojů, výrobních linek a investičních celků. Menší strojírenskou výrobu zvládají dnes Indové sami. Obrovskou perspektivu mají rovněž "hifi" výrobky, které Indové musejí tak jako tak nakoupit v zahraničí. Do této skupiny patří například laboratorní přístroje.

pokračování na straně 19

Věřte, že české firmy mají v Indii šanci uspět

Poté, co jste dočetli až k této pasáži, si možná řeknete, že nebudete pokoušet osud a Indii necháte raději stranou svého zájmu. To však nemusíte. Jak už bylo zmíněno v úvodu článku, Česká republika má v obchodních stycích s Indii bohatou historii a především pozitivní obchodní bilanci. Český export do Indie roste od roku 2002 v desítkách procent ročně, v některých oborech jde o meziroční nárůst o 30 až 40 %. Jak ale připomíná obchodní rada v Indii Richard

Kontakt:

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

servis CzechTrade

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

Název	Země určení	Firma	Popis poptávky, Český popis	Referenční číslo
Stříhání rouna, skládání	Německo		Německá firma, která z netkaného rouna vyrábí různé prachovky a hadry na mytí oken pro domácnost pod značkou VILEDA, hledá v ČR volné kapacity na stříhání rouna a skládání mycích mopů (německy Wischmops). Dodá potřebné stroje a materiál.	POCZ200749545
Překližka	Turecko		Turecká firma má zájem o nákup překližky na výrobu včelích úlů od českého výrobce.	POCZ200749598
Elektrické skřínky na řízení výrobních linek	Francie	DMT, a. s.	Francouzský producent plastových pásků hledá české výrobce elektrických skříněk na řízení výrobních linek, obsahujících automatický měnič frekvencí, článkový kotel.	POCZ200749603
Lékařské a medicínské pomůcky, technika	Bangladéš	A. R. Trade international	Firma má zájem o lékařské a medicínské pomůcky a techniku.	POCZ200749608

Výzva českých zemědělců a potravinářů z hraničního přechodu Dolní Dvořiště,

26. března 2007

Určeno: ministr zemědělství ČR Petr Gandalovič
předseda Poslanecké sněmovny PČR Miloslav Vlíček
předseda Senátu ČR Přemysl Sobotka

Dnes 26. března 2007 jsme se sešli v počtu asi 300 reprezentantů z celé ČR s traktory a nákladními auty zde na hraničním přechodu v Dolním Dvořišti, abychom pokojným a nenásilným způsobem vyjádřili důrazný protest vůči ničivým dumpingovým dovozům potravin, které výrazně poškozují české zemědělce a české potravináře. Děje se tak už velmi dlouho a vámi či vašimi předchůdci řízené instituce k tomu přihlížejí, aniž by projevily vůli nám pomoci a narůstající problémy řešit a neberou v potaz naše letité apely a varování. Do této doby se nic nestalo v oblasti legislativy, zdaleka nejsou využívány možnosti státních kontrolních institucí, v hluboké nečinnosti je Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Pokud snad stát využívá svých sankčních možností, pak

je to zpravidla proti nám prvovýrobcům a zpracovatelům, přičemž nekorektní praktiky obchodních řetězců se rozrostly do obudných rozměrů a jsou brány jako dané status quo. Daný stav pokládáme za nadále neudržitelný a je třeba přistoupit k okamžitému řešení. Svoje požadavky jsme zformulovali do následujících bodů a vyzýváme vás, abyste se jimi bezodkladně zabývali:

- Vyzýváme vás, abyste iniciovali přijetí legislativní normy, novely zákona o hospodářské soutěži, ve které by byla definovaná ekonomická dominance, respektive ekonomická závislost a podnákladová cena, která by pomohla navodit korektní a spravedlivé vztahy v potravinové vertikále zemědělec - zpracovatel - obchod - spotřebitel.



- Vyzýváme vás, abyste aktivizovali kontrolních orgánů zabezpečili ochranu spotřebitele před nekvalitními potravinami z dovozu, zejména před nepravdivou deklarací (přebalování dovezených potravin). Nízká cena zpravidla neznamená vysokou kvalitu.
- Vyzýváme vás, abyste se zasadili o odstranění diskriminace českých dodavatelů do obchodních řetězců, aby tito měli stejné podmínky jako dodavatelé zahraniční.
- Vyzýváme vás, abyste se nestyděli veřejně podpořit české zemědělce, české zpracovatele a české potraviny.

• Žádáme Ministerstvo zemědělství ČR, aby podpořilo české zemědělce. Sdělujeme, že naše trpělivost je u konce a žádáme vás, abyste se shora uvedenými problémy neprodleně zabývali a začali je řešit. V opačném případě nás dostanete do situace, kdy budeme nuceni přestat brát ohledy a přistoupíme k organizování akcí jiného druhu. Podobných, k jakým čas od času přistupují naši kolegové v zahraničí. Neberte prosím, tato slova jako nátlak a vyhrožování, ale konstatování a sdělení českých zemědělců a potravinářů, kteří už nemají kam ustupovat a kteří přes veškerou snahu nenacházejí pochopení, respektive se doposud nedočkali pomoci a řešení narůstající krizové situace. Závěrem vás žádáme, abyste se k této výzvě oficiálně vyjádřili.

Ing. Jan Veleba, Prezident AK ČR,
Ing. Miroslav Jirovský předseda ZS ČR,
Ing. Zdeněk Koubek, předseda ČMSZP
Ing. Jaroslav Hajda, CSc., Předseda SChP,
Ing. Zdeněk Stávek gen. ředitel Agropork,
Ing. Pavel Krejčík, CSc.,
ředitel Centroodbyt
Ing. Jaromír Kloud předseda ČSZM

Informace o exportu služeb na portálu BusinessInfo.cz

Portál BusinessInfo.cz ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR spustil na začátku dubna novou rubriku věnovanou službám. Služby se v posledních letech stávají významným a dynamickým prvkem mezinárodního obchodu. Tempo jejich růstu dosahuje větších meziročních přírůstků než obchod se zbožím a jejich podíl na světovém obchodním obratu se stále zvyšuje. Nová rubrika si klade za cíl poskytnout praktické informace z oblasti exportu služeb, a usnadnit tak podnikatelské veřejnosti orientaci v dané problematice. Sektor služeb v ČR si své postavení v zahraničním obchodě teprve hledá. Se záměrem podpořit aktivity českých poskytovatelů služeb na zahraničních trzích je v rámci Exportní strategie 2006 - 2010 realizován projekt Zvýšení vývozu služeb. Cílem projektu je zvýšení podílu exportu služeb na celkovém exportu a zkvalitnění jeho struktury, a to zejména prostřednictvím posílení liberalizace obchodu se službami na vnitřním trhu EU a prosazováním liberalizace na půdě WTO. Další cestou je i zvýšení informovanosti českých poskytovatelů služeb

a prezentace a propagace českých konkurenceschopných služeb na zahraničních trzích.

Obsah rubriky Export služeb:

- Návrh směrnice o službách na vnitřním trhu
- Terminologie používaná v souvislosti se směrnicí o službách na vnitřním trhu
- Jaký přínos bude mít směrnice o volném pohybu služeb pro podnikatele?
- Dílčí otázky spojené se směrnicí o službách
- Oblast působnosti směrnice o službách na vnitřním trhu
- Přeshraniční poskytování služeb
- Pracovní právo
- Převzetí nákladů za zdravotní péči
- Předpokládané dopady směrnice o službách
- Analýza ekonomických dopadů návrhu směrnice o službách na vysílání pracovníků
- Informace pro poskytovatele služeb vysílající své pracovníky mimo území ČR
- Podmínky vysílání pracovníků do jednotlivých zemí EU
- Podmínky vysílání pracovníků do Rakouska a Německa - států s přechodným obdobím

BusinessInfo.cz

Oficiální portál pro podnikání a export

- Služby na trzích třetích zemí - liberalizace služeb v rámci WTO

Kompletní informace jsou k dispozici na portálu BusinessInfo.cz v rubrice Zahraniční obchod: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/export-sluzeb/1001638/>

**BusinessInfo.cz**
Oficiální portál pro podnikání a export

Rubriky BusinessInfo.cz

- Aktuální témata
- Legislativa, právo
- Finance, daně
- Evropská unie
- Zahraniční obchod
- Služby portálu
- Regionální informace
- Registry, databáze
- Ochrana spotřebitele

Služby

- Životní situace
- Interaktivní formuláře
- Podpory a dotace
- Kalendář akcí
- Exportní příležitosti
- Státní podpora exportu

[Další služby](#)

www.businessinfo.cz
Koordinátorem projektu BusinessInfo.cz je Česká agentura na podporu obchodu

Soutěž CzechTrade o nejlepší studentskou práci

Česká agentura na podporu exportu CzechTrade ve spolupráci s katedrou mezinárodního obchodu fakulty mezinárodních vztahů VŠE v Praze vyhlásila 1. ročník soutěže o nejlepší studentskou práci na následující témata: Teritoriální a zbožíová struktura zahraničního obchodu ČR - změny po vstupu do EU, Exportní aliance a jejich uplatnění v mezinárodním obchodu ČR, Dotační programy a jejich efektivnost, Evropská rozvojová pomoc - exportní příležitosti pro české firmy. Soutěž je otevřena pro studenty fakulty mezinárodních vztahů VŠE. Komise jmenovaná generálním ředitelem CzechTrade Ivanem Juklem vyhodnotí tři nejlepší práce odevzdané do 15. 6. 2007 na katedru mezinárodního obchodu VŠE. Odměnou pro vítěze je účast na projektu prezentace průmyslu ČR na veletrhu HI INDUSTRY 2007, který se koná na počátku září v Dánsku. (tz)

Pro úspěch v celosvětové konkurenci je nutné být na trhu včas

pokračování ze strany 18
Do popředí pozornosti se dostávají také zařízení na úpravu vody, zařízení pro farmaceutický a chemický průmysl. Dlouhou tradici zde mají české textilní stroje a bylo by dobré na tuto tradici navázat dřív, než bude zapomenuta. Šanci mají rozhodně výrobci dobývací techniky a dá se také očekávat rozsáhlý rozvoj hotelových sítí a gastronomických provozoven, které budou potřebovat vybavení všeho druhu. Od skla a porcelánu až po pečicí linky a vzduchotechniku. V podstatě "neobydlená" je zatím oblast potravinářství. Přibližně 30 procent zemědělské produkce se v Indii musí likvidovat, protože ji neumí zpracovat. A to mohlo být pro české firmy více než zajímavou pobídkou. "Česká republika má s Indií podepsanou smlouvu o ochraně investic. Díky vysokým celním bariérám na dovoz výrobků se tak jeví jako velká výzva pro české výrobce investice do výroby v Indii," doplnil Richard David. Je navíc velmi pravděpodobné, že díky rostoucí poptávce trhu dojdou místním firmám stávající výrobní kapacity. To je další signál k větší orientaci na vývoz investic. Začnete-li o vývozu do Indie přece jen přemýšlet, neváhejte a nasměrujte své kroky nejprve k odborníkům do CzechTrade. Určitě vám hledat cestu k byznysu pomůžeme.

Aleš Řiháček
tiskový mluvčí CzechTrade

Posílení konkurenceschopnosti pražských podnikatelů

Pražské firmy mají ještě možnost přihlásit se do bezplatných školení, které jim přiblíží procesy výběrových řízení EU a problematiku zahraniční rozvojové spolupráce (ZRS) včetně nových programů ZRS na období 2007-2013. Tím jim pomohou získat praktické dovednosti potřebné k úspěšné účasti ve výběrových řízeních ZRS. V případě zájmu více firem z jednoho oboru bude možné vybraná školení tematicky přizpůsobit jejich zaměření. První termín školení na konci května je již zaplněn, proto nabízíme další termíny: 19. - 20. 6. a 24. - 25. 7. 2007. Přihlásit se můžete na stránkách projektu www.sanceprofirmy.cz. Projekt "Posílení konkurenceschopnosti pražských podnikatelů v programech zahraniční rozvojové spolupráce Evropských společenství", jehož realizátorem je Česká agentura na podporu obchodu / CzechTrade, je financován v rámci Jednotného programového dokumentu pro Cíl 3 region NUTS2 hlavní město Praha ze státního rozpočtu ČR a Evropského sociálního fondu. Partnerem projektu je společnost DIREKTA GROUP, s. r. o., která již nyní poskytuje bezplatné individuální poradenství.

Kontaktní osoba:
Tomáš Kotiš
manažer projektu, CzechTrade
GSM: 724 340 444
Email: tomas.kotis@czechtrade.cz
<http://www.sanceprofirmy.cz>

Auditoři pro vaši jistotu

Na našem trhu ještě není zcela obvyklé platit adekvátní cenu za informace

Na otázky Prosperity odpovídá Petr Kymlička, partner společnosti Deloitte Czech Republic

Známou auditorskou a poradenskou společností Deloitte Czech Republic z našich stránek dobře znáte. Zejména v poslední době jsme publikovali řadu informací týkajících se podnikání z výstupů rozmanitých analýz a studií právě této společnosti. Naposledy to bylo na titulní stránce Prosperity v březnovém vydání. Také tentokrát, stejně jako v předcházejících vydáních, navazujeme na bohatou spolupráci s Komorou auditorů České republiky - cílem je publikovat rozhovory s představiteli auditorských společností, členy komory, a tak ještě více přiblížit úlohu auditu a poradenství u nás.

Slovo má Petr Kymlička, partner společnosti Deloitte Czech Republic:

Každá firma, ať si to přizná nebo ne, potřebuje občas s něčím poradit. Také na českém trhu úloha poradenství roste. Mohl byste modelově ukázat, jak a v čem dokážete poradit středně velké společnosti s českým kapitálem, která se rozhodne k radikální změně - chce být brzy lepší?

Pokud necháme stranou konzultace ve vysoce specializovaných otázkách, např. v účetní, daňové či marketingové oblasti, je možno považovat za velmi typickou situaci pro využití poradenských služeb okamžik přeměny malé firmy ve firmu střední velikosti. Většina majitelů se totiž snaží nadále řídit rychle rostoucí firmu stejnými metodami a nástroji, jako to byli zvyklí dělat u firmy podstatně menší. Brzy pak dochází - i přes veškerou snahu, obětavost a výdaje času - ke ztrátě kontroly nad společností. Pomoc poradenské firmy je v této situaci pro majitele mimořádně užitečná, neboť mu rychle a efektivně umožní zvládnout problémy růstu. Může se jednat o celou řadu různých služeb, počínaje nastavením organizace a systému řízení firmy přes vybudování nového motivačního systému až po poskytnutí kvalifikovaných manažerů pro tzv. interim (přechodný management).

Často jistě slyšíte, že jsou velké nadnárodní poradenské společnosti pro drobnější firmy příliš drahé. Jak byste takový argument "jedna paní povídala" vyvrátili? Stále totiž platí, že "dobrá rada nad zlato" a know how se prostě platí a bude stále dražší...

Na našem trhu bohužel stále ještě není zcela obvyklé platit adekvátní cenu za informace. Na druhé straně však v současné době přibývá malých a středních firem, které využívají služeb nadnárodních poradenských společností, i když vždy velmi pečlivě dbají na prokazatelnou návratnost vynaložených prostředků. Jestliže si však majitel firmy dokáže spočítat, kolik času by on a jeho podřízení museli věnovat "vynalé-

zání vynalezeného", není problémem dosáhnout návratnosti nákladů na poradenství v řádu několika málo měsíců. U kolika investic do výrobního zařízení by to bylo možné?

Jak byste postupovali v případě, že se na vás obrátí podnikatel-začátečník, který se rozhodl vstoupit do světa byznysu, ale nic o tom vlastně neví? Ale pozor: má peníze a je perfekcionista a touží po brzkém úspěchu. Rozhodl se využít poradenského potenciálu prestižní světové společnosti jakou je Deloitte Czech Republic. Máte například ve své nabídce služeb prostor i pro takového zájemce? V čem ho dokážete vést, posílit?

Z pohledu poradenské firmy se defacto jedná o standardní situaci, kdy finanční investor hledá alternativní možnosti pro zhodnocení svých volných finančních prostředků. Deloitte je v této souvislosti schopen nabídnout celou škálu poradenských služeb od vyhledání vhodné investiční příležitosti (pochopitelně s přihlédnutím k preferencím investora např. pokud jde o segment trhu, očekávanou výnosnost, resp. akceptovatelnou míru rizika atd.), přes komplexní zajištění příslušné akvizice a restrukturalizaci či zhodnocení dané společnosti až po poskytnutí potřebných manažerských kapacit. Jestliže se podnikatel rozhodne restrukturalizovanou společnost opět prodat, může pochopitelně Deloitte pomoci i při vyhledání nového investora.

Publikujete řadu studií, výsledků, analýz, jež odrážejí vývoj podnikatelského prostředí globálně, mapují mnoho oborů a ukazují zároveň trendy, nevyjímaje Českou republiku. Nač se mohou připravit střední firmy v USA nebo v Evropě, potažmo u nás? Co je čeká?

Je velmi obtížné srovnávat a predikovat situaci středních firem v tak rozdílných podmínkách jako nabízí trhy USA, západní Evropy a střední či východní Evropy; vždyť ani samotná definice



střední firmy na těchto trzích není jednotná. Jestliže se však soustředíme na podmínky ČR, můžeme předpokládat, že firmy střední velikosti se ve vztahu ke "globálním hráčům" rozdělí na dvě skupiny. První

skupinu budou tvořit firmy, které působí v oblastech málo atraktivních pro velké konkurenty (může se jednat např. o různé typy lokálně realizovaných služeb, drobnou výrobu atd.). Druhou skupinu budou tvořit firmy, jejichž oblast podnikání je pro globální společnosti více či méně atraktivní; zde pak může dojít ke třem typům řešení: buď střední firma nevydrží konkurenční tlak a zanikne, nebo je různou formou integrována do podnikatelských aktivit globální společnosti, anebo si najde svůj relativně úzký a přesně vymezený prostor na trhu (niche), ve kterém může být plně konkurenceschopná, a tedy úspěšná. Pochopitelně nelze vyloučit ani situaci, že se z malé či střední firmy vyvine nadnárodní kolos, avšak to lze v našich podmínkách považovat za skutečně výjimečné.

V čem mohou hledat podnikatelské subjekty další konkurenční výhody? U nás se například pojem služby skloňuje ve všech pádech. Ale i tato platforma bude někdy takřka vyčerpaná. Oč půjde dál? O investování do lidských zdrojů, do nákupu mozků, půjde o nápady, technologie, vědu a vývoj? Půjde o marketing, který bude stále více působit na city člověka?

Určitě se bude jednat o oblasti využívající kvalifikované pracovní síly, a to na všech úrovních - od vědy a výzkumu až po poskytování sofistikovaných technických či ekonomických služeb.

A jakou budoucnost mohou mít ty firmy, které se nikdy nerozhodnou exportovat, ale působit jen na českém trhu pro nepříliš rostoucí okruh zákazníků? To je tak trochu v rozporu s cílem podnikání... Budou přežívat, nikoli růst.

To je otázka strategického záměru každého podnikatele, nicméně nejde o nijak neobvyklou



situaci (ostatně řada výrobků či služeb ani není vhodná pro export). Z ekonomického hlediska - při určitém zjednodušení - takové firmy mohou růst alespoň s růstem trhu jako celku; a to často není v podmínkách střední a východní Evropy málo ambiciózním cílem. Kromě toho jistě každý zná z vlastní zkušenosti malé či střední podnikatele, kteří spatřují smysl podnikání více ve vlastní seberealizaci než ve vydělávání stále většího a většího objemu peněz...

Hodně se nyní hovoří o daňové reformě. Odborníci se rozdělili do dvou táborů. Jaký je názor velké auditorské a poradenské firmy? Rozvoji podnikání v ČR by určitě prospělo...

Daňovou reformu v dnešním vládním návrhu je možno označit jako "malý krok správným směrem". Je však otázkou, co z původních návrhů zůstane po nepochybně složitém projednávání na politické úrovni. Zároveň je třeba zdůraznit, že skutečný efekt se projeví teprve tehdy, pokud budou následovat další reformní kroky, a to nejen v daňové oblasti, ale např. také v systému sociálního a zdravotního zabezpečení.

děkuji za rozhovor
Eva Brixl

Deloitte.

Kontakt:

Deloitte Czech Republic
Nile House
Karolinská 654/2
180 00 Praha 8 - Karlín
Tel: +420 246 042 500
Fax: +420 246 042 555
Email: deloitteCZ@deloitteCZ.com
www.deloitte.cz

Deloitte konstatuje: Banky čelí stejným problémům, ale také novým příležitostem

Největší bankovní domy světa se dnes vůbec nepodobají bankám, jak jsme je znávali před deseti lety. A ještě hlubšími proměnami projdou během příštích deseti let. Tato úvaha otevírá první ze série výzkumných zpráv Centra pro bankovníctví, které je součástí poradenské a účetní společnosti Deloitte, jež byla nedávno publikována. Zpráva nese titul Globální výhled bankovního průmyslu v horizontu roku 2007.

Hlavní poznatky z průzkumu:

- Na úvěrových trzích kromě bank operuje na

9000 hedgeových fondů, jejichž aktiva dosahují 1,2 bilionu dolarů.

- Čisté úrokové marže 70 největších evropských bank za poslední dva roky klesly ze 2 % na 1,8 %, zatímco neúrokové poplatky se staly předmětem státní regulace.
- V zámořských filiálkách banky na některých činnostech ušetří až 40 % provozních nákladů.
- Na vyspělých trzích banky otevírají více poboček, než kolik jich dříve zrušily. Rychlé změny podnikatelského prostředí, jejichž zdrojem není jen globalizace, sílící konkurence

a technologický pokrok, ale také přísnější regulace a bankovní dohled, vyvíjejí na finanční instituce silné tlaky, od kterých si neuleví ani v příštích 12 až 18 měsících. Deloitte ve svém výhledu ale přináší i dobré zprávy. "V současnosti se otevírá mnohem více nových příležitostí k dalšímu rozvoji, zejména díky globalizaci a rozšiřování nových trhů," podotkl Mike Jennings, vedoucí skupiny firmy Deloitte pro poskytování finančních služeb se středoevropskou působností. "Banky prošly za poslední desetiletí velmi dramatickým vývojem a prokázaly svou schopnost přizpůsobit se novým podmínkám." Deloitte soudí, že globalizace a přesun na nově se otevírající trhy už nebude bankami chápán jen jako způsob konkurenčního boje, ale také jako zdroj dalšího růstu. Jen v Indii se každý rok vynoří 22 milionů nových příslušníků střední třídy, kteří poptávají bankovní služby. Do roku 2010 jich bude 250 milionů. V Číně se odhaduje, že ve stejném roce bude v používání 75 milionů kreditních karet.

Hedge fondy v bankovní "zahrádce"

Konkurenční tlaky ovšem nepoleví. Naopak, přicházejí od zcela nových hráčů na trhu - hedge fondů. V poslední době tyto fondy výrazně zintenzivnily své operace na sekundárním úvěrovém trhu. Fondy však dokonce už samy úvěry sjednávají a poskytují. Jestliže v 80. letech banky přišly o velkou část úvěrového trhu tím, že si podniky začaly opatřovat finanční prostředky na kapitálových trzích, nyní musejí čelit úvěrovým aktivitám hedge fondů, které využívají toho, že jejich regulace je benevolentnější a mají nad sebou slabší dohled. Odborníci se obávají, že tato situace může vést k destabilizaci finančních trhů, což se konec konců už stalo při finanční krizi v 90. letech v Asii.

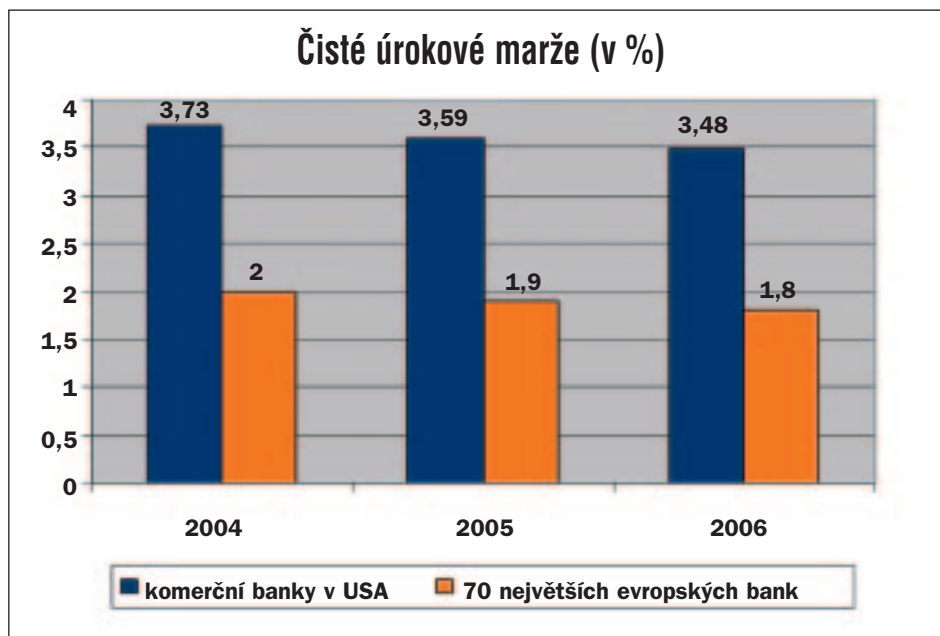
Šetřit ano, ale klienty

Nutnost snižovat náklady v bankovníctví není nové téma. Už řadu let klesají čisté úrokové marže. Zpomaluje se růst příjmů z neúrokových poplatků a provizí, jež byly kdysi považovány za nejdůležitější zdroj nahrazující příjmy úrokové. Ukázalo se, že ochota klientů hradit tyto poplatky má své meze. Růstu poplatků zabránila silná konkurence, ale také regulační orgány. V Austrálii státní banka uvalila strop na poplatky spojené s užíváním karet Visa a MasterCard, k regulaci poplatků za kartové obchody se odhodlala také Evropská komise. Ve Velké Británii státní dohled donutil banky zprůhlednit ceník poplatků za vybírání hotovosti z bankomatů a stanovil maximální úroky na úvěry čerpané kreditní kartou. V České republice nebyly zatím podniknuty žádné kroky směřující k regulaci poplatků a úroků, avšak Ministerstvo financí ČR vyvíjí v posledních dvou letech v tomto směru značný nátlak.

Dosahovat úspor v nákladech prostým "utahováním opasků" už ale nepostačí. Podle zprávy Deloitte je jedinou perspektivní cestou zvyšování efektivnosti změnou procesů a využitím moderních informačních technologií. Například Grupo Santander v roce 2005 investovala 500 milionů dolarů do IT, sjednotila technologickou platformu, obsluhu klientů a zpracování produktů v celé skupině a roční úspory vycíslila na 265 milionů dolarů.

Důležitá je také otázka, jak banky s úsporami naloží. Deloitte je nabádá k tomu, aby úspory převydealy až ke klientům a reinvestovaly je do nových poboček, zvýšení počtu zaměstnanců a nových služeb. Zisk se dostaví později, generován růstem počtu zákazníků. (tz)

pokračování v příštím čísle

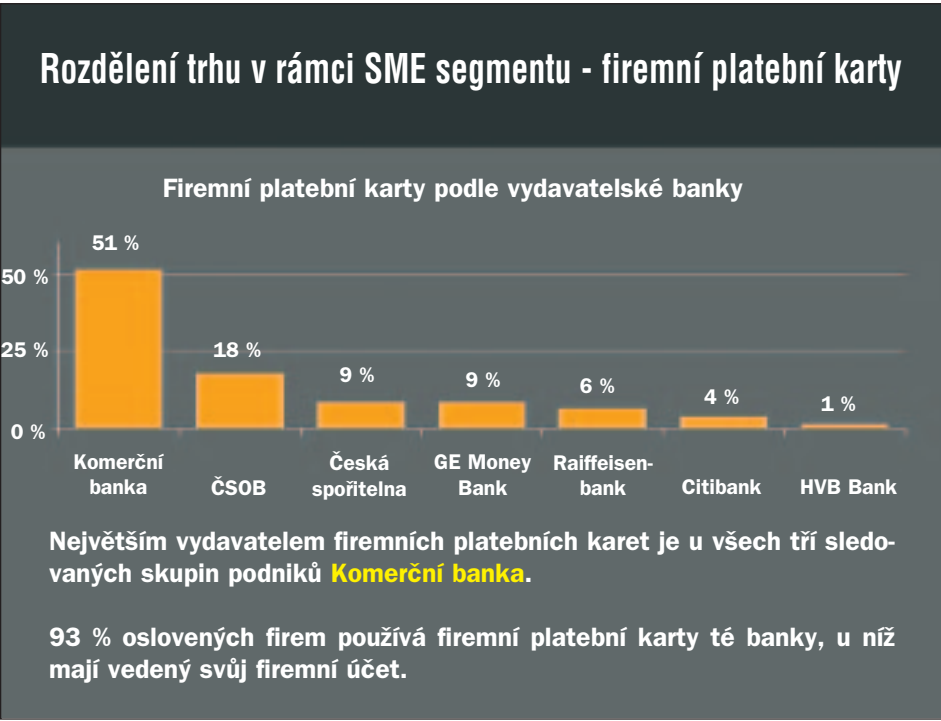
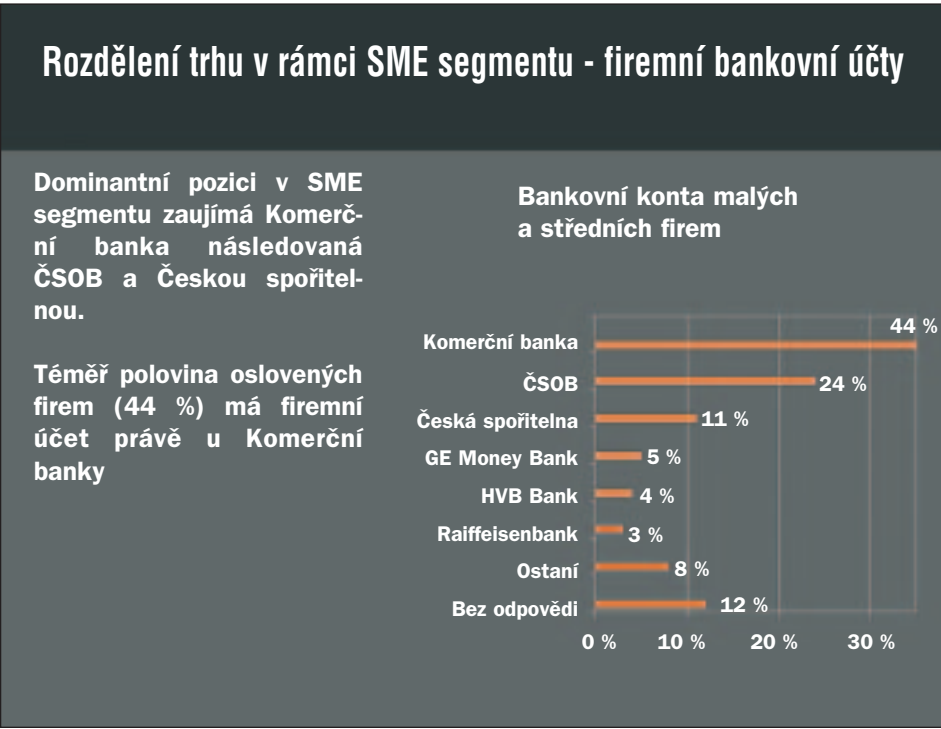
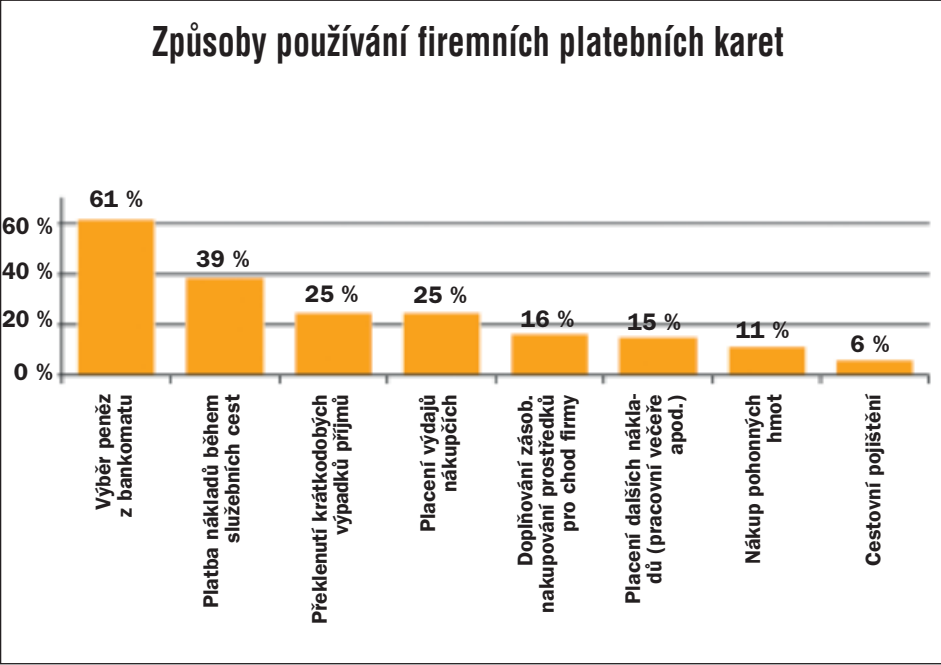


Firmy objevují výhody služebních platebních karet

Segment firemních platebních karet pokračuje v dynamickém růstu z posledních let. Počet vydaných firemních platebních karet MasterCard dosáhl na konci minulého roku 78 000 při meziročním nárůstu ve výši 44 %. Celková útrata uskutečněná těmito kartami v roce 2006 činila 14,3 mld. Kč a oproti roku 2005 se zvýšila o 24 %.

Z 300 firem, které byly do průzkumu společnosti MasterCard zahrnuty, vlastnilo služební platební karty 27 % (81 společnost). "Celkem 78 % z nich uvedlo, že se jedná o kreditní karty. Není překvapující, že tyto karty jsou zároveň pro podnikání vnímány jako nejvhodnější - představují totiž pro firmy v případě potřeby ideální prostředek ke snadnému získání výhodné půjčky," řekl Ján Čarný, generální ředitel společnosti MasterCard Europe pro Českou republiku, Slovensko a Polsko. Debetní karty používá 55 % oslovených firem a 23 % používá služební charge karty. Jak vyplývá z průzkumu společnosti MasterCard mezi malými a středními podniky v České republice, tak vedoucí pozici v tomto segmen-

O používání služebních platebních karet v České republice vypovídá následující graf:



tu zaujímá Komerční banka následovaná ČSOB a Českou spořitelnou. Téměř polovina oslovených společností má firemní účet právě u Komerční banky (44 %), 24 % u ČSOB a 11 % vede svůj účet u České spořitelny. Komerční banka je zároveň největším vydavatelem firemních platebních karet mezi malými a středními podniky - vydala celkem 51 % těchto karet. ČSOB vydala 18 % firemních platebních karet a Česká spořitelna společně s GE Money Bank shodně 9 %. Tato zjištění potvrzuje i fakt, že 93 % oslovených firem používá firemní platební karty té banky, u níž mají vedený svůj firemní účet. "Realizovaný průzkum nám poskytuje mimo jiného také informace o tom, jak často jsou firemní platební karty používány. Představitelé oslovených společností své služební platební karty používají v průměru 1,44x týdně. Nejčastěji jsou pak používány v drobných firmách s ročním obrátem 1-5 mil. Kč. Tyto podniky je využívají průměrně 1,8x týdně," dodal Ján Čarný. Vnímání výhod firemních platebních karet je prakticky stejné jak mezi jejich držiteli, tak i mezi těmi, kteří tyto karty ještě nepoužívají. Mezi hlavními výhodami bylo nejčastěji zmiňováno překlenutí krátkodobých výpadků příjmů, snížení nároků na administrativu či poskytnutí bohatých dodatečných služeb jako je například cestovní a úrazové pojištění nebo pojištění pro zaměstnance. Tyto výhody firemních platebních karet byly u většiny oslovených podniků také hlavními důvody pro jejich pořízení. "S firemními platebními kartami MasterCard je ve světě spojeno široké spektrum doplňkových služeb. Příkladem může být služba, která umožňuje rychlé a jednoduché navrácení až 100 % daně z přidané hodnoty ze zahraničních transakcí. Držitelé firemních platebních karet MasterCard mohou využít rovněž rozsáhlé cestovní služby prostřednictvím nonstop asistenčního centra, komplexní pohotovostní servis v případech ztráty karty a nedostatku hotovosti či nadstandardní podmínky na letištích. Dalším

příkladem rozšiřujících se služeb může být i card customization firemních platebních karet," dodal Ján Čarný, generální ředitel společnosti MasterCard Europe pro Českou republiku, Slovensko a Polsko. Z odpovědí představitelů oslovených firem disponujících služebními platebními kartami vyplývá, že nejvíce se tyto karty používají k výběru peněz z bankomatů. Téměř 40 % je pak využívá k placení nákladů během služebních cest a každý čtvrtý k překlenutí krátkodobých výpadků příjmů a k úhradě výdajů nákupních. Firemní platební karty využívají nejvíce majitelé společností (98 % těch, jejichž firma má tyto karty k dispozici). Generální ředitelé je používají ve 44 % a finanční ředitelé ve 24 % případů. Majitelé společností jsou zároveň osobami, které ve více než polovině (56 %) případů rozhodují o pořízení firemních platebních karet. Ve 41 % podniků činí toto rozhodnutí generální ředitelé a v 9 % společnost finanční ředitelé. Mezi další zjištění průzkumu patří i fakt, že 92 % držitelů firemních karet je nepoužívá k placení osobních výdajů a naopak - jen 10 % držitelů osobních platebních karet je využívá k úhradě firemních nákladů. Průzkum byl na základě zadání MasterCard realizován v únoru 2007 společností Synovate. Bylo do něj zahrnuto celkem 300 firem, rozdělených do tří stejně velkých skupin podle výše ročního obrátu (100 drobných firem s obrátem 1-5 mil. Kč, 100 malých firem s obrátem 5-30 mil. Kč a 100 středních firem s obrátem 30-100 mil. Kč). Největší část oslovených společností působí v sektoru služeb (35 %), 24 % pak v oblasti průmyslu. Téměř devět z deseti z nich působí na českém trhu déle než 5 let. Cílem výzkumu bylo zjištění informací o potřebách malých a středních podniků týkajících se služebních platebních karet a získání povědomí o současných platebních zvyklostech těchto firem. (tz)

Státní tiskárna cenin - tiskárna pro vaše pohodlí

Vaše plastová karta je chráněna ještě dříve, než ji dostanete poprvé do ruky



Necháte-li si vyrobit plastovou kartu ve STÁTNÍ TISKÁRNĚ CENIN, můžete si být jisti, že vaše karta bude chráněna již dlouho předtím, než ji poprvé vezmete do ruky. STÁTNÍ TISKÁRNA CENIN používá při výrobě karet ty nejmodernější technologie a nejpřísnější bezpečnostní opatření, obdobná jako při výrobě bankovek. A se kterými ochrannými prvky se můžeme na kartách setkat? Ochranu karet můžeme rozdělit do několika skupin. Podle typu použitého materiálu, podle prvků pro ukládání dat, podle použitých ochranných prvků v designu karty, případně podle použitých speciálních personalizačních metod. Dnes se podíváme na první dvě skupiny. Nejběžnějším materiálem pro výrobu plastových karet je stále, i přes jeho negativní vliv na životní prostředí, PVC. Jedná se o relativně levný materiál, jehož vlastnosti dostatečně vyhovují požadavkům kladeným na většinu plastových karet na trhu. Z pohledu zabezpečení však PVC mnoho možností nenabízí. Proto bylo nutné najít materiál, který by PVC nahradil v oblasti aplikací, kde je kladený zvýšený důraz na životnost a bezpečnost celé karty. Tedy i na materiál, ze kterého je karta vyrobena. Tyto požadavky splňuje asi nejlépe polykarbonát (PC). Jedná se o materiál, který má oproti PVC asi 3x delší životnost a je výrazně odolnější vůči mechanickým vlivům. Rovněž struktura "sendviče" polykarbonátových karet je rozdílná od struktury karet vyrobených z PVC, což umožňuje využívat takové personalizační techniky, jejichž použití je u PVC nemožné. To vše předurčilo polykarbonátovou kartu k tomu, aby se stala světovým standardem pro výrobu dokladů na plastových kartách. Kromě standardních identifikačních karet se dnes na trhu setkáváme s celou řadou karet, které jsou opatřeny prostředky pro ukládání dat. Jedná se zejména o karty s magnetic-

kou páskou a o čipové karty. Úroveň bezpečnosti těchto karet přímo souvisí s jejich použitím. Karty s magnetickou páskou se využívají všude tam, kde je potřeba uložit na kartu malé množství dat bez většího požadavku na bezpečnost. Data z pásky lze přečíst za použití jednoduché čtečky. Běžně se používají dva typy magnetické pásky - HiCo a LoCo. U čipových karet je to trochu složitější. Máme karty kontaktní, bezkontaktní, duální či hybridní. Čipy mohou být paměťové nebo mikroprocesorové. V případě kontaktních čipů dochází k přenosu informací z nebo do čipu přímo prostřednictvím kovových kontaktů čipu. Kartu je potřeba vložit do čtečky, kde speciální čtecí mechanismus zajistí propojení jednotlivých kontaktů. Na rozdíl od tohoto typu karet, bezkontaktní kartu je možné číst, nebo do ní zapisovat, ve vymezené vzdálenosti od instalované čtečky. To s sebou skýtá jistou možnost "odposlechu" přenášených dat mezi terminálem a kartou. Proto se tyto typy karet běžně nepoužívají u aplikací, kde je bezpečnost přenášených dat na prvním místě. Kombinací obou výše uvedených typů karet jsou pak hybridní karty, které kombinují jak kontaktní čip, tak i bezkontaktní ve dvou samostatných čípech. Speciálním typem karty je duální karta, která je osazena jedním čipem napojeným na dvě různá rozhraní (kontaktní i bezkontaktní). To znamená, že k datům na čipu může být přistupováno jak prostřednictvím kontaktní čtečky, tak prostřednictvím vzdáleného terminálu. Navíc čipy mohou být vyrobeny tak, že kromě běžné přístupných oblastí obsahují i zabezpečené oblasti, do kterých je možné zapisovat, nebo z nich číst data pouze po zadání bezpečnostního klíče. Variabilita dnes používaných čipů je obrovská. Jednotlivé čipy se liší velikostí paměti, přenosovou rychlostí, rychlostí provádění matematických výpočtů, atd. Speciální kategorií čipů jsou čipy s implementací kryptografických funkcí. Samozřejmě, že ochranných a bezpečnostních prvků je mnohem více... (stc, bar)

Absolventi mají originální nápady, znají nové technologie a jazyky - to se cení

Ikdyž nezaměstnanost absolventů výrazně souvisí s celkovou ekonomickou situací státu, tedy i s celkovou mírou nezaměstnanosti, není pouze jejím odrazem. Míra nezaměstnanosti o něco více než dvojnásobně převyšuje obecnou míru. Tento stav na trhu práce je však ve světě běžný. Absolventi jsou totiž skupinou uchazečů o zaměstnání, která je handicapována zejména tím, že jí chybí praktické zkušenosti. Při hledání pracovního místa však mohou konkurovat jinými přednostmi - zejména aktuálními odbornými znalostmi, znalostmi cizích jazyků, počítačovými dovednostmi nebo větší profesní flexibilitou.

Logicky celkový počet nezaměstnaných absolventů je významně ovlivněn cyklem školního roku, kdy jejich počet dosahuje svého maxima v září a minimální hodnoty v květnu. Ke konci srpna 2005 registrovaly úřady práce 37,5 tisíce nezaměstnaných absolventů a na celkovém počtu nezaměstnaných se podíleli 7,4 %. Ve stejnou dobu před rokem evidovaly úřady práce 51,5 tisíce nezaměstnaných absolventů, tedy o 14 tisíc více. Dlouhodobě evidovaných absolventů nezaměstnaných déle než jeden rok je 10 - 11 % ze všech evidovaných absolventů. Příznivé výsledky zaznamenané v rámci meziročních srovnání let 2004 a 2005 byly pravděpodobně způsobeny i vyšším zájmem ekonomiky o pracovní sílu, ale přísnější přístup úřadů práce k finanční podpoře čerstvým absolventům škol od prvního měsíce po odchodu ze školy, který je uplatňován od října roku 2004, je důvodem, proč nelze přesně srovnávat pozdější údaje s údaji z roku 2004. Na meziročním celkovém úbytku všech uchazečů o práci se podílelo snížení počtu absolventů více než 45 %. Podle již zmíněné nové právní normy totiž už absolventi nemají automatický nárok na vyplácení podpory v nezaměstnanosti (během posledních tří let musí odpracovat alespoň 12 měsíců). Průměrný podíl absolventů na celkové nezaměstnanosti má klesající tendenci už od roku 1998, jedná se však v nemalé míře také o důsledek organizačních opatření. Počet nezaměstnaných absolventů se totiž snižuje od roku 1999 v souvislosti se zavedením povinné devítileté školní docházky, výrazněji narůstá počet absolventů pokračujících ve vzdělávání a postupně klesá jejich populační křivka.

Vyplatí se registrace na úřadu práce

Kromě toho, že se očekává úspora státních prostředků na pasivní politiku zaměstnanosti, výše zmíněná novela zákona o zaměstnanosti by se měla pozitivně odrazit minimálně ještě ve dvou oblastech. Za prvé by měla předcházet letnímu zaměstnávání mladých "na černo", tj. bez řádné pracovní smlouvy. Dalším přínosem by mělo být zrovnoprávnění podmínek pro poskytnutí hmotné podpory ostatních nezaměstnaných právě s absolventy. Také je stanoveno, že příjem z brigády za červenec a srpen se nebude započítávat do rozhodného příjmu pro dávky státní sociální podpory.

I přes omezení nároku na hmotnou podporu v nezaměstnanosti je stále pro absolventy výhodné se na úřadu práce registrovat, pokud ihned po dokončení školy nenastoupí do zaměstnaneckého poměru nebo nezačnou pracovat jako živnostníci. Tento aspekt sice kaž-

doročně negativně ovlivňuje míru nezaměstnanosti v období od konce června do začátku září, ale jsou na ně zaměřeny jednak odborné praxe absolventů škol a zvyšování kvalifikace mladistvých, jednak tzv. rekvalifikace - stáže. Pak je tu ten dobrý fakt, že evidencí na pracovním úřadě se mladí opět stávají státními pojištěnci a zdravotní pojištění za ně hraří stát.

Nezaměstnanost? Záleží na regionu

Je obecně známou skutečností, že nezaměstnanost má silně regionální charakter. Stejně výrazné rozdíly jsou patrné i v hodnotách míry nezaměstnanosti absolventů škol. Ovšem zatímco absolventi - uchazeči o zaměstnání jsou evidováni podle místa trvalého bydliště, absolventi škol, vůči nimž je počet nezaměstnaných absolventů poměřován, jsou uváděni podle místa školy, kde vystudovali. Tento problém je výrazný zejména u monotypních středních škol a dále u všech škol terciárního studia, neboť většina z nich stahuje žáky z velkých území přesahujících rozsah kraje, v případě Prahy i z míst v celé republice. To vede ke skutečnosti, že regionální hodnoty míry nezaměstnanosti absolventů, zejména ve struktuře skupin oborů, jsou nekoherentní.

Zaměstnavatelé v některých regionech postrádají pracovníky vzdělané v určitých oborech, mezi jinými například horníky, zedníky, šičky, soustružníky, nástrojáře, zámečníky atd., a to i přesto, že lidí bez práce je zde obrovské množství. Střední a vysoké školy vyjde řada odborníků, problém je ale v tom, že některé obory nejsou pro mladé lidi perspektivní nebo dobře zaplacené. Hlavním důvodem tohoto nedostatku není ani nízký počet absolventů a nesprávně nastavená vzdělanostní struktura školského systému, ale je to především nezájem mladých lidí studovat tyto obory, resp. je pak vykonávat po jejich studiu. Problém nedostatku zájemců o studium méně atraktivních, především technických oborů, rezultuje do situace, kdy školy přizpůsobují strukturu nabídky poptávce veřejnosti a u některých oborů otevírají více tříd, než kolik je trh práce schopen absorbovat. Naopak v některých oborech trvá nezájem o jejich studium ze strany rodičů i dětí, a to i přesto, že zde existuje poptávka po pracovní síle. Jsou to především učební strojírenské obory.

Technické a zemědělské obory - tak trochu průšvih

Za hlavní rozpor mezi vzdělávací nabídkou odborného vzdělávání a poptávkou na trhu práce je označována "nadprodukce" absolventů ekonomických maturitních oborů SOŠ na jedné

straně a nedostatek absolventů právě technických učebních oborů na straně druhé. Hodnoty míry nezaměstnanosti ekonomických oborů SOŠ neukazují, že by nezaměstnanost v těchto oborech byla vysoká a ačkoliv je v tomto oborovém zaměření produkován vysoký počet absolventů, jejich situace na trhu práce je uspokojivá. A naopak, v rámci některých profesí si zaměstnavatelé stěžují na nedostatek pracovníků technických učebních oborů. Jenže paradoxně, míry nezaměstnanosti absolventů strojírenských, elektrotechnických a stavebnických učebních oborů jsou stále vysoké. Zejména vyučování se zaměřením na stavebnictví dosahují vysoké míry nezaměstnanosti. Tento nepříznivý vývoj zřejmě souvisí se zaměstnáváním levné pracovní síly ze zahraničí a se zaměstnáváním pracovníků načerno, kde někteří z nich mohou být zároveň evidováni na úřadech práce jako nezaměstnaní. Ve všech kategoriích vzdělání začínají v poslední době vykazovat zvýšené míry nezaměstnanosti zemědělské obory.

Problematiku nedostatku absolventů určitých oborů již nyní řeší kraje ve svých dlouhodobých záměrech školství. Měly by do nich zahrnout své plány na rozvoj určitých oblastí a informovat o nich rodiče, kteří tak budou vědět, jaké obory budou za několik let v jejich regionu žádané, a podle toho směřovat své potomky do škol. Možnosti volby rozšiřuje nejen vznik soukromých škol, ale také rozdělení studia na jasné cykly - bakalářský, magisterský a doktorandský. Studenti by tak v budoucnosti měli mít větší možnost změnit své rozhodnutí v průběhu studia, mít jasně danou a porovnatelnou studijní zátěž a také možnost kombinovat studium se zaměstnáním.

Vhodnou alternativou pro ty, kdo se nedostali na vysokou školu, je studium na vyšších odborných školách (VOŠ). Vyšší odborné vzdělávání nabízí 170 škol, s výukou zhruba 180 oborů vzdělání všech odvětví. Nedílnou součástí studia je odborná praxe, která má studentům zprostředkovat kontakt s reálným pracovním prostředím. Díky odborné praxi mají absolventi také tu výhodu, že mohou během studia navázat kontakt se svým potenciálním zaměstnavatelem.

Názor zaměstnavatelů se liší

Abstrahujeme-li od úrovně vzdělání, celkově nejfrekventovanějším důvodem velkého počtu neumístěných absolventů je skutečnost, že v regionu není zaměstnavatel, který by měl o absolventy daných oborů zájem. Výrazně do popředí vystupuje tento důvod především z pohledu dlouhodobé nezaměstnanosti. Druhým nejvýznamnějším důvodem je nedostatek praxe, kdy si zaměstnavatelé uvědomují, že by museli investovat do rozvoje absolventa a čekat, než se přizpůsobí firmě, a třetím, již ale podstatně méně frekventovaným důvodem, jsou vysoké počty absolventů oboru. Ostatní důvody jsou zastoupeny jen okrajově, jako významnější se jeví pouze nízká úroveň pracovní morálky či vysoké nároky na finanční ohodnocení. Měli bychom ale také zmínit, že zaměstnavatelé případně uchazeče o zaměstnání z řad absolventů škol odmítají i kvůli stavu současné legis-



lative. Podle zákoníku práce jsou absolventi škol zahrnuti mezi skupiny pracujících, se kterými není možné uzavírat pracovní smlouvu na dobu určitou či sjednávat v pracovní smlouvě zkušební lhůtu. Úmyslem tohoto ustanovení byla ochrana absolventů škol na trhu práce, avšak v současné situaci působí zcela kontraproduktivně.

Jestliže například některé firmy odmítají absolventy proto, že pro zapracování a získání potřebných pracovních návyků je nutná delší doba, jiné firmy přijímají absolventy právě z důvodu, že nemají žádné negativní návyky či zkušenosti z předchozího zaměstnání a snáze přijímají filozofii firmy, kam poprvé nastoupili. K dalším přednostem absolventů jsou řazeny zejména originalita jejich nápadů, znalost nových technologií, znalost práce s počítači či znalost jazyků. V neposlední řadě značná část firem absolventy přijímá z finančních důvodů, neboť úřad práce přispívá firmám, které přijímají absolventy do pracovního poměru.

K další diferenciaci zaměstnavatelů dochází v názoru na důležitost případné pracovní zkušenosti získané již během studia. I zde se zaměstnavatelé dělí na dvě poloviny. Pro část zaměstnavatelů jsou pracovní zkušenosti získané již v průběhu studia důležité, a to zejména tehdy, jsou-li z oboru, ve kterém daný zaměstnavatel podniká. U mnohých zaměstnavatelů vstupuje při posuzování pracovních zkušeností nabytých v průběhu studia i další faktor - práce při studiu je vnímána jako fenomén, který vypovídá o charakteru případného uchazeče o zaměstnání. Jde o to, že zaměstnavatelé zde nehodnotí pouze pracovní zkušenosti samy o sobě, ale vztahují je k osobnosti absolventa jako celku. Spatřují v nich jeden z ukazatelů, který může vypovídat o vlastnostech a schopnostech absolventa, o jeho postoji k práci apod.

pokračování na straně 29

1. VOX, a. s., vás srdečně zve kurzy a semináře

MZDOVÝ AUDIT neboli interní kontrola mzdového účetnictví

Vzdělávací program s mezinárodní certifikací IES

TERMÍN: 21. - 25. 5. a 18. - 20. 6. 2007

Tento osmidenáctý seminář reaguje na potřeby praxe a trhu pracovních sil, který signalizuje nedostatek vysoce kvalifikovaných odborníků.

I. BLOK: 21. - 25. 5. 2007

- Pracovní právo v praxi po vstupu ČR do EU - JUDr. Bohuslav Kahle
- Obecně závazné mzdové předpisy, vedení mzdové agendy (1. část) - Ing. Růžena Klímová
- Zákon o cestovních náhradách ve vazbě na zákon o daních z příjmů - JUDr. Soňa Šamalová
- Praktická aplikace mzdových předpisů a pracovního práva, modelové příklady z praxe - dopady pohledu kontrolních subjektů - Ing. Růžena Klímová
- Předpisy o zaměstnanosti, včetně právní úpravy zaměstnávání cizinců a osob se zdravotním postižením. Kontrola dodržování pracovněprávních předpisů - JUDr. Ladislava Steinichová
- Obecně závazné mzdové předpisy, vedení mzdové agendy (2. část) - Ing. Růžena Klímová
- Vedení personální agendy v kontextu nového zákoníku práce - JUDr. Hana d'Ambrosiová

- Zdaňování příjmů fyzických osob ze závislé činnosti, funkčních požitků, zúčtování záloh ze závislé činnosti - Irena Jindrová

II. Blok: 18. - 20. 6. 2007

- Nemocenské pojištění - Mgr. Magdalena Šváchová
- Sociální pojištění - Ing. Marta Ženíšková
- Zdravotní pojištění - Ing. Ludmila Trnková
- Tvorba a použití prostředků z fondů kultury a sociálních potřeb a sociálních fondů - Ing. Anna Libnarová
- Důchodové pojištění, vedení evidenčních listů - JUDr. Helena Pelikánová
- Personalistika a bezpečnost práce - Bc. Zdeněk Šenk
- Mzdový audit, délka směny ve vztahu k závodnímu stravování - Ing. Růžena Klímová
- TEST IES - oprava a vyhodnocení - Ing. Růžena Klímová
- TEST IES - oprava a vyhodnocení - Irena Jindrová (závislá činnost)

CENA: 15 290 Kč (včetně 19% DPH a mezinárodního certifikátu IES)

MANAŽERSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ!

DOPORUČUJEME!

Osobnost kouče - předpoklady k úspěšnému koučování

TERMÍN: 26. - 27. 4. 2007

LEKTOR: Ivona Homolková

CENA: 7190 Kč

Time management v krizových situacích

TERMÍN: 26. - 27. 4. 2007

LEKTOR: Mgr. Dušan Kalášek

CENA: 7190 Kč

Efektivní zvládání stresu a hospodaření s časem

TERMÍN: 3. - 4. 5. 2007

LEKTOR: Mgr. Jana Wiesnerová

CENA: 7190 Kč

Workshop "Praktické problémy s realizací systému hodnocení"

TERMÍN: 10. 5. 2007

LEKTOR: PhDr. Zdeňka Brázdová

CENA: 3590 Kč

Vedení porad II.

TERMÍN: 16. 5. 2007

MÍSTO: K CENTRUM, Senovážné náměstí 23, Praha 1

LEKTOR: Mgr. Irena Pilařová

CENA: 3590 Kč

Jak vést tým k úspěšným výsledkům

TERMÍN: 21. - 22. 5. 2007

LEKTOR: PhDr. Lenka Kolajová

CENA: 7190 Kč

Více informací na www.vox.cz, informační linka: 226 539 670-1.



Česká asociace pojišťoven se rozrůstá

Shromáždění členů České asociace pojišťoven (ČAP) přijalo za členy dvě další pojišťovny. V plánu činnosti na letošní rok byly přijaty nové úkoly a schváleny zásadní organizační změny.

Novými členy ČAP se od 28. března 2007 staly AEGON pojišťovna, a. s., a Pojišťovna VZP, a. s. AEGON pojišťovna, a. s., patří do mezinárodní finanční skupiny AEGON. Na českém trhu zahájila činnost v dubnu 2005. Specializuje se pře-

devším na prodej investičního životního pojištění, které v roce 2005 tvořilo 96 % celkového objemu obchodu. Pojišťovna VZP, a. s., působí na českém trhu od května 2004. Její činnost je zaměřena zejména na pojištění léčebných výloh do zahraničí,

cestovní pojištění, a zdravotní pojištění cizinců. Jediným akcionářem společnosti je Všeobecná zdravotní pojišťovna ČR. Shromáždění členů ČAP schválilo nové znění stanov. K nejdůležitějším změnám patří doplnění povinnosti člena dodržovat Kodex etiky v pojišřovnictví, zpřesnění role prezidia a výkonného ředitele ve vazbě na provoz a činnost ČAP a úprava postavení přidružených členů v ČAP. Shromáždění členů ČAP podpořilo hlavní úkoly



asociace, které jsou zaměřeny kromě oblasti legislativy zejména na aktivity v problematice boje s pojistným podvodem, vzdělávání a větší informovanost spotřebitelů o problematice pojistných produktů a pojišřovnictví komplexně. Současně ČAP zvýší svou angažovanost v oblasti dodržování principů etiky na pojistném trhu. (tz čap)

AMCICO AIG Life: Vážná rizika na českých silnicích



Od chvíle, kdy automobil zabil před 110 lety prvního člověka, má už na kontě 25 milionů obětí. To znamená, že na silnicích zemřelo tolik lidí, kolik jich dnes žije v Česku, na Slovensku a v Maďarsku dohromady. Automobilizmus se postupně stal třetím nejvýkonnějším zabijákem lidstva. Tento světový trend se samozřejmě nevyhýbá ani České republice, kde se ročně stane více než 187 000 dopravních nehod. České silnice bohužel patří k nejrizikovějším místům v naší republice. "Podle statistik Policejního prezidia ČR se v České republice stane ročně více než 187 000 dopravních nehod, to znamená v průměru více než 500 dopravních nehod denně. Ročně je v ČR při těchto dopravních nehodách zraněno téměř 28 000 osob, to je v průměru 76 osob každý den, a co je nejhorší, tak každý rok při nich zemře více než 950 osob, což průměrně znamená více než 2 osoby za den," komentoval situaci na českých silnicích Pavel Souček, manažer úrazového pojištění pojišťovny AMCICO AIG Life. S přihlédnutím ke statistikám nehodovosti za rok 2005 a 2006 by se dalo konstatovat, že se situace na českých silnicích vyvíjí poměrně pozitivně. Celkový počet dopravních nehod v roce 2006 poklesl oproti roku 2005 o 5,7 %, počet mrtvých o 15,2 %, počet těžce zraněných o 9,2 % a počet lehce zraněných o 13,4 %. Bohužel při porovnání statistik z ledna 2007 s lednem 2006 není situace již tak příznivá, jak tendence napovídala v roce 2006 - neboť došlo ke zvýšení všech následků dopravních nehod na životech a zdraví nad úroveň roku 2006. Určité snížení je zaznamenáno pouze u počtu nehod, ale toto snížení je pravděpodobně ovliv-

Program	Porovnání jednotlivých produktů AMCICO-ŘIDIČ:					Roční pojistné v Kč
	Pojistná částka					
	1 x NÁSOBEK Všechny úrazy		2 x NÁSOBEK Úrazy následkem dopravní nehody		3 x NÁSOBEK Smrt úrazem obou rodičů následkem stejné dopravní nehody - Sirotčí plnění (SP)	
	Smrt úrazem	Trvalé následky	Smrt úrazem	Trvalé následky	Smrt úrazem	
STANDARD I	400 000	400 000	800 000	800 000	1 200 000	3 068
STANDARD II	500 000	500 000	1 000 000	1 000 000	1 500 000	3 835
SILVER I	400 000	800 000	800 000	1 600 000	1 200 000	4 580
SILVER II	500 000	1 000 000	1 000 000	2 000 000	1 500 000	5 725
GOLD I	800 000	1 200 000	1 600 000	2 400 000	2 400 000	7 648
GOLD II	1 000 000	1 500 000	2 000 000	3 000 000	3 000 000	9 560

něno zvýšením hranice pro povinné hlášení nehody (z 20 na 50 tisíc Kč od 1. 7. 2006). Celkově se tedy dá konstatovat, že statistiky nehodovosti za rok 2006 významně ovlivnilo zavedení bodového systému, díky čemuž ve druhém pololetí roku 2006 klesl počet usmrcených při dopravních nehodách o 20,79 %. Avšak statistika z ledna roku 2007 potvrzuje obavy některých expertů, že po počáteční opatrnosti pramenící z bodového systému přijde návrat do starých kolejí a situace se na českých silnicích významně nezmění. Nejohroženější skupinou účastníků dopravního provozu jsou podle statistik z roku 2006 řidiči osobních automobilů a spolujezdcí v osobním automobilu. Důvody, proč tomu tak je, odhaluje například saňový crash test s nepřipoutaným pasažérem na zadním sedadle, který si nechala pojišťovna AMCICO AIG Life zpracovat. Při tomto testu byl simulován náraz vozu nižší střední třídy na pevnou bariéru v rychlosti 50 km/h. Při testu nepřipoutaná figurína na zadním sedadle vylétla prudce dopředu (během setin sekundy dochází k nárůstu hmotnosti figuríny v řádech tun) a narazila na sedačku připou-

tané figuríny řidiče. Náraz byl natolik silný, že trvale zdeformoval opěru řidičova sedadla. Připoutaný řidič byl natlačen nepřipoutaným pasažérem na volant, který byl rovněž trvale deformován. Tímto testem se jasně potvrdilo, že nepřipoutaný pasažér na zadním sedadle může v případě nehody znamenat smrtelné riziko nejen pro sebe samotného, ale především pro své okolí. Řidič by tak mohl mít po nárazu kvůli nepřipoutanému pasažérovi na zadním sedadle velmi vážně poraněnou hlavu a krk, těžké následky by mohly poznamenat i jeho hrudník a páteř. Zranění řidiče a pasažéra na zadním sedadle mohou být po nárazu smrtelná.

Pojistný program AMCICO-ŘIDIČ

V reakci na situaci na našich silnicích uvádí pojišťovna AMCICO AIG Life na trh produkt AMCICO-ŘIDIČ, což je zcela ojedinělý pojistný program na českém trhu, který je zaměřený na pokrytí nejzávažnějších rizik spojených se silničním provozem, jež se nyní stávají celosvětovou hrozbou. Tento produkt nabízí naprosto jedinečné pojistné krytí všem účastníkům silničního provozu, ať už se účastní dopravy přímo jako řidiči motorového vozidla nebo nepřímo, jako chodci, spolujezdcí, cyklisté a další. "Přestože pojistný program AMCICO-ŘIDIČ nabízí pojistné krytí všem účastníkům silničního provozu, tedy nejen řidičům, ale i chodcům, spolujezdcům a dalším, očekáváme, že největší zájem vzbudí u profesionálních řidičů, kteří na silnici tráví nejvíce času, a jsou tak denně vystavováni nebezpečí dopravních nehod," doplnil Pavel Souček, manažer úrazového pojištění pojišťovny AMCICO AIG Life. "Naše pojišťovna bohužel nemůže zabránit nehodovosti na českých silnicích, co však může a co umíme, je poskytnutí pojistné ochrany proti uvedenému riziku, čímž pojištěnému zaručíme, že v případě úrazu při dopravní nehodě pomůžeme jemu a jeho rodině udržet životní standard, na jaký je zvyklá," vysvětlil uvedení tohoto produktu na trh Daniel Martínek, generální ředitel pojišťovny AMCICO AIG Life. Produkt AMCICO-ŘIDIČ zahrnuje šest úrovní

pojistného plnění - Standard I, II, Silver I, II a Gold I, II. Všechny tyto úrovně pojistného programu AMCICO-ŘIDIČ nabízejí výjimečně vysokou pojistnou ochranu proti nejzávažnějším následkům dopravních nehod (smrti a trvalé invalidity) a jsou nastaveny tak, aby poskytl různé úrovně pojistného krytí na základě potřeb klienta, a to až do výše 3 milionů Kč. Produkt AMCICO-ŘIDIČ samozřejmě neposkytuje pojistnou ochranu pouze na úrazy v důsledku dopravní nehody, ale i na ty, které nevzniknou v souvislosti se silničním provozem. Struktura pojistné ochrany je stanovena následujícím způsobem:

- 1 x násobek sjednaných pojistných částek - pro případ následků běžných úrazů nezpůsobených v souvislosti s dopravní nehodou,
- 2 x násobek sjednaných pojistných částek - pro případ následků úrazů vzniklých v důsledku dopravní nehody,
- 3 x násobek sjednané pojistné částky - pro případ smrti následkem úrazu při dopravní nehodě.

Mezi hlavní výhody produktu AMCICO-ŘIDIČ patří to, že se jedná o jedinečný produkt na českém trhu, který je zaměřen na konkrétní cílovou skupinu a nabízí pojistnou ochranu s výjimečným pojistným plněním. Další výhody plynou z vysoké pojistné částky, atraktivní ceny a jednoduchého sjednání bez finančního dotazníku. "I když si říkáte, že jezdíte bezpečně (a může to být i pravda), na silnicích se pohybují i ostatní, kteří bezpečně jezdit nemusejí. Myslíte si, že mezi těmi více než 950 mrtvými a téměř 28 000 zraněnými ročně jsou jen viníci těchto dopravních nehod?" odůvodnil otázkou na nedávné tiskové konferenci v Praze smyslnost tohoto pojištění Daniel Martínek, generální ředitel pojišťovny AMCICO AIG Life a dodal: "V případě, kdy jeden ze dvou životelů rodiny - nebo ještě hůře jediný životel - utrpí vážný úraz s trvalými následky, je nerealné, aby si tato rodina udržela svůj dosavadní životní standard, a to i v případě, že obdrží příslušné sociální dávky. Proto na tento druh pojištění je třeba nahlížet zejména jako na projev odpovědnosti daného jedince vůči jeho blízkým." (tz)

České pojišťovně roste prodej pojištění přes internet

Internetový trh vzrostl v České republice o 40 % a letos by podle nezávislých odhadů měl počet zákazníků, kteří jej využijí k nákupům, překročit dva miliony. Také Česká pojišťovna má své stále i nové klienty, kteří chtějí prostřednictvím internetu nakupovat zboží, jež není v internetové nabídce zdaleka tak dlouho jako elektronika či knihy. O tom, že o alternativní kanály mají zájem, svědčí čísla dokládající nárůst pojištění on-line. "Mezi roky 2005 a 2006 jsme zaznamenali 130% meziroční nárůst. Průkopníkem mezi produkty bylo zhruba před pěti lety cestovní pojištění. Postupně se nabídka rozšiřovala a nyní je možné z pohodlí domova sjednat havarijní pojištění, povinné ručení, úrazové pojištění a připravují se další," komentoval trend Stanislav Uma, vrchní ředitel úseku komunikačního centra České pojišťovny. Česká pojišťovna zaznamenala v roce 2006 trojnásobný nárůst počtu uzavřených smluv na povinné ručení prostřednictvím internetu oproti roku 2004. Zatím stále nejvíce - 82 % smluv uzavíraných přes internet u ČP tvoří cestovní pojištění a 14 % povinné ručení. Zájem je rovněž o havarijní pojištění, úrazové pojištění a pojištění odpovědnosti. Cílovou skupinou pro sjednání pojištění po internetu jsou především lidé mezi 30 a 39 lety, těch je zhruba polovina. Web však není pouze doménou lidí mladých a středního věku, ale i seniorů. V internetové databázi má Česká pojišťovna 27 klientů narozených ve 20. letech minulého století. S on-line cestovním pojištěním vycestovali v poslední době tři klienti narození v roce 1920. A že povinné ručení není pouze doménou mužů, dokazuje 85letá řidička z Opavska,



kteří si prostřednictvím internetu uzavřela a také zaplatila povinné ručení. Pokud jde o pohlaví, je poměr mužů k ženám zhruba 70 % k 30 % a rozdílů u jednotlivých typů pojištění se poměrně stírají - nejvíce žen sjednává cestovní pojištění - 36 %, nejméně auta - 27 %. Co se týče místa bydliště, nejčastějšími návštěvníky webu jsou Pražané - téměř 36 %, pak obyvatelé Středočeského kraje a Moravany. Takže typickým klientem on-line nabídky České pojišťovny je muž ve věku 30 - 39 let z Prahy nebo Středočeského kraje. "Po internetu nelze samozřejmě prodávat všechny pojišťovací produkty, protože nabízené pojištění musí být pro klienta snadno pochopitelné a ne příliš administrativně náročné. Také musí být dodržena optimální doba u počítače, kterou je zákazník sjednání pojištění ochoten věnovat," vypočítal předpoklady úspěšného prodeje on-line Stanislav Uma. Například životní pojištění je poměrně složitým produktem, skládajícím se z několika složek, z vyplnění zdravotního dotazníku, případně lékařské prohlídky, a proto jeho další rozmach je stále spíše v osobních setkáních s pracovníky pojišťovny. Budoucnost internetu v pojišřovnictví je nejen v uzavírání pojistek, ale také v komplexním servisu, to znamená, že klienti budou mít možnost nahlásit pojistnou událost on-line, poté sledovat její průběh, podívat se do své pojistné smlouvy, zkontrolovat si termíny placení a splacené částky. V tomto případě bude samozřejmě třeba promyslet způsob identifikace klienta, která musí být dostatečně bezpečná, ale na druhé straně jej nesmí příliš obtěžovat. (tz)

Projekt Adaptabilita připravuje na změny kolem nové chemické legislativy REACH

Evropský parlament a Rada schválily koncem roku 2006 stěžejní dokument nové chemické politiky, nařízení č. 1907/2006 známé pod zkratkou REACH, které vejde v platnost 1. června 2007 (oficiální překlad představuje 850 stránek textu). V Evropské unii tak dochází k zásadní reformě chemické legislativy, která se významným způsobem dotkne všech, kteří chemikálie vyrábějí, obchodují s nimi nebo je používají, tedy nejen chemického průmyslu. Všechny povinné subjekty musejí prokázat, že veškeré chemické látky (jako takové i obsažené v přípravcích, v některých případech i předmětech) uváděné na trh v zemích EU byly zaregistrovány u Evropské chemické agentury v Helsinkách.

V současné době je třeba se na implementaci REACH připravit. Přípravná opatření představují především nutnost inventury látek, kterých se REACH dotkne, a sběr povinných dat, resp. zkoušek. Od 1. června 2008 začne tzv. předregistrační látek u helsinské agentury. V další fázi všechny látky s objemem výroby nebo dovozu jedné tuny a více ročně musejí být registrovány, a to postupně podle harmonogramu daného legislativou, ve vazbě na jejich množství a potenciální nebezpečnost. Do roku 2020 se tak postupně dosáhne stavu, že všechny chemické látky vyráběné, dovážené či používané v EU (v množství minimálně 1t/rok) budou známy a budou posouzeny z hlediska jejich bezpečnosti, resp. nebezpečnosti, a to ve všech aplikacích.

Poplatky za jednotlivé procedury nejsou ještě přesně stanoveny, ale odhaduje se, že například poplatek za testování jedné látky bude mezi 19 tis. - 89 tis. EUR, poplatek za registraci minimálně 32 tis. EUR (pro tonážní hladinu převyšující 1000 t chemické látky za rok) či poplatek za povolování nejméně 60 tis. EUR. Evropská komise odhaduje, že na testování a registraci vynaloží povinné subjekty minimálně 1,47 mld. EUR, pravděpodobnější je však částka 3,6 mld. EUR. V České republice se implementace REACH dotkne stovek až tisíců firem. Přitom stovky

menších podniků o svých zákonných povinnostech zatím nevědí a nemohou se tak připravit na obrovskou administrativní a finanční zátěž, která se zavedením REACH bude spojena. Existuje odhad, že celkově se náklady na REACH pro české výrobce a dovozce budou pohybovat ve výši 5,5 až 11 mld. Kč. Bude to právě nejzranitelnější skupina - malí a střední podnikatelé, kdo ponese až 80 % všech nákladů spojených s implementací REACH!

Svaz chemického průmyslu ČR (SCHP ČR) aktivně působil a působí v ovlivňování vznikajících právních dokumentů směrem k lepší proveditelnosti, nižší byrokratické a administrativní náročnosti. Organizoval a podílel se na vypracování dopadových studií, s cílem zhodnotit a zmírnit rizika snížení zaměstnanosti jakožto nejzávažnějšího sociálního dopadu a konkurenceschopnosti českého chemického průmyslu a řady navazujících odvětví zpracovatelského průmyslu (např. odvětví textilního, celulózopapírenského, elektrotechnického, hutnického průmyslu, kovovýroby, výroby pigmentů a laků a dalších).

Logickým pokračováním těchto aktivit byla příprava projektu Adaptabilita a posílení konkurenceschopnosti chemického průmyslu ČR (projekt Adaptabilita), který uspěl v rámci operačního

programu Rozvoj lidských zdrojů a získal příspěvek ve výši 19 mil. Kč.

Záměrem projektu Adaptabilita je připravit výrobce, zpracovatele a obchodníky na změny spojené s implementací nové chemické legislativy REACH, včetně minimalizace jeho očekávaných dopadů (1. fáze) a podpora výzkumu a vývoje (V&V) a zavádění nových technologií, inovací a jejich přenosu do průmyslu (2. fáze). Projekt by měl přispět ke stabilizaci pracovních míst, resp. vzniku nových pracovních příležitostí a k posílení konkurenceschopnosti chemického průmyslu a navazujících odvětví se zvláštním zřetelem na mikro, malé a střední podniky. Cílem projektu je zdarma seznámit a proškolit širokou podnikatelskou veřejnost nejen chemického průmyslu, ale i navazujících odvětví o tom, co pro ně nová legislativa znamená, jak s ní zacházet a jak minimalizovat identifikované dopady REACH v České republice.

Projekt Adaptabilita byl zahájen v prosinci 2006, ukončen bude v srpnu 2008. Realizaci budou zajišťovat pracovníci SCHP ČR, spolu s vítězi dvou veřejných soutěží (příprava specializovaných vzdělávacích modulů a vzdělávacích materiálů, specializovaných školení zástupců zaměstnavatelů a odborných školení zaměstnanců v problematice REACH a problematice výzkumu a vývoje (V&V), inovací a projektového řízení).

Cílovými skupinami, na které je projekt Adaptabilita zaměřen, jsou zaměstnavatelé a zaměstnanci v chemickém průmyslu a navazujících odvětvích. Očekávaným přínosem projektu a jeho specializovaných školení pro zaměstnavatele je rozšíření znalostí o aktuální chemické legislativě REACH a příprava na její očekávané dopady, pojmenování strukturálních změn a jejich vliv na podnikání a vliv výzkumu a vývoje (V&V), transferu nových technologií a inovací na další rozvoj a pomoc v orientaci při vyhledá-



vání zdrojů. Účastníci získají osvědčení o absolvování kurzu. Odborné školení zaměstnanců je zaměřeno na zvládnutí požadavků REACH a seznámení účastníků s novými trendy výzkumu a vývoje (V&V), inovací a s novými technologiemi. Zaměstnanci získají certifikát o absolvování kurzu.

Pro účely projektu Adaptabilita zřídil SCHP ČR centrální kancelář a tři kontaktní regionální pracoviště pro kraje s vysokou koncentrací chemické výroby, tj. Středočeský, Ústecký a Moravskoslezský kraj s rozšířenou působností na další kraje České republiky. Realizační tým projektu tvoří 10 pracovníků.

K zahájení projektu se 23. 1. 2007 uskutečnila v Praze úvodní konference SCHP ČR Implementace REACH, podpora výzkumu. Prezentace jednotlivých přednášek jsou k dispozici na portálu projektu www.schp-adaptabilita.cz, na kterém budou zveřejňovány veškeré informace, včetně nabídky školení a instrukcí pro přihlášení.

Časově strukturovaná školení budou zahájena ve 2. čtvrtletí 2007. Aktivita projektu Adaptabilita představují unikátní příležitosti pro všechny získat bezplatně znalosti potřebné ke zdárné implementaci klíčové chemické legislativy a informace o možnostech podpory výzkumu, vývoje, inovací a transferu nových technologií. Zveme všechny k využití této jedinečné šance!

Ing. Ladislav Novák, výkonný ředitel Svazu chemického průmyslu ČR

Meziroční nárůst počtu exekucí je nejnižší od roku 2001

V roce 2006 bylo nově nařízeno 309 457 soudních exekucí oproti 270 844 exekucím nařízeným v roce 2005. Meziroční nárůst tak představuje 14 %. To je výrazně méně než v roce 2005, kdy oproti roku 2004 narostl počet nově nařízených exekucí o 74 %. Rekordní byl oproti tomu nárůst počtu skončených exekucí - v roce 2006 vzrostl o 68 %.

"V loňském roce měl počet nově nařízených exekucí nejnižší dynamiku od roku 2001, kdy v českém právním řádu začal institut soudních exekucí fungovat. Důvody spatřujeme v tom, že v předchozích letech byl v zásadě vyčerpán nahromaděný potenciál drobných pohledávek od věřitelů jako zdravotní pojišťovny, dopravní podniky, distributoři energií, vodárenství, telekomunikační operátoři a další. Naopak zjevně nedošlo k situaci, že by lidé ve větším měřítku nebyli schopni splácet své úvěry u bank a splátkových prodejců," řekl JUDr. Juraj Podkonický, Ph.D., prezident Exekutorské komory České republiky. Počet skončených exekucí narostl v loňském roce o bezmála 30 000 na celkem 111 170. I v tomto ohledu se jedná rekord - je to nejvíce za celou dobu existence soudních exekucí v absolutních i relativních číslech. "Takto vysoký počet skončených exekucí svědčí o zvyšující se efektivitě jak exekutorských úřadů, tak i soudů a správních orgánů," uvedl dále J. Podkonický.

V současné době také probíhá zkušební provoz Centrální evidence exekucí. Její spuštění exekutorská komora očekává ve druhé polovině letošního roku. "Bude se jednat o velmi jednoduchý a rychlý nástroj prověření obchodního partnera či zákazníka. Databáze bude přístupná komunikativně po zaplacení nízkého poplatku za dotaz," prohlásil prezident Exekutorské komory ČR J. Podko-

nický. Vznik centrální evidence provázela celá řada legislativních a organizačních nejasností, které se podařilo vyřešit v loňském roce novelou exekutorského tarifu (vyhl. Ministerstva spravedlnosti 330/2001 Sb. změnou 291/2006 Sb. s účinností ke dni 1. srpna 2006).

I v loňském roce pokračoval velmi příznivý vývoj v počtu stížností a podnětů, kterými si účastníci řízení stěžují na postup soudního exekutora. Za celý rok 2006 bylo proti postupu soudního exekutora podáno 517 stížností nebo podnětů (v roce 2005 to bylo 658). Počet exekucí napadených stěžovateli v roce 2006 představuje pouze 0,17 % z počtu nařízených soudních exekucí (v roce 2005 to bylo 0,24 %, v roce 2003 0,31 %). V meziročním srovnání poměru k počtu nařízených exekucí to představuje pokles o 29 %. V roce 2006 bylo podáno 22 kárné žaloby (z toho 5 podáno ministrem spravedlnosti), což je v porovnání s rokem 2005, kdy bylo podáno 28 žalob, pokles o 22 %. Jeden soudní exekutor byl rozhodnutím ministra spravedlnosti odvolán z exekutorského úřadu. Podrobnosti k případu není Exekutorská komora ČR oprávněna sdělit.

O Exekutorské komoře České republiky a soudních exekutorech

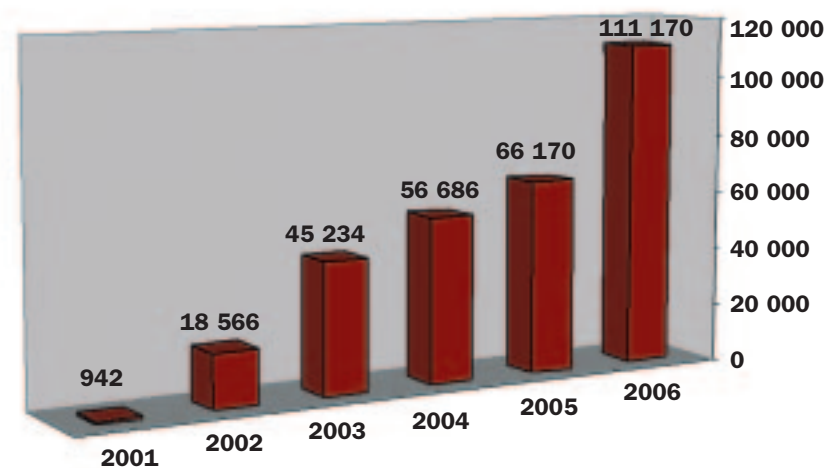
EK ČR má sídlo v Brně. Jejimi členy jsou ze zákona všichni soudní exekutoři, kteří jsou vybíráni na základě výběrového řízení pořádaného komorou a jmenování do funkce ministrem spravedlnosti. Exekutoři se při výkonu své činnosti řídí exekucním řádem (zákon č.120/2001 Sb. o soudních exekutorech a exekuční činnosti) a jsou povinni

na své náklady zřídit v přiděleném okrese exekutorský úřad. Výkonem exekuce pověřuje exekutora příslušný soud. Exekutor je ze zákona nezávislý na oprávněném (tj. věřiteli) i povinném (tj. dlužníkovi). Od roku 2002 je komora členem UIHJ (Mezinárodní unie soudních exekutorů) se sídlem v Paříži. Odměnu exekutora hradí vždy



povinný a činí 15 % z vymáhané částky do 3 milionů Kč (minimálně však 3000 Kč), resp. 10 % při výši nad 3 do 40 milionů Kč, resp. 5 % nad 40 do 50 milionů Kč, nad 50 milionů Kč náleží exekutorovi odměna ve výši 1 %.

Počet skončených soudních exekucí



Zvládnutí podnikatelských rizik jako konkurenční výhoda

Aktuální podnikatelská rizika v ČR z hlediska rozvoje globální ekonomiky po 11. září 2001- téma, jež bylo obsahem celostátní konference, která se konala minulý týden ve čtvrtku v TOP Hotelu Praha za účasti téměř 70 účastníků.

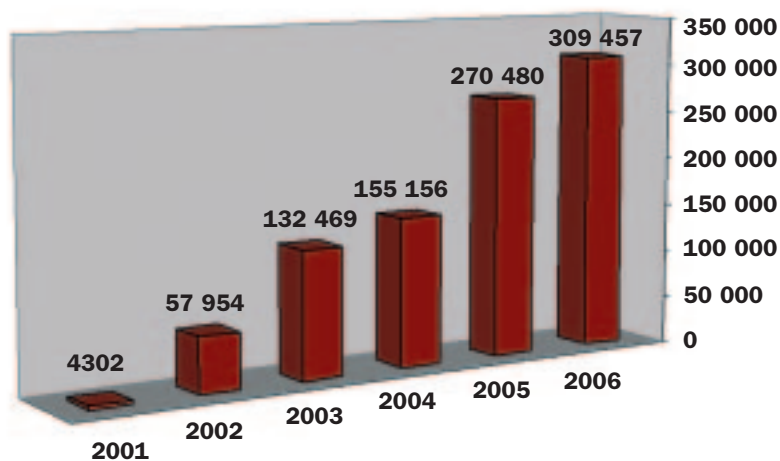
Na konferenci byla přednesena řada podnětných vystoupení analyzujících možné přístupy k managementu podnikatelských rizik ve znalostní společnosti z pohledu identifikace a zvládnutí finančních, personálních a bezpečnostních rizik v podnikatelském prostředí subjektů, působících na území ČR. Již úvodní vystoupení prof. Zbyňka Pitry, předsedy Rady expertů ČMA ukázalo, že znalostní společnost charakterizuje prudký rozvoj technologií a zaostrávání změn v uspořádání institucí (včetně podnikatelských subjektů), které společnost vytváří v zájmu účelné reakce na rozvoj technologie a jeho zvládnutí. Důsledkem této skutečnosti je, že dnešní instituce se nedokáží dostatečně rychle a pružně adaptovat na vývoj, který probíhá v jejich okolí. To s sebou přináší řadu rizik (především podnikatelských), se kterými se musí vyrovnávat ve svém každodenním společenském působení. Z řady dalších neméně zajímavých vystoupení zaujal ing. Zbyněk Frolík, ředitel Linet, s. r. o., špič-

kový podnikatel a exportér vyrábějící nemocniční lůžka, který na konkrétních příkladech doložil rizika doprovázející inovační aktivity a způsoby, jak se s nimi vyrovnává štihlý a inovační podnik. Rovněž vystoupení JUDr. Víta Bártý, generálního ředitele bezpečnostní agentury ABL, a. s., bylo naplněno zcela konkrétními fakty a návody, jak mají podniky přistupovat k obraně proti bezpečnostním hrozbám, co management bezpečnosti podniku přináší (jakou přidanou hodnotu) a jak se budou vyvíjet bezpečnostní rizika v nejbližších letech.

V průběhu celé konference se mluvilo zejména o způsobech, jak současný, někdy značně neutěšený stav měnit a změnit. Prof. Jaroslav A. Jirásek v diskuzi připomenul: "Bylo by chybou pojednávat o riziku a nebezpečí jenom ze záporného hlediska. Zvládnutí rizika a nebezpečí má také kladný účinek - rozšiřuje trh, umožňuje vstupovat na místa, kam jsme se dříve neodvažovali. Zvládnutí rizik a nebezpečí se tak stává důležitým konkurenčním posláním a podnik, které se vyznají v riziku a v nebezpečí, mají tím pádem konkurenční výhodu. Rizika a nebezpečí zvyšují také význam pojišťování a zajišťování (hedging, futures).

(tz msf)

Počet nařízených soudních exekucí



CrossTouran přijel na český trh

Po úspěšném loňském startu CrossPola a příchodu CrossGolfu počátkem roku 2007 rozšířilo řady Cross modelů v České republice také úspěšné MPV CrossTouran. Jeho cena začíná na 694 400 Kč včetně DPH za model s motorem o objemu 1,6 litru.

Promyšleně navržený Touran s pohonem předních kol potvrdil svoji pozici velmi praktického a pro každodenní život všestranného talentu. Nový CrossTouran umocňuje tyto vlastnosti o ještě větší radost z jízdy, kvalitu zpracování i atraktivní poměr ceny a výkonu. CrossTouran si český zákazník může objednat ve třech zážehových a třech vznětových variantách s výkony od 75 kW (102 k) do 125 kW (170 k), přičemž vrcholem nabídky je stopětadvacetikilowattový motor 1.4 TSI Twincharger se sériově dodávanou dvouspojkovou převodovkou DSG. Již na první pohled CrossTouran zaujme pneumatikami na ráfcích ve dvojí šířce - 6,5 palce vpředu resp. 215/50 a 8 palců vzadu (235/40) na sériově dodávaných 17" kolech z lehkých slitin, které zvýrazňují výborné jízdní vlastnosti CrossTouranu. Rozšířené podběhy a prahy plynule přecházející do dveřních panelů poskytují vozu solidní a robustní charakter. Kvůli zvýšení světlé výšky o 12 mm vybavili konstruktéři CrossTouran upravenou verzí zesíleného podvozku, včetně modifikovaného systému odpružení. Podélný střešní nosič také nemá CrossTouran jen pro ozdobu: Díky němu je na střechu možné ukotvit systém skladovacích boxů s maximální hmotností až 100 kilogramů. Se svým funkčním designem a zejména s oranžovo-šedivým interiérem navozuje CrossTouran mladistvou a příjemnou atmosféru. Zvláště ve spojení s lakem karoserie červená "Rock" je tato oranžovo-šedivá kombinace mimořádně šarmantní. Barevně korespondující materiály použili designéři nejen na komfortní přední i zadní sedadla, ale také na výplně dveří. Lemy na tříramenném sportovním volantu v perforované kůži doplňují světlejší švy. Vysokou užitnou hodnotu nabízí CrossTouran i při převozu zavazadel. Základní objem zavazadlového prostoru činí 695 litrů, po odstranění druhé řady sedadel lze tuto hodnotu zvýšit až na úctyhodných 1989 litrů. Objemné předměty

i například rekreační vybavení se tak do CrossTouranu vejdou bez sebemenších problémů. Pokud jde o bezpečnost, u CrossTouranu jeho tvůrci nepřipustili žádný kompromis! Rozsáhlá sériová výbava se skládá z bezpečnostně optimalizovaných hlavových opěrek na předních sedadlech a krajních sedadlech druhé řady, airbagů pro řidiče a spolujezdce, bočních airbagů vpředu a z hlavových airbagů pro první dvě řady sedadel. Vysoká úroveň aktivní bezpečnosti je mj. dána elektronickým stabilizačním systémem ESP s komfortním brzdovým asistentem, funkcí impulzu do volantu a stabilizace přívěsu a posilovačem řízení s proměnlivým účinkem. Tradičně velmi bohatá sériová výbava modelů Volkswagen v případě CrossTouranu zahrnuje například takové prvky jako klimatizaci "climatic" s poloautomatickou regulací, automatický spínač světlometů pro trvalé svícení, či 3ramenný volant v perforované kůži s alu-dekorací. (tz)



Dva Fordy v čele tabulek dovážených vozů!

Nejprodávanejším dováženým automobilem v ČR byl v roce 2006 i v lednu 2007 užitkový Ford Transit. V únoru ho pro změnu vystřídal Ford Focus, a tak v součtu dvou prvních měsíců letošního roku okupuje modrý ovál první dvě pozice nejžádanějších zahraničních automobilů v ČR! Údaje z oficiální statistiky Centrálního registru vozidel potvrzují, že se oba Fordy umístily hned za vozy domácího výrobce - a přede všemi ostatními dováženými automobily všech tříd a segmentů. Fordu Transit tak stále náleží první místo mezi vozy importovanými do ČR - a druhá příčka patří Fordu Focus. To současně pro oba znamená pozici čtvrtého, resp. pátého nejprodávanejšího vozu v ČR, viz následující tabulka.

Značka		1 až 2/2007		
Poř. verze	OA	LUV	Celk.	
1 Škoda Fabia	4042	533	4575	
2 Škoda Octavia	2346	1053	3399	
3 Škoda Roomster	652	205	857	
4 Ford Transit	41	436	477	
5 Ford Focus	256	195	451	
6 VW Passat	237	213	450	
7 Renault Thalia	444	0	444	
8 VW Golf	327	95	422	
9 Citroën Berlingo	98	283	381	
10 Peugeot 206	296	56	352	
11 VW Transporter	73	264	337	

"Jestliže se Focus prosadil mezi nejvíce dováženými vozy, je to samozřejmě potvrzení jeho skvělých kvalit. Navíc to ale znamená, že český zákazník stále více vnímá fakt, že s novým vozem Ford dostává nejenom výborné auto za dobrou cenu, ale také kompletní balíček zahrnující například nízké provozní náklady, kvalitní servis s hustou sítí zastoupení, širokou nabídku "značkového" financování a další služby. Nebojím se říci, že takto kompletní nabídku u nás nikdo nemá", komentoval úspěch Fordu ředitel jeho českého zastoupení, Vladimír Vošický. (tz)

od 622 948 Kč

Santa Fe

Nejprodávanejší SUV v ČR

NAVIGACE VE STANDARDNÍ VÝBAVĚ

3 roky záruka bez omezení kilometrů.

od 438 074 Kč

Tucson

Bonus 110 000 Kč

NAVIGACE VE STANDARDNÍ VÝBAVĚ

HYUNDAI

Official Partner

SUVerénně kamkoliv!

Hyundai Santa Fe a Hyundai Tucson. Nyní s navigací ve standardní výbavě.

Není divu, že s přehledem vládnu. Hyundai Santa Fe a Hyundai Tucson. Číslo jedna mezi SUV na českém trhu. Nejvyhledávanější styl, výkon, prostor i kvalita. Hyundai Santa Fe od 622 948 Kč, Hyundai Tucson s bonusem 110 000 Kč od 438 074 Kč! K mnoha svým přednostem teď přidávají další – navigaci v hodnotě až 40 000 Kč je ve standardní výbavě. Takže ať už se vydáte kamkoliv, máte jistotu, že s nimi tam dojedete jako suverén.

HYUNDAI

www.hyundai.cz

Řídím svůj svět

Uvedené ceny jsou bez DPH a platí při Hyundai leasingu. Spotřeba 7,0–10,0 l/100 km, emise CO₂ 185–237 g/km.

www.premium.prosperita.info

25

Na půdě SDA v prvním čtvrtletí

V tomto období již tradičně vrcholí nebo jsou zahajovány rozhodující celosvazové akce. Na slavnostním večeru 18. ledna 2007 byly vyhlášeny výsledky 13. ročníku ankety Auto roku v ČR. Novinářská porota zvolila autem roku 2007 v ČR Opel Corsa. Tipovací a doprovodné soutěže se zúčastnilo přes 175 tis. respondentů, což jistě svědčí o oblíbenosti ankety u veřejnosti. Z účastníků tipovací soutěže byl vylosován vítěz tradiční ceny - poukázky na zakoupení automobilu v hodnotě 600 tis. Kč. Již počtvrté vyhrála žena - tentokrát Iva Výborná z Kolného.

Další akcí, která v současné době probíhá, je 11. ročník ankety Motocykl roku v ČR, vyhlášený sekci Moto SDA. Veřejnost a odborná porota společně volí vítěze v šesti kategoriích a absolutního vítěze z přihlášených 42 motocyklů.

Výsledky ankety budou vyhlášeny 25. dubna 2007 na motorkářském večeru. Ve dnech 7.-11. března proběhla úspěšně výstava Motocykl v Praze - Holešovicích. Z dosavadních 11 ročníků rekordních 62 tisíce návštěvníků shlédlo

novinky letošní sezony a zároveň mělo možnost seznámit se se všemi motocykly přihlášenými do ankety Motocykl roku.

Ve stádiu finálních příprav je zajištění mezinárodní výstavy osobních automobilů Autosalon 2007 v Brně, která se uskuteční ve dnech 9.-14. června 2007 (7. 6. - tiskový den, 8. 7. - odborný den). Kromě řady novinek uváděných na český trh jsou připravovány doprovodné programy jak pro odborníky, tak pro širokou motoristickou veřejnost. Novinkou je program Žena a auto, který má zpříjemnit pobyt žen na výstavě a umožnit jim seznámení se atraktivní formou jak s novými osobními automobily, tak s jejich provozem.

Z hlediska vnitrosvazové činnosti bylo důležité

zasedání Rady ředitelů SDA 28. března 2007, na němž byly schváleny zásadní dokumenty - čerpání rozpočtu za rok 2006 a návrh rozpočtu na rok 2007, harmonogram zasedání orgánů SDA, vyhlášení 14. ročníku ankety Auto roku v ČR, atd.

Od ledna 2007 došlo k rozšíření statistiky prvně registrovaných vozidel v ČR, zpracovávané SDA, o přehledy registrovaných ojetých vozidel dle jednotlivých kategorií (M, N, L) a jejich stáří. Každý měsíc je na našem portálu zveřejňováno 134 tabulky (zhruba 160 vytištěných stran formátu A4) s přehledy o registracích vozidel (v minulém roce to bylo 101). (tz sda/cia)

Ke statistice nových vozidel registrovaných v ČR za leden až březen 2007

Registrace nových vozidel

V 1. čtvrtletí 2007 bylo registrováno v ČR celkem 30 105 ks nových osobních, 12 824 ks lehkých užitkových a 2186 ks nákladních automobilů, 153 ks autobusů a 3428 ks motocyklů a to včetně mopedů. Za srovnatelné období minulého roku to bylo 27 568 ks osobních, 10 445 ks lehkých užitkových, 2020 ks nákladních automobilů, 187 ks autobusů a 2156 ks motocyklů.

Osobní automobily

Celkově registrace osobních automobilů oproti stejnému období roku 2006 vzrostly o 9,2 %, to je o 2537 ks. Podíl registrovaných vozidel členů SDA z registrovaných vozidel vzrostl na 61,24 %, u ostatních 38,76 %.

První je značka Škoda s 11 595 ks automobilů (38,52 %), následují značky Renault - 1943 ks (6,45 %), VW - 1710 ks (5,68 %), Peugeot -

1607 ks (5,34 %), Citroen - 1529 ks (5,08 %), Ford - 1493 ks (4,96 %), Hyundai - 1337 ks (4,44 %), Toyota - 1105 ks (3,67 %), Opel - 1030 ks (3,42 %), Kia - 928 ks (3,08 %) atd. Z hlediska segmentů vozidel tvoří podíl malých vozidel (mini + malé) 49,16 % (4,85 % + 44,31 %), následuje střední třída - 17,14 %, nižší střední - 15,08 %, MPV - 9,39 % atd. Podle druhu pohonu je 68,62 % vozidel s benzinovým motorem, 28,63 % vozidel s naftovým motorem, 2,75 % - neurčeno.

Lehké užitkové automobily

Celkový počet oproti sledovanému období roku 2006 vzrostl o 22,78 % (2379 ks vozidel). Z 12 824 ks registrovaných vozidel je na prvním místě Škoda - s 22,36 % trhu, (2867 ks), následuje VW s 12,17 % trhu (1561 ks), dále Ford - 11,42 % (1464 ks), Renault - 7,30 % (936 ks), Citroen - 6,11 % (784 ks), Peugeot - 5,45 % (699 ks) atd.

Podíl obchodních tříd: do 2 t - 40,74 %, 2-3 t - 44,40 %, 3-3,5 t - 12,13 %, nezařazeno - 2,74 %. Benzinovým motorem je vybaveno 21,68 % vozidel, naftovým 75,58 %, neurčeno - 2,74 %.

Automobily do 3,5 t (OA + LUV)

Společně bylo celkem registrováno 42 929 ks osobních a lehkých užitkových vozidel, což je o 4916 ks (12,94 %) více než ve stejném období roku 2006. Společný podíl členů SDA dosáhl 65,80 %.

Nákladní automobily a autobusy

Celkem bylo registrováno 2186 ks nákladních vozidel, to je o 166 ks (8,2 %) více než v loňském období. Na prvním místě je Scania s 17,84 % trhu (390 ks), následuje MB (DaimlerChrysler) - 15,78 % (345 ks), společně na třetím a čtvrtém místě je Iveco a MAN - s 14,73 % (322 ks), dále DAF - 12,99 % (284 ks), Volvo -

9,97 % (218 ks), RVI - 8,28 % (181 ks), atd. Z celkového počtu nákladních automobilů je 46,43 % v provedení podvozek, 46,16 % tvoří tahače atd. Z hlediska kategorií vozidel je 25,80 % kat. N2, 68,57 % kat. N3, nezařazeno - 5,26 %.

Autobusů bylo registrováno 153 ks, to je o 34 ks (18,2 %) méně než ve sledovaném období 2006. Podle provedení bylo 8,50 % (13 ks) kat. M2, 88,24 % (135 ks) kat. M3, neurčeno - 3,27 %.

Prodej motocyklů

Z celkově registrovaných 3428 ks motocyklů činil podíl "malé" třídy - mopedů a motocyklů do 50 cm³ - 19,92 % (683 ks), nad 50 cm³ - 38,07 % (1305 ks), ostatní - 3,15 % (108 ks), nezařazeno je 38,86 % (1332 ks). Oproti roku 2006 jsou registrace vyšší o 1272 ks (58,99 %).

(tz SDA/CIA)

Volkswagen Multivan Atlantis a Startline jako výzva

Atlantis a Startline - dva sourozenci ze stejného rodu. Dvě verze populárního modelu Volkswagen Multivan vstoupily začátkem letošního roku na český trh. Cena Multivanu Atlantis začíná na 891 184 Kč bez DPH, Multivan Startline startuje s cenou od 675 214 Kč bez DPH.

Multivan Atlantis

Již šest let se Volkswagen Multivan Atlantis řadí mezi nejoblíbenější modely tohoto typu. Speciální modrý model v předchozí generaci vyčníval nad ostatní zejména díky svému sportovnímu vzhledu a eleganci exteriéru i interiéru. Nový Atlantis úzce navazuje na svého předchůdce a je již tradičně vyveden v krystalicky modré metalické barvě. Dynamičnost vozu zdůrazňují exkluzivní 17palcová kola z lehkých slitin a sportovní odpružení, před zvědavými pohledy okolí pak posádku chrání ztmavená skla. V interiéru Multivanu Atlantis je postaráno o maximální komfort cestujících: Automatická klimatizace Climatronic, vyhřívaná sedadla, skládací postranní stůl, lavice, která se dá sklopit a využít jako postel, a otočná sedadla

patří mezi nejzajímavější prvky tohoto vozu. Řidiči Multivanu Atlantis se mohou těšit na exkluzivní přístrojovou desku s chromovanými doplňky, multifunkční displej a radiopřehrávač Delta. K sériové výbavě Atlantisu dále patří také mlhová světla a postranní ochranné lišty. Model je k dispozici volitelně s jedněmi nebo se dvěma posuvnými dveřmi.

Multivan Atlantis se na český trh dodává se širokou paletou pohonných jednotek. Základním motorem je čtyřválcový turbodiesel o objemu 1,9 litru s výkonem 75 kW (102 k). Pětiválcový vznětový agregát o objemu 2,5 litru s výkony

způsobivý, ekonomický, robustní, a proto je zaměřen zejména na mladé rodiny, které jsou ve svém volném čase aktivní. Speciálně navržené stříbrné fólie a ztmavená skla propůjčují vozu elegantní vzhled, zatímco jemné obložení činí interiér praktickým. Multivan Startline se tak dá velmi jednoduše udržovat, což ocení rodiny s dětmi i aktivní sportovci.

Posuvnou třídmístnou zadní lavici lze snadno složit, aby uvolnila prostor pro zavazadla, nebo je možné ji naopak rozložit, a vznikne tak lůžko na spaní. Stůl, který se uktovuje do kolejničky po levé straně a může být

použit i vně vozidla, je během cest uskládněn v obložení posuvných dveří. Mul-



96 kW nebo 128 kW (130 a 174 k) pak splní požadavky všech zájemců, kteří hledají vysoký výkon a točivý moment spolu s hladkým chodem motoru. Vrcholem nabídky je šestiválcový zážehový motor 3,2 V6, který disponuje výkonem 173 kW (235 k).

Multivan Startline

Řady vozů Volkswagen rozšiřuje také všestranné velké MPV za atraktivní cenu - Multivan Startline. Model Startline se vrací zpět k základům: Je praktický, při-



tivan Startline je za příplatek v nabídce i s přídatnými sedadly, díky nimž může vozem cestovat až sedm osob.

S designem exteriéru vozu koresponduje i vyvedení interiéru, včetně nových potahů sedadel Panama. V sériové výbavě nechybí centrální zamykání, elektricky ovládaná okna a zpětná zrcátka, a na objednávku zákazník obdrží i rozšíření pro lůžko či závěsy na okna. Základním motorem dodávaným v modelu Startline je vznětový čtyřválec o objemu 1,9 litru s výkonem 62 kW (84 k). K dispozici jsou dále dvě verze motoru 2,5 TDI o výkonech 96 a 128 kW (130 a 174 k) a zážehový dvoulitr o výkonu 85 kW (115 k).

U obou verzí modelu Multivan platí pro zákazníky možnost odpočtu DPH. (tz)

Hyundai H-1 s novým motorem

Jednou z předností automobilky Hyundai je, že svou nabídku neustále inovuje. Dokladem toho je také nový motor 2,5 CRDi VGT, jímž jsou nyní vybaveny modely řady H-1.

Nový motor nahrazuje v nabídce turbodiesel o stejném objemu, na rozdíl od něj ale plní emisní normu Euro4. Čtyřválcový diesel s 2,5litrovým objemem je vybaven moderním vstříkovacím systémem Common Rail a VGT. Systém označovaný zkratkou VGT (Variable Geometry Turbocharger) zajišťuje vyšší účinnost přepřehování, zejména pak rychlejší nárůst plnicího tlaku turbodmychadla už v nízkých otáčkách. Natačením rozváděcích lopatek statoru turbodmychadla lze výrazně zmírnit takzvaný turboefekt, tedy prodlevu reakce motoru běžícího v nízkých otáčkách na sešlápnutí pedálu akceleratoru. Způsobuje to nízká rychlost malého množství výfukových plynů, které je v daném okamžiku k dispozici.

Systém VGT dokáže lépe odebrat energii výfukových plynů i při jejich malém množství, a tím zvýšit schopnost akcelerace turbíny, potažmo kompresoru plnicího motoru kyslíkem. Výsledkem technického zlepšení je zvýšení točivého momentu v celém rozsahu otáček a zrychlení reakce motoru na pokyny plynového pedálu.

Nový motor v modelu H-1 dosahuje nejvyššího točivého momentu 314 Nm v rozmezí 2000 a 3000 otáček a maximálního výkonu 103 kW při 3800 otáčkách za minutu. Jeho kombinovaná spotřeba je 9,0 litru nafty na 100 km, přičemž maximální rychlost dosahuje hodnoty 163 km/h a zrychlení z místa na 100 km/h za 19,4 s.

H-1 je nabízena jako tří- nebo šestimístné auto. Zájemce o co největší užitkovost vozu uspokojí Hyundai H-1 paletou možností. K dispozici je dodávka s krátkým (2810 mm) nebo dlouhým (3080 mm) rozvorem, s provozní hmotností až 2080 kilogramů. Hyundai H-1 dodávka nabízí rovněž různé varianty dveří, podle potřeby a přání křídlové nebo vyklápěcí. (tz)

Role manažerů kvality ve 21. století

Vážený přátelé,
Česká společnost pro jakost by Vás ráda pozvala na historicky první setkání EOQ registrovaných manažerů kvality, které se koná dne 21. května 2007 pod motem **"Nová role manažerů kvality ve 21. století"**.
Tento prekongresový seminář předchází 51. kongresu Evropské organizace pro kvalitu (EOQ), které jsme plnoprávným členem. Kongres se koná ve dnech 22. až 23. května 2007 v Praze, a naváže tak na dlouholetou tradici kongresů pořádaných v jednotlivých členských zemích.
Jedná se o velmi prestižní akci, která vytváří prostor pro setkání na mezinárodní úrovni a výměnu zkušeností pracovníků zabývajících se problematikou kvality, pracovníků, kteří chápou, že kvalita není samoúčelná záležitost, ale účinný nástroj zlepšování systému řízení. Zúčastní se jí široká odborná veřejnost, vedoucí představitelé významných společností a institucí působících v různých oblastech průmyslu, služeb, vzdělávání i veřejné správy, kteří jsou si vědomi, že kvalita tvoří rámec vývoje jakékoliv organizace, jež podporuje všechny moderní praktiky kvalitního řízení. Možnosti společnosti růst a rozvíjet se závisejí do značné míry na schopnostech jejích manažerů.
Můžete se těšit na velmi zajímavý program, v němž budou vystoupení významných zahraničních přednášejících doplněna o praktické workshopy související s přednášenou problematikou. Výsledky workshopů Vám budou prezentovány společně z pohledu přednášejících. Workshopy budou řízeny pro-aktivně, účastí každého z Vás, na Vámi vybrané klíčové téma:

- 1. "Jak mohou manažeři kvality pomoci k lepšímu řízení organizace"
- 2. "Nová úloha manažerů kvality v oblasti inovace, udržitelnosti rozvoje a implementace změn"
- 3. "Jak mohou manažeři kvality vytvářet efektivní týmy plnící budoucí požadavky kladené na výkon"

Odbornou náplň semináře, na který Vás srdečně zveme, jsme zvolili v duchu mota "Nová role manažerů kvality ve 21. století". Využijte jedinečné možnosti zúčastnit se a vzájemně sdílet informace se svými kolegy, EOQ registrovanými manažery kvality, kterých je v současné době již přes 50 000 z jednotlivých zemí Evropy. Těšíme se na Vaši účast.
Jan Hnátek, manažer 51. kongresu EOQ
Štěpánka Steinbachová, výkonná ředitelka ČSJ
Elena Stibůrková, garant pre-kongresového semináře

Bohemia - kvalita, na kterou se lze spolehnout

Podle nezávislých průzkumů jsou mezi českými spotřebiteli bramborových lupínků nejoblíbenější výrobky značky Bohemia. Společnost Intersnack, výrobce produktů Bohemia, si velmi zakládá na kvalitě svých výrobků a zároveň na přáních svých zákazníků. V lednu 2007 tři výrobky značky Bohemia získaly ocenění Klasa. Všechny produkty, které společnost Intersnack vyrábí, procházejí celou řadou přísných kontrol. Kontroluje se vše - kvalita vstupních produktů, teplota vody pro omývání brambor, síla lupínků, kvalita a teplota oleje ve fritéze, koření a samozřejmě finální produkt. Celkem je v laboratoři provedeno až 10 tisíc měření za měsíc. Na stůl k zákazníkovi se tak mají šanci dostat pouze výrobky prvotřídní kvality.

pokračování na straně 29

Když firmám není jedno, co bude zítra

O polovinu méně těžkých kovů, o třetinu nižší spotřeba energie a snížení emisí oxidu uhličitého - to vše při 66 % nárůstu objemu výroby. To jsou jedny z výborných výsledků strategie trvale udržitelného rozvoje společnosti Henkel v posledních pěti letech. U příležitosti zveřejnění Zprávy o přínosech strategie trvale udržitelného rozvoje informovali současní i bývalí zaměstnanci Henkel také o své dobrovolnické práci v sociálně zaměřených projektech - Make Impact on Tomorrow (MIT). Iniciativa probíhá i v České republice - v letošním roce podpoří firma celkem pět sociálních projektů.
"Zákazníci a spotřebitelé, kteří se rozhodnou pro některý výrobek Henkel, svou koupí projeví uznání a oceňují úsilí naší společnosti v oblasti trvale udržitelného rozvoje," prohlásil Ulrich Lehner, předseda představenstva Henkel



51. kongres EOQ

Praha, 22. - 23. květen 2007

Excelenci ke konkurenceschopnosti - výzva pro Evropu

V rámci 51. kongresu Evropské organizace kvality se uskuteční

1. setkání EOQ manažerů kvality

21.května 2007, Top Hotel Praha

„Nová role manažerů kvality ve 21. století“

Hlavními řečníky, kteří dále povedou diskusi jsou:

Juhani Anntila
„Od managementu kvality ke kvalitnímu řízení“

Gregory H. Watson
„Nové přístupy, které podporují inovaci, udržitelnost a sociální rozměr kvality“

Stephen K. Hacker
„Budoucí role manažerů kvality“

Účastnický poplatek: 1.setkání EOQ manažerů je 7500,- Kč
Cena včetně účastnického poplatku na 51. kongres EOQ: 15000,- Kč (registrace od 19.5.2006 do 28.2.2007), 17800,- Kč (od 28.2.2007), ceny jsou včetně 19% DPH, platí pro členy České společnosti pro jakost

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST
Novotného lávka 5
116 68 Praha 1 - Česká republika
Fax: +420 221 082 229
E-mail: eoq2007@csq.cz

www.eoq2007.com



51. kongres EOQ

Praha, 22. - 23. květen 2007

Excelenci ke konkurenceschopnosti - výzva pro Evropu

Program kongresu:

21. květen 2007, pondělí
Předkongresový seminář
„Setkání manažerů kvality“
Předkongresová jednání
Uvítací večeřek

22. květen 2007, úterý
1. den 51. kongresu EOQ:
Slavnostní zahájení
Zahajovací jednání
Paralelní jednání
Slavnostní večeř

23. květen 2007, středa
2. den 51. kongresu EOQ:
Paralelní jednání
Závěrečné jednání
Slavnostní ukončení

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST
51. kongres EOQ
Novotného lávka 5
116 68 Praha 1 - Česká republika
Fax: +420 221 082 229
E-mail: eoq2007@csq.cz
www.csq.cz

www.eoq2007.com

V rámci klíčového tématu budou v průběhu 51. kongresu EOQ v Praze diskutována dále uvedená témata:

- Produktivita a konkurenceschopnost
- Nové systémy managementu orientované na výkonnost a inovace
- Cesta k excelenci v automobilovém průmyslu
- Kvalita a bezpečnost v potravinovém řetězci
- Telekomunikace a IT – podněty pro budoucí společnost
- Kvalita ve zdravotnictví a farmacii
- Veřejný sektor a zkušenosti s modelem CAF
- Projektový management
- IAQ (International Academy for Quality) Mezinárodní akademie pro kvalitu
- Trvale udržitelný vývoj ve výrobě
- Hodnověrnost certifikace systémů managementu a kvalita v akreditaci
- Kvalita vzdělávání

tách. Ke snížení spotřeby energie při výrobě a distribuci významně přispívá i přechod na výrobu kompaktních pracích prášků. Tradiční objemné prací prášky dnes již firma Henkel vůbec nevyrábí.

Nejvýznamnější úspěchy strategie trvale udržitelného rozvoje v období 2002 - 2006

- o 59 % méně těžkých kovů
- o 30 % méně odpadů
- o 27 % nižší spotřeba energie
- o 26 % méně emisí kyslíčnicku siřičitého
- o 21 % méně emisí kyslíčnicku uhličitěho
- o 18 % méně odpadních vod
- o 8 % nižší spotřeba vody

Iniciativa Make an Impact on Tomorrow 2007 Společnost Henkel se považuje za "zodpovědného občana" a vedle své podnikatelské činnosti vyjadřuje svými různorodými aktivitami i svůj závazek ke společnosti. Na tyto aktivity, zastřešené pod značkou Henkel Smile, vydala v roce

2006 šest milionů eur. V roce 1998 společnost uvedla dnes již úspěšnou iniciativu Make an Impact on Tomorrow (MIT), jejímž prostřednictvím podporuje zejména dobrovolnické aktivity svých současných i bývalých zaměstnanců zaměřené na sociální pomoc. Jedná se o podporu jak obecných veřejně prospěšných projektů, tak programů určených speciálně pro děti. Do dnešního dne proběhlo za podpory iniciativy MIT 4574 projektů ve 105 zemích, z čehož 1125 bylo zaměřeno na děti.
V letošním roce podpoří Henkel ČR v rámci této iniciativy pět projektů. Jsou mezi nimi nezisková organizace Jahoda pomáhající ohroženým a znevýhodněným dětem a rodinám, Volejbalová škola Praha, Projekt "Máme si kde hrát" - dětské hřiště pro všechny věkové kategorie, Dětská tisková agentura a Azylový dům Ezer. Příklady této práce najdete v publikaci Henkel Smile na webové adrese www.henkel-smile.com (tz)

OZP se v prevenci soustředí na závažná onemocnění

Oborová zdravotní pojišťovna zaměstnanců bank pojišťoven a stavebnictví se v rámci zdravotní prevence soustředí na předcházení závažným onemocněním, které nejvíce ohrožují českou populaci. Komplex těchto odborně připravených zdravotně preventivních programů nad rámec veřejného zdravotního pojištění, které svým klientům zcela nebo zčásti hradí OZP z Fondu prevence, výrazně přispívá ke snižování zdravotních rizik pojištěnců OZP.

"Nikdy jsme se nepouštěli do laciných slibů a marketingových akcí, které občas v honbě za novými pojištěnci nabízí konkurence. Budeme nadále důsledně preferovat, podporovat a motivovat své pojištěnce k takové prevenci a aktivitám, které skutečně vedou k posílení jejich zdraví a které mohou dlouhodobě využívat" řekl na nedávné tiskové konferenci generální ředitel OZP Ladislav Friedrich. Celkem na tyto programy OZP plánuje v letošním roce vynaložit 85 500 000 korun, což je zhruba o 7 % více než očekávané čerpání výdajů v roce 2006. Nabídka OZP v oblasti prevence závažných onemocnění, která nejvíce ohrožují současnou populaci zejména ve vyšších věkových skupinách, je dlouhodobě nejrozsáhlejší na trhu zdravotního pojištění v České republice.

- V roce 2007 OZP plně hradí tyto skupiny preventivních programů:**
- V rámci tzv. sekundární prevence**
PREVENCÍ ONKOLOGICKÝCH ONEMOCNĚNÍ, jako např. prevence pigmentových nádorových
- změn kůže, rakoviny prsu, včasný záchyt karcinomu prostaty, hrtanu a dalších.
PREVENCÍ VZNIKU CIVILIZAČNÍCH NEMOCÍ, jakými jsou kardiovaskulární onemocnění, podpora snižování nadváhy, pomoc při odvykání kouření.
PREVENCÍ METABOLICKÝCH ONEMOCNĚNÍ, jako je např. osteoporóza či poruchy tukového metabolismu.
- Pro skupiny pojištěnců, u kterých je s ohledem na věk riziko závažných onemocnění nízké, má OZP připraveny následující programy. Některé z nich OZP plně hradí, na některé výrazně přispívá.
- zahraniční klimatické ozdravné pobyty pro děti a mladistvé na základě doporučení lékaře
 - příspěvky pro předškoláky z oblastí s ekologickou zátěží
 - vitaminy pro aktivní dárce krve nebo kostní dřeně
 - očkovací programy
- V rámci tzv. primární prevence**
- Klub zdraví OZP
 - Sportujte s OZP
 - Hrajte s OZP

Vývoj kreditního systému	2005	2006	2007
Počet zařazených účastníků	163 000	172 000	190 000
Průměrné čerpání na účastníka v Kč	444	455	457
Příspěvek v Kč v rozmezí	150-2000	350-2000	450-2000

Kreditní systém OZP

Oborová zdravotní pojišťovna zaměstnanců bank, pojišťoven a stavebnictví už tři roky úspěšně realizuje a rozšiřuje unikátní Kreditní systém OZP. Podstata Kreditního systému vychází z tradičních zásad pojišťovnictví, tedy solidarity a zvýhodnění těch, kteří sami pečují o své zdraví a systém zdravotního pojištění svým čerpáním zdravotní péče zatěžují v průměru méně než ostatní. Tyto pojištěnce OZP odměňuje formou příspěvků na různé preventivní programy. Tím je i zároveň motivuje ke zdravému životnímu stylu. Kreditní systém OZP má v letošním roce možnost využít již na 190 000 pojištěnců, tedy podstatně více, než tomu bylo v předešlých letech. Přitom si sami mohou zvolit z 29 možností, mezi nimi např.

- léky, léčebné přípravky, potravinové doplňky a prostředky zdravotnické techniky s prokazatelně preventivním charakterem
- plavání pro děti
- pevná rovnátka a stomatologické výrobky po děti
- ochranné pomůcky zvyšující bezpečnost dětí (např. autosedačka, helma na kolo)

- vitaminy pro nastávající maminky
- příspěvek rodiče na úhradu nákladů v souvislosti s porodem
- různá očkování proti infekčním nemocem, nezařazená do pravidelného očkování v rámci tzv. očkovacího kalendáře
- a další

Klienti se o zařazení do Kreditního systému nemusí starat. Od OZP obdrží dopis s nabídkou programů a přidělenou výší kreditu pro rok 2007. Pak už stačí poslat účetní doklad spolu s formulářem s přiděleným kreditem a OZP příspěvek poukáže klientovi.

Typy kreditů v roce 2007:

Základní - ve výši 500 korun ve vazbě na náklady na zdravotní péči v daném referenčním období

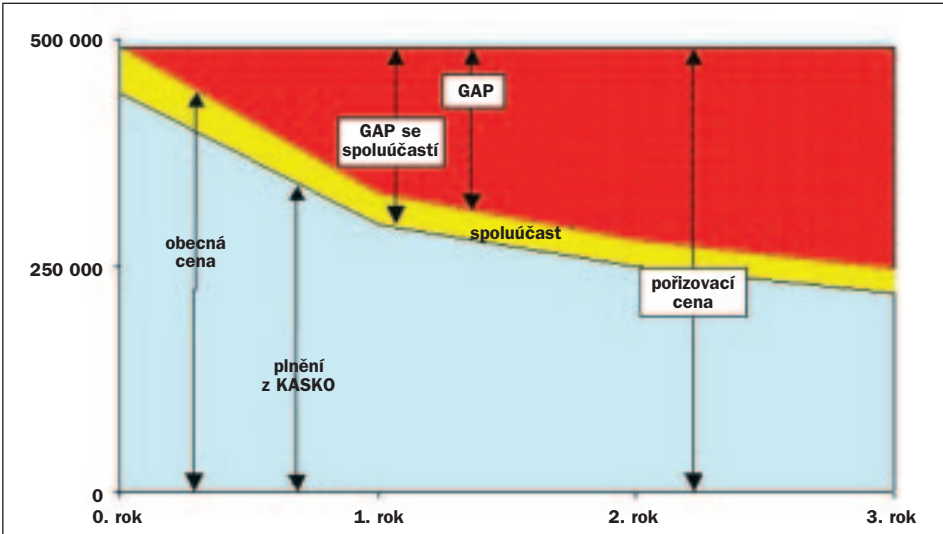
Bonusový

- pro nastávající maminky - 1200 korun
- pro novorozence - 500 korun
- pro dárce krve - 450 nebo 2000 korun
- pro dárce kostní dřeně nebo orgánů - 2000 korun
- pro nové pojištěnce - 450 korun (tz)



CAC LEASING a připojištění GAP chrání pořizovací cenu vozidla

Klienti leasingové společnosti CAC LEASING se mohou ochránit před finanční ztrátou v případech totální škody nebo odcizení vozidla, a společně tak chránit svou investici díky připojištění pořizovací ceny vozidla (GAP). To totiž v těchto případech kryje klientovi rozdíl mezi pořizovací a obecnou cenou automobilu. GAP lze sjednat k havarijnímu pojištění u kterékoliv pojišťovny na dobu tří let, a to jak pro vozidlo pořízené na leasing, tak i za hotové. Společnost CAC LEASING ve spolupráci s pojišťovnou UNIQA vychází svým klientům vstříc a nabízí jim možnost připojištění GAP, které pokryje rozdíl mezi pořizovací cenou vozidla v době zakoupení a obecnou hodnotou v čase, kdy dojde k totální škodě nebo odcizení. Pokud má klient zájem, GAP pokryje i spoluúčast z havarijního pojištění, kterou je jinak třeba zaplatit v těchto případech ze svého. Připojištění pořizovací ceny vozidla je doplněním havarijního pojištění KASKO. "Uzavření připojištění GAP je pro klienty velmi jednoduché, lze ho sjednat současně s podpisem leasingové smlouvy a havarijního pojištění v den nákupu vozidla nebo do tří měsíců od jeho koupě," dodal k dostupnosti připojištění GAP jednatel společnosti CAC pojišťovací makléřská Přemysl Kvasnička. V případě leasingu je splátka, pojistného započítána do leasingové splátky, a klient tak hradí vše současně v měsíčních splátkách. Při odcizení nebo totální škodě na vozidle je pak klientovi pojišťovnou uhrazena pořizovací cena v plné výši, jeho investice tím zůstane společně uchráněna. Například již u rok starého auta, jehož pořizovací cena byla 500 tis. korun, ztrácí majitel jednu třetinu jeho ceny, tj. 158 tis. Kč, které již nepokryvá havarijní pojištění. Tuto část však kryje připojištění pořizovací ceny. Význam GAP v čase ukazuje následující graf: (tz)



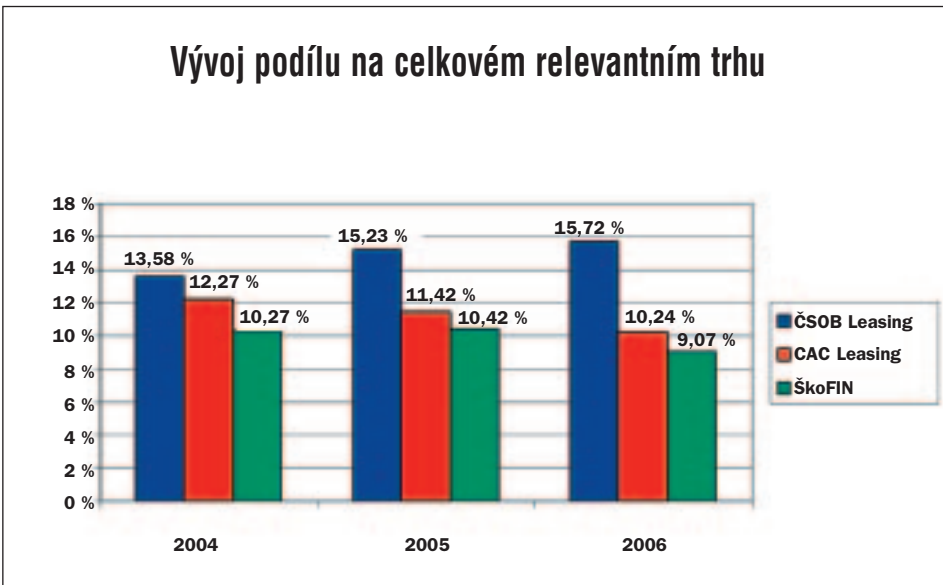
ČSOB Leasing kraluje českému leasingu

Společnost ČSOB Leasing v roce 2006 opět obhájila pozici bezkonkurenční jedničky leasingového trhu, kterou drží nepřetržitě již od roku 2001. ČSOB Leasing svým loňským rekordním obratem ve výši 21,8 miliardy korun a 19% meziročním růstem výrazně upevnil své postavení v čele leasingového trhu a opět zvýšil odstup od konkurenčních společností. Podle metodiky vykazování ČLFA dosáhl celkový objem nových leasingových obchodů společnosti ČSOB Leasing hodnoty 17,6 miliardy korun, v neleasingových produktech pak hodnoty financování ve výši 2,8 miliardy korun, tedy celkem 20,4 miliardy korun. ČLFA vykazuje výsledky svých členů podle součtu pořizovacích cen u předmětů pořízených leasingem a součtu financovaných částek u spotřebitelských úvěrů, vždy podle data předání předmětu zákazníkům do užívání. ČSOB Leasing u všech produktů uvádí své výsledky jako součet pořizovacích cen financovaných předmětů dle data začátku splácení smluv. Podle této metodiky dosáhl ČSOB Leasing za loňský rok rekordního obratu 21,8 miliardy korun a 19% meziročního růstu.

Za rok 2006 dosáhl podíl ČSOB Leasing na relevantním trhu výše 15,72 %. Relevantní trh zahrnuje leasingový trh movitostí a část objemu obchodů v produktech spotřebitelský úvěr a splátkový prodej komoditně odpovídající oblasti působení ČSOB Leasing. ČSOB Leasing dlouhodobě získává náskok před svými hlavními konkurenty na leasingovém trhu. V loňském roce zvýšil náskok před společnostmi CAC Leasing a ŠkoFIN o více než 50 %. Odstup od leasingové dvojky, CAC Leasing, činí 7,1 miliardy korun a více než 5% bodů podílu na trhu. Na třetí největší leasingovou společnost, ŠkoFIN, má ČSOB Leasing náskok 8,6 miliardy korun a téměř 7% bodů podílu na trhu. "Obchodní výsledky naší společnosti rostou dlouhodobě vysokým tempem, což je důsledek naší dobré obchodní strategie založené na komplexní a vstřícné obsluze zákazníků a partnerů," komentoval výsledky generální ředitel ČSOB Leasing Karel Bouček. "V loňském roce vzrostly obchody ČSOB Leasing téměř o polovinu vyšším tempem než celkový relevantní trh," doplnil Karel Bouček. (tz)

Pořadí na relevantním trhu *				
Pořadí	Společnost	Celkový objem obchodů (v mil. Kč)	Odstup od ČSOB leasing (v mil. Kč)	Podíl na trhu movitostí
1.	ČSOB Leasing, a. s.	20 393		15,72 %
2.	CAC Leasing, a. s.	13 291	7 102	10,24 %
3.	ŠkoFIN, s. r. o.	11 772	8 621	9,07 %

* pořadí dle celkového objemu nově uzavřených obchodů podle vykazování ČLFA v oblasti financování movitostí za rok 2006



Můžete si upravit pracovní dobu?

Jsou dnešní zaměstnavatelé vstřícní, co se týče individuální pracovní doby? Vyhoví vám, pokud potřebujete například pracovat z domova, když vám onemocní děti? A co když si musíte něco nutně zařídit během dne?

Postoj zaměstnavatelů k úpravám pracovní doby je celkem vstřícný. Vyplynulo to z analýzy výpovědí výzkumu na téma Rovné příležitosti mužů a žen v českých firmách respondentů/-tek. Firmy vycházejí ženám vstříc obvykle v tom, že jim umožní pracovat na zkrácený pracovní úvazek, nebo jim posunou pracovní dobu. Požádá-li o něco takového žena z důvodu péče o dítě a nebrání-li tomu závažné pracovní překážky, pak zaměstnavatelé posuzují její požadavek jako legitimní nárok dle Zákonníku práce. Po ženě pak nejsou vyžadovány přesčasy a práce ve směnném provozu: "...pokud má žena problém, chce upravit pracovní dobu, tak čekáme, že přijde ona... my jí sami nic nenabízíme... ale pokud chce, umožníme jí to... neděláme problémy..." Nicméně zkrácené pracovní úvazky podle názoru zaměstnavatelů/-lek zvyšují náklady na zaměstnance a nároky na organizaci práce,

takže je vnímají spíše jako nevýhodu: "...zkrácené úvazky jsou ekonomicky náročnější... dva zaměstnanci na čtyři hodiny, to se nerovná jednomu zaměstnanci na osm hodin..." Jedním z opatření, které firmy používají, je pružná pracovní doba. Ta je obvyklá hlavně ve velkých firmách. V rámci klouzavé pracovní doby si zaměstnanci/-kyně mohou zvolit začátek a konec pracovní doby. V případě potřeby, ať ze strany firmy nebo ze strany zaměstnance/-kyně, mohou přesunout část hodin do jiného dne. Zaměstnanci musí dodržovat tzv. fixní dobu, například být ve firmě od 9.00 hod. do 13.30 hod. A musí také dodržovat počet odpracovaných hodin, tedy 40,5 hodin týdně. Tato úprava umožňuje vytvářet sdílená pracovní místa a rozložit pracovní dobu zaměstnanců/-kyň do celého dne. Jako příklad uvedla zástupkyně jedné firmy situaci: "...ředitel je tu od sedmi do sedmi, ale jedna sekretářka tu dvanáct hodin nebude..."

Absolventi mají originální nápady, znají nové technologie a jazyky - to se cení

pokračování ze strany 22
Zejména o čerstvé vysokoškoláky se již několik let poměrně systematicky zajímají především větší firmy, obvykle se zahraniční účastí, kteří méně výše zmíněný trend a kteří hledají mladé lidi a vštěpují jim své pracovní i kulturní návyky. Přístup těchto firem je dán jejich ekonomickou stabilitou. Neváhají chybějící praxi absolventa dohnat pomocí speciálních tréninků a školení. Investují s cílem vychovat si zaměstnance "k obrazu svému".

Jak zlepšit strukturu vzdělávací nabídky?

Problém optimalizace oborové struktury absolventů je poměrně široký. V jeho řešení se střetávají různé zájmy, od potřeby zaměstnavatelské sféry získat připravenou pracovní sílu v požadované struktuře, přes snahu žáků vystupovat zajímavý a perspektivní obor s dobrými pracovními a platovými podmínkami. Rovněž i návrhy na formu přizpůsobení vzdělávací nabídky, tedy na změnu oborové struktury škol, zahrnují celou škálu přístupů, počínaje tedy požadavky na direktivní regulaci a striktní omezení studijní nabídky tak, aby struktura absolventů odpovídala požadavkům zaměstnavatelské sféry, až po liberálnější pohled, který respektuje právo žáků na přístup ke studiu oboru podle svých zájmů a představ. Na straně trhu práce je v této souvislosti potřeba zmínit jeho velkou proměnlivost v České republice a obtížnost předvídání požadované vzdělanostní struktury, v oblasti školské sféry pak omezené možnosti a značné zpoždění, i s ohledem na několik let trvající přípravu absolventa, v reakci škol na kvalifikační poptávku firem, které z hlediska účinnosti direktivní regulace představují významné limitující faktory.

Relevantní způsoby řešení nevyhovující struktury vzdělávací nabídky se tak koncentrují do několika oblastí. V první řadě se jedná o náměty na zdokonalení spolupráce a informovanosti sociálních partnerů včetně zaměstnavatelů, na nutnost vytváření prognóz potřeb kvalifikační struktury v jednotlivých regionech a následně na zvýšení informovanosti rodičovské veřejnosti. Proto je při stanovení struktury vzdělávací nabídky pro další období důležité znát program rozvoje regionu a záměry hlavních zaměstnavatelů. To se ale také ne úplně daří, protože velké firmy pořád ještě nejsou dostatečně stabilizovány a drobné a střední firmy reagují vesměs živelně bez dlouhodobých strategií.

Náměty pro školskou sféru obvykle zahrnují doporučení na korigování nově otvíraných oborů na základě analýzy trhu práce a konzultace s úřady práce, na omezení nabídky oborů, o které není na trhu práce zájem a naopak upozorňují na nedostatečnou nabídku jiných oborů, nutnost rozšíření možností dálkového studia a celoživotního vzdělávání a obecně na potřeby pružnějších reakcí školství na trh práce a větší prostupnost a význam flexibility ve volbě vzdělávací cesty. V oblasti ekonomických souvislostí tvorby struktury vzdělávací nabídky v regionech stále více převládá názor, že financování středního školství formou finančních normativů neplní účel účinného regulátoru a vede školy k otvírání oborů bez ohledu na uplatnitelnost jejich absolventů na trhu práce. Při zavádění

oborů se školy orientují hlavně podle zájmu potenciálních studentů o obor. Jak již bylo řečeno, v některých oborech vzdělávací nabídka převyšuje poptávku po pracovní síle s tímto vzděláním a následně po ukončení přípravy na povolání nekoresponduje s možnostmi umístění absolventů na trhu práce. Z tohoto důvodu se jeví jako logická doporučení, která zdůrazňují potřebu, aby školy sledovaly úspěšnost svých absolventů na trhu práce a byly hodnoceny a financovány i podle této úspěšnosti svých absolventů na trhu práce.

Projekt ISA pomůže studentům lépe se orientovat na trhu práce

Dobrou zprávou pro absolventy, současně i budoucí studenty je, že pod záštitou Ministerstva práce a sociálních věcí ČR vytvoří v rámci systémového projektu VIP Kariéra Národní ústav odborného vzdělávání integrovaný Informační Systém o uplatnění Absolventů škol na trhu práce (ISA). O co jde? Hlavním cílem celého projektu je vybudování funkčního systému, který umožní shromažďovat a analyzovat informace o potřebách trhu práce a vývoji vzdělávacího systému. Propojí informace o školách a oborech vzdělání s poznatky o uplatnění absolventů škol na trhu práce a o potřebách zaměstnavatelů. Základním úkolem je zjištění a zprístupnění komplexních informací potřebných pro efektivní rozhodování jednotlivých cílových skupin uživatelů, k nimž patří především zájemci o studium a jejich rodiče, školy, státní orgány, poradenské systémy, zaměstnavatelé i personalisté. Jedním z cílů je tak tedy napomoci studentům a ostatním subjektům, které se podílejí na rozhodování o výběru studia, v orientaci na trhu práce, aby jejich rozhodování bylo kvalifikovanější a volba budoucí profese zahrnovala právě i problematiku na trhu práce. Systém by měl být spuštěn v létě tohoto roku.

Ochota učit se - důležitý požadavek zaměstnavatelů

Z této eseje tedy zjevně vyplývá, že za uplatnitelnost, respektive úroveň zaměstnatelnosti každého konkrétního absolventa nese největší díl zodpovědnosti právě sám absolvent. Avšak i stát uznává část své zodpovědnosti za tento jev a lze identifikovat pozitivní směry a kroky, které byly učiněny či byly minimálně vyřčeny v koncepčních dokumentech. Dovolte mi poslední poznámku a vraťme se krátce k fenoménu celoživotního učení. Každý z nás, nejen absolventi, si musí uvědomit a naléhavě osvojit fakt, že ukončením školy nekončí učení v dalším životě. Češi vůbec se v porovnání s občany dalších evropských států bohužel stále jen velice málo účastní dalšího vzdělávání. Zatímco v EU se do něj průměrně zapojuje 9,4 % ekonomicky aktivní populace, v Česku to je pouze zhruba 6,5 %. Znovu opakují, že ochota a schopnost učit se je přitom jeden z nejdůležitějších požadavků zaměstnavatelů.

Ing. Zdenka Vostrovská, CSc
Předsdkyně představenstva 1. VOX, a. s.
Kontakty:
1. VOX, a. s.
www.vox.cz
tel.: 226 539 670-1

jsou tam dvě, domluví se... máme to pokryto normálně placenými hodinami... ne přesčasy." Zásadní výhodou z hlediska firmy je vyřešení problematiky přesčasů. Ve firmě se jimi nemusí zabývat a proplácet je: "...neplatíme žádné přesčasy... v tu chvíli je to o posunutí pracovní doby..." Zaměstnanci/-kyně si nemusí brát náhradní volno na vyřizování svých záležitostí na úřadech apod. Nezanedbatelná je také skutečnost, že toto opatření má ve firmě podporu zaměstnanců/-kyň, přičemž není určeno výhradně ženám nebo rodičům, ale všem zaměstnaným. Firma realizací toho opatření považuje problematiku slaďování profesního a rodinného/osobního života za vyřešenou. Nevýhodou jsou, v porovnání se standardní úpravou pracovní doby, vyšší nároky na organizaci práce: "...klouzavá pracovní doba neznamená, že je to holubník a není řízená..." Například porady musí být organizovány ve fixní době, kdy jsou přítomni všichni zaměstnanci/-kyně. Také není možné vést přesnou evidenci odpracovaných hodin a je třeba se spolehnout na loajalitu zaměstnanců. Lze očekávat, že jako kladný pří-

Podnik Fair Play

V Praze se za přítomnosti mnoha významných osobností a zástupců médií předávaly ceny "Podnik Fair Play" za rok 2006. Jednou z pouhých šesti (!) firem (a jedinou svého druhu podnikání), které toto prestižní ocenění získaly, se stala společnost Auto Staiger, nejsilnější český dealer automobilů Opel. Soutěž "Podnik Fair Play" pořádá občanské sdružení Etické fórum ČR, které sdružuje a podporuje významné osobnosti ze všech sfér veřejného života. Do soutěže se může přihlásit každý podnik, který ctí při svém podnikání obsah pojmu etika. Zdaleka ne každý ale projde úspěšně tzv. etickým auditem, při kterém se hodnotí mj. respektování smluvních závazků, vztah firmy ke klientům i zaměstnancům, legitimita podnikání atd. "Ocenění od Etického fóra ČR si velmi vážíme, protože dokládá, že v automobilové branži lze podnikat úspěšně a férově," řekla Lenka Kortusová, jednatelka společnosti Auto Staiger. **(tz)**



klad bude tento model působit především v nevýrobních firmách. Ve firmách existují ještě další výhody, které umožňují slaďování profesního a rodinného/osobního života zaměstnanců/-kyň. Je to například práce z domova, samostatné projekty apod. Většinou těchto opatření využívají zaměstnanci/-kyně z vyššího managementu, nebo též v odborných profesích, kdy není nutná fyzická přítomnost ve firmě kvůli přístrojům apod. Hlavní výhodu vidí společnosti, které tato opatření organizují v tom, že je levnější udržet si zaměstnance/-kyni s know-how než investovat do nových: "...když o ty ženy stojíme, firma do nich investuje ... zavedli jsme programy: Práce z domu... Upravit náplň práce... Samostatné projekty... to se nám osvědčilo..." Obvykle jsou tato opatření předmětem individuální dohody a ve firemních dokumentech nemají formalizovanou podobu: "...myslím, že se to ví, že hodně práce dělám doma, ale nikde to uvedeno není, je to taková tichá dohoda." **(tz)**

Bohemia - kvalita, na kterou se lze spolehnout

pokračování ze strany 27
Společnost Internack jako jedna z mála firem splňuje kromě certifikátu ISO 9001 velmi přísné požadavky mezinárodního potravinového standardu IFS, a to dokonce vyšší úrovně. Kvalitu lupínek Bohemia potvrzuje také Fakulta potravinářské a biochemické technologie Vysoké školy chemicko-technologické v Praze, která jim udělila certifikát kvality. Značka Bohemia požádala také o udělení ocenění KLASA pro tři své výrobky, konkrétně pro Bohemia Chips Horská sůl, Bohemia Chips Moravská slanina a Tradiční české brambůrky Jemně solené. V lednu 2007 získala zmíněné ocenění pro všechny navržené produkty. Značka je propůjčována na tři roky a její vlastnictví může být po této lhůtě prodáno. Požadovanou kvalitu a složení výrobků posuzuje a po jejím udělení kontroluje Státní zemědělská a potravinářská inspekce. **(tz)**

Pojištění MAXIGEP
ochrany pořizovací ceny

JSOU KLÍČKY TO JEDINÉ, CO VÁM ZBYLO Z VOZU V PŘÍPADĚ ODCIZENÍ NEBO TOTÁLNÍ ŠKODY?

Pokud si sjednáte pojištění pořizovací ceny **MAXIGEP**, dostanete své peníze zpět. Pojistíte si rozdíl mezi pořizovací a obecnou cenou vozidla, který v případě totální škody nebo odcizení nehradí Vaše havarijní pojištění. Výše tohoto rozdílu může být v době trvání pojištění (36 měsíců) více než 50%!

JAKÉ VOZIDLO JE MOŽNÉ POJISTIT?

- X vozidlo s platným technickým průkazem a s registrační značkou (RZ)
- X s uzavřeným havarijním pojištěním (KASKO)
- X vozidlo nové nebo ojeté

JAKÉ VOZIDLO NENÍ MOŽNÉ POJISTIT?

- X vozidlo, jehož celková hmotnost překračuje 3 500 kg
- X nová cena přesahuje částku 2 000 000 Kč (včetně DPH)
- X pronájem vozidla (autopůjčovny)
- X taxislužba nebo přeprava osob za úplatu
- X vozidla autoškol nebo sloužící pro výcvik řidičů

PRO VOZIDLA DO 700 TIS Kč ZAPLATÍTE JEN 12,000 Kč za tři roky – tj. pouze 333 Kč za měsíc

(při předložení tohoto inzerátu obdržíte 10% slevu na nově uzavřené pojištění MAXIGEP)

www.maxima-as.cz

Mám zájem o...

Jméno.....

Adresa.....

Kontakt (telefon, email).....

Tento kupon zašlete na adresu (případně e-mailem nebo faxem):

Maxima pojišťovna, a. s., Na Dlouhém Lánu 508/41, 160 00 Praha 6

Zaslané kupony budou slosovány 30. 7. 2007 a tři výherci obdrží zajímavé ceny

Zavolejte si na +420 272 099 900

e-mail: info@maxima-as.cz

...zaslání informací ☐

...sjednání pojištění ☐

Ukončení regulace cen zemního plynu v ČR



Od 1. ledna 2007 je trh se zemním plynem v ČR plně liberalizován. K 1. dubnu 2007 došlo ke zrušení regulace cen za dodávku zemního plynu, zavedené od 1. ledna 2006. Energetický regulační úřad již nebude regulovat cenu komodity, která tvoří asi 80 % z celkové ceny zemního plynu. U cen za distribuci a přepravu plynu bude však i nadále určovat jejich maximální možnou výši.

Trh se zemním plynem v ČR přešel z regulované formy na tzv. volný trh, kde je cena komodity, tj. zemního plynu, odvozována od tržních cen ropných derivátů, černého uhlí a kurzu české koruny. Ceny za přepravu a distribuci plynu, usku-tečňované prostřednictvím plynárenské sousta-vy ČR, jež svou podstatou tvoří přirozený mono-pol, budou i nadále regulovány nebo-li pod kon-trolou ERÚ.

Česká republika je členskou zemí EU a jako taková se zavázala k plnění legislativních pod-mínek, které stanovují vytvářet rovné konkurenční prostředí. Tomu ale stávající situace na trhu s plynem v ČR neodpovídala. Znovuzavedení celoplošné regulace cen k 1. 1. 2006 u nás liberalizaci trhu s plynem zastavilo a také ome-zilo rozvoj konkurenčního prostředí. Ukončení regulace cen znamená opětovně vytvoření řád-

ného konkurenčního prostředí na trhu s plynem v ČR, volnost při určování marží jednotlivými obchodníky a vytvoření základních podmínek pro vstup konkurence na český trh s plynem. Jen skutečně otevřený a konkurenční trh umožní prověřit opodstatněnost nastavených cen, neboť obecně vytváří tlak na jejich snižování, vede k soutěži mezi dodavateli, rozšiřování nabídky doprovodných služeb a jejich zkvalitňování. "Lze očekávat, že cenové nabídky budou srovnatelné a budou se pohybovat ve velice úzkém cenovém spektru, avšak velké rozdíly mohou nastat v kva-litě služeb a zárukách za spolehlivost dodávek," řekl Josef Kastl, generální sekretář České plynárenské unie. "Žádná energie již nebude levná. Uplatňování nástrojů jako jsou konkurenční trhy, ekologické daňové reformy apod. povedou k modernizaci technologických zařízení, ke sni-

žování energetické spotřeby a zvyšování efektiv-nosti, úsporám nákladů na energie a kladným dopadům na životní prostředí. To vše dává zem-nímu plynu díky jeho nesporným přednostem šanci na vyšší uplatnění." Dodavatele plynu na plně otevřeném trhu zatím změnil jen zlomek českých odběratelů. Nového obchodníka si vybralo necelých 6000 domá-cností. V kategorii velkoodběratelů si našlo jiné-ho obchodníka jen osm firem, pod které spada-lo 36 odběrných míst. Nového dodavatele si od ledna 2006 vybraly třeba společnosti Spolana Neratovice, Pivovar Velké Popovice, Colorlak Staré Město, Nová Mosilana Brno, Vetropak Moravia Glass nebo Energetika Vítkovice. Zákazníci mění dodavatele plynu jen málo i v jiných zemích EU a k nejméně aktivním patří hlavně domácnosti. (tz)

Chování občanů se nezmění, pokud nebudou rozlišeny daně podle množství negativních externalit

Ekologická daňová reforma v ČR, kterou dne 3. ledna 2007 vzala na vědomí vláda, by měla probíhat ve třech postupných etapách, a to až do roku 2017. Česká plynárenská unie (ČPU) se chce aktivně podílet na její tvorbě, bude velmi pečlivě sledovat proces přípravy, a to nejen smyslupl-nost navrhovaných opatření z hlediska dopadů na ekologii, hospodářství a ekonomiku ČR, ale i míru využití zemního plynu a jeho nesporných předností při naplňování poslání a cílů reformy. Návrh paragrafovaného znění tří nových zákonů pro první etapu ekologické daňové reformy rea-guje zejména na povinnost zpracovat "povinné" požadavky Směrnice 2003/96/ES o zdanění energetických produktů a elektřiny do národní legislativy. "Tuto etapu nelze považovat za plo-hodnotnou ekologickou daňovou reformu, neboť se jedná zejména o zatížení uhlovodíkových a pevných paliv daněmi a další principiální otázky zatím zůstávají nedořešeny (kompenzace zaváděného zdanění snížením jiných daní, důsledné uplatnění principu diferenciacce daňového zatížení podle dopadu jejich spotřeby na životní prostředí atd.). Na druhé straně je ale možné konstatovat, že současně návrhy částečně ekologické zohlednění přinášejí, např. že zemní plyn pro domácnosti je osvobozen od daně, zatímco uhlí nikoliv," sdělil nedávno před novináři v Praze Josef Kastl, generální sekretář České plynárenské unie. "Česká plynárenská unie bude usilovat o širší zohlednění významně nižšího zatěžování prostředí emisemi CO₂ při užití zemního plynu oproti užití jiných paliv se srovnatelnou energetickou hodnotou." Státní energetická koncepce předpokládá krytí energetických potřeb určitým mixem zdrojů, tedy paliv a energií. Dosavadní přístup vedl ke znehodnocování dřívějších investic do plynofikace. Omezoval využívání prokazatelně nejčistšího dostupného fosilního paliva, tedy zemního plynu, a vedl k jeho nahrazování palivy s významně nižší efektivitou a vyšším zatěžováním životního pro-středí. Podíl spotřeby zemního plynu se na celkové spotřebě paliv proti předpokladům Energetic-ké koncepce ČR pohybuje o více jak 5 % níže a stále klesá. Nejsou tedy zcela na místě často prezentované obavy ze zvyšování dovozní závislosti. Naopak jsou zde značné rezervy a prostor, aby připravovaná ekologická daňová reforma vyslala signál ke změně dosavadního přístupu. Praxí prověřeným faktem je, že chování subjektů ani občanů se nezmění, pokud není rozlišena daňová zátěž na energetické suroviny podle množství negativních externalit, které jejich užitím vznikají. Stejně tak je důležité, aby signály daně úrovní zdanění byly dlouhodobě platné, srozu-mitelné a zároveň i dostatečně průhledné. Jedině pak bude ekologická daňová reforma význam-ným a smysluplným nástrojem, kterým lze prakticky orientovat všechny investory (včetně domácností) na využívání energetických surovin a technologií tak, aby dlouhodobě a systema-ticky minimalizovali dopady na životní prostředí. (tz)

RWE Transgas vyrovnal loňský propad zisku

Hospodaření RWE Transgas skončilo v roce 2006 se ziskem po zdanění ve výši 8,189 mld. Kč. Oproti roku 2005, ve kterém spo-lečnosti meziročně poklesl zisk téměř o třeti-nu na 5,168 mld. Kč, činí nárůst 58 %. Růst v řádu desítek procent byl očekávaný, proto-že Energetický regulační úřad stanovil v posledním čtvrtletí roku 2005 ceny zemní-ho plynu příliš nízkou. To se negativně odrazi-lo v ekonomických výsledcích společnosti, což ERÚ zohlednil v roce 2006 svými kom-penzacemi. Pozitivní efekt mělo také znovu-zavedení regulace koncových cen zemního plynu. Celkové tržby společnosti vzrostly o 22 % na 85,043 mld. Kč. Výsledky RWE Transgas, a. s., z obchodu se zem-ním plynem jsou agregované s hospodařením společnosti RWE Transgas Net, s. r. o., do které byly k 1. lednu 2006 vyčleněny činnosti spojené s provozem přepravní plynárenské soustavy. "Výrazný nárůst hospodářských výsledků jsme očekávali a informovali jsme o tom už v loň-ském roce. Je to logický vývoj, protože jde o meziroční přesun zisku. Došlo k vyrovnání propadu a nyní navazujeme na kontinuitu po-zitivního růstu výsledků našeho hospodaření z let 2003 a 2004," uvedl Martin Herrmann, předseda představenstva a CEO RWE Trans-

gas. "Pro zákazníky připravujeme řadu nových cenových produktů a služeb a jsme přesvěd-čení, že dokážeme být stejně úspěšní i na otevřeném trhu. Naší hlavní konkurenční výho-dou je schopnost garance stabiálních a bez-pečných dodávek zemního plynu," doplnil M. Herrmann, v souvislosti s prodloužením kon-traktu s ruskou společností Gazprom Export do roku 2035. RWE Transgas je řídicí společností skupiny RWE v ČR, do které patří také síťová společnost RWE Transgas Net, šest regionálních plynárenských společností, šest provozovatelů distribučních sítí, servisní společnost RWE Energy Customer Services a společnost RWE Plynoprojekt. V rámci skupiny vzrostl v porovnání s rokem 2005 agregovaný zisk po zdanění o 46 % na 11,372 mld. Kč. Celkové tržby se zvýšily o 25,818 mld. Kč na 149,569 mld. Kč. Skupina RWE v ČR měla ke konci roku 3666 zaměstnanců a 2,272 miliónu tuzemských zákazníků, což je o 18 710 více než v roce 2005. Mezinárodní energetická skupina RWE v ČR vlastní společnosti RWE Transgas, a. s., a Seve-ročeská plynárenská, a. s. Dále drží majoritní majetkové podíly ve společnostech Jihomorav-ská plynárenská, a. s., Severomoravská plynárenská, a. s., Středočeská ply-nárenská, a. s., Východočeská plynárenská, a. s., a Západoče-ská plynárenská, a. s. Skupina RWE řídí své obchodní aktivity v České republice pro-střednictvím divize RWE Energy. Vedoucí společností v ČR je RWE Transgas, který odpovídá za řízení dovozu a tranzitu zem-ního plynu a za dálkové zásobo-vání zemním plynem. Prodej zemního plynu zabezpečuje pro-střednictvím regionálních plynárenských společností. (tz)

Skupina RWE v ČR bez RWE Transgas a RWE Plynoprojekt - vybrané ukazatele - srovnání let 2005 a 2006		
	2005	2006
Počet zákazníků	2 253 542	2 272 252
Tržby celkem (v mil. Kč.)	54 125	64 526
HV po zdanění (v mil. Kč)	2 610	3 183
Prodej zemního plynu (v GWh)	82 875	79 904
Délka plynovodů (v km)	61 268	62 351
Zaměstnanci	3 841	3 361

Domácnosti a zhoršování kvality ovzduší

Spalováním levného nekvalitního paliva si ničíme zdraví. Na následky znečišťování ovzduší zemře v Evropě ročně asi 350 tisíc lidí. Lidem se dnes dýchá špatně nejen v průmyslových oblastech, jak tomu bylo dříve, ale stále častěji i v menších městech a obcích, zvláště pokud se nacházejí v údolí. V ČR jsou domácnosti spolu se sektorem dopravy největšími znečišťovateli ovzduší. "Koncentrace pevných částic a oxidu siřičitého významně stoupají zvláště v malých městech a vesnicích, kde obyvatelé někdy z důvodů ceny paliv se vracejí od zemního plynu a elektřiny na pevná paliva. Toto řešení je však "krátkozraké", a těmito tendencím mají bránit připravované eko-logické daně, které mají ve výši zdanění jednot-livých paliv zohlednit jejich dopady na životní prostředí," uvedl Oldřich Petřílka, senior mana-ger České plynárenské unie. Na venkově žije téměř polovina obyvatel ČR a přitom dnes není zásadní rozdíl mezi kvalitou ovzduší ve velkých městských aglomeracích a na malých vesnicích. Domácí topení a staré kotle na tuhá paliva se podílejí na znečištění ovzduší prachem až 40 % a přispívají tak stále větší měrou k dýchacím onemocněním. Špatná kvalita ovzduší vede bohužel až k degenerativním onemocněním, vro-zeným vadám a růstu zhoubných nádorů. To, že čistota vzduchu například v malé výsce Havlovicích může být stejně špatná jako na Ostravsku, Karvinsku či v pražských Vrsovicích, potvrdila mimo jiné i studie Státního zdravotní-ho ústavu "Charakterizace zátěže obyvatel malých sídel škodlivinami z ovzduší a znečištění ovzduší bioaerosoly". Naměřené údaje měly stej-

ně vysoké hodnoty jako údaje z průmyslových oblastí. A to v Česku existuje ještě asi pět tisíc obcí, kde se úroveň zamoření vzduchu zhoršuje ještě více. "Dnes máme řadu možností jak své životní prostředí zlepšit. Znamená to ale pře-devším zaměřit se na takový druh paliva, který ke znečištění ovzduší přispívá co nejméně, a to nejen pro vytápění, ale i pro pohon automobilů," řekl O. Petřílka. Od ledna 2008 dojde i v ČR k zavedení 1. etapy ekologické daňové reformy k zatížení spotřeby paliv nešetrných k životnímu prostředí spotřební-mi daněmi podle požadavků Evropské unie. Nej-víc, a to zhruba o 14 %, by mělo podražít hnědé uhlí. Majitelé domků, kteří nyní zaplatí ročně za uhlí asi patnáct tisíc korun, musí počítat s tím, že jejich výdaje se zvednou až o tři tisíce korun ročně. "Ekologicky šetrnější paliva, ke kterým patří i zemní plyn, by měla být finančně zvýhod-ňována. Právě tento princip bude naplňovat eko-logická daňová reforma zaváděná v ČR postupně v období od r. 2008 až do r. 2017. Omezení emisí CO₂ je ambiciózním cílem. Kjót-ský protokol vyžaduje, aby Evropská unie v letech 1990 až 2012 (tj. v průběhu 22 let) sní-žila množství emisí CO₂ o 8 %. Dnešní cíl ochra-ny klimatu, který by měl být přijatý jako součást akčního plánu, však znamená, že členské státy EU budou muset v letech 2012 až 2020 (tj. v průběhu osmi let) snížit své emise CO₂ o dal-ších 12 %. Podle zprávy IEA z roku 2005 na jed-notku HDP máme mezi 26 členskými zeměmi IEA znečištění CO₂ nejvyšší. (tz)

Počet aut na zemní plyn v ČR za rok vzrostl asi o 30 %

Dne 16. března 2007 uplynul rok, kdy byla v Praze na Žofíně slavnostně podepsána "Doho-da o rozšíření zemního plynu jako alternativního paliva v dopravě". Dohodu uzavřel stát repre-zentovaný ministrem průmyslu a obchodu na straně jedné a 9 plynárenskými společnostmi na straně druhé. Zemní plyn patří společně s biopalivy mezi dvě nejperspektivnější alternativní paliva, s jejichž masovým rozšířením v příštích letech počítá Evropská unie. V roce 2020 by v Evropě mělo jez-dit zhruba 23,5 milionu CNG vozidel. V současné době jezdí v ČR asi 630 vozů na zemní plyn, což představuje meziroční nárůst téměř 30 %. Z toho je cca 200 autobusů v městské hromadné a meziměstské linkové dopravě (v severních Čechách 90 autobusů, v Havířově 42, v Prostějov-ě 22, ve Frýdku-Místku 5 atd.). U MHD se vyu-žití zemního plynu jeví jako ideální, protože se jedná o velké znečišťovatele městského životní-ho prostředí vzhledem k tomu, kolik kilometrů po městě autobusy a popř. kuka vozy najedou. Stát dává dotaci 800 tisíc Kč na jeden autobus, 200 tisíc Kč přispívají plynárenské společnosti a navíc existuje dotace 2,3 milionu Kč na nízko-podlažní verzi. Takový vůz může být teoreticky pro provozovatele levnější o 3,3 milionu Kč. "Dopravní podnik města Brna porovnal spotřebu autobusů poháněných zemním plynem a naftou a celková spočtená úspora nákladů pro jednu vozovnu v Brně za 12 let by činila až 170 milio-nů Kč. Na základě těchto skutečností Brněnská radnice začala vážně uvažovat o používání vozů na stlačený zemní plyn. Je škoda, že Praha zatím nic podobného neplánuje," uvedl Jaroslav Tomá-nek, Senior Manager České plynárenské unie. V rámci dohody v roce 2006 proběhlo první jed-nání se zástupci Škoda Auto a prototyp vozu Škoda Octavia na CNG byl přísliben koncem roku 2007. Plynárenské společnosti se v dohodě kromě finanční podpory nákupu ekologických autobu-sů také zavázaly, že vybudují síť plnicích stanic v hodnotě 1 miliardy korun, a to jak na hlavních

silničních tranzitních tazích, tak i na komunika-cích místní a regionální úrovně. Nyní své závaz-ky plní, v prosinci byla otevřena nová plnicí sta-nice v Ostravě, v dubnu budou zprovozněny sta-nice v Mladé Boleslavi, Brně, Ústí nad Labem a Karlových Varech a koncem března byla zpro-vozněna stanice pro autobusy MHD v Táboře investovaná společností COMETT PLUS. Na konci dubna bude tudíž 16 veřejných plnicích stanic na CNG a investičně se již připravuje výstavba dalších. "V Evropě dnes už jezdí asi 520 tisíc vozů na CNG a podle odhadů Evropské komise by v roce 2020 mělo jen na našem kontinentě jezdit zhru-ba 23,5 milionu CNG vozidel. Členům EU se doporučuje nahradit do roku 2020 cca 20 % kla-sických ropných produktů v silniční dopravě alternativními palivy. Pro Českou republiku, kde podle nedávno publikované zprávy Sdružení auto-mobilového průmyslu je 5,6 milionu motorových vozidel, by to mohlo znamenat asi 400 tisíc vozů na zemní plyn," řekl J. Tománek. Na 25 % Evropanů bydlí méně než 500 metrů od silnic, po kterých denně projede více než 8220 aut. Zatímco emise skleníkových plynů v ostat-ních odvětvích hospodářství v posledních letech klesají, doprava jich produkuje stále více. Podle agentury Deutsche Presse-Agentur se v České republice zvýšily o 107 %, tedy dokonce více než zdvojnásobily. Dobrovolná 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 zele-nou rozvoji využití zemního plynu v dopravě s cílem dosáhnout do roku 2020 minimálně 10% podílu na znečištění 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 hospodárné-ho nakládání s energií a využívání jejich obnovi-telných a druhotných zdrojů. (tz)

Knížka před spaním

Z kodéra vývojářem
Nástroje a techniky pro opravdové programátory
Mike Gunderloy

Jste pyšní na své programovací schopnosti a máte vágní ideu o tom, co chcete vytvořit. Pokušení rovnou se na to vrhnout a začít psát kód může být obrovské. Nedělejte to. Pro všechny projekty, ten váš nevyjímaje, má smysl trochu dopředu přemýšlet, plánovat, navrhovat a zvažovat. V této knize budeme hovořit o všech důležitých činnostech, které musí dělat dobrý programátor, chce-li se stát opravdovým vývojářem a ne zůstat navždy pouhopuhým kodérem.

Proč už neplatí tradiční marketing
Kamran Kashani, Jean-Pierre Jeannet, Jacques Horovitz, Sean Meehan, Adrian Ryans, Dominique Turpin and John Walsh

Publikace se zabývá některými z nejdůležitějších mezer v tradiční literatuře marketingu. Zachycuje řadu inovací, nabízí čerstvé myšlenky inspirované moderními řešeními v marketingu služeb, v marketingu rozhodování. Ukazuje, jak se vytváří přidané hodnoty v organizacích, které usilují o uspokojení a udržení si zákazníka.

Rusky na cesty
Základní slovní obraty pro dorozumění s cizincem
Květuše Lepilová

Kniha je určena lidem, kteří mají v úmyslu cestovat do Ruska, využijí ji turisté, podnikatelé i studenti. Příručka obsahuje základní obraty potřebné k dorozumění během cesty, po dobu pobytu v zahraničí nebo v českém prostředí při jednání s cizincem.

Košíkaření
Lucie Ulířková, Blanka Svobodová, Zdena Charvátová

Díky této publikaci si můžete vyzkoušet práci s pedígem při výrobě praktických i dekoracních předmětů. V šestnácti projektech si vytvoříte například dózu na kapesníky, podnos, ošatku, vánoční hvězdičky či rybky, košík, želvu a lososa.

Francouzská slovesa + 2 AUDIO CD
Jan Seidl

Příručka je určena pro začátečníky nebo i pokročilé studenty a samouky francouzštiny. Umožní procvičit si slovesa, která tvoří jednu ze základních mluvnických kategorií francouzského jazyka, bez níž se prostě nedomluvíte. Látka je rozdělena do dvou hlavních částí: gramatika francouzského slovesa, slovní zásoba a cvičebnice. Ke knize jsou připojena 2 AUDIO CD určená pro porozumění mluvenému slovu a procvičování výslovnosti slovesných tvarů.



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

Sponzoring, charita, partnerství, pomoc
SOS otevírá v Ostravě novou poradnu pro spotřebitele

Spotřebitelé v Moravskoslezském kraji mohou zdarma využít služby nově zřízené poradny Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) v Ostravě. Ta se stává, včetně dvou mobilních poraden, již sedmnáctým spotřebitelským informačním a poradenským místem SOS. Spotřebitelé v Moravskoslezském kraji najdou novou poradnu ve Střelníční ulici č. 8 v Ostravě. Navštívit ji mohou každé pondělí od 14 do 18 hodin, každé úterý od 14 do 17 hodin a po telefonické domluvě i ve středu a ve čtvrtek mezi 9. a 12. hodinou. Telefonní číslo linky, která bude v provozu od dubna, je 597 822 501. Více informací o našich poradnách naleznete na www.spotrebitele.info/poradna.

(tz)

Management lidských zdrojů
Zuzana Dvořáková a kol.

Učebnice zahrnuje komplexní výklad personální práce v organizaci, a to v kontextu globální ekonomiky a integrující se Evropy. Kniha je rozdělena do čtyř základních částí. První vymezuje cíle a obsah personální práce, představuje vývoj názorů na personální řízení a popis organizace personálního útvaru. Druhá část se podrobně věnuje personálním činnostem. Východiskem k tomu je charakteristika trhu práce a působení EU na formování pracovní síly v organizaci. Personální činnosti jsou vloženy z hlediska jejich cíle, obsahu a metod, přitom každá z nich je ilustrována na příkladu k procvičení či případové studii. Třetí část soustřeďuje metody měření a hodnocení efektivnosti personální práce, jako je ocenění intelektuálního kapitálu, personální audit, personální benchmarking a personální controlling a také personální informační systém coby jejich zdroje informací. V poslední části jsou prezentována specifika řízení lidí v transnacionálních společnostech, malých podnicích a neziskových organizacích.

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

První digitální kartotéka a přehled pohřebišť v ČR

Ministerstvo pro místní rozvoj zveřejnilo první výsledky dlouholetého výzkumu ve formě přehledu veřejných a neveřejných pohřebišť v ČR. Výsledný přehled se věnuje celkem 5799 nezrušeným veřejným a neveřejným pohřebišťům. Uvádí údaje o katastrálním území, místě určení a provozovateli, dále pak výměru, GPS souřadnice, vlastnické právo k pozemku a provozovatele pohřebiště. Jde o postupně doplňovaný soupis prostor určených k pohřbívání lidských pozůstatků nebo k uložení zpopelněných lidských ostatků. Digitální verze kartotéky je zpřístupněna na webových stránkách Ministerstva pro místní rozvoj (www.mmr.cz). Tištěná publikace je již nyní distribuována na krajské úřady, kanceláře informačních služeb a dalším zájemcům. Databáze zahrnuje i takové prostory, kde již uplynuly všechny lhůty, na které byla hrobová místa pronajata včetně tlecí doby od posledního uložení lidských pozůstatků do hrobu. Součástí průzkumu bylo i dohledávání záznamů o vlastnickém právu k pohřebišti - mnohé nemají vyjasněné vlastnické právo, některé patří soukromým osobám, jiné pozemky například nejsou vedeny jako pohřebiště, ačkoliv se na něm pohřebiště nachází. Výsledky ukazují, že 56 % pozemků pohřebišť je v obecním vlastnictví a dalších 34 % ve vlastnictví registrovaných církví a náboženských společností. Díky nově získaným informacím bude možné ujasnit a případně zjednodušit vlastnická práva k pozemkům pohřebišť či vyřešit vlastnická práva zúčastněných subjektů. Databáze bude vzácným zdrojem dosud chybějících informací pro archeology. Také usnadní zájemcům dohledávání informací o svých předcích, a to i cizincům, kteří české hřbitovy navštěvují často právě za tímto účelem. Velké oblibě se také těší návštěvy starých židovských hřbitovů. Povinnost vést centrální evidenci těchto hrobů a míst má Ministerstvo obrany, vyplývá to pro něj ze zákona č. 122/2004 Sb., o válečných hrobech a pietních místech. Bylo také potřebné zaměřit se na neveřejná pohřebiště, tj. účelová zařízení určená výlučně pro uložení lidských pozůstatků nebo zpopelněných lidských ostatků členů uzavřených, zejména příbuzenských společenství, řeholních řádů nebo kongregací a příslušníků registrovaných církví nebo náboženských společností, jejichž vnitřní předpisy a obřady neumožňují ukládání lidských pozůstatků nebo zpopelněných lidských ostatků na veřejném pohřebišti.

Jedním z hlavních účelů připravované analýzy Ministerstva pro místní rozvoj je stanovit poměr mezi obnovou existujících veřejných pohřebišť a mírou jejich nového rozvoje. Cílem je shrnout přínos zásad územního rozvoje (územního plánu) k vytváření podmínek pro předcházení zjištěným rizikům ovlivňujícím potřeby pohřbívání současné generace obyvatel řešeného území a předpokládaným ohrožením podmínek pohřbívání generací budoucích.

(tz)

Manažerská ekonomika
Miloslav Synek a kolektiv
4., aktualizované a rozšířené vydání

V knize se dozvíte nezbytné informace o všech činnostech, které vykonávají ekonomové a manažeři ve firmách (výroba, zásobování, inovace a marketing, nákup, investiční a finanční činnost, controlling a interní audit), seznámíte se s veličinami charakterizujícími hospodářskou činnost firmy (výnosy, náklady, výsledek hospodaření) a majetkovou a kapitálovou výstavbu firmy. Zjistíte, co obnáší založení podniku, sdružování podniků a internacionalizace podnikových činností, sanace a zánik podniku. Dozvíte se o metodách oceňování podniku, harmonizaci účetnictví, opcích, o nových druzích kalkulačí. V publikaci nově nechybí ani soutěžní právo, offshorové společnosti, zřizování firem v EU.

Marketingová komunikace
Patrick De Pelsmacker, Maggie Greuens, Joeri Van den Bergh

Kniha nabízí úplný přehled stavebních kamenů, technik a aplikací marketingových komunikací, a to především v evropském kontextu. Jednotlivé kapitoly pokrývají všechny složky komunikačního mixu, včetně reklamy, public relations, sponzoringu, podpory prodeje, direct marketingu, komunikace na místech prodeje, výstav, osobního prodeje a internetové komunikace. Publikace obsahuje také případové studie. Týkají se například značek Pringles, Pepsi, Max, Mercedes, Pentene, Redbull, Yahoo!

Proč ženy muže nechápu
Čtení o mužích a ženách
David Gruber

Autor nabízí hluboké porozumění mužsko-ženským vztahům a originální řešení zádrhelů v jejich vzájemné komunikaci. Kromě dobrodružství poznání přináší text i ne jeden romantický zážitek ve vložných povídkách Návrat do Zrcadlové země a Opět na Západě. Kniha je v dnešní záplavě knih sázkou na jistotu. Pokud hledáte odpověď na otázku, jak uspět v mužsko-ženské komunikaci, najdete ji právě v této publikaci.

Reklama
Jak dělat reklamu
Jitka Vysekalová, Jiří Mikeš
2. aktualizované a rozšířené vydání

Kniha představuje nové trendy v marketingové komunikaci (např. guerillový a virální marketing), zdůrazňuje společenskou odpovědnost reklamy a přibližuje očekávané změny v komerčních komunikacích. V knize najdete nové příklady - příklad rozpočtu reklamní kampaně, příklady měření efektivit reklamy či příklad, jak se vybírá agentura. Více se dozvíte také o značce a získáte všechna nová důležitá data - od přehledu nákladů na reklamu až po novinky v právních normách a vzdělávání.

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



Naše kavárna

HVB Bank a Živnostenská banka - personální změny ve vedení

V souvislosti s připravovanou fúzí Živnostenské banky a HVB Bank došlo ke změnám v personálním složení nejvyššího vedení bank. Ing. Jiří Kunert bude vykonávat funkci generálního ředitele a předsedy představenstva Živnostenské banky a nově také prvního náměstka a místopředsedy představenstva HVB Bank. Generálním ředitelem a předsedou představenstva HVB Bank i nadále zůstává Ing. David Grund, který se však zároveň stává prvním náměstkem a místopředsedou představenstva v Živnostenské bance. Na pozice náměstků a členů představenstva byli do obou bank jmenováni Dr. Peter Koerner, který dosud působil v představenstvu HVB Bank, a Ing. Aleš Barabas, který byl místopředsdou představenstva v Živnostenské bance.

(tz)

Řízení českých aktivit RWE přebíral Martin Herrmann

Do čela společnosti RWE Transgas, a. s., která řídí aktivity energetického koncernu RWE v České republice, nastoupil k 1. dubnu 2007 Martin Herrmann (39). Ve funkci předsedy představenstva vystřídá

(tz)

Interkulturní komunikace v řízení a podnikání: česko-německá
Ivan Nový - Sylvia Schroll-Machl

Autoři se zaměřují výlučně na německou a českou kulturu, resp. jejich odlišnosti, které jsou nejčastějším zdrojem vzájemných nedorozumění. Navazují na své předchozí knihy, v nichž formulovala základní kulturní standardy české a německé kultury, a nyní tyto standardy promítají do konkrétních pracovních a manažerských situací. Vycházejí z rozsáhlých zkušeností z česko-německých firem a institucí a nejnovějších empirických výzkumů zaměřených na klíčové situace v managementu a personálním řízení. Nabízejí řešení četných problémů manažerů i zaměstnanců česko-německých firem.

Proč muži neberou manažerky vážně a co se s tím dá dělat aneb rituály čarodějek byznysu
Silke Fothová

Kniha ukazuje, jak se mohou ženy v tvrdém světě byznysu efektivně prosazovat. Nachází způsoby, jimiž ženy proniknou do zatím převážně mužských pracovních, obchodních a podnikatelských vztahů a sítí. Navrhuje postupné kroky, jak vytvářet vlastní vztahy a sítě a jaké účinné "rituály" si v pracovním životě osvojovat. "Ženský" pohled na interpersonální vztahy je mimořádně inspirativní a - zejména pro muže - často i překvapivý.

Moderní systémy řízení jakosti Quality Management
Jaroslav Nenadál - Darja Noskievičová - Růžena Petřířková - Jiří Plura - Josef Tošenovský
Dotisk 2. doplněného vydání

Ojedinelá domácí publikace vymezuje základní koncepce budování účinných a ekonomicky efektivních podnikových systémů řízení jakosti ve všech etapách produkčního cyklu, přináší výklad hlavních aktuálních požadavků souboru nových norem ISO 9000:2000, resp. ČSN EN ISO 9000:2001, smyslu a struktury tzv. modelu excelence podle EFQM, nové zkušenosti s aplikací nástrojů plánování a zvyšování jakosti v případě metody FMEA, volbou vhodných regulačních mechanismů, jakož i popis nových nároků na rozvoj odborné způsobilosti lidí při zajišťování jakosti. Kniha nachází uplatnění v podnikové praxi i jako studijní text na VŠ ekonomických směrů a v dalších vzdělávacích programech.



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

Ivan Remšík - generálním ředitelem CCS České společnosti pro platební karty, a. s.

CCS Česká společnost pro platební karty, a. s., oznámila jmenování Ivana Remšíka na pozici generálního ředitele s účinností od 21. března 2007. William Kendal Greenway, předseda představenstva CCS a starší viceprezident společnosti FleetCor, vlastníka CCS, řekl: "Pan Remšík je manažer s bohatými zkušenostmi z oblasti finančních služeb v prostředí mezinárodních společností. Jeho profesní praxe dobře koresponduje s nepetržitým úsilím FleetCoru globálně rozvíjet a rozšiřovat naše produkty a služby."

(tz)

Výsadní postavení na českém trhu má Kooperativa v pojištění průmyslu a podnikatelů

Rekordní objem předepsaného pojistného - 27,4 miliardy korun (meziroční růst o 3,4 %) - vykazala v roce 2006 Kooperativa, druhá největší pojišťovna na českém trhu. Předpis v přepočtu dosáhl přibližně jedné miliardy eur, což řadí Kooperativu mezi významné evropské pojišťovny. Historicky nejvyšší byl i čistý zisk ve výši 964 milionů Kč (meziroční růst o 1,7 %). "Navzdory kalamiťným škodám způsobeným tíhou sněhu a ledu a následným povodňovým Kooperativa udržela předloňskou ziskovost a solidní růst pojistného, který odpovídá dynamice růstu českého trhu," komentoval výsledky firmy předseda jejího představenstva a generální ředitel Ing. Vladimír Mráz.

Kooperativa si v loňském roce upevnila postavení druhé největší pojišťovny a tuto pozici obhájila ve všech klíčových segmentech - pojištění majetku, pojištění vozidel i v životním pojištění. V neživotním pojištění (zejména v oblasti průmyslu a podnikatelů) potvrdila své výsadní postavení, když meziroční přírůstek pojistného v tomto segmentu byl nejvyšší na českém trhu a dosáhl výše 664 milionů Kč (na celkových 21,2 miliardy Kč). Oproti nejbližší konkurenci si Kooperativa polepšila a jako jediná dokázala z vedoucí trojky na trhu obhájit svůj tržní podíl, který činí přibližně 23 %. "Díky restrukturalizaci, centralizaci některých činností a využívání nových technologií, jako je digitalizace dokumentů či moderní call centrum, se podařilo nejen uspořít náklady, ale zároveň zlepšit služby - zvýšit rychlost likvidací a komfort pro klienty," zdůraznil V. Mráz.

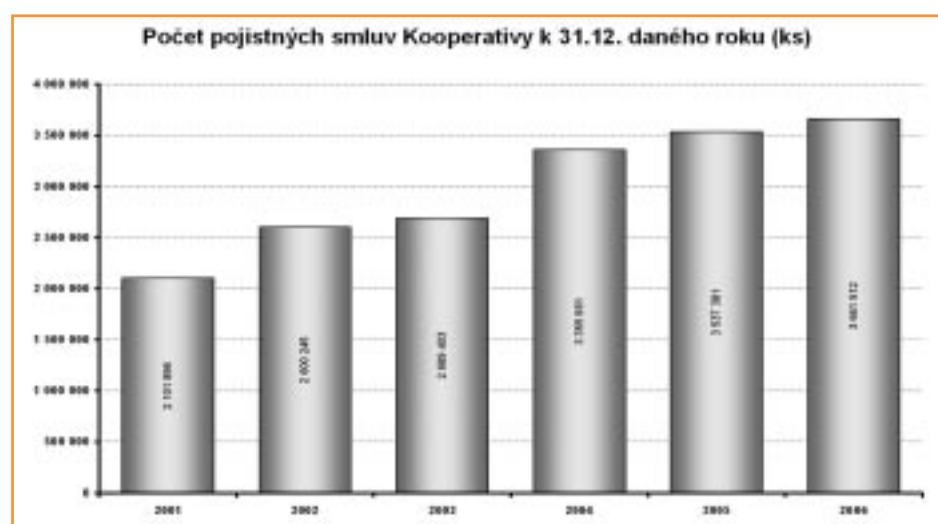
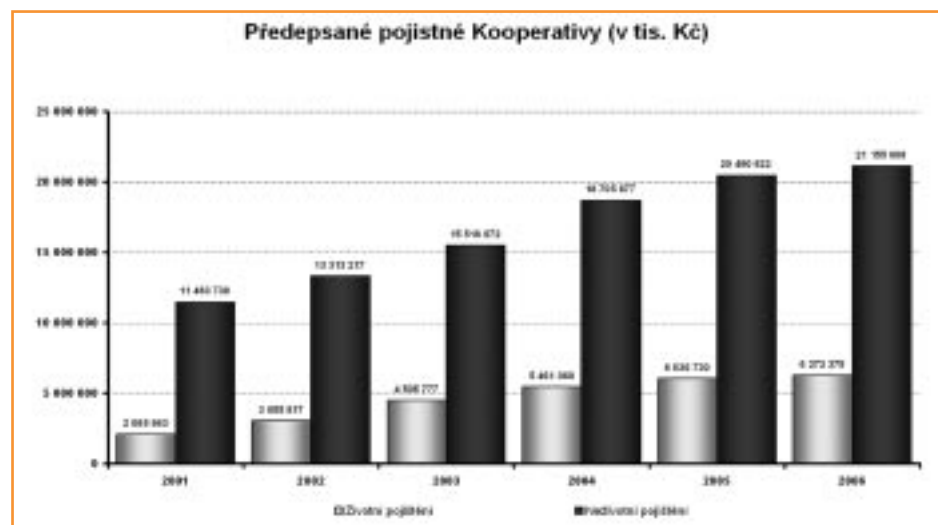
Objem předepsaného pojistného v životním pojištění vzrostl o téměř 4 % (z 6 miliard Kč v 2005 na 6,3 miliardy Kč v 2006). V kmeni bylo na konci loňského roku více než 1,05 milionu smluv pojištění osob, z toho je 853 tisíc smluv životního pojištění, což znamená nárůst o 4 % oproti stavu ke konci roku 2005. Kooperativa rozšířila svou nabídku kapitálových, důchodových, zdravotních a úrazových pojištění o úspěšné investiční pojištění PERSPEKTIVA.

V pojištění vozidel Kooperativa posílila postave-

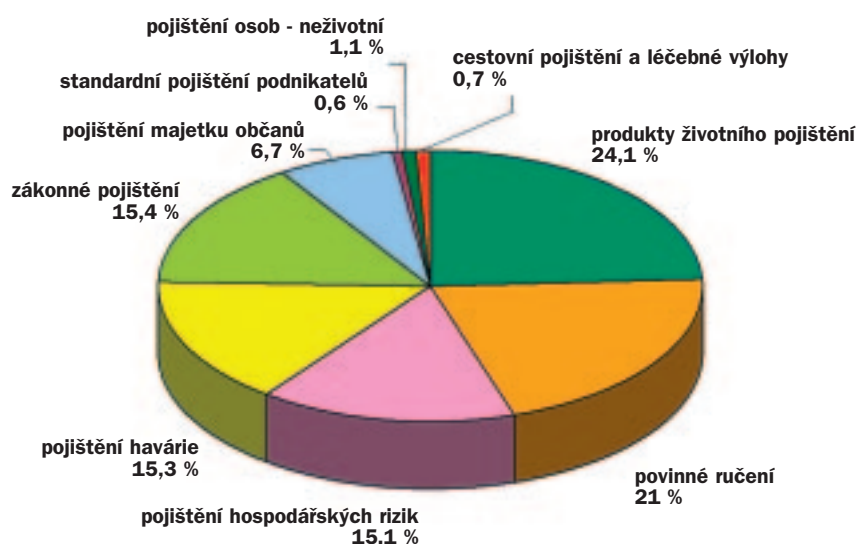
ní na trhu, když díky úspěchu živelního pojištění k povinnému ručení zvýšila počet pojištěných vozidel na 1,4 milionu. V havarijním pojištění činil růst pojistného 7,3 % a na trh byl úspěšně uveden speciální produkt pro sezonní pojištění motocyklů. Byly vyvinuty unikátní programy pojištění vozových parků (EASY FLEET, PROFIL FLEET a BUSINESS FLEET), které díky benefitům pro klienty a kvalitnějšímu oceňování rizika při snížené administrativní náročnosti zaznamenaly kladný ohlas u korporátní klientely. Výrazného úspěchu se podařilo dosáhnout ve spolupráci s leasingovými a finančními společnostmi - meziroční nárůst předepsaného pojistného jak za havarijní pojištění, tak povinné ručení činil v tomto segmentu 30 %.

V sektoru pojištění majetku byla uskutečněna preventivní opatření proti opakování kalamiťných škod v pojištění občanů i středních a malých podnikatelů (zvýšení spoluúčastí, přísnější posuzování rizika, důsledné upisování podle povodňových zón ze systému Aquarius atp.) a byla zdokonalena funkčnost geografického informačního systému povodňových zón Aquarius. Loni byl úspěšně zaveden zjednodušený produkt pojištění menších podnikatelů START a zároveň byl zahájen prodej inovovaného produktu cestovního pojištění KOLUMBUS. Celkové navýšení předepsaného pojistného v pojištění majetku a odpovědnosti občanů a v cestovním pojištění činilo 7,7 %.

Kooperativa loni úspěšně vyřešila přes 484 tisíc škod a opět v každém směru dostala všem svým závazkům vůči klientům. V roce 2006 dále pokračovala úzká spolupráce s Finanční skupinou ČS, díky níž mohou pojišťovací poradci Kooperativy nabídnout klientům široké spektrum dalších finančních služeb, jako jsou stavební spoření, penzijní připojištění, hypotéky či platební karty. (tz)



Rozdělení předepsaného pojistného Kooperativy 2006



Kooperativa uspěla v soutěži Zlatý středník

Internetové stránky Kooperativy www.koop.cz zvítězily v soutěži Zlatý středník 2006 mezi finančními institucemi v kategorii nejlepší on-line prezentace a celkově obsadily stříbrnou příčku. Lepší podle odborné poroty je pouze on-line prezentace společnosti T-Mobile.

Interní časopis Kooperativy Smaragd navíc získal uznání Rated za profesionální úroveň v kategorii Interní noviny. "Cen si velmi vážíme, patří nejen celému týmu PR v Kooperativě, ale samozřejmě i spolupracujícím firmám, tedy agentuře FG Forest v případě internetových stránek Kooperativy a AC & C v případě našeho interního časopisu. Dokládají, že jdeme správnou cestou," uvedl vedoucí odboru PR a tiskový mluvčí Kooperativy Marek Vích.

Prestížní soutěž Zlatý středník, kterou pořádá

PR klub, hodnotí a oceňuje firemní periodické a neperiodické publikace, určené k reprezentaci společnosti či prezentaci výrobků a služeb vůči zákazníkům, obchodním partnerům nebo zaměstnancům. Letos se přihlásilo rekordních 165 prací. Předsedkyně PR klubu Jana Jabůrková konstatovala: "Zájem soutěžících o letošní jubilejní 5. ročník opět ukázal, že firemní publikace jsou významnou součástí komunikačního mixu.

Soutěž je podporována APRA (Asociací Public Relations Agentur), Asociací poskytovatelů internetových řešení, časopisy Marketing Magazine a Strategie, Českou marketingovou společností, Marketingovým klubem ČR a SIMAR (Sdružením agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění). (tz)

Vienna Insurance Group ustavuje holdingové vedení, jehož členem bude rovněž Ing. Martin Diviš, MBA

Největší rakouská pojišťovací skupina Vienna Insurance Group (VIG), jejíž součástí jsou na českém trhu Kooperativa a Česká podnikatelská pojišťovna, ustavuje poprvé ve své historii holdingové vedení koncernu. "Vzhledem k rostoucí mezinárodní síle skupiny je vznik tohoto nejvyššího řídicího orgánu logický. Holdingové vedení, jehož členy budou i zástupci jak rakouských firem koncernu, tak firem z dalších významných trhů střední a východní Evropy, se bude věnovat prioritně tématům přesahujícím hranice jednotlivých států," uvedl Dr. Günter Geyer, generální ředitel VIG.

Do nové struktury se promítne i klíčový význam českého trhu - jedním z členů holdingového vedení je jmenován náměstek generálního ředitele Kooperativy Ing. Martin Diviš, MBA. "Je to významné nejen pro mě, ale pro všechny zaměstnance Kooperativy, která je největší zahraniční společností koncernu a vůbec první zahraniční akvizicí skupiny. Mým záměrem je podílet se s kolegy z celé Evropy o naše zkušenosti a ukázat, že v České republice máme schopnosti, nápady i odborníky na to, abychom se aktivně podíleli na řízení celé skupiny a byli přínosem pro ostatní firmy koncernu VIG. Usta-

vení holdingového vedení jednoznačně přispěje k dalšímu mezinárodnímu rozvoji skupiny a většímu zapojení mimorakouských společností do řízení," uvedl Martin Diviš. Ing. Diviš samozřejmě nadále zůstává primárně členem vedení Kooperativy.

Český trh se na předepsaném pojistném i hrubém zisku koncernu podílel v roce 2006 přibližně 19 %.

Výsledky koncernu VIG v roce 2006

Vienna Insurance Group dosáhla v předepsaném konsolidovaném pojistném v roce 2006 meziroční nárůst o 17,4 % na celkem 5,88 mld. eur. Zisk koncernu (před zdaněním, konsolidovaný) se zvýšil v roce 2006 o 80,63 mil. eur na 320,97 mil. Eur (meziroční růst 33,5 %). Významná je skutečnost, že zisk byl dosažen i přes stoupající náklady na škody z tíhy sněhu a záplav. "V roce 2006 jsme učinili důležité kroky k posílení pozice Vienna Insurance Group v zemích střední a východní Evropy a v Rakousku a efektivita našich společností dále vzrostla," komentoval výsledky loňského roku generální ředitel skupiny Dr. Günter Geyer. "V Rakousku jsme ve všech druzích

pojištění zvýšili podíly na trhu a v zemích střední a východní Evropy náš podíl na pojistném v porovnání s ostatními mezinárodními pojišťovnami výrazně vzrostl. To je dosaženo zčásti strategickými nákupy, ale i nárůstem vlastního pojistného. Stoupající obchod se projevuje i na rostoucím zisku, a proto chce management navrhnout zvýšení dividendy o cca 25 %," doplnil. Dividenda by se tedy měla zvýšit o 16 centů na 82 centy za jednu akcii.

Výsledky koncernu podle segmentů v roce 2006 (konsolidované)

Koncern Vienna Insurance Group dosáhl ve všech druzích pojištění v r. 2006 nárůst pojistného, přičemž nejvyšší navýšení bylo dosaženo v neživotním a úrazovém pojištění. V zemích střední a východní Evropy (CEE) činilo předepsané pojistné v roce 2006 2,21 mld. eur, tj. rekordní nárůst o 41,4 % oproti roku 2005. Poprvé převýšilo pojistné ze zemí CEE hranici 2 mld. eur. V ostatních zemích kromě CEE (Rakousko, Německo, Lichtenštejsko) dosáhly společnosti skupiny v roce 2006

pojistné ve výši 3,68 mld. eur - nárůst o 6,6 %. Kooperativa je součástí jedné z největších evropských pojišťovacích skupin Vienna Insurance Group, která získala od prestižní agentury Standard & Poor's rating A+ se stabilním výhledem. Koncern Vienna Insurance Group je vedoucím rakouským pojišťovacím koncernem ve střední a východní Evropě. V mezinárodním srovnání zaujímá skupina v tomto prostoru celkově druhé místo. Vedle domácího trhu v Rakousku působí skupina v Bulharsku, Německu, Gruzii, Chorvatsku, Lichtenštejnsku, Polsku, Rumunsku, Rusku, Srbsku, na Slovensku, v České republice, Maďarsku, na Ukrajině a v Bělorusku. Nedávno koncern vstoupil na trhy v Turecku a Albánii, v Itálii a ve Slovinsku má pobočky. Do skupiny Vienna Insurance Group v Rakousku patří vedle společnosti WIENER STÄDTISCHE Versicherung AG také Donau Versicherung, Bank Austria Creditanstalt Versicherung a Union Versicherung. Dále má podíl v pojišťovně Wüstenrot Versicherung a Sparkassen Versicherung. V Rakousku, Bulharsku, v České republice, na Slovensku a v Rumunsku zaujímá skupina Vienna Insurance Group první či druhé místo na trhu. (tz) ➔