

Prosperita

Prosperita? Především!

Nic jiného neřeším.

ročník 9 (8 / 2007) ®

www.prosperita.info

www.premium.prosperita.info

Je mnoho otazníků, k nimž hledáme tečku i pomocí sázek

Na otázky tak trochu letní odpovídá Ing. Lubomír Ježek, ředitel pro vnější vztahy společnosti Tipsport

Také máte občas chuť si vsadit? To své štěstíčko pokouší snad každý nebo pokusil se o ně alespoň jednou v životě. Vyhrají, nevyhrají? Je to snad jediná otázka, která se dá srovnat s tou, zda bylo na světě nejprve vejce či slepice... Názory na sázení se různí. Někdo je jeho velkým přítelem, jiný ho odsuzuje. Jsou tací, kteří říkají, že podnikatel, který začne sázet, je na pokraji sil. Nemyslím si to zcela, protože návštěva sázkové kanceláře dnes plní trochu jiný účel, než kdysi. Svým způsobem už jde o záležitost společenskou, adrenalinovou, tak trochu hodící se i k image firmy, pokud se to korektním a zajímavým způsobem třeba medializuje. Není to tak dávno, co si jedna velká pojišťovna působící na domácím trhu vsadila, kdy k ní přijde podepsat smlouvu miliónový klient. Proč ne? Je mnoho otazníků, k nimž hledáme tečku i pomocí sázek. Protože rozum a racionální uvažování jsou příliš malými pány na to, abychom věděli, zda bude do konce týdne pršet, nebo bude-li v Praze překonán teplotní rekord za posledních 50 let. Nahlédneme tedy do podnikání v sázení největší sázkové kanceláře ve střední a východní Evropě - Tipsportu. Na otázky mi odpověděl Ing. Lubomír Ježek, ředitel pro vnější vztahy:

Tipsport má dobré jméno a nemálo příznivců, dá se říci, věrných klientů. Jaký je profil takového běžného sázkaře?

Jde o člověka nižší, maximálně průměrné příjmové skupiny, mezi ně počítáme také studenty. A z 95 % jsou to muži. Ti se rádi vrací do našich, dovolím si tvrdit moderně vybavených sběren nebo sportbarů, kde vědí, s kým se potkají, popovídají, a vsadí. Věrných zůstává velké množství návštěvníků proto, že v péči o ně hodně spoléháme na náš obsluhující personál na jednotlivých pobočkách. Jejich prvořadou povinností je každému, ať stálému, či nově přichozímu, poradit, vysvětlit, vést ho. Zbavit ho případně ostychu z toho, že něčemu nerozumí, že nemá tolik zkušeností. Doslova sázíme na lidské slovo, osobní komunikaci, vstřícnost. To se vyplácí.

Zmínil jste sportbar. Co to přesně je?

Správný název je Tipsportbar. Tak se nazývají vlastně naše pobočky, které jsou umístěné do prostředí, kde je možné spolu se sázením spojit občerstvení a sledování sportovních přenosů na velkoplošných projekčních plátnech či televizních obrazovkách. To prostě k sázení patří, dnes dvě třetiny poboček z celkového počtu 1020 provozujeme právě ve sportbarech.

V souvislosti se sázkovými hrami se hovoří většínou o mužích. Ale co ženy? Ty nemají chuť si čas od času vsadit?

Dnes se žen v tomto prostředí pohybuje skutečně poskrovnu. Ale v průzkumu, který jsme si nedávno zadali, vyšlo, že je to například proto, že nemají tolik možností, kde a při jaké příležitosti vsadit. Do sportbarů většinou nechodí, není to pro ně úplně vhodné prostředí. A do cukráren se moc sázky nehodí. Rýsuje se však jako nejvíce pravděpodobné, že v okamžiku, kdy se pustíme do sázení přes internet, pokud to legislativa povolí, žen určitě přibude. Bude to pro ně sociálně schůdné, zabere to málo času, a sázet pak budou moci ženy na mateřské dovolené stejně jako ty, které jsou v podnikatelských a manažerských profesích, či ty, které pracují z domova a nemají času nazbyt.

Pokud vím, rozšířili jste aktivity za hranice naší země...

V loňském roce Tipsport expandoval do Polska

a na Slovensko, snažíme se zde samozřejmě získat větší podíl na trhu. V Polsku jsme koupili podíl v menší sázkové kanceláři MEGA-TYP a přejmenovali jí na Tipsport PL. Rozšířili jsme počet poboček - máme jich zatím 142 a další budou přibývat. Na Slovensku, kde jsme stoprocentním vlastníkem bývalé sázkové kanceláře DOXX, máme po rebrandingu na Tipsport SK 329 poboček a tržby za leden až květen 2007 jsou ve výši 276 959 250 Sk, což je mimochodem zhruba desetkrát méně než v Česku.

Vraťme se na území České republiky. Kdy jste začali?

Sázková kancelář Tipsport byla založena v květnu 1991. Činnost provozuje na základě licence ministerstva financí ČR podle zákona č. 202/90 Sb., o loteriích a jiných podobných



V září 160 let českého plynárenství

Česká plynárenská unie vás spolu s Pražskou plynárenskou, a. s., zve na Den otevřených dveří v Plynárenském muzeu, který se koná 15. září od 10-17 hodin. Je uspořádán u příležitosti oslav 160 let českého plynárenství. Pro děti i dospělé je připraven bohatý zábavný program. Provázet bude filmový historik Karel Čáslavský. Návštěvníci Dne otevřených dveří si budou moci prohlédnout historické exponáty muzea, jako je např. pračka na zemní plyn, účastnit se vyprávění Karla Čáslavského k filmům z historie plynárenství v Čechách, ale i výstavy aut na zemní plyn.

pokračování na straně 2



hrách. Hlavním předmětem její činnosti jsou kursové sázky, především na sportovní události, ale také na číselné hry (například ruleta) či události veřejného zájmu. Po šestnácti letech je podíl Tipsportu na českém trhu kursových sázek těsně pod 50 %. Rád bych zdůraznil, že Tipsport byl založen a dodnes je provozován jako ryze česká soukromá firma, bez jakékoli účasti státu či zahraničního kapitálu. Podle jednoho z žebříčků Czech TOP 100 patříme mezi stovku největších firem v ČR. Myslím, že to není špatná reference.

Pořád se setkávám s názorem, že herní průmysl kazí lidi. Jak byste mi oponoval?

Velmi jednoduše. Je to podnikání jako každé jiné, z něhož navíc plynou poměrně velké prostředky do státní pokladny. Radě lidí dáváme vlastně možnost finančně si přilepšit, působíme na poli zábavy, ušlechtilými metodami a prostředky rozvíjíme možnosti využití volného času lidí. Určitě je lepší zajít do sázkové kanceláře, pobavit se tam s kamarády, než fetovat v parku. Můžeme se postavit po bok kinům, divadlům, sportovním událostem. Ostatně - ke sportu máme přece nejblíže. A to je dost pádný argument.

A pak - když se podíváte na náš web, dočtete se třeba, že zvyšování počtu poboček a rozšiřování a zkvalitňování nabídky služeb vedlo nejen k nárůstu klientely, ale mělo vliv i na posílení důvěryhodnosti Tipsportu a jeho pozice na trhu. To mimo jiné dokládá ocenění, kterého se nám dostalo v říjnu 2003, kdy byl v rámci prestižního projektu Czech Sector Award vyhlášen nejlepším podnikem České republiky za rok 2002. Do žebříčku, který na základě porovnání ekonomických ukazatelů zpracovávají společnosti CRA Rating Agency a informační agentura ČEKIA, bylo přitom zařazeno více než 1600 firem, které mají vlastní kapitál větší než 20 mil. Kč, nebo jejich roční tržby přesahují 40 mil. Kč. Hodnocení společností je prováděno na základě 16 finančních poměrových ukazatelů z oblastí likvidity, rentability, zadluženosti a aktivity. Každé firmě je udělena známka vypovídající o její investiční atraktivitě, Tipsport obdržel nejvyšší ranking A1. "Češi jsou národ sázkařů," poznamenal tehdy k výsledkům roku 2002 Vladislav Hrách, analytik CRA.

A jsou?

Řekl bych, že skutečně ano. Češi jsou podle mne hodně nedočkaví, jsou zvědaví i zvědaví, zajímají se o spousty věcí, jsou pružní v myšlení, mají sny, plány, jsou čínorodí. Rádi se skutečně i sází, odráží se v něm trochu to naše typické furiantství. V Evropě není mnoho podobných národů.

Uvažuji nad tím, zda si může firma vsadit, nebo ne, i když už to zaznělo v souvislosti s pojišťovnou. Avšak co se bude dít s penězi, když vyhraje?

Vsadit si určitě může, ale prostřednictvím svého zaměstnance, majitele, jednatele, prokuristy - musí to být fyzická osoba, která podá sázenku.

pokračování na straně 9



Společnost CAC LEASING očekává uzavření 300 000 smlouvy

Ve druhé polovině letošního roku uzavře společnost CAC LEASING již 300 000 smlouvu o financování. Pro klienta, který podepíše právě tuto smlouvu, je připravena lákavá prémie v podobě 300 000 Kč. Další ceny jako například poukaz na zájezd v hodnotě 30 000 Kč a 20 000 Kč nebo karta CCS Bonus s 10 000 Kč čekají na ty, kterým se podaří správně tipnout datum uzavření 300 000 smlouvy.

Dnem 23. července 2007 otevřela společnost CAC LEASING tipovací soutěž "Tipuj 300 000". Tipující vybírají den a měsíc uzavření 300 000 smlouvy o financování. Tipovat je možné do konce prázdnin prostřednictvím for-

muláře na internetové adrese www.cac.cz/tipuj. Každý může odeslat pouze jeden tip, do ukončení hlasování však je možné svůj tip po zadání registračního hesla měnit. Jak sdělila Erika Duchanová, ředitelka marketingu a komunikace CAC LEASING, ke konci května 2007 uzavřela od doby svého vzniku společnost CAC LEASING již více než 290 000 platných smluv o financování a uzavření 300 000 smlouvy očekává tedy ve druhé polovině letošního roku.

Tipovací soutěž ve spolupráci s CAC LEASING připravily společnosti Mather Public Relations a AMI Praha. Tipování je



rozděleno do dvou kategorií - pro novináře a pro širokou veřejnost, přičemž pro každou z kategorií jsou připraveny ceny. Hlavními cenami jsou poukazy na zájezd od cestovní kanceláře Fischer v hodnotě 30 000 a 20 000 Kč a karta CCS Bonus s 10 000 Kč. (tz)

Z obsahu:

Str. 7

Užitečná navigace pro
zaměstnavatele i zaměstnance

Str. 8

Hledáme nové dimenze kvality

Str. 16

Generace Y mění tvář výrobní
sféry

Str. 17

Kdo a jak vydělává
na inovacích?

Str. 21

Česká republika je v desítku
investorsky nejatraktivnějších
zemí světa

V září 160 let českého
plynárenství

pokračování ze strany 1

V prostorách muzea budou dále vystaveny fotografie z cesty kolem světa, který letos celý objela posádka vozu s pohonem na stlačený zemní plyn (CNG) a promítány filmy. Během celého dne bude na všechny atrakce vstup zdarma a také pohoštění bude bezplatné. Do muzea je bezbariérový přístup. Pro děti bude připravena bohatá zábava a soutěže, horolezec-ká stěna, pavoučí síť a jiné. Na vítěze soutěží čekají zajímavé ceny. Ale ani dospělí nepřijdou zkrátka. Navíc každý soukromý motorista, který navštíví Den otevřených dveří a Plynárenské muzeum, si bude moci natankovat CNG zcela zdarma !!!

Atlas a Seznam při vyhledávání

Atlas a Seznam spojily své síly ve vyhledávání. Od srpna 2007 získávají všichni uživatelé Atlasu výsledky vyhledávání, které jsou v České republice vnímány jako nejdůvěryhodnější.

Od srpna 2007 je na Atlasu spuštěno fulltextové vyhledávání s nejdůvěryhodnějším zdrojem v České republice - Seznamem. Jde o unikátní spolupráci na českém internetu, která vyplývá z nedávno ohlášené strategie portálu pod interním názvem Atlas+.

Atlas si vybral cestu, která je postavena na kvalitních obsahových a portálových službách. Dosavadní služby Žena (zena.atlas.cz), Pikant.cz, nově spuštěný email

Nejhezčí pozvánka na tiskovku

Pojištěný orkán

Na tu tiskovku jsem se tedy těšila. V pozvánce byl nápad. Nápad týkající se toho, jak propagovat ČSOB pojišťovnu. Byl v tom, že se prostřednictvím pojišťovny prezentovalo téma, které v létě zabírá, tedy vichřice, orkán, smršť. Odpověď na otázku, zda rostou větrné škody v Česku a ve světě, každý průměrně pozorný novinář našel.

Organizátorům píšeme jedničku s hvězdičkou. (rix)

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 prezentací 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

Na českých silnicích už 50 čerpacích stanic BENZINA plus

Začátkem srpna dokončila společnost BENZINA modernizaci 50. čerpací stanice značky BENZINA plus. Tím se dostala téměř do poloviny plánu, který stanovuje do roku 2009 přebudovat celkem 102 tradiční čerpací stanice BENZINA na prémiové BENZINY plus.

V každém kraji České republiky jsou dnes v provozu dvě až čtyři čerpací stanice BENZINA plus. Modernizace v pořadí 50. stanice byla dokončena v Jablonci nad Nisou. Celkem 78 benzinových stanic bude přebudováno do konce roku a stejný počet stanic bude modernizován pod tradiční značkou BENZINA. "Mezi další nedávno otevřené čerpací stanice BENZINA plus patří například stanice v Náměšti nad Oslavou a v Hluboké nad Vltavou. Zejména ze stanice v Hluboké máme radost. Nejenže se nachází v atraktivní turistické oblasti, kde je přes léto poměrně rušno, ale navíc svým designem, rozlohou a polohou patří k nejzdařilejším přestavěným stanicím," uvedl Martin Durčák, jednatel BENZINY.

Modernizace sítě čerpacích stanic společnosti BENZINA za celkem 1,3 miliardy korun, v jejímž rámci se do roku 2009 přestaví a vylepší 202 klasické BENZINY a 102 BENZINY se promění v BENZINY plus, je nejen největší podobnou akcí v historii BENZINY, ale

zároveň i nejrozsáhlejší modernizací v dějinách českého maloobchodního trhu čerpacích stanic. "Transformace sítě se vyplácí," řekl Martin Durčák a dodal: "Přebudované a vylepšené čerpací stanice BENZINY, které jsou již několik měsíců v provozu, vykazují kumulativní nárůst výkonnosti nad úroveň zbytku sítě. Ve srovnání s rokem 2006 se jedná o nárůst v průměru o 20 %, v případech prodeje v obchodech je to zvýšení dokonce o 25 %."

Vedle výrazných venkovních úprav, které se týkají samotné stanice, výdejních a servisních míst či nejbližšího okolí, se transformace dotýká i interiéru a nabídky služeb. Budovy stanic získávají moderní vybavení a dochází ke zvětšení prostorů prodeje s odděleným místem pro gastronomické služby. Velký důraz bude kladen zejména na kvalitu stravování, přístup a profesionalitu personálu čerpacích stanic, který je pravidelně školen a trénován. Většina čerpacích stanic bude navíc nově v provozu 24 hodin denně.

Součástí vylepšeného sortimentu je i vysoce kvalitní benzin Verva 100, který díky svým vlastnostem výrazně zvyšuje výkon, prodlužuje životnost motoru a snižuje spotřebu. (tz)

S tužkou za uchem

Jako v dokumentárním filmu

Doba po dovolených má zvláštní atmosféru. Města znovu ožívají. Silnice jsou opět plné aut, ulice plné lidí, jsou vidět školáci s aktovkami na zádech, maminky, co vedou děti do školky, spěchající, opálení lidé. Do vzduchu se rázem vnesl chaos a trochu i zmatenost. Abychom stihli to a to a to. Je tu civilizační spěch, kterému jsme se na dovolených zdárně bránili. To se nemuselo nic. Nic řešit, s ničím si lámat hlavu, na vše byl čas. Představte si, že by najednou, v jednu chvíli, utichly všechny zvuky. Žádná slova, žádný křik, zvonení tramvají, klapání prstů do klávesnice... S nadhledem bychom pozorovali pouliční, kancelářský a rodinný děj jako v dokumentárním filmu. Je to vlastně kouzelné. Jak se vše vrátilo do starých kolejí. Jak jsme zase najeli do svých známých, pracovních stop. A hlavně, jak se vše rok co rok opakuje. Scénář je možná trochu jiný, ale celkový obraz je stejný.

Nyní nám zůstaly vzpomínky, fotografie a snad i trocha toho odpočinku. V kancelářích, na obědech, mezi přáteli, se ještě chvilku budou probírat jiné země, hotely, cizokrajná jídla, moře... Než zcela zapadneme do stereotypu a nastartujeme motor na plné obrátky. A za rok...

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

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

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

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

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

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

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

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

Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc., předseda 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
- Unie soukromých bezpečnostních služeb ČR

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 EQQ v Praze
13. Konference LinuxExpo 2007
14. Accenture Zlatá koruna 2007
15. Konference Business Solutions
16. Konference Data workshop

Prosperita

Vydává: RIX, s. r. o.
Sídlo vydavatelství a redakce
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164
DIČ: CZ25763164
tel., fax: 266 312 413
e-mail: brixix@prosperita.info
energie@prosperita.info
Datum tisku: 10. 8. 2007
Datum distribuce: 13. 8. 2007

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008
e-mail: brixix@prosperita.info

Martin Šimek, obchodní ředitel
mobil: 606 615 609
e-mail: martin@prosperita.info

Markéta Bartíková, redaktorka,
internetová komunikace
mobil: 602 139 128
e-mail: bartikova@prosperita.info

Petra Červenková, marketingová komunikace
mobil: 724 117 071
e-mail: cervenkova@prosperita.info

Jarmila Nedvedová, 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 redakcí 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 Rožníčková

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

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

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

Program START již využilo mnoho set začínajících podnikatelů

Téměř každý, kdo vstupuje do podnikání, potřebuje peníze naléhavěji než firma, která se již v byznysu pohybuje delší dobu. Tok finančních prostředků má svůj obvyklý rytmus a finanční plánování běží na základě určitých zkušeností. Ale i střední firmy, které si na investování dokáží vydělat, a čerpají tedy při pořízování strojů, zařízení či budov zejména z vlastních zdrojů, čas od času uvažují o tom, zda by úvěr nebyl přece jen také atraktivním řešením. Pak ke slovu stále častěji přichází nabídka Českomoravské záruční a rozvojové banky. Ta v červenci přinesla řadu příznivých zpráv. O komentář k nim jsme požádali Ing. Ladislava Macku, generálního ředitele této banky:



Podnikatelé si určitě oddechli - od začátku července přijímáte žádosti o zvýhodněné úvěry a záruky, jak publikujeme na této tiskové straně. Co byste v souvislosti s těmito informacemi žadatelům doporučili?

První věc, kterou mohu doporučit, je, aby si zájemci o získání zvýhodněné záruky či úvěru podrobně prostudovali naši webovou stránku, a to konkrétně v části věnované podpoře malého a středního podnikání. Zde naleznou texty vyhlášených programů podpory, formuláře žádostí, pokyny pro žadatele a další potřebné informace. Podnikatel by si měl potom zhodnotit, zda je jeho podnikatelský záměr z hlediska oboru činnosti, regionu realizace a finančního rozsahu vhodný k získání podpory v některém z programů, které banka na základě pověření od Ministerstva průmyslu a obchodu realizuje. Pokud žadatel potřebuje

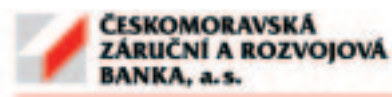
probrat zásadní otázky spojené s výběrem vhodného programu, je možné případné nejasnosti konzultovat pomocí e-mailu, telefonicky či osobně s pracovišti naší banky v Brně, Českých Budějovicích, Hradci Králové, Ostravě, Plzni či Praze.

Velice využívaným je program START. Bezúročný úvěr již pomohl řadě firem i živnostníků. Co na něm z praxe nejvíce oceňují?

Program START již využilo jako vstup do úspěšného podnikání mnoho set začínajících podnikatelů, pro které byla lákavá především bezúročnost úvěru, přiměřená doba jeho splatnosti a velmi nízké nároky na zajištění. Pro další vývoj programu však považujeme za podstatné především větší zapojení bank, protože bezúročné úvěry jsou v jistém smyslu nouzové řešení, které reagovalo na situaci na úvěrovém trhu v předchozích letech. Tato situace se však podle našeho názoru mění, a proto nabízí program START od letošního roku alternativní možnost podpory v podobě záruky kombinované s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru, a to ve výši 15 % tohoto úvěru. Věříme, že vzhledem k velmi rychlému a jednoduchému získání záruky se tím pro začínající podnikatele nabízí stejně atraktivní nabídka, jako je bezúročný úvěr.

V programu PROGRES můžete v jednom případě prominout poslední splátky. Za jakých podmínek a kolik splátek lze "umazat"?

Podnikatel, kterému je poskytnut podřízený úvěr z programu PROGRES, může současně získat finanční příspěvek, jehož výše je rovna 10 % vyčerpaného podřízeného úvěru. Podmínkou přiznání příspěvku je zvýšení zaměstnanosti o 3 osoby a udržení zvýšené zaměstnanosti nepřetržitě po dobu 2 let, a to kdykoliv v období prvních čtyř let od poskytnutí úvěru.



To je ostatně uvedeno v jedné z našich informací, které jsou součástí této tiskové strany. Technicky bude vše řešeno tak, že poslední splátka úvěru bude stanovena právě ve výši finančního příspěvku.

Na nedávné tiskové konferenci jste sdělili, že banka významným způsobem šetří veřejné prostředky. Jak vlastně?

Úspora prostředků je dosahována dvojím způsobem. V případě úvěrů lze díky opakovanému použití splátek úvěru podpořit tři až pětinašobek nákladů projektů v porovnání s použitím stejného množství prostředků formou dotace. U záruk je zajímavý tzv. pákový efekt, kdy vložení 1 Kč do úvěrového fondu opět dokáže podpořit realizaci většího množství projektů než při jejich použití dotační formou.

Souhlasím s vaší myšlenkou - na setkání s novináři jste uvedl, že čím jednodušší produktové portfolio banky, tím se v tom klient lépe vyzná. Přesto - dá se očekávat v budoucích letech nějaká novinka ve vaší nabídce týkající se Operačního programu Podnikání a inovace?

Banka průběžně svoje produkty inovuje. Největší inovací pro současné období je zavedení velmi jednoduchého způsobu poskytování záruk k úvěrům do 5 mil. Kč. Rádi bychom rozšířili naši nabídku pro další léta i pro další skupiny podnikatelů, přípravné práce již byly zahájeny. Věříme, že se koncem roku 2007 či na počátku roku 2008 podaří ve spolupráci s MPO nabídnout další zajímavé možnosti financování jejich projektů.

za doplňující informace poděkovala Eva Brixí

Novinky v úvěrových a záručních programech v Operačním programu Podnikání a inovace

Programy PROGRES, START a ZÁRUKA navazují na osvědčené a podnikateli hojně využívané nástroje usnadňující přístup ke kapitálu uplatňované v předchozích letech. Přinášejí však také novinky jak ve formách použité podpory, tak v podmínkách jejich poskytování.

M-záruka

Poskytování M-záruk v programech ZÁRUKA a START bylo zahájeno od 1. 8. 2007, v programu TRH jsou žádosti přijímány od 2. 7. 2007.

- M-záruka představuje kvalitní, vysoce likvidní,

cenově velmi dostupný typ záruky, kterou může podnikatel nabídnout úvěrující bance, a usnadnit si tak získání úvěru a posílit svoji pozici při jednání s úvěrující bankou o ceně úvěru.

- Záruky jsou poskytovány do výše 70 % jistiny úvěru (80 % pro začínající podnikatele). Výše zaručovaného úvěru je omezena na 5 mil. Kč. Cena záruky činí 0,1 % p. a. z výše záruky.
- M-záruka vyžaduje zpracování jen poměrně malého rozsahu podkladů, které musí podnikatel v rámci žádosti o záruku předložit.

Žádost o záruku lze zaslat elektronicky, poštou nebo předat osobně. Po předání úplné žádosti bude rozhodnutí o poskytnutí záruky učiněno do 5 pracovních dnů.

- M-záruka (bez finančního příspěvku k zaručovanému úvěru) poskytováná v programech ZÁRUKA a TRH je určena pro získání úvěrů k široké škále podnikatelských projektů financovaných s využitím investičních i provozních bankovních úvěrů.
- M-záruka spojená s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru má omezenější použití. Je určena pouze pro začínající podnikatele (programy START a TRH) a pro podnikatele, kteří realizují projekty ve strukturálně postižených regionech (Karlovarský, Moravskoslezský a Ústecký kraj a vybrané části některých dalších krajů). Zaručovaný úvěr musí být poskytnut na dobu delší než 3 roky.
- M-záruku lze uplatnit pouze k úvěrům bank, které mají s ČMZRB uzavřenu dohodu o spolupráci. Jejich přehled je uveden na www.cmzrb.cz.

Finanční příspěvky k podřízeným úvěrům a zárukám

Finanční příspěvky, kterými jsou v některých případech doplněny záruky či úvěry, zvyšují motivaci k dosažení vybraných cílů příslušného programu podpory či dávají žadateli možnost alternativní volby způsobu podpory.

Možnost alternativní volby

Tuto možnost nabízí pro začínající podnikatele záruka s finančním příspěvkem k zaručované-

mu úvěru jako alternativu k bezúročnému úvěru v programu START. Finanční příspěvek je poskytován ve výši 15 % vyčerpaného zaručovaného úvěru. Získání finančního příspěvku je podmíněno ukončením realizace projektu do dvou let od uzavření smlouvy o záruce. Příspěvek je vyplácen převodem na účet, který si určí podnikatel.

Zvyšování zaměstnanosti

Pokud podnikatel, kterému je poskytnut podřízený úvěr v programu PROGRES, zajistí zvýšení zaměstnanosti minimálně o 3 zaměstnance a udrží zvýšenou zaměstnanost po dobu nejméně 2 let, získává finanční příspěvek ve výši 10 % vyčerpaného podřízeného úvěru. Příspěvek je poskytován formou prominutí posledních splátek jistiny podřízeného úvěru.

Podpora projektů malých podnikatelů ve vybraných regionech

Malým podnikatelům (s méně než 50 zaměstnanci) realizujícím projekty ve vybraných regionech (Karlovarský, Moravskoslezský a Ústecký kraj a vybrané části některých dalších krajů) lze v případě záruk poskytnutých k úvěrům do 5 mil. Kč se splatností delší než 3 roky poskytnout finanční příspěvek ve výši 10 % vyčerpaného zaručovaného úvěru. Získání finančního příspěvku je podmíněno ukončením realizace projektu do dvou let od uzavření smlouvy o záruce. Finanční příspěvek je vyplácen převodem na účet, který si určí podnikatel.

Změny v postupech poskytování zvýhodněných úvěrů a záruk pro malé a střední podnikatele v roce 2007

Programy PROGRES, START a ZÁRUKA navazují na osvědčené a podnikateli hojně využívané nástroje přístupu ke kapitálu uplatňované v předchozích letech. V roce 2007 dochází k některým změnám, které ovlivňují jak postup předkládání žádosti, tak rozsah podkladů, které jsou v žádosti předávány.

Dvoufázové podávání žádosti o podporu

Tento postup se nevztahuje na případy, kdy je podpora poskytována v režimu de minimis (podpora malého rozsahu). Je nutno ho použít u žádosti o podřízené úvěry v programu PROGRES a větší záruky v programech ZÁRUKA a TRH. Doporučený postup předložení žádosti se sestává ze dvou kroků:

První krok

Vyplněná žádost bez příloh se zašle elektronicky na e-mailovou adresu zvolené pobočky ČMZRB nebo se předá osobně (adresy na www.cmzrb.cz v části "Kontakty"). Na základě informací v žádosti vyhodnotí ČMZRB přijatelnost projektu a zašle žadateli poštou potvrzení, že projekt je přijatelný. Z hlediska základních podmínek programu ho příp. informuje, že projekt nelze podpořit. Potvrzení o přijatelnosti projektu však neznamená, že úvěr je schválen. Je pouze vstupní podmínkou pro možnost zařazení do programu PROGRES.

Upozornění

Žádost je nutno předat před zahájením stavebních prací a podepsáním smluv s dodavateli strojů a zařízení či podpisem leasingových smluv týkajících se strojů zařízení (viz kapitola 1, část "Projekt a jeho přijatelnost").

Druhý krok

Žadatel po obdržení potvrzení o přijatelnosti projektu doloží všechny požadované přílohy žádosti.

Může též zahájit stavební práce a uzavřít smlouvy s dodavateli strojů a zařízení či uzavřít leasingové smlouvy na jejich pronájem.

Předkládání příloh

- Pro platnost elektronicky podané žádosti je nutné do 3 měsíců od podání žádosti (dle prvního kroku) doručit do pobočky ČMZRB přílohy žádosti a žádost podepsat.
- Přílohy požadované v listinné podobě předkládá žadatel osobně na pobočce ČMZRB.
- Přílohy požadované v elektronické podobě lze předat se žádostí na CD ROM, disketě 3,5 nebo zaslat na e-mailovou adresu zvolené pobočky. Adresy poboček lze zjistit na www.cmzrb.cz/kontakty.

Změny v podmínkách poskytování bezúročných úvěrů pro začínající podnikatele

Pokud je žadatelem o bezúročný úvěr fyzická osoba, je požadováno zajištění směnkou vystavenou příjemcem podpory avalovanou nejméně jednou fyzickou nebo právnickou osobou. Pro rok 2007 se mění požadavky na avalisty takto:

- a) pokud je navrhovaný avalista fyzická osoba, nemůže jím být manžel či manželka žadatele, pokud nedošlo ke zúžení společného jmění manželů,
- b) pokud je žadatelem právnická osoba, je požadováno zajištění směnkou vystavenou příjemcem podpory avalovanou všemi společníky nebo všemi komplementáři a komandisty nebo všemi členy družstva.

V regionech, které nejsou považovány za strukturálně postižené, je maximální výše bezúročného úvěru omezena na 70 % předpokládaných způsobilých výdajů projektu. Přehled strukturálně postižených regionů je uveden na www.cmzrb.cz/Podpora-maleho-a-stredniho-podnikani.

CEBRE pro české podnikání

Podnikatelé, využijte svého práva vyjádřit se k připravovaným evropským iniciativám a legislativě!

Co jsou veřejné konzultace

Veřejné konzultace slouží Evropské komisi ke zjištění názorů zainteresovaných subjektů na určitou problematiku. Mohou mít různou formu. Nejobvyklejším způsobem je vydání Zelené nebo Bílé knihy, které obsahují sadu otázek a termín pro jejich zodpovězení. Zelená kniha obvykle zahajuje diskuzi o tématu, otázky jsou obecnější a termín často v řádech měsíců. Evropská komise se zpravidla ptá, zda má být podle respondentů problematika vůbec na evropské úrovni upravována a jakým způsobem. Bílá kniha pak bývá jakýmsi druhým krokem, otázky v ní položené jsou často konkrétnější, termíny pro odpovědi bývají v řádech týdnů až měsíců, a Evropská komise zjišťuje názory respondentů na již navržená opatření. K jednodušším a techničtějším otázkám vyhláší Evropská komise veřejné konzultace jen prostřednictvím svých internetových stránek. V takovém případě je potřeba mít k zapojení se schopnost reagovat v krátkém termínu a především se o existenci konzultace dozvědět. Do veřejných konzultací se může zapojit kdokoli: občan, podnikatel, firma, asociace, svaz, profesní komora, nevládní nezisková organizace, univerzita, členský stát, komora parlamentu, atd. Váhu jednotlivých odpovědí pak Evropská komise zcela logicky hodnotí podle postavení respondenta a jeho reprezentativnosti. Jedná-li se například o problematiku, která bude vyžadovat legislativní úpravu, bude mít větší význam stanovisko členského státu a příslušné oborové asociace nebo profesní komory či reprezentativ-

ní nevládní neziskové organizace než jednoho občana. Každou veřejnou konzultaci Evropská komise vyhodnocuje a zveřejňuje její výsledky. V některých případech je možné dohledat i odpovědi konkrétního subjektu, v jiných je provedena syntéza odpovědí a k prostudování jsou přehledné grafy. Výsledky veřejné konzultace používá Evropská komise jako odůvodnění následných navrhovaných opatření, často ve formě přílohy nebo tzv. vyhodnocení dopadu ("impact assesment"), obdobě naší důvodové zprávy.

Jak se do veřejné konzultace zapojit?

Zapojení do veřejných konzultací vyhlášovaných Evropskou komisí je v dnešní době velice jednoduché. Pryč jsou doby, kdy bylo nutné sepsovat dlouhé litanie a polemiky. Většinu otázek nastolených Evropskou komisí je možné odpovídat prostřednictvím jednoduchých a přehledných elektronických formulářů. Co podnikatel potřebuje, aby se mohl do konzultace zapojit? Potřeba elementární znalosti problematiky je díky jasným a otevřeným otázkám relativně nízká. Stačí tedy jen připojení k internetu, a bohužel, znalost některého ze světových jazyků - řada konzultací nebo elektronických formulářů je zpracována jen v angličtině, francouzštině a němčině. Posledním, ale asi nejdůležitějším předpokladem zapojení je dozvědět se o tom, že nějaká konzultace k zajímavému tématu vůbec byla vysána. Ačkoli existuje portál Evropské komi-

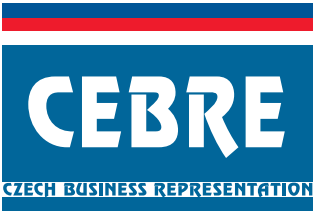
se "YourVoice" (<http://ec.europa.eu/yourvoice/>), na kterém by měly být všechny konzultace zveřejňovány, řada z nich se tam neobjevuje. Portál "YourVoice" navíc zatím nekomunikuje česky. Jednoduchým řešením pro podnikatele je tedy sledovat internetové stránky CEBRE-České podnikatelské reprezentace při EU, na kterých se veřejné konzultace objevují i s anotacemi v češtině. V případě, že se do nějaké konzultace zapojíte, nenechávejte si své odpovědi pro sebe! Jestliže je budete sdílet například se svojí oborovou asociací nebo s CEBRE - Českou podnikatelskou reprezentací při EU, můžete dosáhnout podstatně většího efektu, jelikož se vaše stanovisko dostane na více míst, seznámí se s ním více zainteresovaných subjektů a dost možná se budou rovněž inspirovat.

Otevřené veřejné konzultace

K 16. červenci 2007 je v evidenci CEBRE - České podnikatelské reprezentace při EU celkem 14 veřejných konzultací k různým oblastem, do kterých se mohou čeští podnikatelé zapojit.

Veřejné konzultace se zaměřují na oblasti:

- vnitřního trhu (3) - posílení konkurenceschopnosti ICT sektoru v EU, etický kodex v oblasti služeb a práva akcionářů;
- ochrany spotřebitele (2) - evropská charta práv spotřebitelů energie a mobilita spotřebitele ve vztahu k bankovním účtům;
- životního prostředí (3) - adaptace a boj proti dopadům klimatických změn, bezpečná likvi-



- dace starých lodí a využití tržních nástrojů pro účely ekologických politik;
- sociálních věcí (3) - soulad pracovního a sociálního života, sociální situace a trendy v evropských zemích a opatření proti diskriminaci;
- daní a financí (1) - reorganizace a likvidace úvěrových institucí;
- výzkumu (1) - evropský výzkumný prostor;
- dopravy (1) - hluk způsobovaný železniční dopravou.

Krátké pojednání si zaslouží například veřejná konzultace k Zelené knize o Evropském výzkumném prostoru (ERA), kterou Evropská komise vyhlásila v květnu 2007. Jak je možné vyčíst z internetových stránek vrchního ředitelství Evropské komise pro výzkum (bohužel jen v angličtině, francouzštině a němčině), cílem konzultace je získat co nejvíce poznatků zainteresovaných subjektů:

- k odstranění institucionálních a národních překážek volného pohybu osob ve výzkumu;
- ke zlepšení pracovních podmínek a možností kariérního růstu pro vědecké pracovníky;
- k rozvoji infrastruktury potřebné pro výzkum světové kvality;
- a ke společnému sdílení souvisejících nákladů.

Evropská komise požádala ve 35 otevřených otázkách o názor ostatní evropské instituce včetně Evropského hospodářského a sociálního výboru a Výboru regionů, vyzvala k národním i regionálním diskuzím o tomto tématu na úrovni členských států a požádala také o přímé zapojení výzkumných pracovníků a výzkumných organizací, institucí vysokoškolského vzdělávání, podniků, nevládních neziskových organizací, sociálních partnerů a občanů. Na základě odpovědí na otázky provede Evropská komise analýzu a v roce 2008 navrhne nová opatření. Oficiální odpovědi za ČR zpracovává Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR. Je potřeba vyzdvihnout, že se do veřejné konzultace zapojil i Výbor pro záležitosti EU Senátu Parlamentu ČR, který uspořádal diskuzní kulatý stůl se zástupci akademické obce, Akademie věd, Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR, Svazu průmyslu a dopravy ČR (viceprezident Karel Šperlink) a občanské společnosti a výstup pak po projednání na plénu zašle Evropské komisi jako samostatný příspěvek. Vytvoří také čeští podnikatelé samostatný příspěvek do diskuze? Do veřejné konzultace se můžete prostřednictvím jednoduchého elektronického formuláře zapojit i vy!

Podrobnosti o aktuálních veřejných konzultacích:

<http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/kategorie-6/>

Michal Kadera, CEBRE - Česká podnikatelská reprezentace při EU

Stav k 16. 7. 2007:

Termín	Název konzultace	Více informací
30. 3. 2008	Soulad pracovního a osobního života	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1235/
31. 12. 2007	Sociální situace a trendy v evropských zemích	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1040/
30. 11. 2007	Zelená kniha o adaptaci a boji proti dopadům klimatických změn	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1311/
15. 10. 2007	Nová opatření proti diskriminaci	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1319/
30. 9. 2007	Reorganizace a likvidace úvěrových institucí - směrnice 2001/24/EC	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1268/
30. 9. 2007	Zelená kniha o bezpečné likvidaci starých lodí	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1215/
28. 9. 2007	Evropská charta práv spotřebitelů energie	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1318/
17. 9. 2007	Posílení konkurenceschopnosti ICT sektoru v EU	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1313/
1. 9. 2007	Mobilita spotřebitele ve vztahu k bankovním účtům	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1257/
31. 8. 2007	Evropský výzkumný prostor	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1171/
31. 7. 2007	Hluk způsobovaný železniční dopravou	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1279/
31. 7. 2007	Zelená kniha o využití tržních nástrojů pro účely ekologických politik	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1112/
30. 7. 2007	Etický kodex v oblasti služeb	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1245/
27. 7. 2007	Práva akcionářů	http://www.cebrecz.cz/archiv-zprav/zprava-1252/

Z monitoringu jsme vybrali:

INSTITUCE - Začíná portugalské předsednictví EU

Od 1. července převzalo předsednickou štafetu předsednictví Evropské unie od Německa Portugalsko. Jako hlavní priority si Portugalsko pro své předsednictví vybralo následující 4 hlavní oblasti:

- Budoucnost EU - v druhé polovině července by měla být svolána mezivládní konference, která by měla připravit revizi současných smluv. Na tom se shodly členské státy na červnovém Summitu EU v Bruselu.
- Lisabonská strategie - v rámci ekonomické dimenze se bude předsednictví zaměřovat na revizi vnitřního trhu, podporu MSP, kulturu, turistický ruch a definování evropské

- politiky v námořní oblasti (maritime policy). Portugalci by chtěli také dokonce dotáhnout debaty o vytvoření Evropského technologického institutu. V sociální oblasti budou hlavními tématy flexicurity, sladění osobního a pracovního života nebo rovnoprávnost mužů a žen. V oblasti životního prostředí budou hlavním tématem klimatické změny.
- Justice a vnitro - nosným tématem v této oblasti je imigrace, a to jak legální, tak i ta ilegální a boj proti ní.
- Evropa a svět - Portugalsko se chce zaměřit na podle něj v poslední době poněkud opomíjené oblasti jako je středomoří, Afrika, Latinská Amerika. Chce navázat i bližší spo-

lupráci EU a Brazílie a připravuje vůbec první vzájemný summit EU-Brazílie. Portugalsko se společně s Německem a Slovinskem (to bude předseda EU v 1. pololetí 2009) podílelo na společném 18měsíčním předsednickém programu.

VNITŘNÍ TRH - Rakousko, Německo, Španělsko a Velká Británie omezují volný pohyb služeb

Evropská komise žaluje u Evropského soudního dvora Rakousko a Německo za porušení komunitárního práva. Rakousko si podání žaloby vysloužilo svojí restriktivní úpravou působení zahraničních patentních zástupců v Rakousku, v případě Německa je důvodem německá dohoda s Polskem, podle které mohou být na stavební práce prováděné německými firmami vysíláni jen zaměstnanci polských subdodavatelů. Španěl-

sku a Velké Británii Evropská komise zaslala formální odůvodněné upozornění, v němž požaduje vysvětlení, proč místní úřady odmítly dodatečné proplacení nákladů na neodkladnou zdravotní péči poskytnutou jejich občanům v zahraničí.

STATISTIKY - Maloobchodní obrat v rámci EU roste

Aktuální statistiky Eurostatu dokládají růst maloobchodního obratu. V meziročním porovnání (květen 2007 - květen 2006) došlo v rámci EU-27 k růstu o 1,8 %, v eurozóně pak jen o 0,4 %. Obrat maloobchodu rostl v jedenácti členských státech, v šesti klesl a v dalších státech stagnoval. Největší přírůstky zaznamenali v Litvě (+3,6 %), Estonsku (+2,7 %), Slovinsku (+2,7 %). Nejdramatičtější pokles zaznamenali v Lucemburku (-10,6 %).

další zprávy z EU najdete na www.cebrecz.cz

Dočtěte si na www.premiumprosperita.info

Společnost Renault Leasing nabízí leasing s 0% navýšením

Skutečnou 0% úrokovou sazbu nabízí svým klientům od začátku července RENAULT LEASING CZ, značková leasingová společnost pro financování vozů Renault a Dacia. Od 30% akontace tak klienti zaplatí během letních prázdnin při koupi nového osobního nebo užitkového vozu na leasing stejně jako za hotové. ➡

Jak je v České republice využíván internet?

Podíl uživatelů internetu v České republice překročil v první polovině letošního roku 50% hranici. K internetu se tedy připojuje již více než polovina populace ČR ve věku nad 15 let. Dlouhodobě je internet využíván především ke komunikaci pomocí emailu a k vyhledávání informací. Vytáčené připojení se stává historií. ➡

Společnost Dell uvedla na trh ultralehký, ultramobilní notebook

Společnost Dell uvedla na trh nový notebook Latitude D430, který představuje pro zákazníky to nejlepší mobilní řešení. Notebook Latitude D430 nabízí nejmodernější technologii ve stylovém a štíhlém šasi. Byl vytvořen speciálně pro profesionály, kteří si cení malých rozměrů, velké mobility, nízké hmotnosti, vysoké konektivity a dlouhé výdrže baterie. "Dnešní společnosti vyžadují, aby jejich firemní notebooky splňovaly specifická technologická kritéria pro snazší obsluhu a nižší náklady. ➡

Státní zemědělský intervenční fond - propagace bioproduktů schválena

Evropská komise schválila dne 10. července 2007 tříletý program "Propagace ekologického zemědělství a jeho produktů", který v únoru 2007 předložil Státní zemědělský intervenční fond (SZIF). Cílem programu je propagace ekologického zemědělství a biopotravin v České republice. ➡

Tentokrát o pivu

- spotřebitel má možnost výběru

Až o 4 % vzrostl podle odhadů v letošním prvním pololetí odbyt tuzemských pivovarů. Loni přitom domácí pivovary zvedly svou produkci až na necelých 20 milionů hektolitrů, přičemž zhruba pětina z toho šla na export. To jsou jen některé ze statistik, které dokazují, že se českým pivovarům nebývale daří. Není také náhodou, že na nejrozšířenější druhy českých piv dnes narazíme nejen v restauracích ve všech evropských státech, ale i v řadě vyloženě exotických zemí. Nejde přitom zdaleka jen o světoznámé značky Plzeňský Prazdroj či Budvar, ale často jsou to i produkty z méně známých českých pivovarů.

Přesto slyšíme od řady výrobců piva nejrůznější nářky. Zjevně představitelé některých menších pivovarů si stěžují na fúze velkých pivovarnických společností, na investiční pobídky pro některé subjekty. Kritici přitom asi zapomínají, že tyto pobídky jsou v souladu s pravidly Evropské unie, s českými zákony a že tahounem růstu je právě export. Mnozí zároveň zapomínají na skutečnost, že tzv. malí výrobci piva s výstavem do 200 tisíc hektolitrů mají již řadu let slevu na spotřební dani. Ano, koncem 90. let se fúzí Plzeňského Prazdroje a pivovaru Radegast, kterou posuzoval Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, český trh rozdělil na velké pivovary, které se zaměřují zejména na dodávky do obchodních řetězců a na export, a na ty malé, které si budují svou pozici především v regionech. Vznikl subjekt s dominantním postavením, který se stal součástí druhé největší pivovarnické skupiny na světě SAB Miller. Nemyslím si ale, že by obecně vstup zahraničních společností na český trh v podobě nákupu některých domácích značek znamenal nějaké narušení konkurenčního prostředí a omezení výběru pro spotřebitele. Ten je přece rád, když si například na Vysočině může vybrat mezi točenou desítkou z místního pivovaru za cenu pod 15 korun, nebo plzeňskou dvanáctku za dvojnásobek. Právě pestrost v nabídce, která se netýká zdaleka jen ceny, je určitě ozdobou českého pivovarnictví, a i proto se tomuto odvětví v posledních letech mimořádně dobře daří. Kvalitní konkurenční prostředí, rostoucí export (u některých menších pivovarů i o 100 %) i zvyšující se výstav jsou toho důkazem.

Role soutěžního úřadu je však i přesto nadále důležitá. ÚOHS tu však není od toho, aby chránil jedny společnosti či zájmové skupiny před jinými. Klíčové je fungování soutěže zajišťující pestrost nabídky a tedy zejména snižování objemu vázaných odběrů piva či rušení protisoutěžních ustanovení, která se objevují ve smlouvách jednotlivých pivovarů a směřují k zákazu exportů piv.

Martin Pecina
předseda ÚOHS

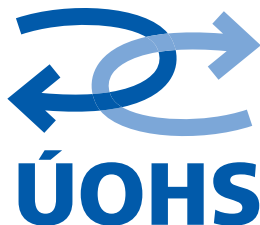
ÚOHS připravuje konferenci o veřejných zakázkách

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže patří k těm relativně mladším soutěžním úřadům. V loňském roce si ÚOHS připomenul "teprve" patnáct let své existence a zároveň patnácté výročí aplikace soutěžního práva v České republice. Důstojným vyvrcholením tohoto jubilea byla dvoudenní mezinárodní konference s názvem Soutěž a konkurenceschopnost, která koncem listopadu za účasti desítek předních odborníků na zmíněnou problematiku z Evropy i ze zámoří proběhla na brněnském výstavišti.

Velký úspěch zmíněné konference se stal do jisté míry inspirací k uspořádání obdobné akce. Konference na téma veřejných zakázek se má stejně jako loni, uskutečnit také v listopadu. Spolupřádá ji Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve spolupráci s občanským sdružením Europlatform a s Regionální hospodářskou komorou Brno, která byla organizátorem loňského setkání expertů na soutěžní právo.

"Mezinárodní konferenci věnovanou problematice veřejných zakázek připravujeme z toho důvodu, abychom odborné i široké veřejnosti zprostředkovali informace, které jsou důležité pro každodenní praxi. Osobně se totiž domnívám, že informovanost zadavatelů i uchazečů o veřejných zakázkách v ČR není ještě na zcela dostatečné úrovni. Samozřejmě, že se o to zasloužila i několikrát změna příslušného zákona," uvedl předseda ÚOHS Martin Pecina. Připomněl zároveň, že pořadatelé konference se proto budou snažit sdělit maximum informací maximu posluchačů. Nejvhodnějším prostředkem pro poskytnutí takovýchto informací je podle předsedy Peciny právě konference za účasti renomovaných odborníků.

(kch)



REGIONÁLNÍ HOSPODÁŘSKÁ KOMORA BRNO

PODZIMNÍ AKCE RHK BRNO '07

Kompletní Servis pro Podnikatele Business All Inclusive

KONTAKT - KONTRAKT 2007

Obchodní jednání na míru pro Vás za účasti 250 firem z 24 zemí během Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně! Zveme do Brna zástupce všech „nejen“ strojírenských firem. Využijte tuto příležitost k navázání nových obchodních kontaktů se zahraničními partnery. Získáváte možnost zúčastnit se jak tradičního veletrhu, tak pro Vás připravíme jednání s požadovanými obchodními partnery. To vše jen za účastnický poplatek 100 €/firmu.

KDY: 3. a 4. října 2007
KDE: Kongresové centrum na brněnském výstavišti

PROČ SE ÚČASTNIT K-K 2007

- Jako kupující – máte možnost najít kvalifikované evropské dodavatele
- Jako prodejce – máte možnost najít nové evropské zákazníky
- Jako vývoje výrobků – máte možnost najít partnery pro vývoj Vašich produktů
- Kooperace – máte možnost získat nové obchodní partnery

PRO KOHO JE K-K 2007 URČEN

Pro strojírenské ale i další firmy v příbuzných oborech
Zaregistrujte se on-line na stránce www.b2fair.com

www.rhkbrno.cz

VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

„Zkušenosti s dohledem nad zadáváním veřejných zakázek“
Mezinárodní 2-denní konference na téma veřejné zakázky - zkušenosti s dohledem nad zadáváním veřejných zakázek. Pořadatelem akce je Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve spolupráci s Regionální hospodářskou komorou Brno.

KDY: 27. a 28. listopadu 2007
KDE: Arénal výstaviště – pavilón A (Rotunda, ul. Brno a Morava)

PROGRAM

→ 1.den	10:00 – 12:30 dopolední blok
	14:00 – 17:00 odpolední blok
→ 2.den	09:00 – 13:00 dopolední blok – souběžně 3 panelové diskuse

Dočtěte si na www.premium-prosperita.info

T-Mobile nabídl výhodné volání do členských zemí EU

Od 1. srpna 2007 nabídl T-Mobile svým zákazníkům nový roamingový tarif splňující podmínky Evropské unie. Se zvýhodněním EU, které operátor přináší dříve, než stanovuje evropské nařízení, získají turisté výhodné volání v rámci 27 unijních států. ➡

Už milion a půl klientů využilo nabídku Home Creditu

Nabídku úvěrových produktů společnosti Home Credit využilo už 1,5 mil. klientů. Půl milionu z nich se přitom na Home Credit obrátilo opakovaně. V uplynulých pěti letech se celkový počet klientů společnosti zvyšoval v průměru o 30 % ročně. O něco více klientů má Home Credit mezi muži, nejpočetnější skupinou jsou lidé od 30 do 50 let. ➡

Výrobní linka Rockwool, a. s., v Bohumíně zahájila provoz

O 50 % vyšší kapacitu má nyní závod na výrobu izolačních systémů společnosti Rockwool, a. s., v Bohumíně. Proběhla zde totiž během pouhých osmi týdnů odstávky rozsáhlá modernizace.

"Nová linka pomůže nejen trhu s izolacemi, po kterých je velká poptávka, ale také stabilizaci naší výrobní základny," uvedl Petr Stejskal, ředitel Business Unit Rockwool Česká republika. ➡

Téměř osm tisíc nových klientů

Během marketingové kampaně, která byla zaměřena na podporu prodeje penzijního připojištění na pobočkách Komerční banky, uzavřelo na pobočkách KB smlouvu o penzijním připojištění takřka osm tisíc nových klientů. V období kampaně mohli získat noví klienti Penzijního fondu Komerční banky (PF KB) příspěvek 500 Kč od Komerční banky. Podmínkou bylo uzavřít smlouvu na pobočce Komerční banky na měsíční příspěvek větší než 300 Kč v období od 26. 2. - 30. 4. 2007. ➡

Užitečná navigace pro zaměstnavatele i zaměstnance

Vztahy mezi zaměstnavateli a zaměstnanci se vyvíjejí a životní praxe přináší spousty situací, které se jen těžko dají "zaškatulkovat" do jakéhokoli předpisu. Nad novým zákoníkem práce probíhalo a probíhá mnoho diskuzí, názorových střetů. Každý v něm hledá sám sebe - majitel firmy stejně jako její uklízečka nebo správce webových stránek. A protože jde o základní pracovněprávní vztahy, které mají mnoho vazeb a souvislostí a dotýkají se života každého z nás, zrodil se jeden rozsáhlý a nadmíru užitečný projekt. Více o něm předseda Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR Jan Wiesner a vedoucí tajemník tohoto uskupení Jan Zikeš:

Otázky pro Jana Wiesnera:

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů participuje na zajímavém projektu, který má prostřednictvím lepší informovanosti a vzdělanosti zaměstnavatelů a zaměstnanců napomoci k jejich vzájemné spolupráci. Projekt má dlouhý název: Realizace systému rozvoje lidských zdrojů sociálních partnerů v ČR v oblasti sociálního dialogu a práva z pohledu zvyšování adaptability pracovní síly a konkurenceschopnosti podniků. Oč v něm jde především?

Hlavním cílem projektu je pokračování a zdokonalování systému rozvoje lidských zdrojů sociálních partnerů v ČR a dále zabezpečit zvyšování vzdělanosti a informovanosti zaměstnanců v oblastech sociálního dialogu, pracovního práva a podílet se na zabezpečování cílů národního plánu reform (tzv. Lisabonský proces). V neposlední řadě je projekt zaměřen na zvyšování kapacit a úlohy sociálních partnerů v ekonomické a sociální oblasti.

Nositel projektu je Českomoravská konfederace odborových svazů - znamená to, že zaměstnavatelé a odbory se shodují v tom, že je potřeba najít rozumnou cestu komunikace, tedy východiska k tomu, aby firmy a jejich pracovníci nerozdmýchávali žabomyši války, ale na základě nosných informací a zkušeností hledali taková řešení v pracovně právních vztazích, aby byla přínosná jak pro zaměstnance, tak pro podniky?

Ano, nositelem projektu je vůči státu (MPSV) skutečně ČMKOS, s níž mají další sociální partneři uzavřeny dílčí smlouvy. Jde o administrativní záležitost, realizace samotného projektu je skutečně na velmi partnerské (nadstandardní) úrovni. V projektu jsou tedy zastoupeny organizace zastupující práva a zájmy zaměstnanců (ČMKOS, ASO) a práva a zájmy zaměstnavatelů (SPČR, KZPS ČR). Prostřednictvím uvedených

Otázky pro Jana Zikeše

Když konfederace do projektu vstupovala, určitě si její zástupci byli vědomi toho, že ne v každé firmě bude vůle vysílat např. zaměstnance na seminář, kde by získal vědomosti o svých právech a začal je uplatňovat "proti" svému zaměstnavateli. Jak to vidíte?

Odpovím troch jinak. V rámci projektu budou zpracovány manuály: pro odbory pod názvem "Pracovní právo a realita pro zaměstnance" a pro nás zaměstnavatele potom "Pracovní právo a realita pro zaměstnavatele" a dále společný manuál Sociální dialog v praxi zaměstnavatelů a zaměstnanců. Stejně tak pro zaměstnavatele budou organizovány dva typy seminářů, a to "Seminář k obsahu zákoníku práce, dalším souvisejícím právním úpravám a k sociálnímu dialogu" (seminář je určen pro vedoucí zaměstnance) a dále "Seminář k vybraným okruhům problémů zákoníku práce a dalším pracovněprávním úpravám (seminář je určen pro zaměstnance personálních útvarů). Tímto se snažím odpovědět, že u zaměstnavatelů účastníci seminářů, které jsou podle mého názoru nosnou páteří celého projektu, budou zejména z okruhu vedoucích pracovníků personalistů atd. Samozřejmě každý majitel firmy musí zvážit, zda svým pracovníkům umožní účast na semináři, či ne. Je to v jeho kompetenci. Ale vzhledem k tomu, že se jedná o vysoce kvalitní semináře vedené zkušenými lektory a za minimální náklady pro firmu či podnik, si neochotu vyslat své zaměstnance představuji dost obtížně.

Kdo se vlastně může na seminář přihlásit; jak semináře dosud probíhaly a jaké jsou ohlasy?

To souvisí s mou předcházející odpovědí. Ve druhé polovině loňského roku byl organizován pilotní projekt k sociálnímu dialogu a věděli jsme, že je potřeba pokračovat. Byly i skeptické hlasy, že Zákoník práce je schválen, vedoucí pracovníci proškoleni, tak co zase vymýšlet. Ale: Přijetím nového Zákoníku práce, dále tzv.

reprezentativních organizací sociálních partnerů v ČR, zastoupených v Radě hospodářské a sociální dohody ČR (RHSD) rozvíjíme existující systém rozvoje lidských zdrojů ve vlastních organizacích. Vycházíme z výsledků a výstupů pilotního projektu z roku 2006, který ukázal potřebnost tohoto rozvoje, zejména z pohledu měnících se ekonomických, právních, organizačních a technologických podmínek na pracovištích. V souladu s cíli projektu naplňujeme rozvoj sociálního dialogu, který je jednou z nejdůležitějších



Na snímku předseda KZPS ČR Jan Wiesner

technické novelty, se v praxi ukazují nové a nové problémy, vazby, souvislosti, na které musí být zaměstnavatelé připraveni je řešit. Pokud vloni byly určité problémy s obsazováním seminářů, letos se po nich jen "zaprášilo". Pro dokreslení situace: celkově se bude organizovat 200 seminářů, po 100 zaměstnancích a zaměstnavatelů, KZPS má k dispozici 50 seminářů. O možnosti pokračování seminářů byli jednotlivé svazy naší KZPS informovány od počátku, takže když zazněl startovní výstřel dne 19. dubna 2007 (den podpisu projektu mezi ČMKOS a MPSV), většina do projektu zapojených svazů již měla jasno. Jedná se o projekt hrazený z prostředků MPSV, který pokrývá většinu nákladů spojených s organizací seminářů, tisku manuálů, informačních brožur atd. Proto, a teď se vrátím k předcházející otázce, si těžko představuji nechť vyslat své zaměstnance na tyto semináře. Samozřejmě na trhu vzdělávacích aktivit existuje mnoho komerčních možností, ty jsou ale finančně úplně někde jinde, tak proč toho nyní nevyužít. Na straně druhé je potřeba si uvědomit, že zprostředkované hospodaříme s prostředky státu (tedy nás daňových poplatníků), tak k tomu musíme náležitě přistupovat.

Myslíte si, že znalosti o pracovním právu se za posledních pět let u nás zvýšily - co semináře zatím ukázaly? Anebo jinak - zajímají se např. firmy více o to, co mohou a nemohou v souvislosti se zaměstnáváním pracovníků?

Samozřejmě obě strany, tedy zaměstnavatelé i zaměstnanci si uvědomují potřebu znalostí v oblasti pracovního práva, které se neustále vyvíjí. Zde mne napadá paralela, že se vlastně jedná o dvě strany, ale téže mince. Proto sociální dialog. Jistě, na trhu práce si každá ze stran

oblastí činnosti zástupců zaměstnavatelů a zaměstnanců v provázanosti na nový zákoník práce a na zákon o kolektivním vyjednávání.

Především však sázíte na kartu vzdělanosti - společně se všemi zodpovědnými subjekty organizujete semináře, kde přednáší lektori - kapacity na obor pracovně právních vztahů. Kdo se takových seminářů hlavně účastní a co všechno se může dovědět?

Seminářů se tak jako v loňském roce mohou zúčastnit zámci z řad svazů, sdružených v naší Konfederaci zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, dále Svazu průmyslu a dopravy ČR; ze strany odborů potom z ČMKOS a ASO. Jsou připraveny dva typy seminářů a jejich obsahová náplň má za cíl poskytnout zejména vedoucím zaměstnancům v obecné rovině informace o zákoníku práce a dalších souvisejících právních úpravách, včetně informací o problematice sociálního dialogu, a zaměstnancům personálních útvarů podrobnější informace k vybraným okruhům problémů zákoníku práce a dalších pracovněprávních úprav. Obsah seminářů vychází především z dosa-

vadních poznatků aplikační praxe a požadavků zaměstnavatelů. Účastníci vzdělávacích seminářů budou seznámeni nejen s příslušnou pracovněprávní úpravou, ale budou informováni též o jejich dalších dopadech, např. v oblasti daní, nemocenského pojištění, pojistného na sociální pojištění atd. Na vzdělávacích seminářích budou uvedeny též příklady z praxe, včetně jejich řešení, a aktuální informace o změnách v zákoníku práce a stavu projednávání návrhů na zrušení některých ustanovení zákoníku práce podaných k Ústavnímu soudu. Vzdělávací semináře budou organizovány v rozsahu cca 6 hodin, a to v době od 10. září 2007 do 10. prosince 2007.

Konečnou praxí by pak měl být asi racionálnější vedený sociální dialog mezi zaměstnavateli, zaměstnanci, státem - rozumím tomu správně?

Ano, to jsem již rozvedl v předchozích bodech. Hlavním přínosem musí být to, že sociální dialog vede ke zlepšení vzájemných vztahů mezi těmito partnery, které zase vede k pochopení cílů a vyšší efektivitě práce.

Vzejdou z této aktivity i nějaké další připomínky k případným změnám v zákoníku práce?

Samozřejmě, každá taková diskuze s představiteli jednotlivých firem, kteří ten který zákon aplikují, vede i ke zjištění mnoha nesrovnalostí, které je třeba v další novele či při tvorbě nového zákona upravit.

Zahraniční investoři poukazují nejvíce na to, že podnikání v České republice, ať jejich, či naše vlastní, brzdí špatná přizpůsobivost pracovní síly k potřebám firem. Určitě to neznamená jen to, že se Češi neradi stěhují, ale třeba i to, že legislativa svazuje pohyb zaměstnance i požadavky firem...

Jsem přesvědčen, že obojí je pravda a postupem času je třeba se novým podmínkám přizpůsobit. Ale hlavně - těch příčin je mnohem víc. Dle mého názoru podstatná je neprovázanost a nulová vzájemná spolupráce při zpracování různých koncepcí mezi ministerstvy zejména školství, průmyslu, místního rozvoje a financí. Každý rezort zpracovává "své" materiály bez vazeb na budoucí vývoj u nás i ve světě.

Projekt skončí v závěru letošního roku. Co bude s výstupy, poznatky? Předáte je někomu?

Budeme je využívat při projednávání ve všech oblastech s cílem o tom pozitivním přesvědčit kolegy ve státní správě.

managementu rozhodnout, koho vyšle k účasti na semináři. Jediným limitem jsou počty seminářů, množství vytištěných manuálů či informačních brožur, ale i ty jsou k dispozici na webových stránkách zúčastněných partnerů ke stažení či vytištění. V případě zájmu mne mohou zámci kontaktovat (zikes@kzps.cz)

Už jsme se dověděli, kdy se semináře v září rozběhnou, jak se na ně nyní připravujete?

Zopakujeme tedy, že semináře podle vytvářeného harmonogramu (opět k dispozici na webu) budou probíhat od 10. září do 10. prosince 2007. V současné době probíhají přípravné práce. Dokončuje se harmonogram seminářů, výběr lektorů, v závěru je tvorba učebních manuálů i informačních brožur. Tedy takové přípravné práce, které sice nejsou moc vidět, ale na jejich zvládnutí bude záviset celkový průběh seminářů. KZPS má v tomto ohledu koordinační funkci, takže pokud se někdo po přechodu tohoto rozvozu bude ptát, proč se neúčastním(-e), měl by se ptát zejména u svých svazových představitelů, popřípadě proč nejsou členy KZPS.

Vyhodnotíte-li projekt jako nad očekávání přínosný, je šance v něm pokračovat nebo na něj podobnými aktivitami navázat?

Dobrá otázka. Tak jako jsme na konci loňského roku, kdy končil pilotní projekt, chtěli pokračovat v dalších seminářích, tak už nyní víme, že by bylo vynikající pokračovat i nyní. Koneckonců jedním z cílů probíhajícího projektu je předložení individuálního projektu sociálních partnerů v ČR na čerpání finančních prostředků z Evropského sociálního fondu na období 2007 - 2013.

za vyčerpávající odpovědi poděkovala Eva Brixí



Hledáme nové dimenze kvality

Přijali byste do firmy člověka, o němž víte, že schválně chodí "do práce" pozdě? Koupili byste si svetr, který by měl díru na rukávu? A co software - implementovali byste takový, o kterém tušíte, že ho stejně budete za pár dnů reklamovat? Jsou to možná nesmyslné otázky, ale pokládám je schválně. Všichni z nás totiž požadujeme kvalitu. Ve vztahu zákazník a prodejce, ve vztahu rodinném, i ve firemním prostředí. Samozřejmostí je kvalitní pitná voda i kvalitní zemní plyn, kvalitní postel a kvalitní léky. Kvalitní řízení firmy se pozná hůře a až po čase, kvalitní marketingová strategie rovněž. I když si všichni kvalitu přejeme dostávat a myslíme si, že pracujeme s nejvyšším a nejzodpovědnějším nasazením, ne vždy ji získáme a ne vždy ji odevzdáváme.

Česká společnost pro jakost, o. s., vyrostla jako platforma, na níž se toho o kvalitě dozvíte mnoho. Patří k ní špičkoví odborníci, teoretici i praktici. Stojí u mnoha zajímavých aktivit, které podporují celospolečenský zájem o kvalitu. A není to tak dávno, kdy na její půdě došlo k několika významným změnám, například ve vedení.

O tom však již naši dva hlavní aktéři, jimž Prosperita, dlouholetý partner České společnosti pro jakost, položila několik otázek.

Slovo mají předseda ČSJ Ing. Milan Trčka a výkonná ČSJ ředitelka Ing. Štěpánka Steinbachová:

Odpovídá Ing. Milan Trčka:

Není to tak dávno, co jste stanul v čele České společnosti pro jakost. Jaký hlavní cíl jste si vytknul?

Společnost se řídí svou strategií, která je platná pro volební období pěti let. Na přípravě strategie jsem se podílel a prezentoval ji na červnovém sjezdu Společnosti. Novou strategickou oblastí ČSJ je PR a marketing. Máme zájem se více profilovat ve zviditelnění u odborné veřejnosti i spotřebitelů. Kvalita může mít podobu rozvoje dodavatelských řetězců, spokojeného zákazníka i důsledné ochrany spotřebitele. Máme zájem vyhledávat nové spolupracovníky a partnerské organizace a členům i zákazníkům Společnosti více přiblížit požadavky na moderní management kvality.

Na poli kvality nejste nováčkem, určitě máte svoji vizi právě pro tak široký pojem, jakým kvalita je. Co se v České republice obecně ve firmách a ve státní správě pro povýšení kvality udělalo a co se naopak rýsuje jako aktuální problém?

Kvalita je snadno uchopitelná a každý si ji dokáže představit, když si něco koupí nebo obdrží službu. V podnicích je spíše zastáván přístup, že kvalita je samozřejmostí, kterou se management "nemusí zabývat". Kvalita je "daná" kvalitativními znaky produktů, střední a větší podniky zaměstnávají manažery kvality a trend je přenášet požadavky na celý dodavatelský řetězec. Spolupráci nabízíme všem subjektům, nevyhýbáme se podnikatelům ani státní správě. Jsme občanské sdružení a jako nezisková organizace hledáme nové "dimenze kvality". Jinými slovy proslapáváme cestu všude tam, kde o to projeví zájem a požádají - teď mám na mysli především státní správu. Naším posláním je podporovat všechny aktivity vedoucí k rozvoji organizací prostřednictvím nejrůznějších přístupů k managementu kvality. Inicujeme též aktivity zviditelňující výjimečné organizace aspirující na národní nebo mezinárodní ocenění.

Hodně se přetřásá pojem certifikace. Jedni tvrdí, že by to měla být samozřejmost, tak proč tolik humbuku tehdy, když firma získá certifikát, jiní zase hlásají, že je třeba medializovat jakýkoli krok v tomto směru, někteří namítají, že se dá proces certifikace šikovně podplatit. Jaký na to máte názor?

Zřejmou nevýhodou certifikace je, že se jedná o zpoplatněnou službu. Je-li to předmětem zájmu podnikatelských subjektů, budou se chovat tržně. Jistotu může přinést akreditační systém, který se postupně zpřísňuje a může napomoci ve zkvalitnění certifikace. Mám tím na mysli, aby se sjednotily nároky na kvalifikační kritéria certifikačních orgánů a aby jejich výklad kvalifikoval způsobilé, ale i diskvalifikoval nezpůsobilé.

Nyní se v této oblasti chystá reforma akreditačního procesu. Asi by bylo zajímavé, kdyby certifikační společnosti veřejně oznamovaly, kterým klientům odebírají certifikát, a důvody, které pro to mají. To je součástí certifikace, o které se moc nemluví. Máme zájem takové informace distribuovat, aby si podniky nemyslely, že je bez ostudy na veřejnosti možné přijít o certifikát. Kromě negativního PR chceme podporovat společnosti, které se rozhodly být výjimečné, jdou cestou excelence.

Je zde též druhá strana mince. Akreditace vytváří certifikačním orgánům omezený manévrovací prostor pro využívání marketingových nástrojů, tržní prostředí snižuje cenu, na druhou stranu profesionální auditori jsou osoby s obvykle vyšší kvalifikací než manažer nebo poradce. Tady je neurčitost, kterou chce ČSJ v budoucnu řešit. Každá certifikační společnost je odpovědná za udržování profesního rozvoje svých auditorů. Kvalifikační kritéria normy ISO 19011 využívají paradoxně podniky pro své interní audity, přitom se jí některé certifikační společnosti nemusejí řídit, respektive nevyžadují normu jako závaznou pro profesionální auditory. To chceme v nejbližší době napravit úzkou spoluprací s certifikačními společnostmi, u nichž je předpoklad, že si budou udržovat vysoký kredit a mají zájem o rozvoj svých klientů. Konečně, Společnost cítí odpovědnost za profesní rozvoj auditorů, kteří mají její certifikát.



Na snímku vlevo Ing. Štěpánka Steinbachová, výkonná ředitelka ČSJ



Ing. Milan Trčka, předseda ČSJ

Česká společnost pro jakost sdružuje velké množství firem. Poroste i nadále členská základna? Máte zájem o další příznivce?

Do Společnosti se každý měsíc hlásí noví členové, snažíme se vytvářet atraktivní podmínky, jako je poskytování slev na naše odborné akce a školicí kurzy, členové dostávají časopis Perspektivy jakosti, který má vysokou odbornou úroveň. ČSJ chce být profesní platformou pro odbornou výměnu informací, máme řadu odborných skupin, do kterých zveme experty. Může to být pro ně příležitost pro zviditelnění...

Jaký vztah má ČSJ k malému a střednímu podnikání - co všechno může být pro menší firmy z vašeho programu zajímavé?

Stále sledujeme nejnovější trendy v oboru managementu kvality, ale i rozvoje integrovaného managementu obecně. Musíme si postesknout, velké a střední podniky se tváří "že už všechno znají" a menší "že na to nemají". Bez odborníka pro management kvality, znalého firemních procesů, si nedovedu představit dlouhodobě prosperující malý či střední podnik.

Proto naši pozornost soustředíme spíše oborově -



úzcе spolupracujeme například v automobilovém průmyslu, potravinářství a zemědělství, máme připraveny školicí programy pro informační bezpečnost či pro úklidové firmy. Jinak je tomu ve státní správě, tam úroveň kvality poskytovaných služeb začíná být ve středu zájmu.

Právě od těch drobnějších společností často slyšíme, že proces certifikace i přes řadu změn je stále příliš složitý, administrativně náročný, zabere hodně času... Je praxe skutečně taková?

Každý druh podnikání má svá specifika a dnes do managementu kvality investují i malé organizace do 10 zaměstnanců. Setkal jsem se s případem dotovaného projektu, kde firmy o jednom zaměstnanci zavedly dokumentovaný systém managementu s řadou směrnic, podporovaný softwarem. To není správná cesta. Hodně záleží na volbě poradce, kterého si organizace vybere. Fungující systémy řízení jsou dnes šity na míru, po certifikaci existuje další prostor pro optimalizaci procesů a zlepšování. Tehdy začíná kvalita firmě vydělávat, ne když se tvoří směrnice. Náš kontakt s podnikateli může být zajímavý a užitečný. Zkuste to.

Odpovídá Ing. Štěpánka Steinbachová

Česká společnost pro jakost doznala vlastních, výrazných organizačních změn. Proč k tomu došlo a čemu to poslouží?

Společnost doznává, řekla bych spíše, personálních změn, a to - s nadsázkou řečeno - nepřetržitě od listopadu loňského roku. Od změny na pozici výkonného ředitele, přes přebásazení funkce ředitele vzdělávání a ředitele certifikací, tedy vedoucího certifikačního orgánu, až po změnu nejvýznamnější. Jak víte, Společnost je občanské sdružení a statutárním orgánem je předsednictvo, složené ze zvolených členů Společnosti. A právě letošní rok byl pro Společnost rokem důležitým. Jednak se v květnu konal 51. Kongres Evropské organizace pro kvalitu, o kterém byli vaši čtenáři informováni a který jsme zvládli zorganizovat tak úspěšně a v takovém rozsahu, v jakém se konal, ale téměř záhy - počátkem června - se konal sjezd kolektivních a individuálních členů Společnosti, který v tomto roce byl sjezdem volebním. Byli tedy zvoleni členové současného předsednictva a je na tomto předsednictvu, jakým způsobem nastaví na následující tři roky strategii dalšího směřování a rozvoje Společnosti.

pokračování na straně 9

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

Vozy Škoda se už montují také na Ukrajině

Oba nejnovější modely v produktové paletě automobilky Škoda - Roomster i Fabia druhé generace - se již montují také na Ukrajině. V závodě Eurocar v ukrajinském Solomono-novu probíhá montáž vozů Škoda již od roku 2002. Loňská produkce činila bezmála 19 000 vozů. ➡

Microsoft - nejlepší pobočka na světě

Deset měsíců od představení nové obchodní strategie Microsoftu v České republice přineslo velmi dobré výsledky. Za necelý rok se Microsoftu podařilo dvakrát za sebou získat ocenění pro nejlepší pobočku na světě. Jako první pobočka v historii své prvenství české zastoupení obhájilo ve dvou po sobě následujících obdobích. ➡

Antivirový systém AVG chrání i mobilní telefony

GRISOFT, dodavatel bezpečnostního software AVG, ohlásil rozšíření portfolia bezpečnostních aplikací o produkt AVG Mobile Security. Slouží k ochraně mobilních telefonů na platformě Symbian UIQ 3.0. Systém pracuje na přístrojích Sony Ericsson P990i, M600i a W950i a obsahuje antivír s antispamem SMS zpráv, tedy ochranu proti nevyžádaným sdělením především reklamního typu. ➡

Šetřete si oči - zkuste ochranné brýle od 3M

Zrak je nejdůležitější smyslový orgán, a proto není divu, že ochrana zraku patří mezi nedílnou součást osobních ochranných prostředků při většině pracovních činností. Společnost 3M, přední výrobce osobních ochranných prostředků, přišla se zcela novou řadou ochranných brýlí. Tyto brýle představují kombinaci účinnosti, designu a pohodlí a jsou vybaveny velmi pevnými, polykarbonátovými zorníky, které poskytují spolehlivou ochranu proti nárazům. ➡

První česká firma vyhrála ESA projekt

Malý a střední český vesmírný průmysl slaví další úspěch v Evropské Vesmírné Agentuře (ESA)

Iguassu Software Systems, člen České vesmírné aliance (ČVA), asociace malých a středních podniků pod záštitou CzechTradu, je první ryze českou firmou, která vyhrála ESA projekt v mezinárodním kompetitivním tendru. Tento první úspěch České Republiky v tomto oboru je důležitý krok k plnému členství ČR v ESA. ČR bude přijata teprve až přesvědčí, že její průmysl je schopen vyhrávat v kompetitivních tendrech celý český příspěvek do ESA (řádově 25 milionů Kč ročně).

pokračování ze strany 8

Nač se chcete tedy v činnosti soustředit do konce tohoto roku především?
Poslám Společnosti je šířit myšlenky kvality a řízení kvality. Z tohoto důvodu je Společnost opět organizátorem řady odborných akcí každoročně pořádaných v rámci akce Listopad - Měsíc kvality. Akce pořádáme vždy nejen v Praze, kde se koná tradiční Mezinárodní konference kvality, ale ve spolupráci s našimi pobočkami také množství akcí v regionech. Společnost je také spolupořadatelem slavnostního večera, na kterém budou na Pražském hradě předávána ocenění programu Národní cena ČR pro jakost a ocenění Manažer kvality roku 2007. Další aktivitou, na kterou se momentálně zaměřujeme a kterou naši zákazníci určitě zaregistrují, jsou nové webové stránky České společnosti pro jakost. Stránky budou spuštěny v nejbližší době a jsou koncipovány více klientsky. Jejich hlavní rozlišení je na strán-

ky pro členskou základu Společnosti a na stránky věnované našim službám a produktům. Doufám, že tato změna bude změnou k lepšímu. Dále si dovoluji čtenáře upozornit, že právě v rámci těchto nových stránek bude spuštěna také elektronická verze časopisu Perspektivy jakosti vydávaného naší Společností. A vzhledem k tomu, že Perspektivy jakosti byly ve výzkumu projektu Národní politiky podpory jakosti označeny jako jeden z nejvýznamnějších zdrojů informací a aktualit z oblasti kvality, předpokládám, že tento koncept uvítají všichni záměci o tyto informace.

Určitě také přemýšlíte, jak obohatíte program společnosti v roce 2008. Dá se již něco prozradit?
Některé aktivity jsou již připravovány, mám na mysli především konferenci vítězů Evropské a Národní ceny za kvalitu, jejímž pořadatelem je ČSJ. Ročník 2008 se uskuteční 12. února v TOP Hotelu Praha a dovoluji si vaše čtenáře co nejr-

musí vyhrát v konkurenčním boji. Vzhledem ke komplexnosti projektů, ale i k politickým důvodům, se projekty vesměs zadávají mezinárodním konsorciím. Zmíněný úspěch malé české firmy potvrzuje, že se český průmysl dokáže nejen prosadit z technického hlediska, ale i získat důvěru nezbytných zahraničních partnerů. V tomto případě budeme vyvíjet systém automatizované extrakce praktických informací ze satelitních snímků. Naší úlohou je hlavně dodat expertízu ve využívání technologie GRID pro zefektivnění a urychlení časově a počítačově velmi náročných výpočtů. Mimo tohoto technického projektu byla naše mezinárodní aktivita oceněna také tím, že jsme jako člen mezinárodního vesmírného konsorcia SME4space získali smlouvu od ESA na studii potřeb MSP k úspěšné účasti v ESA.

dečněji pozvat. Již nyní mohu prozradit, že je připravován zajímavý program, nejen prezentační ve významu představení vybraných vítězů ocenění, ale také program odborný, který bude zaměřen zejména na jednotlivé modely evropských cen. Dále plánujeme zvýšit osvětovou činnost a více šířit myšlenky, zkušenosti a dobrou praxi z oblasti kvality v regionech, a to nejen za využití prostředků z EU. Jedna z našich dalších významných - aktivit bude představena na listopadové konferenci, o které jsem již hovořila - doporučuji proto se konference zúčastnit.

Nebylo by od věci některé aktivity více medializovat? Informací o tom, co děláte, koho potřebujete oslovit a co byste rádi sdělili odborné veřejnosti, je jistě ve vašich týmech dostatek...
Určitě je řada věcí, které se dají zlepšovat, to si asi uvědomujeme všichni. V ČSJ v oblasti medializace jistá zlepšení plánujeme, ostatně to již v odpovědi na jednu z otázek naznačil prezident Společnosti Milan Trčka. Hovořila jsem již o připravovaných webových stránkách, které se mají stát centrem informací o kvalitě, čtvrtletně vydáváme časopis Perspektivy jakosti, je připravována jeho elektronická verze, spolupracujeme s médii při významných událostech. Zde si ale neodpustím trochu kritiku do vašich řad - k médiím obecně. Domnívám, že neméně důležitá role v této oblasti spočívá právě na médiích - zájem médií o oblast kvality, o aktuální informace nebo o informace o významných událostech rozhodně nelze označit jako aktivní.

Chystá se Listopad - Měsíc kvality. Co nového přinese?
Již jsem uvedla, že Česká společnost pro jakost v rámci Listopadu - Měsíce kvality organizuje řadu odborných akcí. Nejvýznamnější je samozřejmě každoroční Mezinárodní konference kvality. A co bude nového? Letošní konference zcela určitě nese jiné motto než předchozí ročníky - letošní celoevropské motto stanovené Evropskou organizací pro kvalitu je "Inovace a péče o kvalitu". A právě v tomto duchu je připravena konference. První část

"Již jsme opět vyzýváni k účasti na dalším kompetitivním tendru ESA v oblasti dálkového průzkumu země. Toto dokazuje, jak rychle je možné si vybudovat reputaci v novém oboru, o kterém jsme před 2 lety nic nevěděli. Kvalita "českých hlaviček" a tvrdá práce dokáže rychle vykompenzovat zatím u nás prakticky neexistující průmyslové zkušenosti ve vesmírných oborech. Vyzýváme tedy český průmysl, aby se neostýchal a přidal se do party. Dobrý počáteční zdroj praktických informací je Česká vesmírná aliance www.czechspace.eu." dodal Petr Bareš. Iguassu Software Systems tímto rozbíhá již 4. projekt v rámci možností otevřených zapojením České republiky do přechodného ESA programu PECS.

Více informací: <http://www.iguassu.eu/?section=10&Lang=cz> (tz)

bude věnována inovacím a přinese informace o novinkách v této oblasti a o možnostech čerpání na inovační projekty či programy z evropských fondů. Druhá část věnovaná péči o kvalitu bude zaměřena na kvalitu certifikovaných systémů managementu kvality a věnována kvalitě certifikačních orgánů. Dále se uskuteční sekce na aktuální témata. Opět bych si dovolila vaše čtenáře na konferenci pozvat, začínáme 6. listopadu! Další novinkou - letos výjimečnou - je místo konání konference; 51. Kongres EOQ ovlivnil stejně jako celou Společnost také koncept konference. Ta letošní tedy proběhne tradičním způsobem pouze první den, to znamená, že pouze první den konference se bude konat v Praze v Národním domě na Vinohradech. Další dva dny bude konference pokračovat ve sportovním centru v Nymburku.

Co vás osobně přivedlo k tomu, abyste se začala zabývat záležitostmi kolem kvality? Je to pro vás výzva, je to koníček, zdá se vám, že jste dostala zajímavý prostor, jak pro kvalitu práce, vztahů, atd. udělat více a jinak?
S problematikou řízení kvality jsem se setkala již po absolvování vysoké školy, kdy jsem nastoupila na Ministerstvo vnitra ČR, do odboru, který se přímo zabýval kvalitou a modernizací veřejné správy. Zde jsem pochopila význam a důležitost kvality nejen pro úřady, ale pro jakoukoliv organizaci, pro její vnitřní řízení a fungování. Poté jsem na Úřadu vlády řídila již několik projektů a aktivit, u nichž byla implementace metod kvality cílem. Takže sama vidíte, že kvalita mne provází po celou dobu profesního života. Výzvou pro mne bylo přihlásit se do výběrového řízení na pozici výkonného ředitele Společnosti, která nejen v České republice představuje nositele kvality jako takové. Od té doby se mé výzvy ztotožňují s výzvami Společnosti. Na tento post jsem nastupovala v listopadu loňského roku a výzvou se stalo úspěšné dokončení certifikace celé Společnosti, další výzvou se stalo pořádání v ČR výjimečného Kongresu EOQ. Musím ale také s určitou nadsázkou přiznat, že někdy je pro mne výzvou po náročném předchozím dni ráno vstát.



Je mnoho otazníků, k nimž hledáme tečku i pomocí sázek

pokračování ze strany 1
Výhra také bude vyplacena jednotlivci, který si se sázenkou pro ni přijde. To je jednoduché pravidlo, které se nedá obejít. To, jak bude s penězi naloženo poté, až přijde výhra, to už musí ve firmě řešit sami. Stejně tak jako kdo vsadí a kdo výhru vybere. A co s penězi? Mohou jít na charitativní účely, může se za ně uspořádat večeře pro management či obchodní přátele, může za ni jet někdo na dovolenou - těmito otázkami jsme se tak dalece nezabývali, neboť se bezprostředně naší činnosti netýkají. Možná by to stálo za širší právní a daňový-účetnický výklad. Jedno je zatím jisté - neslyšel jsem, že by nějaký finanční úřad uznal sázenku jako daňově uznatelný náklad.

Hodně se v poslední době v souvislosti s podnikáním hovoří o etice. V sázkovém oboru často s vykičnickem. Co vy na to?
Jistě, kultivace podnikatelského prostředí je třeba. U výrobců počítačů stejně jako třeba u pekařů, soudců i v loterijním průmyslu. Musím však zdůraznit, že Tipsport se snaží být morální firmou, dohody a závazky plníme. A to nejen směrem k obchodním partnerům, ale i sázkařům - k jejich jistotě přispívá navíc fakt, že každý

provozovatel tohoto druhu loterie je povinen složit před udělením licence na zvláštní účet jistinu ve výši 10 milionů korun. Tato částka slouží kromě jiného jako garance výplat výher sázejícím. I to zvyšuje důvěryhodnost našeho působení na trhu.

Máte vlastní etický kodex? Mnoho firem ho přijalo, řada jich takový dokument připravuje.
Kodex zatím nemáme, ale chystáme se přijmout ten, který bude v brzké době vytvořen pro novou asociaci, jejímž je Tipsport zakládajícím členem. Toto profesní uskupení se jmenuje Asociace provozovatelů kurzových sázek a jedna z priorit kromě systémového obhajování podnikatelských práv a spolupráce s legislativci bude právě zmíněný kodex. Měl by povýšit principy našeho podnikání a samozřejmě upozornit na to, že stejně jako výroba osobních automobilů nebo šití oděvů je i podnikání našeho směru seriózní a korektní.

Stále rozšiřujete portfolio možností, nač vsadit. Ale ono to není zrovna jednoduché, a existuje zde řada omezení.
To máte pravdu. Před rokem jsme vyšli s unikátním projektem takzvaných individuálních

sázek a tuto možnost nabízíme jako jediná sázková kancelář u nás. Jde o to, že k nám můžete přijít a navrhnout, že byste si vsadila na to, zda zítra bude v Berouně bouřka, nebo že za rok 2007 stoupne export českých firem o 10 % v porovnání s rokem 2006... Naši specialisté,



tzv. bookmakeři, námět projednají, musí to být reálná sázka, musí být vsazeno na to, co člověk nemůže ovlivnit, a musí to splňovat několik dalších aspektů. Když váš návrh splní všechna kritéria, jdeme do toho. Poslední takovou atraktivní individuální sázkou byla sázka jednoho studenta marketingové komunikace, že film Vratné lahve překoná v kinech dosavadní divácký rekord Svěrákových filmů, který drží Kolja s počtem 1 346 669 diváků. Rekordního čísla musí dosáhnout do 30. září 2007, jinak bude jeho tip prohrávající. Vsadil 5000 Kč v kursu 3:1, takže mu jde teď o patnáct tisíc.

Nač "sázíte" jako Tipsport, pokud jde o rozvoj odvětví?
To je celkem těžká otázka. Náš byznys hodně ovlivňují zákonodárci, tak snad budou jednat stejně korektně jako se my pohybujeme na poli podnikání. V lobování za rozvoj podnikatelského prostředí pomůže naše nová asociace. Věřím také, že tahy konkurence posílí a budou inspirovat ty ostatní. Z čehož plyne, že náš klient, ať je jím firemní řidič, živnostník, žena v domácnosti nebo generální ředitel velké společnosti, z toho bude mít výhody, které si určitě zaslouží.

za rozhovor na téma, které v Prosperitě není tak časté, poděkovala Eva Brixí

Sektorové rady: aby se ve školách učilo to, co průmysl potřebuje

Sektorové rady ano, či ne? Chceme-li si odpovědět na tuto otázku, musíme nejprve vyhodnotit v minulosti nastavené systémy spolupráce sociálních partnerů s vzdělávacími institucemi a určit, zda je nutné "inovovat", či ne. Postupně se dostaneme k vysvětlení samotného pojmu sektorová rada...

1. Česká republika nemá duální systém, který přímo svou podstatou předurčuje spolupráci mezi vzdělávacími institucemi a zaměstnavateli. V duálním systému vzdělávání je vše založeno na tom, že zaměstnavatelé chtějí absolventy určitých profesí a vzdělávací zařízení je jejich dodavatelem - často přímo napojeným na určitou firmu. Za odborné vzdělávání je pak zodpovědný subjekt sdružující zaměstnavatele, často Hospodářská komora.
2. Po roce 1989 se v České republice přerušilo pouto mezi vzdělávacími institucemi a velkými firmami, které v podstatě měly ve své patronaci odborný výcvik se vším všudy. Po krátké epizodě, kdy byla vzdělávací zařízení podřízena Ministerstvu hospodářství ČR, přešlo celé odborné školství pod Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR. Tak se tedy pomalu, ale jistě začala vzdalovat teorie od praxe. Firmy tato situace nijak zvlášť nezajímala, protože se v té době restrukturalizovaly a nedostatek pracovníků tedy nepočítávaly. Ubíhal čas, osazenstvo podniku stárló, nové obory nevznikaly a některé staré vzdělávací

obory dokonce zanikaly. Názory typu potřebujeme více gymnazistů a lidí s všeobecným vzděláním začaly převládat. Také podniky potřebovaly manažery, právníky, ekonomy a tak se i v podvědomí veřejnosti staly technické profese druhořadými, o učebních oborech ani nemluvě.

Třetí tisíciletí a příliv moderních technologií však otevřelo tento problém v celé šíři. Podnikům začaly chybět některé profese vysokoškolské počínaje a vyučenci konče. Školy tyto profese však neučí, učitelé nejsou vyškolení a nejsou ani učební dokumenty, učebnice a pomůcky.

Proto se začali dovážet odborníci technických profesí, ale také zedníci, svářeči, slévači atd.

Školy v důsledku uvedeného nekonceptního přístupu státní správy dosud produkují profese, které nikdo nepotřebuje, které je pak nutné rekvalifikovat (což stojí další peníze). Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy vyřešilo svůj problém tím, že střední školy převedlo pod kraje, čímž se samozřejmě vůbec nic nevylepšílo.

Mezitím nastává téměř úplná likvidace oborů

ve stavebnictví, textilním a kožedělném průmyslu, hornictví. Tyto obory jsou zcela závislé na zahraničních dělnících.

3. Do hry vstupuje stále více Evropská unie, která potřebuje, aby pracovníci všech členů měli transparentní vzdělání, a tím byli v rámci EU mobilní. Slouží k tomu řada evropských projektů v jako je ECVET (Evropský systém přenosu kreditů ve vzdělávání), EQF (Evropský systém kvalifikací), EURO PASS (Evropský doklad o vzdělání) atd.

A v této chvíli, kdy se i Česká republika účastní těchto projektů na národní úrovni, se začíná připravovat projekt, který by mohl mít zajímavou budoucnost - uvažuje s tzv. sektorovými radami jako s významným pojítkem mezi firmami a vzdělávací sférou.

Zeptáte se, co to sektorová rada vlastně je... Jde o nástroj zaměstnavatelů při prosazování zájmů sektoru v oblasti lidských zdrojů ve vztahu ke státní správě a ke vzdělávacím institucím.

Samostatné sektorové rady vznikají zatím jen v některých odvětvích. Významnou v tomto ohledu je Sektorová rada pro energetiku, která začala pracovat 1. března 2006 a jejímž zřizovatelem byl Český svaz zaměstnavatelů v energetice. Rada je 12členná a sdružuje zástupce nejvýznamnějších organizací z oblasti elektroenergetiky a teplárenství. Svě zastoupení mají i vzdělávací instituce.

Rada se zabývá především definováním potřeb v oblasti lidských zdrojů a konzultuje tyto potřeby se školami.



Zahájením projektu (jde o veřejnou zakázku), který má za cíl vytvořit Národní soustavu povolání, došlo k sjednocení pravidel pro činnost dosud vzniklých sektorových rad a k vytváření rad u dalších sektorů průmyslové činnosti. I Sektorová rada pro energetiku se do projektu zapojila.

Celý projekt je zaštiťován konsorciem, jehož členy jsou Svaz průmyslu a dopravy ČR, Institut svazu průmyslu ČR, Hospodářská komora ČR a sdružení Trexima, spol. s r. o.

Projekt sám má za cíl nastartovat celý systém sektorových rad tak, aby se tyto v budoucnu staly tím, kdo bude zastupovat zaměstnavatelskou sféru a určovat její potřeby v lidských zdrojích.

Na vzdělávací instituce bude tak vytvářen tlak, aby se učilo to, co je potřeba a co naše podniky potřebují. Jsou nastaveny i parametry uznávání úplných a dílčích kvalifikací, uznávání výsledků neformálního vzdělávání.

Celkově lze říci, že sektorové rady jsou šance, možná i poslední, jak vytvořit fungující systém na trhu s pracovními silami a zajistit průmyslu dostatek zaměstnanců s požadovanou profesí.

Ing. Pavel Chejn, předseda Sektorové rady pro energetiku

Varianty budoucího fungování Design Centra ČR

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR v současné době připravuje nový model podpory českého průmyslového designu. Přípravné práce probíhají v diskuzi s odbornou veřejností, které se účastní také zástupci Design Centra České republiky, které jako organizační složka státu podřízená MPO podporu průmyslového designu uskutečňuje.

Z dosavadní debaty o budoucnosti Design Centra České republiky zatím vyplynuly čtyři

varianty právní formy, ve které by v budoucnu mohlo Design Centrum České republiky existovat. Jedná se o zachování stávající právní formy, převedení na příspěvkovou organizaci či obecně prospěšnou společnost nebo o transformaci na akciovou společnost. Podklady pro rozhodnutí ministra průmyslu a obchodu Martina Římana budou připraveny do poloviny srpna tak, aby bylo možné změnu realizovat k 1. lednu 2008.

(tz)

SOLVIT ví jak na byrokracii v EU

V polovině července uplynulo pět let od založení systému SOLVIT, který ve všech státech Evropské unie nabízí bezplatnou pomoc při řešení sporů vyplývajících z nesprávného použití právních předpisů EU pro oblast vnitřního trhu. Síť SOLVIT center, která pomáhají podnikatelům i občanům řešit problémy způsobené nesprávným postupem úřadů členských států EU, pokrývá celou Evropskou unii a Norsko, Lichtenštejnsko a Island. O činnosti českého SOLVIT centra, které vzniklo se vstupem České republiky do EU v květnu 2004, se naši čtenáři dovídali prostřednictvím tiskových informací MPO ČR.

SOLVIT centra jsou součástí státní správy jednotlivých zemí a nabízí řešení problémů v krátké lhůtě deseti týdnů. Své služby poskytuje SOLVIT bezplatně. Od svého vzniku řešilo české SOLVIT centrum, zřízené při MPO, 185 případů, z nichž se podařilo 144 úspěšně uzavřít. Největší počet případů se týká sociálního zabezpečení, přístupu na trh jiného členského státu a uznání kvalifikace.

Vedle toho odpovídají pracovníci SOLVIT centra také na množství dotazů z oblasti práva EU. Síť SOLVIT, založená v roce 2002 Evropskou komisí a členskými státy, se v poměrně krátké době stala fungující alternativou k tradičním způsobům řešení sporů jako je podání žaloby nebo stížnosti Evropské komisi. Stížnost i žaloba jsou časově i finančně velice náročné. V řadě případů se přitom ze strany chybujícího úřadu jedná jen o chybný postup jednoho úředníka nebo o nedorozumění. SOLVIT například pomohl islandskému lékaři s uznáním kvalifikace ve Velké Británii, nizozemskému učiteli se zvýšením platu podle délky jeho praxe v Belgii nebo české společnosti s prodejem jejich potravinářských výrobků na Slovensku.

Pro síť SOLVIT je charakteristický neformální přístup a snaha vyjít maximálně vstříc svým klientům. Účinnost systému SOLVIT jako celku se od jeho založení zvýšila šestinásobně. Zatímco v roce 2002 bylo v celém systému registrováno přibližně 10 nových případů měsíčně, v současnosti je to již 60 případů. Podíl vyřešených případů zůstává konstantní okolo 80 %, průměrný čas potřebný k vyřešení případu poklesl o třetinu ze 79 na 54 dní. Maximální lhůta pro vyřešení případu je přitom pouze deset týdnů. Dvě třetiny případů, které SOLVIT dosud řešil, se týkaly problémů občanů zejména v oblastech sociálního zabezpečení, daní a uznávání profesních kvalifikací. Potíže podnikatelů se týkaly převážně daňových otázek, přístupu na trh výrobků, poskytování služeb a svobody usazování.

SOLVIT centra, která jsou páteří systému, existují ve všech členských státech a jsou koordinována Evropskou komisí. Občané a podnikatelé se mohou se svými stížnostmi obrátit na centrum ve své domovské zemi - to pak jejich problém řeší ve spolupráci s kolegy ze země, kde problém vznikl.

více informací o systému SOLVIT:
web MPO: <http://www.mpo.cz/cz/eu-a-vnitri-trh/solvit/>
web Evropské komise: www.europa.eu/solvit
(tz)

SIMAR a dvě databáze

SIMAR dlouhodobě pečuje o kultivaci oboru výzkumu trhu, a to zejména vypracováváním doporučených kvalitativních standardů a jejich dodržováním členskými agenturami. Jedním z pozitivních kroků v tomto směru bylo vytvoření dvou databází - účastníků skupinových rozhovorů a chybujících tazatelů. Potvrzuje to několikrát využití těchto databází.

Podařilo se dosáhnout stanoveného cíle, totiž omezit a znesnadnit účast tzv. "profesionálních" respondentů, účastnících se realizovaných skupinových rozhovorů v členských agenturách. Takoví respondenti totiž ztrácejí schopnost pravdivě odpovídat, být nezávislími, a proto ohrožují validitu zjištěných výsledků.

Druhá databáze se týká tazatelů, kteří neplní pokyny pro výzkum, nepostupují seriózně při terénních šetřeních a také nekvalitně rekrutují účastníky skupinových rozhovorů. Přitom bývá dost běžné, že jeden tazatel pracuje pro více agenturám nespolečně. Tato databáze umožňuje agenturám nespolečně s někým, kdo se projevil jako nespolehlivý v práci pro jinou agenturu. V červnu schválily členské agentury SIMARu nový doporučený kvalitativní standard, týkající

se této problematiky. Současně odsouhlasily, aby uvedené databáze mohly - za úplatu - využívat i nečlenské agentury. Zájemci se budou muset řídit striktně stanovenými podmínkami, jejich pracovníci budou muset absolvovat příslušná školení. Výsledkem by mělo být další zvýšení kvality v práci agentur výzkumu trhu.

Ing. JUDr. Stanislav Zahradníček, výkonný ředitel SIMARu

Nový web SOS

V polovině července skončil projekt financovaný z programu Evropské unie Transition facility zaměřený na posílení spotřebitelských periodik. V rámci projektu byla připravena nová podoba webu SOS a časopisu vydávaného SOS, dříve pod názvem Štít spotřebitele.

Webové stránky jsou důležitou součástí komunikace SOS s veřejností. Web SOS celkově navštívilo již přes jeden a půl milionu návštěvníků. Denně lze na něm najít množství aktuálních informací a novinky, databázi zkušeností a rad pro spotřebitele. V rámci projektu prošly webové stránky restrukturalizací, která přinese lepší orientaci, přehlednější vyhledávání i vylepšenou grafickou úpravu.

(tz)

ZPROSTŘEDKOVÁNÍ INZERCE

Hledáme spolupracovníky na zprostředkování inzerce

Časopis Prosperita, vydavatel RIX, s.r.o. hledá schopné spolupracovníky na zprostředkování inzerce. Jedná se o soustavnou spolupráci na ZL, přičemž zprostředkovatel může spolupracovat s více vydavateli. Právní vztah bude založen na Smlouvě o zprostředkování. Časopis Prosperita je 9 let vycházející měsíčník zaměřený na podnikání, odborné informace (automobilový průmysl, bankovníctví, informační technologie, strojírenství atd.) a komunikaci s profesními organizacemi.

Více na www.prosperita.info

U NÁS PRACOVAT	POŽADAVKY
• provizi ze zprostředkované inzerce • speciální odměny při dosažení velkého objemu zprostředkované inzerce • ochotu flexibilně komunikovat • liberální smlouvu	• profesionální vystupování • důvěryhodnost • kontakty na firmy, s nimiž trvale komunikujete (a rozšiřování tohoto portfolia) • vlastní zázemí (telefon, fax, počítač)

Neváhejte nás kdykoli kontaktovat na telefonu **806 813 689** nebo e-mailu market@prosperita.info

RIX, s.r.o.
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
www.prosperita.info

PŘIHLÁSIT

Význam nepřímých daní ve světě roste

Státní rozpočty stále více spoléhají na příjmy z nepřímých daní jako jsou daň z přidané hodnoty (Value Added Tax, VAT) nebo daň ze zboží a služeb (Goods and Services Tax, GST). Vlády naopak již několik let snižují zatížení firem v oblasti daně z příjmu. Země se tím totiž stávají atraktivnější pro zahraniční investory. Vyplývá to z pravidelného výzkumu KPMG International, který každoročně probíhá po celém světě již od roku 1993.

Počátkem devadesátých let minulého století se sazby daně z příjmů právnických osob pohybovaly v průměru okolo 38 %. Od té doby však nastal trvalý a dlouhodobý pokles, a tak se v roce 2007 průměrné sazby ocitly na necelých 27 %. Nejvýraznější pokles zaznamenaly země Evropské unie, kde firmy odvádějí 24,2 % svých příjmů. Nejpomaleji naopak klesají sazby v Asii a Tichomoří. Výrazně méně odvádějí také české firmy. Zatímco v roce 1995 to bylo 41 %, dnes se jim zisk vlivem přímých daní snižuje o 24 %.

Vlády spoléhají na DPH

Místo daní z příjmu se do popředí zájmu dostávají nepřímé daně. Zatímco sazby daní z příjmu

právnických osob klesly za posledních šest let o více jak deset procentních bodů, sazby nepřímých daní zůstávají víceméně stabilní. Vlády jsou tak na nepřímých daních více závislé. V celkových příjmech státní kasy tvoří ve státech OECD téměř třetinu (32,1 %). V některých zemích jako například Turecko nebo Mexiko představují dokonce celou polovinu státních příjmů. V České republice je DPH na úrovni 19 %, více má například Francie, Rakousko, Slovinsko, Finsko nebo Polsko. Nejmenší sazbu uvalily vlády latinskoamerické Aruby (3 %), Panamy či Japonska (5 %). Ačkoliv země Evropské unie masivně snižují sazby daní z příjmu právnických osob, daňová zátěž v podobě DPH nebo daně ze zboží a služeb patří mezi nejvyšší na světě. V průměru se jejich

sazba pohybuje v EU na 19,5 %, v zemích OECD na 17,7 %, v Latinské Americe na 14,2 a v Asii na 10,8 %. Celosvětovými šampiony je pak trojice severovýchodních zemí, Dánsko, Švédsko a Norsko, u nichž sazby nepřímých daní překročily hranici 25 %.

"V rámci výzkumu jsme narazili také na otázku, proč se vlády nespolehnou na nepřímé daně ještě více. Jedním z důvodů může být to, že pro politiky je obtížné vysvětlit zvyšování nepřímých daní veřejnosti. Každý, kdo chodí nakupovat, si hned spojí zvýšení sazby DPH s růstem cen zboží. Naproti tomu souvislost mezi snížením sazby daně z příjmu právnických osob, díky kterému přijde do země víc zahraničních investorů, kteří pak posílí infrastrukturu a zvednou zaměstnanost, není na první pohled všem patrná," uvedl Jan Žurek, partner společnosti KPMG Česká republika.

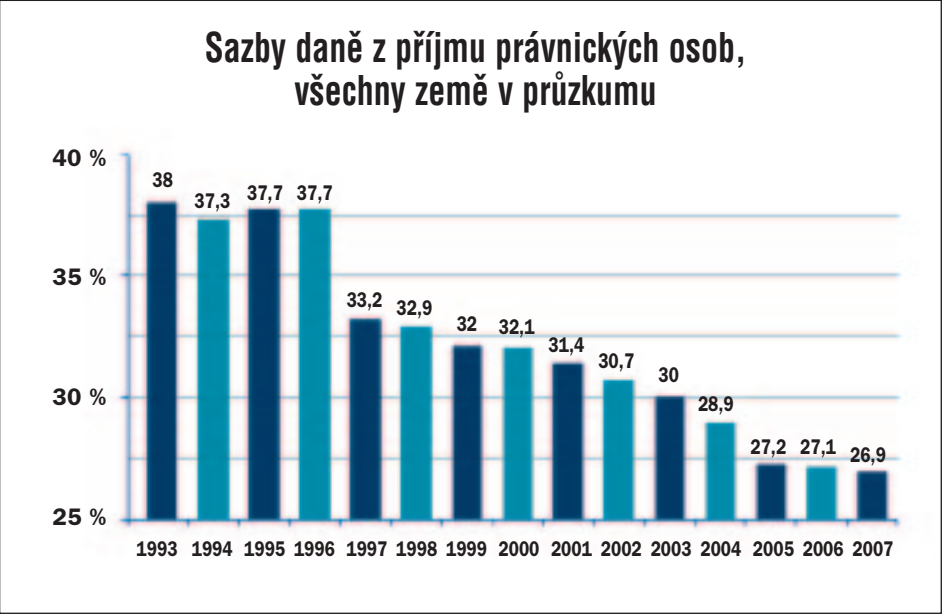
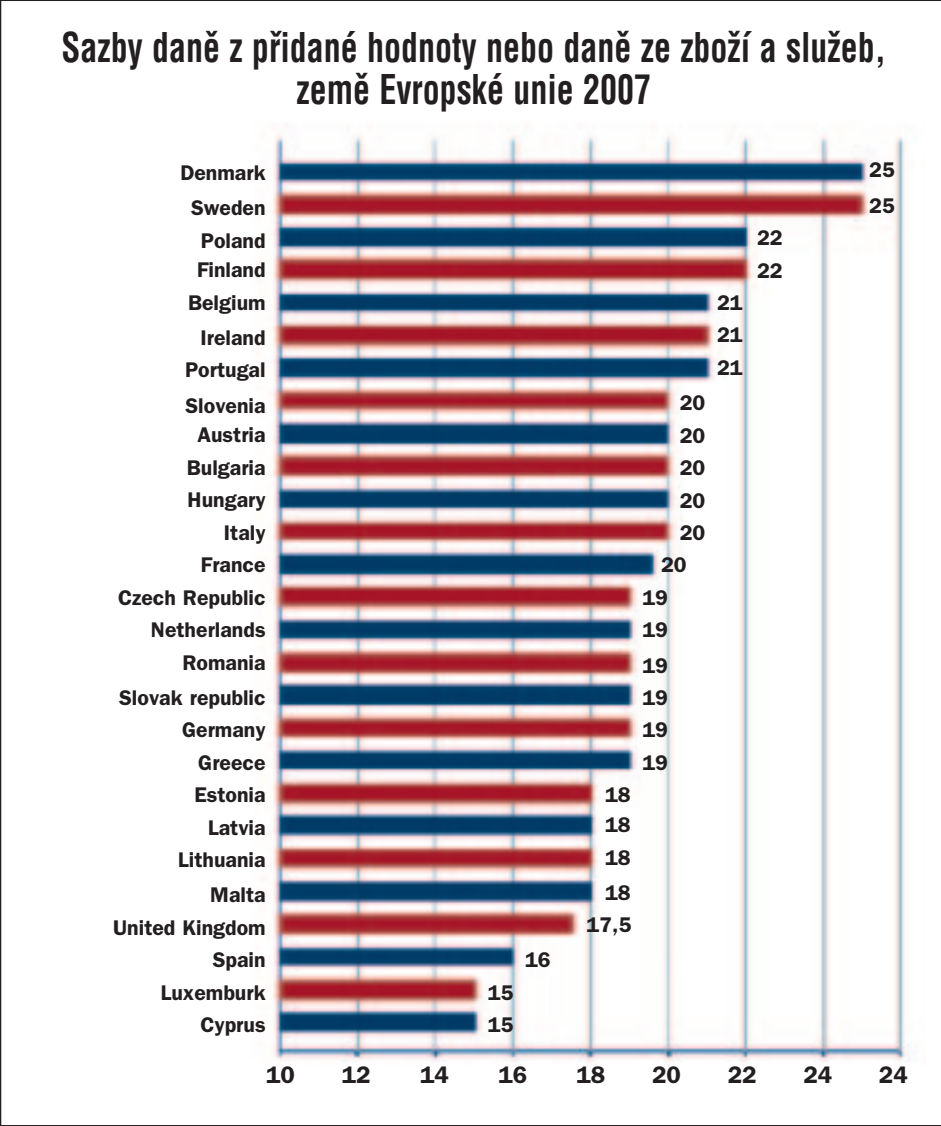
Výhodou, kterou orientace na nepřímé daně vládám přináší, je také rozložení daňových příjmů v průběhu roku oproti jednorázovému placení velkých částek. Zároveň je však potřeba, aby firmy, jež nepřímé daně platí, měly kvalitní účetní systém, který poskytne přesné informace o transakcích a daních s nimi spojených.

mi. S tím, jak roste závislost vlád na nepřímých daních, se budou zpřísňovat i požadavky na poskytování informací a bezpečnost daňových systémů firem ze strany státních daňových orgánů.

Pokles daní nepřestane

Letošní průzkum KPMG International jasně ukázal, že sazba daně z příjmu právnických osob po celém světě klesá i nadále. Z 92 zemí, které se zapojily do výzkumu, jich letos 18 snížilo sazby daně z příjmu právnických osob. Významné snižování proběhlo v Turecku (z 30 na 20 %) a také v Evropské unii, kde sazba poklesla v sedmi zemích. Z členských států EU má nejvyšší sazbu Německo (40 %), nejnižší Kypr a Bulharsko (10 %). Nízký průměr udržuje EU zejména díky státům, které do ní vstoupily v letech 2004 a 2007. Žebříčku těchto 12 zemí vévodí Bulharsko, Česká republika (24 %) je společně s Maltou (35 %) na opačném konci.

Již dnes je jasné, že sazby daně z příjmů firem budou klesat i v příštím roce. Snižování plánuje Velká Británie, Španělsko, Německo a pravděpodobně také Česká republika. (tz)



Rady, které uvítáte!

Služby spojené s užíváním bytu

TERMÍN: 24. 9. 2007

CÍL: Podat přehled podmínek korektního stanovení úhrad za nejvýznamnější služby poskytované s užíváním bytu. Přinést orientaci v právním rámci předmětné oblasti. Seznámit se zkušenostmi s praktickými aplikacemi, které ministerstvo pro místní rozvoj, ministerstvo průmyslu a obchodu a Státní energetická inspekce má k dispozici prostřednictvím zpětné vazby s uživateli. Vybavit absolventy školení technickými, technologickými a ekonomickými poznatky, potřebnými k překonání úskalí při uplatňování různých pravidel stanovení úhrad v praxi. Posoudit správnost způsobu výpočtu úhrad za služby.

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jiří Skuhra , CSc. (MMR ČR - odbor bytové politiky)

CENA: 1790 Kč

Právní úprava nájmu bytu a nájemného z bytu, nájem nebytových prostor

TERMÍN: 26. 9. 2007

CÍL: Seznámit odbornou veřejnost se základními principy platné právní úpravy, upozornit na nejčastější nedostatky v praxi a způsoby jejich řešení, informovat o zásadních judikátech. Již od 1. července 2007 je účinné sdělení Ministerstva pro místní rozvoj s údaji pro jednostranné zvýšení nájemného z bytu na rok 2008!

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Josef Darebný (MMR ČR - odbor bytové politiky, spoluautor zákona)

CENA: 1890 Kč

Mezinárodní přeprava a zasilatelství

TERMÍN: 24.-25. 9. 2007

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Ing. Radek Novák, CSc., Ing. Lubomír Zelený, CSc.

PROGRAM:

24. 9. 2007 - Problematika přepravy a zasilatelství

25. 9. 2007 - Problematika mezinárodní kamionové dopravy a zpoplatnění silniční infrastruktury

CENA: 3390 Kč (zvýhodněná cena při účasti na obou seminářích)

Nenechte si ujít a запиšte si do diáře!

Celostátní konference "Nový zákon o úpadku jako jeden z nástrojů ke zkvalitnění podnikatelského prostředí v ČR"

TERMÍN: 22.-23. 10. 2007

Odborná veřejnost se na této konferenci seznámí s novou právní úpravou postavení insolvenčních správců, soudů a insolvenčních věřitelů po přijetí nového zákona o úpadku a způsobech jeho řešení.

PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Petr Budín, Ing. Erich Deutsch, Mgr. Markéta Hálová, Ph.D., JUDr. Bohumil Havel, Ph.D. JUDr. Pavel Janout, Mgr. Jan Kozák, JUDr. Jolana Maršíková, Ing. Aleš Michl, Mgr. Ivana Mlejnková, JUDr. Tomáš Richter, LL.M., Ph.D., Bc. Petr Taranda, JUDr. Jarmila Veselá, Ing. Miroslav Zámečník

CENA: 5990 Kč

Podrobný program, místa konání a celou vzdělávací nabídku na II. pololetí roku 2007 naleznete na www.vox.cz, informační linka 226 539 670-1.

Česká manažerská asociace a Svaz průmyslu a dopravy ČR

vás srdečně zvou na 3. celostátní konferenci pod názvem

BUDOVÁNÍ FIREMNÍ KULTURY VE ZNALOSTNÍ ORGANIZACI

která se uskuteční dne 13. září 2007 od 9:00 do 15:00 hodin
v Hotelu Olympik Praha, ul. Sokolovská 138, 186 00 Praha 8

Zatímco optimalizaci výkonu všech činností organizace a jejich správné strategické orientaci věnuje vedení jakékoliv organizace mimořádnou pozornost, ovlivňování stavu firemní kultury často nepatří mezi priority jejích manažerů. Důvodem této situace je mj. i to, že firemní kultura je těžko definovatelný fenomén, který specifikuje kvalitu sociálního klimatu uvnitř organizace. Na konferenci proto budou představeny metodické přístupy a praktické zkušenosti z toho jak tento fenomén, který oslovuje spíše pocity než racionální úvahy jedince, vhodně ovlivnit a efektivně využít k dalšímu rozvoji organizace.

Zemní plyn pro naši dopravu

Vozidla na zemní plyn jsou bezpečnější než vozidla používající benzin, naftu nebo LPG. Tento fakt vyplývá z fyzikálních vlastností zemního plynu i ze zkušeností z dlouhodobého provozu. Zemní plyn je, proti kapalným palivům (benzinu, naftě, LPG), lehčí než vzduch, jeho zápalná teplota je oproti benzinu dvojnásobná a silnostěnné plynové tlakové nádoby, vyráběné z oceli, hliníku nebo kompozitních materiálů, jsou bezpečnější než tenkostěnné nádrže na kapalné pohonné hmoty. Tlakové nádoby procházejí řadou zkoušek mnohem přísnějších oproti zkouškám nádrží kapalných paliv. Zkouší se odolnost proti nárazu, požáru, zvýšení tlaku. Ve vozidle jsou tlakové nádoby navíc vybaveny bezpečnostními pojistkami (průtokové, přetlakové). Ani v praktickém provozu, při havárii plynových vozidel, resp. prováděných crash testech, kdy byl automobil totálně zničen, nebo po požáru garáže plynových autobusů, nedošlo k významnějšímu poškození plynových nádob.

Co brání, blokuje rychlejší zavádění autobusů na zemní plyn v českých městech?

Čekalo se na rozhodnutí státní správy, zda vytvoří nezbytné podmínky, které rozvoj užití zemního plynu v dopravě umožní. Usnesení vlády č. 563 ze dne 11. května 2006 už konkrétně hovoří o doporučení hejtmánům a primátorům měst s městskou hromadnou dopravou zavést krajské a městské příspěvky na pořízení autobusů na plynový pohon pro městskou dopravu a veřejnou linkovou dopravu. EU doporučuje nahradit alternativními palivy do roku 2020 cca 20 % klasických ropných produktů v silniční dopravě a zemní plyn CNG by měl tvořit celou polovinu z veškerých alternativních paliv! Celkem už bylo dosud ve více než 50 zemích světa prodáno 5,5 milionu CNG vozidel. CNG autobus dnes může být pro provozovatele levnější až o 3,3 milionu Kč. Stát poskytuje dotaci 800 tisíc Kč na jeden CNG autobus, 200 tisíc Kč přispívají plynárenské společnosti, a navíc je možno využít dotace 2,3 milionu Kč na nízkopodlažní verzi. Dopravní podnik města Brna porovnal spotřebu autobusů poháněných zemním plynem a naftou a celková spočítaná úspora nákladů pro jednu vozovnu v Brně za 12 let by činila až 170 milionů Kč. A to vycházel z platné spotřební daně na CNG, pokud vezmeme v úvahu

současnou nulovou daň, skutečné úspory by byly ještě o 20 % vyšší. Na základě těchto skutečností Brněnská radnice začala vážně uvažovat o širším využívání vozů na stlačený zemní plyn. Praha se vyjádřila, že se v hromadné dopravě bude orientovat na vozidla splňující normu Euro IV. a V., a ty obě již dnes bohatě splňují právě CNG vozidla. CNG je dnes nadějí mnoha měst o obcí, která jsou v současné době plná zplodin z výfuků benzinových a dieselových motorů. Autobusy CNG mají mnoho dalších výhod: jejich dlouhou životnost zaručují tuhé nerezové konstrukce s garancí 12 roků, výborné jízdní vlastnosti a provozní komfort, který se projevuje např. vynikajícím tahem autobusu do kopců a zrychlením vozu, které je důležité zejména pro rychlé zařazení vozidla do proudu vozidel, a především již zmíněné velmi nízké provozní náklady. V neposlední řadě je nutno zmínit nižší hluchost, která také přispívá ke komfortu cestujících.

Málo stanic CNG, ale přibude jich

Tou největší překážkou je zatím řídká síť plicních stanic CNG. V České republice bude do konce letošního roku v provozu 20 plicních stanic CNG a během 12 let se očekává zvýšení jejich počtu až na 400. Stovku z nich se zavázaly za určitých pod

mínek vybudovat plynárenské společnosti a investovat do nich 1 miliardu korun. Plníme závazky vyplývající z uzavřené Dobrovolné dohody se státem a nyní už pět plicních stanic jsme vybudovali v krajských a okresních městech a další stanice hodláme budovat na stávajících čerpacích stanicích pohonných hmot. Jednáme s majiteli a provozovateli těchto stanic (Shell, Benzina, OMV a další), na kterých bychom chtěli umístit výdejní plicní stojan, resp. kompresní stanici, která bude sloužit pro plnění vozidel stlačeným zemním plynem. Tyto stanice máme vytýpovány i na hlavních tazích - na silnicích 1. třídy a na dálnicích tak, aby mohla být zajištěna průjezdnost vozidel na stlačený zemní plyn přes území České republiky od jihu na sever a od východu na západ. Samozřejmě tato cesta vede ke snížení investičních nákladů na plicní stanici, a to z důvodu využití stávající infrastruktury, kdy využijeme vozovky, sociální zařízení, obchod, myčku, eventuálně elektro přípojku atd. Je zapotřebí samozřejmě přivést plyn na stanici, postavit kompresní stanici, eventuálně elektro přípojku zesílit, poněvadž náročnost na přiváděč elektrického proudu je podstatně vyšší než u klasické benzinové stanice. Podotýkám, že čerpacích stanic je v České republice něco kolem 5 tisíc, některé jsou závodové, těch veřejných je něco kolem 3 tisíc. My samozřejmě z hlediska dostupnosti plynu - tzn. minimalizace nákladů na plynovodní přípojku - hledáme místa tak, abychom pokryli Českou republiku, a zajistili tak příslušný akční radius CNG vozidel. Počítáme i s tím, že budeme budovat společné stanice na CNG a klasické pohonné hmoty, které budou vznikat ještě nově při rozšiřování dálniční sítě!

Životní prostředí, CO₂ v Evropě

Vezměte si, že v Pekingu je dnes registrováno každý týden 5 tisíc nových vozů a podle studie Mezinárodního měnového fondu se v Číně do roku 2030 zvýší počet aut ze současných 2 mil. na neuvěřitelných 390 mil. vozů. U nás jezdí na zemní plyn jen asi 640 vozidel, nicméně meziroční nárůst byl téměř 25 %. V současné době se snažíme dosáhnout přijetí a vytvoření základních podmínek umožňujících nastartování rozvoje užití zemního plynu, v této oblasti tedy využívání vysoce ekologické pohonné hmoty a reálné alternativy ke klasickým kapalným palivům. Plynárenské společnosti jsou



připraveny investovat cca 1 mld. Kč do výstavby 100 plicních stanic na stlačený zemní plyn (CNG). Podobně jsou připraveni investovat do této oblasti i výrobci vozidel a navazujících technologií. K řešení problémů ochrany životního prostředí před znečišťováním pocházejícím z dopravy přistoupila řada států Evropy i světa. V ČR je doprava spolu s domácnostmi největšími znečišťovateli ovzduší. Podle zprávy IEA z roku 2005 na jednotku HDP máme mezi 26 členskými zeměmi IEA nejvyšší znečištění CO₂.

Snad se k tomuto významnému trendu připojí v budoucnu i ČR. V Evropské unii má doprava podíl 26 % na spotřebě veškerých energií a přispívá 24 % z celkového objemu emisí CO₂. Ochrana přírody a ekologická rovnováha jsou vážná témata a způsobují problémy, které bychom neměli brát na lehkou váhu. "

Jaroslav Tománek
Senior Manager
Česká plynárenská unie

Češi mohou využívat nové navigační turistické mapy

Zajímavým produktem jsou nové verze navigačních turistických map Topo Czech určené pro GPS navigace značky Garmin. "Pro tvorbu této mapy jsme využili nejnovějších technologií americké společnosti Garmin. Po čtyřech letech vzájemné spolupráce se nám podařilo amerického partnera přesvědčit o výjimečnosti značení turistických tras u nás a poprvé v historii je navigační mapa zhotovena s barevným značením odpovídajícím barvám značek v terénu. Navíc je doplněna o nový digitální model terénu s vrstevnicemi, který dodává mapě v počítači plastický vzhled," uvedl Ivo Steiner, obchodní a marketingový manažer společnosti Picodas Praha, s. r. o. **(tz)**

Evropská komise schválila propagaci bioproduktů

Evropská komise 10. července schválila tříletý program "Propagace ekologického zemědělství a jeho produktů", který v únoru 2007 předložil Státní zemědělský intervenční fond (SZIF). Cílem programu je propagace ekologického zemědělství a biopotravin v České republice. Propagační aktivity budou zahrnovat reklamu v tisku, billboardy, www stránky, infocentrum, soutěže, roadshow po obchodních centrech spojenou s ochutnávkami, letáky atd. Rozpočet tohoto tříletého programu činí 866 tis. Eur (tedy zhruba 25 mil. Kč bez DPH). Polovinu z nákladů uhradí Evropská komise a polovinu SZIF.

Program Státního zemědělského intervenčního fondu byl jedním z 23 schválených z celkem 56 navrhovaných. "Jsem rád, že se v Bruselu podařilo usilovnou prací a jednáním nad přípomínkami Evropské komise tento projekt prosadit a bioprodukty tak budou zase více vidět", řekl ředitel SZIF, Ing. Tomáš Révész. **(tz)**

Textilní průmyslové utěrky MEWA představují ekologické řešení s kompletním servisem

Pokud v podniku vznikají jako odpad pevné látky znečištěné tuky nebo oleji, musí podnikatelé nebo odpovědní vedoucí pracovníci prokazovat jejich řádnou likvidaci co do druhu, množství i zbytků na místě.

I když se ochrana životního prostředí stala ve většině podniků samozřejmostí, zůstávají tyto povinnosti nákladovým a časovým faktorem. Proč tedy, pokud to jde, nepředat část odpovědnosti někomu jinému? Přinejmenším tam, kde se jedná o čištění strojů při ofsetovém tisku, hlubotisku nebo flexotisku, případně o praní pogumovaných textilíí používaných v ofsetovém tisku, mohou vedoucí techničtí pracovníci, ředitelé i majitelé tiskáren ušetřit hodně času.

Šetření časem s čistícími utěrkami v kompletním servisu

Utěrky na čištění strojů, které nabízí společnost MEWA v plném servisu, nejsou ani i při úplném nasáknutí barvou nebo olejem považovány za odpad ve smyslu zákonů upravujících zpracování odpadů v uzavřeném cyklu. Proto si nemusí zákazník dělat starosti s prokazováním jejich likvidace a následného využití.

Znečištěné utěrky odvezou servisní řidiči společnosti a MEWA tým přebírá veškerou odpovědnost přepravce, například za jejich označení jako nebezpečný náklad. Následně se všechny odpadové látky z praní utěrek

v závodech MEWA využívají na výrobu energie nebo se ekologicky upravují.

Savost 250 %

Čistící utěrka na více použití umí víc než jen chránit životní prostředí. Textilní utěrky MEWA pojmomu přibližně dvaapůlkrát víc olejovitých tekutin, než samy váží - za několik sekund a bez následného odkapávání. Jsou přítom odolné proti roztržení či oděru a zvládají i ty nejděsnější provozní podmínky bez toho, aby příliš ztrácely na formě.

Kompletní servis MEWA

Společnost MEWA pokrývá v současné době ze

svých 35 závodů celou Evropu. Nabízí pracovní a ochranné oblečení, textilní čistící utěrky, sací rohože, textilie pro gastronomii a zdravotnictví v kompletním servisu, stejně jako ochranné pracovní a technické pomůcky. Zboží si zákazníci mohou objednat buď na základě katalogu, nebo online. Společnost MEWA je vlastníkem certifikátu podle celoevropsky platné normy kvality DIN EN ISO 9001 a 14001. **(tz)**

Nízkoenergetické bydlení v ČR bude mít vlastní televizi

Jednu z nejprogresivnějších developerských společností zabývajících se nízkooenergetickým bydlením GIP Group získala do svého klientského portfolia agentura Genius Idea, která se bude starat o kompletní komunikační strategii firmy.

GIP Group chce na našem trhu vybudovat pozici silné a stabilní značky v oblasti zdravého bydlení. Pro řešení svých PR aktivit si na základě tendru vybrala společnost Genius Idea. "Pro GIP Group jsme vytvořili projekt Zdravé bydlení v chytrých domech, který představíme počátkem září," řekl Václav Friedmann z PR agentury Genius Idea. Sesterská produkční společnost Genius Media, provozující internetovou televizi mojetelevize.cz, spustí v nejbližších týdnech speciální kanál určený právě nízkooenergetickému bydlení. "Diváci tu najdou nejen reportáže z dění v GIP Group, ale také informace o nejnovějších trendech ve zdravém bydlení, názory odborníků, lékařů i obyvatel nebo projektantů nízkooenergetických domů. Pro všechny, kdo chtějí zdravě bydlet, to bude jistě zajímavý zdroj informací," přiblížil obsah webové televize David Koláček ze společnosti Genius Media. **(tz)**

Inovacemi se generuje hospodářský růst

- zástupci z celé EU diskutovali v Nizozemsku

Ve dnech 14. a 15. června 2007 se ve městě 's-Hertogenbosch, které je metropolí nizozemské provincie Severní Brabantsko, konalo pod názvem Innovation Society 2007 setkání zástupců inovačních regionů z celé EU, kteří si zde vyměňovali poznatky o podpoře inovací. Jednou z konkrétních prezentovaných meziregionálních iniciativ byl i technologický projekt MATEO, v jehož rámci vzniká například mechatronické centrum při Západočeské univerzitě v Plzni, program Tracenet umožňující sledovat původ potravin napříč celou EU, projekt MedScout pro přenos lékařských znalostí v EU či panevropský školící projekt pro manažery výzkumu E-CLUE 4 MATEO. Na příkladě projektu MATEO je vidět, jak může úspěšně fungovat sdílení inovací a vzájemná spolupráce vědeckých institucí i technologicky orientovaných firem mezi regiony "staré" a "nové" Evropy, tedy mezi regiony s různými inovačním potenciálem. Že se v případě inovací jedná o velmi horké téma, ukázalo rovněž setkání skupiny G8 v Heiligendammu, kde světoví lídři zdůraznili podporu inovacím i v závěrečné deklaraci. Ovšem Evropská unie byla nucena při nedávném hodnocení svého výkonu konstatovat, že inovační potenciál Evropy neroste tak rychle, jak se v Lisabonské strategii předpokládalo a udržuje se na úrovni 90. let minulého století.

Meeting Innovation Society 2007 v Nizozemsku byl teprve druhým oficiálním setkáním tohoto otevřeného uskupení inovačních regionů Evropy, které pod názvem Innovation Alliance vzniklo v srpnu loňského roku ve Stockholmu, jakožto nejvýspěšlejší inovační oblasti Evropy. Členy Innovation Alliance jsou evropské regiony, které vnímají svůj další ekonomickosociální rozvoj v přímé vazbě na moderní technologie z nejrůznějších oblastí, jež jsou na jejich území vyvíjeny. Současná Evropa totiž akcentuje nejen v oblasti inovací daleko více regiony než jednotlivé státy a právě podpora regionálních inovací, které by se měly odrazit do vyšší úspěšnosti EU v mezinárodním měřítku, byla hlavním tématem tohoto dvoudenního nizozemského jednání.



Regionální přístup k inovacím

"Když budeme analyzovat regionální ekonomiky, dokážeme se z makroekonomického pohledu lépe přiblížit k oblastem, kde se skutečně generuje hospodářský růst, a lépe uvidíme, jaký dopad mají aktivity veřejné správy pro ekonomiku těchto oblastí v praxi," vysvětlila důležitost regionálního pohledu komisařka EK pro regiony Danuta Hübnerová, která na konferenci vystoupila jako jeden z hlavních řečníků. V tom, že inovace v regionech jsou klíčovým předpokladem pro úspěch Lisabonské strategie, se s ní shodla i vyslankyně nizozemské královny pro oblast Severního Brabantska Hanja Maij-Weggen. Ta dále zdůraznila stěžejní princip, jehož se hostitelský region Severní Brabantsko drží při podpoře inovací "spojování vítězů" (v této zemi za posledních období vzniklo 50 nových inovačních clusterů, jejichž členové spolupracují na inovačních projektech) a "vytváření vítězů" (podpora vzniku malých inovačních start-upů - za posledních období přibýlo přibližně 300 nových podnikatelů). "V praxi je velmi efektivní, když je podpora inovací postavena na "trojnožce" tvořené aktivitami veřejné správy na úrovni regionu i celého státu, inovátory v nejrůznějších institucích a firmách a konečně podnikatelskými subjekty," zdůraznila H. Maij-Weggen.

Jihozápad Čech mezi inovátory

V oblasti Jihočeského a Plzeňského kraje jsou pro inovace, spolupráci vědeckovýzkumné a výrobní sféry a prosazování nejmodernějších trendů v posledních letech také vytvářeny velice dobré podmínky. Již zmíněný projekt MATEO (Matching of Technologies and Opportunities) je navíc mezi technologickými inovacemi stále častěji uváděn jako vzorový příklad meziregionální spolupráce a řadí se k nejvýznamnějším projektům tohoto druhu v současné Evropě. Partnery projektu jsou kromě českého regionu NUTS II Jihozápad také španělské Katalánsko, italská Lombardie a právě nizozemské Severní Brabantsko, kde se konala tato konference. Jeho hlavním cílem je konkrétní podpora technologické spolupráce regionů EU a rozvoj inovačních procesů mezi malými a středními podniky a výzkumnými institucemi. MATEO zároveň usiluje o propojení výzkumné a vývojové sféry, tedy zejména univerzit a pracovišť Akademie věd ČR s podnikatelským sektorem, a do projektu je intenzivně zapojena i řada uznávaných odborníků.

Inovační výkonnost regionů Evropy

Na konferenci byla mimo jiné prezentována studie European Innovation Scoreboard za rok 2006, která shrnovala inovační výkonnost jednotlivých evropských regionů podle sofistikovaných ukazatelů. Na prvních třech místech se umístily regiony Stockholm (s potenciálem 0,90), švédské Västsverige (0,83) a Mnichov (0,79); Praha skočila na 15. místě (0,70), Severní Brabantsko na 20. (0,68) a Jihozápadní Čechy s koeficientem 0,34 zhruba v polovině tohoto žebříčku. "Celková inovační výkonnost vyjádřená číslem je ale něco jiného, než konkrétní práce firem a institucí a jejich inovační

Škoda Auto stále úspěšná

Skupina Škoda Auto dosáhla v první polovině letošního roku 10 mld. Kč zisku před zdaněním. To představuje meziroční nárůst o 22,1 %. Z montážních linek od začátku roku sjelo 318 189 vozů značky Škoda. V porovnání se stejným obdobím roku 2006 představuje tento objem nárůst o 26 408 vozů (+9,1 %). Model Škoda Roomster byl zatím úspěšně zaveden na všechny relevantní trhy, což podstatnou měrou přispělo ke zvýšení odbytu. Výsledky prvního pololetí dále podpořila stále se zvyšující poptávka po modelu Škoda Octavia. Odbyt modelu Škoda Superb dosahoval úrovně roku předešlého. Poptávku po vozech značky Škoda dále podpořilo i zavedení druhé generace modelu Fabia. Celosvětové dodávky zákazníkům se v prvním pololetí 2007 s nárůstem o 13,2 % oproti srovnatelnému období roku 2006 vyvíjely velice

nápady, které v našem regionu vznikají," upřesnil Jiří Koleček z Regionální rozvojové agentury RERA jižních Čech, který byl členem české delegace na konferenci Innovation Society 2007. "Právě projekt MATEO spojil naše inovační pracoviště s firmami a výzkumnými institucemi v Katalánsku, Lombardii a Severním Brabantsku, což bychom jinak nebyli schopni zvládnout. V současné době se meziregionálně řeší 10 dílčích projektů, na nichž pracují lidé z jihozápadních Čech. Pokud tedy máme hovořit o konkrétním networkingu a clusterování napříč regiony EU, projekt MATEO je jasnou ukázkou, která skutečně funguje."

Snižování inovačního deficitu mezi regiony EU je klíčovou výzvou pro novou evropskou regionální politiku. V rámci příprav 4. kohezní zprávy, kterou nedávno přijala Evropská komise, bylo zjištěno, že 68 regionů z 268 regionů Evropy má inovační potenciál menší než průměr EU, přičemž nejvíce se jich nachází v nových členských státech, Španělsku, Řecku, Portugalsku a jižní Itálii. Pozitivní skutečností však na druhé straně je, že některé regiony Finska, Švédska, Dánska a Německa mají vyšší inovační kapacitu než USA nebo Japonsko.

Projekt MATEO (Matching Technologies and Opportunities) podporuje inovační procesy mezi malými a středními firmami a výzkumnými a vývojovými institucemi. Má být dokončen v prosinci 2007 a probíhá mezi vybranými regiony České republiky, Nizozemí, Španělska a Itálie. Jeho prostřednictvím plyne do regionu NUTS II Jihozápad téměř šedesát milionů korun a stává se tak významným zdrojem evropských peněz do oblasti aplikovaného výzkumu a vývoje v tomto území. Zároveň podporuje posílení konkurenceschopnosti místních firem, zvýšení zájmu zahraničních investorů o region a významně přispívá rovněž k prezentaci jižních a západních Čech v Evropské unii. Na území České republiky je projekt významně podporován Jihočeským krajem.

více informací o MATEO naleznete na www.mateoproject.org nebo na www.rera.cz

(tz)

Asseco Czech Republic a LCS posilují vedení

Zásadní změny na vrcholových pozicích se odehrály k 1. srpnu letošního roku ve společnostech Asseco Czech Republic a LCS International. Druhá jmenovaná je od května součástí skupiny ASSECO. Dosavadní generální ředitel Asseco Czech Republic, Marian Pijarski, se k tomuto datu stal prezidentem společnosti a místopředsedou představenstva. Na pozici generálního ředitele a předsedy představenstva Asseco Czech Republic byl jmenován Jan Přerovský. Na uvolněné pozici generálního ředitele a předsedy představenstva LCS stanul Stanislav Sýkora, dosavadní ředitel divize Helios Orange a člen představenstva společnosti LCS International. Po akvizici LCS a společnosti BERIT přistupují nyní akcionáři Asseco Czech Republic ke kroku, jehož cílem je postupná konsolidace českého trhu informačních technologií a celkové posilování konkurenceschopnosti skupiny ASSECO. Od 1. srpna 2007 se proto rozhodli pro uvedené posílení na vrcholových pozicích. Další změny se budou týkat dozorčí rady LCS International, jejímž předsedou bude Jan Přerovský. "Mým cílem nyní je posílit synergie společností skupiny ASSECO, a tím i pozici celé skupiny na českém trhu a prostřednictvím IPO do konce letošního roku úspěšně vstoupit na kapitálový trh," řekl Jan Přerovský. "Tento krok znamená, že sice odcházím z exekutivní pozice v LCS, ale v roli předsedy dozorčí rady budu i nadále přispívat k rozvoji společnosti, kterou jsem pomáhal budovat od základů až do dnešní podoby a považuji ji za své dospívající dítě," dodal.

Marian Pijarski k tomu poznamenal: "Dnešní strategie skupiny ASSECO je namířena na expanzi, nové akvizice. Jejím cílem je nejen posílení pozice na českém trhu, ale především budování konkurenceschopných kompetenčních center v evropském měřítku. Realizace těchto cílů vyžaduje jiný přístup k rozdělení kompetencí v rámci Asseco Czech Republic. Moje působení na českém trhu se bude nadále soustřeďovat na vedení strategických projektů se současným aktivním podílem na vytváření strategií v rámci "Rady ředitelů" skupiny ASSECO." Stanislav Sýkora ke změnám podotkl: "Vzhledem k tomu, že jsem byl posledních patnáct let spolutvůrcem vývoje LCS, chci pochopitelně navázat na stávající koncepci. Současně věřím, že díky úzké spolupráci s ostatními členy skupiny ASSECO se LCS stane lídrem konsolidace českého trhu ERP a podaří se jí také úspěšně proniknout na zahraniční trhy." Společnosti skupiny ASSECO zůstávají podle původního záměru vlastníků i nadále samostatné, avšak předpokládá se maximální posílení synergií efektů mezi nimi. Záměrem vlastníků je i to, aby jednotliví manažeri skupiny v budoucnu zastávali takové pozice, na nichž by dokázali dokonale zhodnotit své schopnosti a zkušenosti ve prospěch celé skupiny.

O společnosti Asseco Czech Republic

Asseco Czech Republic patří mezi poskytovatele komplexních řešení a služeb v oblasti informačních a komunikačních technologií a rozsáh-



lých informačních systémů v ČR. Komplexní řešení dodává zejména státní správě a samosprávě. Mezi ně patří například informační systémy pro územní správní celky, outsourcing provozního systému pro Středisko cenných papírů spolu s již zahájenou přípravou Depozitáře cenných papírů a dopravní a telematické systémy. Pro finanční instituce a pro zdravotní počítačovou provozuje portály, homebanking, internetbanking. V komerční sféře nabízí outsourcing procesů, ERP systémy, řešení pro správu a digitalizaci dokumentů.

Tržby Asseco Czech Republic dosáhly v roce 2006 úrovně více než 1 mld. CZK.

blíže informace na www.asseco.cz

O společnosti LCS

Společnost LCS je jedním ze tří nejvýznamnějších producentů podnikových aplikací (ERP) na českém trhu. Od května 2007 je členem nadnárodní skupiny ASSECO. Zabývá se vývojem, implementací a podporou specializovaných informačních systémů pro výrobu, služby a obchod. Produkty společnosti LCS - podnikové informační systémy Helios Red, Helios Orange a Helios Green - pokrývají nejširší spektrum potřeb podniků. Všechny systémy jsou doplněné širokou nabídkou služeb a partnerských programů. V současnosti společnost zaměstnává téměř 200 pracovníků.

Obrát společnosti LCS za fiskální rok 2007 činil 255 mil. Kč. Společnost LCS je od roku 2006



držitelem certifikátu kvality ISO 9001:2000. **blíže informace lze nalézt na www.helios.eu**

Skupina ASSECO

Skupina ASSECO vznikla v roce 2005. Jejími prvními členy se staly Asseco Poland a Asseco Slovakia. V dubnu 2007 se ke skupině připojil její třetí člen, Asseco Czech Republic, přičemž čtvrtým pilířem skupiny se v květnu stalo Asseco Romania. V polovině června téhož roku vznikl už pátý národní pilíř skupiny - Asseco Adria. Jeho první investicí je akvizice dvou IT společností v Srbsku a v Makedonii. Ambicí skupiny ASSECO je stát se stabilním a konkurenceschopným softwarovým centrem v oblasti poskytování ICT služeb ve střední a východní Evropě.

Kromě pěti národních pilířů (Polsko, Slovensko, Česká republika, Rumunsko a Adrie), přibýly v roce 2007 do skupiny ASSECO dva nové subjekty - Asseco Business Solutions, s orientací především na ERP řešení a e-Learning a Asseco Systems, jako provozní subjekt pro správu sítí, dodávky HW a outsourcing.

Kromě národních členů skupiny ASSECO jsou jejími dalšími členy ICT společnosti ve všech uvedených státech. V ČR to jsou LCS a BERIT.

blíže informace lze nalézt na www.asseco.com

(tz)

Dnešní spotřebitelé jsou nároční a složití

Spotřebitelé mají čím dál větší nároky - očekávají a dostávají čím dál více za čím dál méně. Dnešní nakupující vyhledávají výhodné nabídky, prvotřídní zboží i dobré jídlo, a to všechno současně. Společnost a její stravovací návyky se také mění. Obliba "pomalého občerstvení" roste, a jak ukazuje náš spotřebitelský průzkum, rodiny znovu pokládají za velmi důležité jíst společně. Třebaže všichni vítáme výhody hotových jídel, rostoucí počet domácností se vrací ke klasickému vaření bez polotovarů jako zdravější alternativě. Držet krok s těmito rychlými spotřebitelskými trendy znamená získávat velké příležitosti, přestože to není vždy snadné: uděláte chybu a můžete si pořádně spálit prsty.

Potravinářské společnosti řeší řadu stále složitějších problémů a otázek. V posledním roce prováděl tým pro potravinářský průmysl společnosti Deloitte průzkum mezi členy řídících orgánů více než sedmdesáti předních výrobních a maloobchodních společností a společností poskytujících potravinářské služby. Tento průzkum nám dal jedinečnou možnost seznámit se s překážkami, které potravinářské odvětví překonává. "Konkurence sílí, tlak na procesy a marže pokračuje, distribuční a další vstupní náklady rostou," uvedl Martin Tesař, partner v oddělení auditu společnosti Deloitte v České republice. "V poslední době se v celém odvětví a spotřebitelských prioritách odrážejí rostoucí zájem o klimatické změny a větší odpovědnost firem. Dnes je životně důležitou součástí obchodní strategie zájem o ekologii a veřejná propagace tohoto zájmu."

Podíváme-li se pět let dopředu do roku 2012, jaké nové výzvy potravinářské odvětví pravděpodobně čekají? Současné problémy jistě nezmizí: cena ropy pravděpodobně neklesne, tlak na ochranu životního prostředí poroste, ve středu zájmu zůstane zdraví a výživa, nízkonákladové ekonomiky nabízející levnější výrobní příležitosti nezmizí a spotřebitelé neztratí touhu po novinkách, pestrém výběru a skvělé hodnotě. Rostoucí využívání alternativních kanálů, jako je internet, může vyvolat nárůst prodeje od dodavatelů potravin přímo zákazníkům. Možná se dočkáme i větší regulace obsahu soli, cukru a tuku vládami, které se neúnavně zabývají potřebou řešit dlouhodobé ekonomické důsledky současných otázek veřejného zdraví. Je jasné, že příštích pět let přinese složitější problémy a překážky, které bude potravinářské odvětví řešit. Jedno

je však jisté: do roku 2012 bude ukončena rozprava o odpovědnosti odvětví za propagaci správného stravování a zdravého životního stylu. Postupovat správně a být při tom viděn bude považováno za základ pro dobrou pověst značky a v konečném důsledku i pro podnikatelský úspěch v odvětví. Dnešní spotřebitelé a nakupující jsou nároční a složití. Doby, kdy mohli maloobchodníci a výrobci pohodlně rozřadit populaci do pěti nebo šesti stálých segmentů, dávno minuly. Dnes je jich zpravidla dvacet nebo třicet. "Jak zdůrazňuje náš globální průzkum, spotřebitele budou lákat reklamní nabídky tří výrobků za cenu dvou či druhého výrobku zdarma, ale do košíku budou přidávat i drahé zboží prvotřídní kvality a luxusní doplňky, což je častá ukázka zásadního rozporu mezi záměrem a skutečným chováním," dodal Martin Tesař. Pro většinu dnešních nakupujících jsou normou velká nákupní střediska s rozsáhlým sortimentem výrobků. Očekávají, že na regálech najdou všechno, co chtějí, a jsou stále méně tolerantní k vyprodání zásob. Více než polovina nakupujících (53 %) uvádí pohodlnou dostupnost z místa bydliště jako nejdůležitější faktor při rozhodování, kde nakupovat. V popředí zájmu jsou také nižší ceny (42 %), kvalita za vynaložené prostředky (42 %), čerstvé ovoce a zelenina a celková kvalita zboží. Karty pro loajální zákazníky hrají roli jen pro 17 % dotazovaných.

Na otázku, co mohou supermarket y a výrobci potravin udělat, aby lépe plnily požadavky zákazníků, byla nejčastější odpověď v průzkumu zvětšit výběr a pestrost nabídky (16 %).

Více než dvě třetiny nakupujících aktivně hledají nabídky druhého produktu zdarma a podobné speciální akce, ačkoli se zároveň neradi vzdávají možnosti koupit si něco pro radost - 29 % dotázaných, kteří vyhledávají výhodné koupě, uvedlo, že nyní nakupuje více kvalitnějšího zboží než v minulosti. V odpovědi na otázku, co mohou supermarket y a výrobci potravin udělat, aby splnili jejich požadavky při nákupu potravin, zařadilo více než 15 % respondentů na první místo zvýšení výběru a pestrosti, nižší ceny se s 8 % staly druhou nejčastější odpovědí.

Zákazník v roce 2012

Dnešní spotřebitelé chápou vztah hodnoty a ceny a jsou zvyklí vybírat si z množství marketingových akcí, které jsou na ně zaměřeny. Spotřebitele ztírká bude ještě těžší charakterizovat, přesvědčit, dostat na svou stranu a udržet je, zejména v souvislosti s fragmentací spotřebitelských návyků a rostoucím významem nových médií oproti těm starým. Je zajímavé, že podle našeho průzkumu odvětví předpokládá, že budoucí hlavní trendy jsou pro nás většinou známou veličinou. Hlavní otázkou bude nejlepší způsob, jak se vypořádat s budoucími trendy, které nabízejí ohromné příležitosti k úspěchu nebo prohře. Klíčem k budoucímu úspěchu bude správné předvídání významu těchto trendů a výsledných dopadů na spotřebitelskou poptávku a preference. Zatímco některé trendy budou obecné povahy, mnoho z nich bude mít velmi specifické důsledky pro jednotlivé sektory, kanály a kategorie. Spotřebitelé chtějí větší pestrost, větší výběr, zdravé produkty, akční nabídky, lepší kvalitu a samozřejmě dobré ceny. Společnosti čelí rostoucím nákladům, přísnějším regulatorním a kontrolním mechanismům, dynamickým pohybům v globální ekonomice a stále náročnějším spotřebitelům. Co tedy mohou potravinářské podniky v tomto nestálém a náročném prostředí udělat, aby dosáhly ziskového růstu a vytvořily hodnotu? "Jsme si téměř jisti, že toto odvětví nabízí skutečnou příležitost pro vytvoření významné hodnoty," doplnil Martin Tesař. (tz)

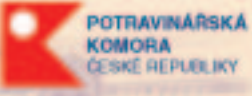
Mají se ženy po mateřské dovolené kam vrátit?

Byli jste po dobu své mateřské dovolené v kontaktu se svým zaměstnavatelem? Plánujete návrat? A vyhoví vám váš zaměstnavatel, držel pro vás místo? Jak ukázal výzkum na téma Rovné příležitosti mužů a žen v českých firmách společnosti SC&C, spol. s r. o., který nechala udělat organizace Gender Studies, o. p. s., záleží na tom, jakou jste ve firmě zastávala pozici. Zaměstnavatelé/-ky řeší návraty z mateřské dovolené a rodičovské dovolené podle Zákoníku práce: "... to je dané ze zákona, my ženy po mateřské musíme vzít zpátky, ale nemusíme jí zaručit stejnou funkci..." U běžných zaměstnanců/-kyň (výroba a nižší administrativa) se zaměstnavatelé/-ky nezabývají vytvářením nějakých speciálních opatření (školení, informace e-mailem apod.), která by usnadnila ženám návrat do práce po mateřské dovolené. Většinou s nimi udržují jen minimální kontakt. Omezují se pouze na zjištění, zda se žena do firmy vrátí.

U manažerek a odbornic je to však jiné. Potvrdila se tendence vytváření individuálních dohod s majiteli/kami a/nebo personalisty/-kami firem. Pro ilustraci uvádíme několik příkladů zmíněných ve výzkumu:

- "...finanční ředitelka má jako těhotná úplně jiné podmínky... má k dispozici notebook, telefon, stále je s námi v kontaktu... je přirozené, že jinak se člověk chová k manažerovi, kterého chce a potřebuje, než k řadovému zaměstnanci..."
- "...zůstáváme se ženami v kontaktu, zvažujeme jejich možnosti, o co mají zájem... nabízíme práci z domova... analýzy ad... překlady... záskoky... spolupráci na projektech... Tato kontinuita se nám hodně vyplácí a také z druhé strany je o ni velký zájem (chcete s námi zůstat v kontaktu, případně od kdy, jaké jsou vaše možnosti, dokážete dojít?) - je to ale jen u pozic od nižšího managementu a výš."

Firmy ženám ve vyšších pozicích umožňují uchovat si během mateřské a rodičovské dovolené kvalifikaci a podporují jejich další vzdělávání: "... jazyky, PC. Zkrátka vše pro to, aby člověk co nejrychleji mohl začít pracovat." Z diskuzí vyplynulo, že hlavní výhodou individuálních dohod je udržení zaměstnankyně, která má know-how. Zvýší se její loajalita a následně také její výkonnost: "... když se návrat povede, tak je to super, neboť žena je pak nesmírně loajální, na zkráceném úvazku dokonce odvede více než na plném." Kvůli nevyhovující legislativě však mají firmy problém s odměňováním žen na mateřské a rodičovské dovolené. Odchody mužů na rodičovskou dovolenou jsou u nás zatím minimální, ve výzkumu s nimi neměla zkušenost žádná firma. (tz)



Na český trh přicházejí nově označené výrobky

Dobrovolná iniciativa evropských potravinářů

Již jedenáct významných potravinářských firem se na evropské úrovni dohodlo uvádět na obalech svých potravin údaje, které spotřebitelé poskytnou všechny podstatné informace o nutričním složení výrobků. Ke společnostem **Cadbury Schweppes, Campbell's, Coca-Cola, Danone, Kellogg's, Kraft, Mars, Nestlé, Orangina, Pepsi a Unilever** se v České republice přidala i **Opavia a Kofola**. Připojení k projektu aktuálně zvažuje i společnost United Bakeries. **Tito výrobci se dobrovolně zavázali na přední straně svých výrobků uvádět údaj o energetickém obsahu jedné porce (v kilokaloriích) a její podíl na doporučeném denním kalorickém příjmu.**

„Výrobci tak reagují na zjištění výzkumu prováděného mezi spotřebiteli, podle kterého většina spotřebitelů požaduje rychlou a snadno čitelnou informaci o energetické hodnotě potravin a nápojů, která by jim pomohla lépe vyvážit jejich energetický příjem a výdej,“ uvedl Ing. Jaroslav Camplík, prezident Potravinářské komory ČR (PK ČR).

Uvedené společnosti navíc postupně upraví etikety výrobků tak, aby na zadní straně obsahovaly i seznam živin s největším vlivem na zdraví člověka, opět včetně jejich podílu na „doporučeném denním množství“ (mezinárodní zkratka GDA) daného nutrientu. Díky tomu spotřebitelé získají jednoduché a srovnatelné vodítko, které jim umožní lépe se rozhodovat při výběru potravin. Vlastní doporučená denní množství se opírají o údaje, na kterých se shodli přední evropští odborníci v oboru zdravé výživy.

„Nové značení s uvedením doporučeného denního množství umožní spotřebitelům snáze učinit rozhodnutí při výběru ze široké nabídky potravin. Budou mít lepší přehled zejména o příjmu energie, což je první krok k ozdravení celého jídelníčku a ke zdravému životnímu stylu. Tuto iniciativu Potravinářské komory a jejich členů lze jen vítat,“ řekl MUDr. Michael Vil, Ph. D., náměstek ministra zdravotnictví a hlavní hygienik ČR.

Nové dobrovolné nutriční značení uvedla na evropský trh před rokem Konfederace potravinářského a nápojového průmyslu zemí EU (CIAA) jako další příspěvek k činnosti evropské platformy pro výživu, fyzickou aktivitu a zdraví. Iniciativu, kterou v České republice zastřešuje Potravinářská komora ČR, podpořili i zástupci Evropského parlamentu a dalších evropských institucí.

Uvedené společnosti vyzvaly k připojení i další potravinářské podniky, aby informace pro spotřebitele byly po celé Evropě uváděny pokud možno v jednotné a vzájemně porovnatelné podobě. Touto iniciativou se výrobci snaží předjímat i nadcházející revizi evropské legislativy v oblasti nutričního označování potravin, jejíž legislativní schvalování ale zřejmě ještě nějakou dobu potrvá. Výrobci jsou přesvědčeni, že právě tento systém umožní sdělit spotřebitelům poměrně složité informace ve srozumitelné podobě.

Potravinářská komora ČR připravuje na podporu iniciativy informační kampaň a rovněž cyklus seminářů, které umožní předat zkušenosti s novým značením i malým a středním výrobcům. PK ČR vydala ve spolupráci s Ministerstvem zemědělství ČR a Ústavem zemědělských a potravinářských informací (ÚZPI) informační leták pro spotřebitele, vysvětlující podstatu nového nutričního značení. Nový systém sjednocuje řadu dílčích iniciativ, s nimiž přicházely jednotlivé firmy. Navazuje na programy změn ve složení výrobků, především snižování obsahu soli, cukru a tuku. K dalším iniciativám výrobců patří zprůsvětlení dobrovolné samoregulace reklamy na potraviny, zaměřené zejména na děti.

Pro informaci na www.hodnot.cz.

Kontakt: Hana Janotová, tel. 271 742 535, e-mail: hana.janotova@quent.cz



Trend rozšiřování nabídky obchodů o doplňkový sortiment potrav

Z červnové ankety uspořádané mezi nejvýznamnějšími obchodníky v České republice v rámci ocenění GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 vyplynulo, že většina z nich (70 %) nabízí zcela záměrně i produkty z jiného segmentu, než na který jsou primárně zaměřeni a plánuje jejich další rozšiřování. Podíl jiného sortimentu na celkových tržbách se pohybuje v rozmezí od 5 % do 20 % a má stále rostoucí tendenci. Všichni zúčastnění obchodníci navíc uvedli, že plánují i rozšiřování služeb pro zákazníky.

V anketě, která oslovila 50 nejvýznamnějších obchodů v ČR, se jejich zástupci vyjadřovali k otázce rozšiřování sortimentu a služeb ve svých prodejnách. Z výsledků šetření jednoznačně vyplývá, že obohacení sortimentu o jiný druh zboží, než na který jsou prodejci ve svých obchodech zaměřeni, je stále výraznějším trendem a zřejmou snahou o vytváření konkurenční výhody. Například ve společnosti dm drogerie markt, která je předním prodejcem drogistického zboží v ČR, si dnes mohou zákazníci nakoupit také nejrůznější potravinové doplňky, biopo-

traviny, krmivo pro zvířata nebo textil. Společnost C&A Moda ČR, prodejce oděvů, zase nabízí chlazené nápoje u pokladen. Další výrazné rozšíření nabídky najdeme například v prodejnách elektrických spotřebičů Electro World. "Naším zákazníkům chceme nabízet kompletní řešení. Proto jsme výrazně rozšířili sortiment příslušenství. Dále nabízíme značkové nádobí a porcelán. V loňském roce jsme rozšířili také nabídku odborné literatury," doplnila výčet nabízeného zboží Anna Rumianová, manažerka marketingu společnosti Electro World.

Z ankety dále vyplývá, že vedle koupě zboží mohou zákazníci využít také široký rozsah doplňujících finančních i nefinančních služeb. Obchodníci nabízejí například sjednání úvěrů od splátkových společností, vystavování kreditních karet, leasing zboží, věrnostní programy, odvoz zboží domů, možnost vrácení peněz u nenošeného zboží do 30 dnů, pomoc při problémech s počítačem, pojištění nad rámec záruky nebo likvidaci starého zboží. "Zaručujeme také například správnost údajů na pokladní stvrzence - pokud cena zakoupeného výrobku uvedená na pokladní stvrzence neodpovídá ceně, která je pro stejný výrobek uvedena na regále, obdrží zákazník tento výrobek zdarma," řekla Martina Horká, vedoucí rezortu marketing a nákup dm drogerie markt. "Výsledky ankety ukazují, že silná konkurence mezi jednotlivými obchodníky prospívá především zákazníkům. Prodejci jsou si vědomi toho, že pokud chtějí na konkurenčním trhu uspět, musejí svým klientům nabízet vždy něco navíc a rozsah svých služeb

a produktů neustále rozšiřovat," uvedl Charlie Coode, předseda představenstva a generální ředitel GE Money Multiservis. Anketa se podobně jako v minulém roce zaměřila také na zjišťování akceptace společné evropské měny v jednotlivých prodejnách. Počet obchodníků, kteří možnost platby v eurech nabízejí, sice meziročně nevzrostl, nicméně odpovědi dotázaných ukazují, že většina z nich si rostoucí důležitost této alternativy uvědomuje a plánuje ji zavést v nejbližších letech.



Letošní ročník ocenění GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 byl zahájen na tiskové konferenci 5. června 2007. Výsledky budou oznámeny 10. října 2007 během slavnostního večera ve Slovanském domě.

více informací o ocenění, metodice výběru vítězů jednotlivých kategorií a průběžné výsledky hlasování veřejnosti naleznete na www.obchodnik-roku.cz (tz)

Nezávislý maloobchodní trh vytrvale roste již 15 měsíců po sobě

Nezávislý obchod v České republice i nadále vytrvale roste - dokládá to i poslední výsledek Makro-Incoma indexu, který tento trh sleduje. Hodnota indexu za II. čtvrtletí v meziročním srovnání je + 2,4 %, a navazuje tak na růst dosažený v předchozích pěti čtvrtletích, celkově tedy nezávislý trh roste již od dubna 2006. "Podle našich informací, které jsou nově potvrzeny i Makro-Incoma indexem, si již drobní maloobchodníci našli svou pozici na českém trhu a dokáží nabídnout svým zákazníkům zboží, které chtějí. Naším cílem je i nadále pomáhat malým obchodníkům v boji s konkurencí, a tak jim již dnes nabízíme pomoc s úpravou sortimentu či uspořádáním prodejny. Na konci března jsme se podíleli na redesignu ukázkové prodejny v Pyšelicích a zanedlouho představíme ve spolupráci s majitelem další zrekonstruovanou nezávislou prodejnu v Praze," uvedl Stanislav Novotný, manažer marketingu Makro Cash & Carry ČR. Cílem Makro-Incoma indexu je zajistit lepší informovanost o segmentu nezávislého maloobchodu a efektivní podporu rozvoje obchodování na českém trhu. Makro jako velkoobchodní partner valné části nezávislého maloobchodu jej mapuje s využitím unikátních dat, kterými disponuje. Informace o vývoji indexu jsou pravidelně čtvrtletně zveřejňovány na webových stránkách společnosti Makro. (tz)

Přehled vývoje Makro-Incoma indexu:		
Sledované období	Meziroční srovnání	
II. čtvrtletí 2007	+ 2,4 %	
I. čtvrtletí 2007	+ 2,1 %	
IV. čtvrtletí 2006	+ 1,3 %	
III. čtvrtletí 2006	+ 1,8 %	
II. čtvrtletí 2006	+ 3,1 %	
I. čtvrtletí 2006	- 0,1 %	

Cenový vyhledávač Srovnave.cz rozšiřuje své služby

Historicky první cenový vyhledávač u nás, který pouze v předvánočním období vyhledal pro české uživatele internetu přes půl milionu nejlepších cen elektroniky, oživuje svůj vzhled a významně rozšiřuje portfolio sledovaných produktů. Naleznete zde (www.srovnave.cz) celkem 55 tematických sekcí s rozříděnými produkty. Kromě již dříve nejvíce vyhledávaných digitálních fotoaparátů, mobilních telefonů či mp3 přehrávačů lze nyní snadno a rychle najít nejvýhodnější ceny v megasekci Elektrospotřebiče nebo Auto a Zahrada. V nadcházejícím letním období jistě potěší i levné letenky, grily nebo vodní fotopouzdra na prázdniny u vody. "Uvědomujeme si, jak jsou pro zákazníka důležité služby, proto u nás nejde pouze o nejlepší cenu. Ač se od února 2006, kdy jsme Srovnave.cz spustili, objevilo hned několik konkurenčních katalogových srovnávačů cen spotřební elektroniky, jsme stále jediní, kdo do nabídek neplete bazarové produkty, kdo spolupracuje s různými stránkami plných recenzí nebo kdo koordinuje výběr e-shopů se sdružením obrany spotřebitelů," sdělil manažer projektu David Folprecht. Dále Srovnave.cz nabízí pomoc těm, kteří ještě přesně nevědí, který typ přístroje budou kupovat. A to díky třídění produktů v katalogových sekcích podle zvolených kritérií (funkcí, ceny, značky atd.), dále lze využít funkci "podobné produkty", která najde konkurenční nabídky stejné funkčnosti. Rovněž lze hledat podle dodací lhůty jednotlivých e-shopů. To je samozřejmě přidaná hodnota jak pro nakupující, tak pro kvalitní e-shopy. (tz)

Makro podporuje český nezávislý obchod

Společnost MAKRO Cash & Carry ČR neustále přispívá k rozvoji českého maloobchodního trhu prostřednictvím svých aktivit:

- Makro-Incoma Index** – pravidelná čtvrtletní analýza vývoje českého maloobchodu dle jednotlivých zákaznických skupin na základě dat Makra
- specializovaná školení** – nabídka bezplatných školení pro zákazníky Makra, týkající se prodeje či kvality (např. HACCP)
- poradenství a individuální přístup** – obchodní zástupci navštěvující zákazníky či specializované zákaznické pulty pro zákazníky v každém velkoobchodním centru
- balení určená speciálně pro maloobchody** – stále se rozšiřující nabídka výrobků v baleních vhodných pro maloobchody
- vzorové obchody** – vzorové malé obchody pěti registrovaných zákazníků Makra, které prochází přestavbou a úpravami podle nejmodernějších profesionálních poznatků o prodeji. První obchod v Pyšelech byl otevřen v květnu (viz foto), další budou následovat v průběhu roku. S tím souvisí i příprava vzdělávacího a informačního programu určeného pro majitele obchodů, který bude mimo jiné čerpat právě ze zkušeností získaných na vzorových prodejnách, na kterých také bude probíhat praktická část tohoto programu.

www.makro.cz

Generace Y mění tvář výrobní sféry

Výrobci nepřehlížejí při řízení záležitostí spojených s jejich zaměstnanci k "faktoru Y" - k tomuto zjištění došla nová analýza skupiny Výrobní odvětví, která působí v rámci společnosti Deloitte. Tento "faktor Y", neboli generace Y, je totiž skupinou mladých nastupujících odborníků, která rozhodne o tom, nakolik budou výrobní podniky v budoucnu úspěšné či neúspěšné.

Ve své neúnavné honbě za produktivitou a růstem a při svém přesouvání pozornosti na poskytování služeb by výrobci neměli přehlížet tuto novou skupinu potenciálních zaměstnanců, kteří by mohli zaplnit mezeru na trhu kvalifikovaných pracovních sil. Nejnovější zpráva skupiny Globální výrobní odvětví, která působí ve společnosti Deloitte, nazvaná "Řízení nedostatku zaměstnanců v globální výrobní sféře - postupy, jak si získat generaci Y" zdůrazňuje, že výrobci musejí přepracovat svůj model uplatňovaný při řízení lidských zdrojů, aby byli schopni zaujmout generaci Y na různých světových trzích. Tento přístup je v podnicích nutné dodržovat na všech úrovních, neboť bude významným způsobem ovlivňovat činnosti podniků a přinášet dlouhodobé výhody všem zaměstnancům díky pozitivnímu dopadu na produktivitu práce.

Naše zkušenost z českého trhu stejně tak jako výsledky z řady průzkumů poukazují na skutečnost, že rozhodujícím důvodem, proč Češi pracují, je potřeba finančního zajištění. Některé studie uvádí, že tento motiv je velmi důležitý až pro čtyři pětiny Čechů. Pro 75 % zaměstnaných osob je rovněž důležitě využít dosaženého vzdělání a spokojenost s uplatněním svých odborných schopností. Významnými faktory, které souvisí i s určitými názory, jsou věk, vzdělání, ekonomická aktivita stejně tak jako i životní úroveň. Lidé mladší, s vyšším (zejména vysokoškolským) vzděláním, s vyšší životní úrovní, intenzivně ekonomicky aktivní přebírají rovněž větší odpovědnost za svou sociální situaci a v tržním ekonomickém systému hledají především příležitost pro osobní uplatnění. Tito mladí lidé, přicházející nyní na trh práce, jsou označováni jako generace Y, která se zásadnějším způsobem vymezuje vůči hodnotám generace X. To se projevuje i v jejím pracovním chování. Generace X se snažila nezadlužovat se, udržet se na dobrém pracovním místě, nemít žádné konflikty s okolím, učinit jednoznačné rozhodnutí mezi rodinou či kariérou - peníze jsou pro ni hodnotou. Generace Y považuje peníze za prostředek a ochotně se zadlužuje. To následně souvisí i s tím, že je přesvědčena, že za svou práci musí být řádně odměněna. Představitelé této generace proto pružně mění místa jsou-li výhodnější a navíc požadují, aby jejich práce byla zajímavá, což je další příčinou častějších změn zaměstnání - veškeré změny totiž považují za běžnou součást života. Úspěch v práci je pro ně důležitý, neobtěžují mu však partnerské vztahy. Založení rodiny často odkládají na později, ale ani pak na kariéru nerezignují. Zaměstnavatelé u této generace vítají, že ve své většině se jedná o běžné uživatele ICT s nižší potřebou vyšších investic do vzdělávání v této oblasti. Tyto vzorce chování se čím dál tím častěji a silněji projevují i na českém trhu práce.

Generace Y bude v nejbližších letech tvořit značnou část populace v produktivním věku. Podle vymezení společnosti Deloitte budou do této skupiny patřit mladí lidé narození mezi lety 1982 a 1993, kteří vstupují na trh práce se základním, středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním. Zpráva odhaduje, že do roku 2025 se bude 40 - 60 % pracovníků z mnoha nejlidnatějších zemí planety, až již z rozvinutých nebo teprve se rozvíjejících trhů, rekrutovat z generace Y a mladších generací.

Personální paradox ve světě výroby

Řada mladých pracovníků má výrobu spojení s negativními představami. Dávno už není toto odvětví chápáno jako hlavní zdroj stabilních a dobře placených pracovních příležitostí. Generace Y však neví, že - v naprostém protikladu k obecnému vnímání - práce moderního výrobního dělníka klade již dnes nárok nejen na odborné znalosti a dobré manuální zručnosti, ale zároveň i na řadu tzv. soft skills, neboli měkkých dovedností. Jednou z nich je např. požadavek na vyšší flexibilitu a adaptabilitu, kterou zaměstnavatelé z výrobní sféry čím dál tím více u svých zaměstnanců požadují - potýkají se totiž s tlakem vyrábět na základě principů Just-in-time, který klade vysoké nároky na různě kvalifikovanou pracovní sílu a je značně ovlivněn sezoností. S cílem snížovat náklady na neustálou obměnu pracovní síly společnosti spíše preferují zaměstnávat jedince, kteří se snadno přizpůsobují novým podmínkám, jsou flexibilnější co do výkonu různých úkolů či typů práce, kterým

nevadí pracovat ve stále nových týmech, kteří mají zájem vznikající problémy řešit a neustále hledají prostor pro zlepšení.

Ve výrobní sféře navíc neustále roste počet pracovních míst spojených s poskytováním služeb, včetně prodeje, marketingu, výzkumu a vývoje, zákaznických služeb, finančních a právních služeb. Chtějí-li podniky přitáhnout nové pracovníky, musejí mít připraveny nové postupy v oblasti řízení lidských zdrojů, které budou na jedné straně uzpůsobeny generaci Y, ale zároveň budou schopny oslovit širší veřejnost. Výsledkem je paradoxní situace v oblasti náboru nových zaměstnanců, v souvislosti s níž bude muset mnoho výrobních podniků sestavit účinné plány.

Jak paradoxní personální situace ovlivňuje globalizační snahy výrobních podniků?

Vyrovnaní se s paradoxem v zaměstnanecké oblasti je zásadním úkolem pro výrobce na celém světě. Účinně vyřešit tento problém nepomůže pouhé přesunutí provozních činností do rozvojových zemí - naopak, takový krok může celou situaci ještě více zkomplikovat, neboť výrobní podni-

na poskytování poradenských služeb v oblasti lidských zdrojů. "Řízení těchto prvků, jako je nedostatečná zaměstnatelnost, negativní image, vzdělání, proškolení a nedostatek absolventů vysokých škol, by měly být prioritou pro výrobce ze všech koutů světa."

Získávání kvalifikovaných pracovníků v zemích jako je například Čína a Indie nebo ve státech Latinské Ameriky a východní Evropy je stále obtížnější. I když se požadavky na schopnosti pracovníků v jednotlivých regionech liší, patří mezi dovednosti uváděné nejčastěji jako nedostatečné schopnost vedení lidí, týmové práce a dobrá znalost angličtiny.

Problémy typické pro jednotlivé regiony

Střední a východní Evropa: s tím, jak se v regionu stále zřetelněji projevuje nedostatek kvalifikovaných pracovníků, pocítují výrobci rostoucí tlak na vyplácení vyšších mezd. V České republice např. byly mzdy v druhém čtvrtletí roku 2006 o 10 % vyšší než v předchozím roce - tento nárůst patří k nejvýraznějším v Evropské unii. ČR: typické problémy řeší i výrobní společnosti v ČR - především pak v případech, kdy výrobní závod vede zahraniční management, který infiltruje i do nižších pozic. Společnosti pak často naráží na problémy způsobené např. odlišným kulturním zázemím a jinou představou o podnikové kultuře. Z našich zkušeností např. u řady asijských investorů na českém trhu byly klíčovým bodem nesouladu odlišné styly jednání a řízení, které zůstávaly často nepochopeny.



ky se potýkají s podobnými problémy jak na vyspělých, tak na rozvíjejících se trzích. "Přestože tento problém se získáváním nových pracovníků se v různých výrobních odvětvích a zeměpisných oblastech liší, pokud jde o věk nebo druh dovedností, určité prvky jsou všude stejné," konstatoval senior manažer z poradenského oddělení společnosti Deloitte Czech Republic Stanislav Háša, který se specializuje

Manažeri jen těžko nacházeli společnou řeč, což bylo v napjatém prostředí pro obě dvě strany náročné a značně demotivující. I v Čechách prozatím zůstává významnou bariérou jazyk, a to zejména u nižšího managementu a u specialistů. Dochází tak často k nedorozuměním, společnosti čelí vysokým nákladům na překladatelské služby apod. Společnosti s většími výrobními závody rovněž narážejí na problém s neocho-

tou Čechů cestovat nebo se stěhovat za prací. Silné odbory rovněž kladou vyšší nároky na řadu aspektů v řízení společnosti.

Čína: i přes obrovský trh s pracovními silami se čínští výrobci potýkají vlivem prudké ekonomické transformace, demografických posunů, nízké kvality části pracovních sil a nedostatku osob s řídicími schopnostmi s nedostatkem schopných pracovníků.

Jihovýchodní Asie: rostoucí požadavky na kvalifikaci v jihovýchodní Asii naznačují, že firmy, které nebudou schopny přitáhnout mladou generaci, nebudou v budoucnu moci využívat plně všech výhod přechodu na oblastí přinášející vysokou přidanou hodnotu.

Indie: výrobní sektor vede při získávání nevýrobních pracovníků ostrý konkurenční boj s odvětvím služeb a informačních technologií. Roste tlak na snižování nákladů a mnoho zkušených techniků odchází za lepšími výdělky na střední Východ.

Latinská Amerika: v Brazílii panuje výrazný nedostatek kvalifikovaných pracovníků na úrovni středního vedení. S tím, jak vedoucí pracovníci ze střední úrovně postupují na vyšší pozice, se bude tento nedostatek ještě prohlubovat. V Mexiku chybí technici (pracující ve výrobě, v provozní oblasti, stavebnictví a údržbě), operátoři montážních linek, inženýři, zaměstnanci poskytující zákaznické služby, prodejci a vedoucí údržby.

Jak je možné tento problém se schopnými pracovníky vyřešit?

Pro řadu výrobních podniků se řízení lidských zdrojů zúžilo na koncové prvky - nábor a stabilizace pracovníků. Společnosti tím pádem zapominají věnovat dostatečnou pozornost úkolu, který je ve spojitosti s klíčovými zaměstnanci nejdůležitější - výchova a vzdělávání pracovníků, které pomáhá v zajištění růstu, dále rozvíjí silné stránky pracovníků, umožňuje jim zdokonalovat se v tom, co je zajímavé, a spojuje je způsobem, který přispívá ke zlepšování pracovních výsledků.

V dnešní době, kdy na trh pracovních sil vstupuje generace Y, musejí výrobní podniky, podle studie společnosti Deloitte, vyhodnotit, jak efektivně poskytují to, čeho si jejich zaměstnanci nejvíce považují:

- dlouhodobé vzdělávání s rozvíjením se a možností získávat zkušenosti z různých oblastí fungování organizace,
- pocit smysluplnosti vykonávané práce,
- možnost poradit se kdykoli se zkušenými kolegy,
- vyváženost pracovního a soukromého života dle potřeb konkrétních pracovníků,
- pracovní prostředí s moderním technickým vybavením,
- prostředí umožňující otevřenou komunikaci.

Přestože tyto potřeby odrážejí postoje především generace Y, vyhovují zmíněné podniky i starším generacím pracovníků, přestože oni sami by je jako důležité možná ani neuvedli nebo by jejich vytvoření od svého zaměstnavatele neočekávali nebo nepožadovali. Pokud je tedy organizace schopna naslouchat potřebám generace Y, pomůže jí to najít způsob, jak rozvíjet schopnosti a dovednosti všech svých zaměstnanců. Tento postup také vytváří jedinečnou příležitost k celkovému přepracování modelu řízení personálních záležitostí a k zapojení všech zaměstnanců do procesu budování vysoce produktivního podniku.

"Společnosti, které se úspěšně vypořádají s problémy spojenými s řízením různých skupin zaměstnanců, nejlépe prostřednictvím diferencované péče o zaměstnance a prostřednictvím propracovaných personálních strategií, budou dobře vyzbrojeny pro konkurenční boj," dodal Stanislav Háša.

Řízení lidských zdrojů se stále častěji objevuje na programu jednání užšího vedení firem po celém světě. Nejdůležitějším úkolem výrobců je vyhledávat ty nejlepší a nejnadanější pracovníky, kteří by mohli zastávat náročné pozice, a zároveň odbourávat tradiční představy o výrobním odvětví jako zaostávající sféře. Progresivní společnosti už zahájily najímání příslušníků generace Y a svůj model řízení zaměstnaneckých záležitostí přepracovávají tak, aby dovedly vyhovět specifickým požadavkům této generace, ovšem způsobem, který by byl přínosný i pro organizaci samotnou. Tyto společnosti si uvědomují, že strategie zaměřené na další rozvíjení, vzdělávání a propojování lidí musí být možné uplatňovat v různých zeměpisných oblastech a podnikatelských segmentech, aby tak vznikal potenciál pro provádění zásadních změn v postupech spojených s řízením zaměstnaneckých záležitostí v celé organizaci. (tz)

Kdo a jak vydělává na inovacích?

Předseda vlády ohlásil největší dosavadní průlom ve vládní politice vědy a vzdělání. Chystá se zřídit výbor pro výzkum a vysoké školy (zárodek budoucího ministerstva), vedle dosavadní vládní rady pro vědu také radu pro vysoké technologie a fórum pro inovace. Ze strany politické opozice bylo pohotově sděleno, že s posílením vědecko-technické politiky vlády bude souhlasit a poskytne jí podporu. P. Matějů v odpovědné pozici na ministerstvu školství opakoval svůj záměr zavést pro studenty vysokých učení "australské financování" (s odloženým úvěrem). Vzniká nové východisko k uvažování o vědě, technologii a inovacích.

Je ekonomický růst výslednicí jen vyšší produktivity?

Ekonomický růst, konkurenční schopnost, vývozní rentabilita, domácí spotřeba, národní měna aj. mají společný základ v produktivitě společenské práce (v její úrovni a v tempu zvyšování). Nějak jsme si však zvykli, že snadno se lze dostat k penězům na úkor státu. Uhrazení dluhu zkrachovalých bank a kampeliček, státní dotaky k hypotékám (třebaže se jich často užívá k jiným účelům), nevypořádané poměry zaniklých podniků, štědré výjimky a úlevy, únik z daní jako národní sport, zadlužování státu i občanů, štědré sociální příspěvky, dvojnásobná nemocnost ve srovnání s evropskými zeměmi, předčasné odchody do důchodu... Kolik z našeho nynějšího příjmemného ekonomického růstu není ve skutečnosti dílem vyšší výkonnosti, ale těžebním z ochablého státu? Kolik naší produkce tvoří málo vydatná práce ve mzdě (po privatizaci počátkem devadesátých let se odhadovala na 60 %), kolik cizinců si u nás kupuje levnou produktivitu? Snadnost, jak si pomoci bez námahy k penězům, a často k velkým penězům odkládá, alespoň zčásti, zaměřením na intelektuální podstatu výroby a obchodu.

Inovace? Znovu a pořádně!

Kdyby se pořizoval slovník nejužívanějších odborných výrazů, "inovace" by zaujala nájisto přední místo. Kdekdo inovaci opakuje, vybízí k ní, zařikává se jí...To však vůbec neznamená, že jí skutečně užívá. Inovace zplanelá a povětšinou dnes neznamená než cokoliv nového. Je namístě se vrátet ke kořenům. "Otec teorie inovace", Joseph Schumpeter, narozený v Třešti u Jihlavy, nakonec slavný americký ekonom, zkoumal počátkem 20. století dynamiku výrobního procesu a dospěl k závěru, že rozhodující není ani konkurence, ani nátlak státu, ani jiná vnější příčina, nýbrž znalost a odvaha těch, kdo zapojují do produktivního procesu kapitál, nesou s ním výhody výkonu a výnosu i riziko ztráty. Vložil dynamiku produktivního konání do rukou podnikatele. Na počátku století to byl ponejvíce jednotlivec, zakladatel, hlava rodiny, ale od třicátých let se už do vedení dostávaly "výbory", vznikala vrcholová vedení, na než dozírala volená tělesa těch, kdo poskytli kapitál (u nás nyní představenstva a dozorčí rady). Pojem "podnikatele" bylo třeba rozšířit. Jak se dělá inovace? Koná se "tvořivá destrukce": odnímá se opotřebovaný, zastaralý, málo plodný kapitál, a nahrazuje se čerstvým, mladým plodným kapitálem. Jaký kapitál? Všechny: stroje a zařízení, technologický postup, pracovníká kvalifikace, materiál, finanční zdroje, organizace, dodávky na nové trhy. Každý podnikatelský proces zastarává, je třeba jej "bořit", aby se mohl "tvořit" nový, lepší, vyšší. Co vede podnikatelskou vrstvu

k inovaci? Touha po akumulaci a růstu, potvrdit své vlastní schopnosti, předčít ostatní, získat uznání. (Připomíná to počínání sportovních šampionů.) Pravý podnikatel neřekne "to stačí". Přitažlivý vztah k inovacím mají zejména nové osobnosti, nezátížené minulou rutinou. Anebo také nezkrotní novátoři, kteří nic neponechají bez povšimnutí, ve všem vidí potřebu zlepšit, zjednodušit, zrychlit, zlevnit, v pokroku nacházejí uspokojení svého elánu. Schumpeter odkázal nový vzorec: "podnikat = inovovat". Byl dokonce přísný až potud, že vedoucí podniku, který neinovuje, zůstává dlužen svému poslání a nemá mít nárok na početné jméno podnikatele, ani na podnikatelský zisk, je jen jako "správce" podniku.

Inovace nejsou pouhá zlepšení

Inovace je podstatná změna, z níž vyrůstá značně až velice produktivnější podnikový výkon a výnos. Praxe ovšem přináší také bezpočet možností ke stálému zlepšování: chytřejší nástroj, menší tolerance materiálu, rychlejší pohyb operací, nový náter, čistší prostředí, příjemnější uspořádání atd., bez konce. Taková zlepšení je třeba podporovat, zapojovat do nich pokud možno všechny pracovníky. Povzbuzovat všímavost, kritičnost, nápaditost. Ale inovace v pravém smyslu to nejsou. Nezakládají nový, vyspělejší výrobní způsob. Mnohde mají k inovacím podobný vztah jako ke zlepšovacím námětům. Našlo se, že několik podniků odměňuje inovační aktivitu, například, že inovací nesmí být víc než postihuje 15 % činnosti, víc by prý podniková sestava nesnesla. Nazírají na inovace jako na součást výrobního programu: zhotovujeme výrobky a služby, tedy zhotovíme také inovace. Kolik chcete inovací? Hlavním odpůrcem inovací jsou "starousedlíci", kteří varují před změnami. "Tak se to dřív nedělalo." Z neznalosti a možná i z pohodlí se změnám vyhýbají. Ruku v ruce postupuje byrokratické znetvoření. Je všude, kde lze těžit víc z postavení než z práce.

Tržní přístup? Přednosti a meze

Nedávno publikoval profesor Jan Keller, Olomoucká univerzita, že "veřejné zájmy byly kolonizovány soukromými" (Modernizace, 2007). Nic se neudělá, pokud to nepřinese soukromý prospěch. Tržní ekonomika uchvátí také vědu, technologii a vzdělanost. Je tržní koncepce nejlepší? Na zlomu století jsme mohli sledovat dvojí přístup: Americká vláda vypsala na "problém století", přečtení kódu lidského života, geonomu, úkol s rozpočtem na 15 let. Ujala se jej "vědecká firma" a vedena svým zájmem vyřešila vědecký problém za 2 roky. Avšak ve Francii se téhož úkolu



ujal státní ústav zdraví a vyřešil problém rovněž za 2 roky. (Pak se chvíli přeli o prvenství, až nakonec uzavřeli dohodu.) Tržní ekonomika preferuje rychlý návrat vložených financí. Proto se vyhýbá velkým změnám. Když nedávno koupila Čína německou železnici na magnetickém pásu (maglev), svět užasl: v Německu tato železnice jezdila na pokusné trati již 20 let, ale nebylo, kdo by na ni vynaložil velké investice. V Číně to bude páteř velmi rychlé dálkové dopravy napříč celou zemí. V poměrech netržních vztahů jsme měli víc inovací než dnes: byli jsme na východ od Berlína se sovětským jaderným elektrotechnickým podnikem jediní, kdo mohl postavit jadernou elektrárnu; revolucionarizovali jsme textilní technologii (s pomocí tryskových stavů); uvedli jsme gelové oční čočky atd. S pokrokem civilizace nyní realizujeme v dřívě neznámé hojnosti řadu sice nikoli inovací v pravém smyslu slova, ale užitečná zlepšení. Napočítali bychom desítky - ovšem různého řádu - světových prvenství. Je zřejmé, že část inovačního procesu, zejména vědecké předpolí, se má řídit netoliko tržním rozhodováním, ale také nezávislými vědeckými úvahami.

Není inovace jako inovace

Praxe inovací odhalila dvojí tvář inovace. Jedny inovace se dobře snášejí, zapadnou do podniku a brzy vynášejí produktivitu, trh, export, akumulaci. Jsou však i druhé inovace, obvykle zvané "zlomové" (disruptivní), které znamenají rozchod s minulou praxí a vyžadují, aby podniky změnilly zaměření. Když se rozmohla mobilní "telefonie", která začíná potlačovat pevné linky, část spotřebitelů už přešla na druhou stranu. V Hranicích je závod na obrazovky, který pokračuje v tradičním pojetí, ale nápor plochých obrazovek je tak naléhavý, že s výrobou končí, propouští a hledá nové zaměření. Prudké poryvy inovací cloumají informačními technologiemi. Kde jinde platí empirický "Moorův zákon", že nové generace čipů nabývají dvojnásobku výkonu každých jeden a půl roku a že jejich jednotkové náklady se zároveň sníží na polovinu? Kdyby prý automobily podléhaly stejnému vývoji, kupovali bychom je za denní plat. Zlomové inovace mají své četné oběti. Když na podnik dolehnou, bývá to v poměrech, kdy se žádný konec nečeká. Výrobky ještě na trhu ujdou, lidé si v klidu vydělávají, manažeři pobírají štědré výdělků. Nové výrobky mohou být promyšlenější, jejich funkce hutnější, rozměry menší, zacházení jednodušší, nesou i menší jednotkový zisk. Když se podnik vzpomene, může být pozdě. Proč skončil? Protože se zdál dobrý.

Akteři inovací

Mějme na zřeteli "pořádné" inovace s výrazným účinkem. Ty mívají tři aktéry: Jeden je spjat s vědou nebo s nějakým šikovným nápadem (samolepicí papírky - jednu z pronikavých inovací, nastolil v podniku 3M technik, který to ani neměl na mysl, potřeboval snadno označovat, a rušit označení not). Má nějaký intelektuální základ přemýšlivosti, vzdělanosti, vědy. Je možné také začít až u druhé fáze, když se zabýváme jediné aplikací, vědecký objev je k dispozici nebo se nechá koupit. Druhý vybírá z širokého pole možného uplatnění to, které se jemu, jeho podniku, jeho společnosti jeví jako bezprostřední nebo nejprůhodnější. Na jedné straně má objev nebo nápad, na druhé východisko do praxe, nalezené po řadě hodnocení proveditelnosti a návratnosti investice. Třetí je ten, kdo se návrhu ujme, dá mu výrobní podobu a uvede jej na trh. Nese nakonec nejvíce nadějí na zisk - nynější i budoucí. Ale také nejvíce rizika, že se to nepovede a utrpí ztrátu. Nemáme dost vlastních případů k zobecnění. Použijeme tedy amerických podkladů, které vycházejí z mnoha hodnocení vědy, technologie, trhu a akumulace. Podle nich - ovšem s mnoha výhradami, jak se inovace nesmírně různí - bychom mohli uvažovat, že z výnosu vědecký objev dostane 15-25 %, poradní složka s návrhem na užít (feasibility study) podobně 15-25 %, a ten, kdo na sebe vzal realizaci a tržní uplatnění 50-70 %.

Znalostní podnik

V soudobém světě probíhá "znalostní transformace". Přední podniky se orientují na intelektuální faktory ekonomického růstu. Kdybychom měli odpovědět, kolik takových podniků už máme u nás, musela by vyjít zatraceně skromná odpověď. Znalostní podnik počítá s intelektuálními faktory odshora dolů. Shromažďuje je, akumuluje znalost, zapojuje do aktiv, odepisuje, jestliže zastarávají, a hlavně rozděljuje znalost uvnitř podniku, aby byla použita na místech, kde může přivodit největší výkon i výnos. Vytváří nové, pokročilejší poznání a užívá jej jako své konkurenční výhody. Znalostní podnik si vede přehled o aplikovatelných znalostech, uvádí je někdy do rozvahy, ale pod čarou. Vědecký potenciál, objevy a vynálezy, vynálezy, zlepšení zvyšují přitažlivost podniku. Ne nadarmo se říká, že bez ohodnocení znalostí se nedá ani určit konečná hodnota podniku. Je ovšem třeba opětovně trvat na tom, že znalostní podnik je úloha spíše před námi; nestačí mít ke znalosti "dobrý vztah", je třeba se učit a naučit klást budoucnost podniku na znalostní základ.

Jaroslav A. Jirásek



Autor: Miloš Krmášek

Zájem firem o služby zahraničních kanceláří roste

Téměř tisícovka českých firem využila za první pololetí letošního roku při svých exportních aktivitách služeb zahraničních kanceláří (ZK) agentury CzechTrade. Za celý loňský rok přitom evidovaly zahraniční kanceláře zakázky 1200 klientů. Zlepšení služeb zahraničních kanceláří CzechTrade se týká především efektivnějšího využití jejich disponibilního času. "Ukazuje se, že orientace služeb našich zahraničních kanceláří především na ty firmy, pro něž je export jednoznačnou prioritou, byl krok správným směrem. Práce na zakázkách pro tyto klienty, tedy práce na placených zakázkách s vysokou přidanou hodnotou, představují v současné době 30 % celkového disponibilního času zahraničních kanceláří, což je oproti 11,5 % v loňském roce více než dvojnásobek. Daří se nám tak naplňovat vizi exportní strategie Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a já věřím, že se nám v tomto měřítku podaří dostat v krátkém čase na 40% vytiženost, což je průměr těch nejlepších proexportních agentur v Evropě," řekl generální ředitel CzechTrade Ivan Jukl.

Za prvních šest měsíců letošního roku také CzechTrade za prodej asistenčních služeb svých zahraničních kanceláří utržil 9 milionů Kč. Ve srovnání s prvním pololetím roku 2006 tržby zahraničních kanceláří CzechTrade vzrostly o 125 %. Za celý rok 2006 přitom

dosáhly 10,6 milionu Kč. Podle Ivana Jukla je také díky efektivnější činnosti zahraničních kanceláří reálné překonání plánovaných celoročních tržeb za služby ZK ve výši 15 milionů Kč. CzechTrade tím tak naplňuje strategický cíl zvyšování podílu samofinancování činnosti agentury. Prostřednictvím služeb ZK pomohl CzechTrade českým exportérům především z řad malých a středních firem v prvním pololetí letošního roku k uzavření 168 úspěšných kontraktů v celkové hodnotě 1,8 miliardy korun. Největší podíl na hodnotě exportu (cca 60 %) mají tradičně vývozy do Ruska, kde má CzechTrade tři kanceláře v Moskvě, Jekatěrinburgu a Petrohradě. Čtvrtou plánuje otevřít ještě v tomto roce v Samaře. O stále rostoucí zájem českých firem o služby CzechTrade svědčí také zvýšený počet zakázek. V první polovině letošního roku jich agentura získala 426, což je meziroční nárůst o 103 zakázky.

Nejvytíženější ze všech stávajících 32 zahraničních kanceláří CzechTrade ve 29 zemích je kancelář v Čínské Šanghaji. Proto otevřela v prvním pololetí agentura druhou kancelář v západočínském Chengdu. Druhou nejvytíženější kancelář je dlouhodobě Varšava, následována kancelář v Kolíně nad Rýnem. Kromě již otevřené druhé kanceláře v Číně a plánované kanceláře v Samaře počítá CzechTrade letos ještě s otevřením nové kanceláře ve Vietnamu. **(tz)**

Kontakt:

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

V rámci Exportní akademie vychová úspěšné odborníky

Po pilotním projektu Exportní akademie CzechTrade, kterým byla předodjezdová příprava zástupců státních institucí v zahraničí, se na podzim dočkají speciálního kurzu přípravy na působení na zahraničních trzích také zástupci tuzemských firem. V rámci Exportní akademie bude totiž odstartován první ročník kurzu "Úspěšný exportér". "Kurz obchodní diplomacie, po jehož skončení jsme v červnu rozdali prvních 25 certifikátů, byl připraven v rámci implementace Exportní strategie ČR na léta 2006-2010 ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu a Diplomatičkou

akademií MZV jako nový typ povinné předvýjezdové přípravy pracovníků obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR a vedoucích zahraničních kanceláří CzechTrade a CzechInvest. Naproti tomu kurz Úspěšného exportéra je dalším kvalitativním stupněm přípravy firem na jejich expanzi v zahraničí, kterou agentura CzechTrade nabízí svým klientům v rámci služeb exportního vzdělávání," řekla ředitelka odboru lidských zdrojů CzechTrade Lada Rindošová. Vzdělávací kurz "Úspěšný exportér" pod hlavičkou Exportní akademie bude zaměřen na zahraniční obchod, a to na oblasti odborných znalostí

i tzv. měkkých dovedností. V deseti samostatných modulech bude výuka věnována aktuálním trendům v oblasti mezinárodního obchodu, financování a pojišťování zahraničního obchodu, obchodním metodám, operacím a nástrojům, mezinárodní marketingové komunikaci, problematice efektivní prezentace na zahraničním veletrhu, základům mezinárodního práva, podpoře podnikání z fondů Evropské unie, ale prostor bude i na prezentační dovednosti, efektivní metody obchodního vyjednávání a obchodní etiketu. Povinností v rámci kurzu bude zpracování individuálního exportního záměru, který budou moci

účastníci kurzu konzultovat s odborníky z Vysoké školy ekonomické v Praze a s odbornými konzultanty CzechTrade. První běh kurzu Úspěšný exportér v rámci Exportní akademie CzechTrade bude zahájen 11. října 2007. Výuka probíhá jednou týdně ve čtvrtek od 9 do 17 hodin. První absolventi převezmou certifikát úspěšného exportéra v polovině prosince na neformálním setkání se zástupci firem, které už mají s exportem bohaté zkušenosti. Cena kurzu je 25 000 Kč za jednoho účastníka a zahrnuje i kvalitní odborné materiály ke každému výukovému modulu. **(tz)**

Upozornění na nejbližší zahraniční akce, kterých se CzechTrade účastní:

datum akce	název akce	místo konání
2.-4. 9. 2007	SHOP - Retail, Food & Drink	Dublin, Irsko
Ve dnech 2.-4. 9. 2007. 2007 bude agentura CzechTrade prezentovat potravinářský průmysl z ČR na irském veletrhu SHOP - Retail, Food and Drink. Na veletrhu se předpokládá účast cca 5000 nákupčích z nezávislých řetězců, velkoobchodníků, obchodů s delikatesami, bio potravin. V minulém ročníku se zúčastnilo 2800 vystavovatelů, 138 000 návštěvníků.		
4.-7. 9. 2007	Prezentace průmyslu z ČR na veletrhu HI-INDUSTRI	Herning, Dánsko
Ve dnech 4.-7. září 2007 se uskuteční v největším skandidávském výstavním areálu Messecenter Herning průmyslový veletrh HI INDUSTRI, který se koná pravidelně každé dva roky. Významná část návštěvníků přichází za účelem vyhledání nových subdodavatelů. Veletrh navštěvují nákupčí z renomovaných firem z Dánska i z dalších skandidávských zemí /www.hi-industri.dk/.		
5.- 8. 9. 2007	RIGA FOOD 2007	Riga, Lotyšsko
Ve dnech 5. až 8. září 2007 se ve výstavním areálu World Trade Centr Riga uskuteční specializovaná výstava RIGA FOOD 2007, kde budou prezentovány zejména- potravinářské výrobky, výrobky zdravé výživy, zemědělské a potravinářské stroje a technologie, obalová technika a obalové materiály. Během výstavy budou mimo jiné organizovány semináře a prezentace tuzemských i zahraničních firem. Výstava RIGA FOOD patří k nejvýznamnějším oborovým akcím v celém Pobaltí.		
12.-15. 9. 2007	BalticBuild 2007	Sankt-Petěrburg, Rusko
Ve dnech 12.-15. 9. 2007 se bude CzechTrade účastnit veletrhu BalticBuild 2007 v ruském Sankt Petěrburgu. V Sankt Petěrburgu, jako ostatně i v celém Rusku, probíhá v posledních letech masivní bytová výstavba, výstavba velkých nákupních center, logistických center a související infrastruktury. V této souvislosti se naskytají velké možnosti českým výrobcům především „nestandardních“ a dokončovacích stavebních materiálů bytů (tmely, izolace, el. instalace atd.).		
12.-15. 9. 2007	Prezentace nábytkářského průmyslu z ČR	Šanghaj, Čína
Prezentace nábytkářského průmyslu z ČR prostřednictvím CzechTrade v Číně.		
13.-15. 9. 2007	AGROBALT 2007	Vilnius, Litva
Veletrh Agrobalt 2007 je jeden z největších v tomto oboru potravinářství na celém teritoriu Pobaltí. Veletrh byl vybrán zejména proto, že v oblasti Pobaltí je velká oblibenost a tradice českého zboží a zejména dobrý zvuk (kvalita za rozumnou cenu).		
Dne 20. 9. 2007 pořádá CzechTrade v čínském Chengdu prezentaci průmyslu z ČR, zaměřenou na oblasti obnovitelných zdrojů energie. Cílem této prezentace je podpora vývozu českých výrobků do Číny, informování o možnostech průmyslu ČR a vyvolání zájmu o česká zařízení a technologie. Čína se během posledních let stala největším investorem do obnovitelných zdrojů energie (OZE). Pro Čínu jsou tyto zdroje strategickou alternativou k uhlí a ropě. Na prezentaci se předpokládá účast cca 70 čínských odborníků, na minulém ročníku akce, která se konala v Pekingu, se zúčastnilo 73 odborníků z ČLR a 8 českých firem.		
25.-27. 9. 2007	National Manufacturing Week	Chicago, USA
National Manufacturing Week je největším designovým a výrobním veletrhem v USA. Jedná se o jedinečnou událost, která pokrývá všechny oblasti výroby skrze osm nezávislých a zároveň na sebe navazujících akcí. Veletrh je vhodnou příležitostí pro nákupčí a prodejce výrobků, služeb a technologie, které podporují a integrují všechny funkce výrobních procesů. Trade show zahrnuje vše od design engineering přes údržbu výrobních prostor, managementu automatizace a výrobní integrace.		
25.-28. 9. 2007	SUBCONTRATACIÓN 2007	Bilbao, Španělsko
Veletrh SUBCONTRATACIÓN BILBAO patří společně s veletrhy Messe Hannover a Mídest Paříž mezi tři nejvýznamnější veletrhy v oboru strojírenských subdodávek. Veletrh je současně největším veletrhem svého druhu ve Španělsku, koná se pravidelně každé dva roky.		
26.-28. 9. 2007	TEK 2007 - "Fuel and energy complex of Ukraine"	Kyjev, Ukrajina
Ve dnech 26.-28. 9. 2007 pořádá CzechTrade v ukrajinském Kyjevě prezentaci palivově-energetického průmyslu z ČR na 5. mezinárodním fóru: „FUEL AND ENERGY COMPLEX OF UKRAINE: THE PRESENT AND THE FUTURE“ . Akce je zaměřena na prezentaci nejmodernějších technologií, zařízení, služeb a produkce ukrajinských a zahraničních podniků pro palivově-energetický komplex v oblastech: energetika, uhelno-průmyslový komplex, průmysl ropy a zemního plynu, úspory energií a zdrojů.		
28.-30. 9. 2007	Farma 2007	Poznan, Polsko
Ve dnech 28.-30. 9. 2007 se bude CzechTrade účastnit veletrhu Farma, který se koná v Polsku v Poznani. Cílem této akce je zajistit možnost prezentace firmám prostřednictvím stánku CzechTrade a prezentovat Českou republiku jako zajímavého partnera v oblasti zemědělské techniky.		

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

servis CzechTrade

Referenční číslo:	Země určení:	Objem poptávky:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	Email:	Popis poptávky
POCZ200750592	Francie		26. 07. 2007	10. 08. 2007	ivana.kunteova@czechtrade.cz	Francouzská strojírenská firma hledá výrobní partnery v oblasti: - obrábění, strojní a přesné - soustuzení kovů (strojní a CNC), frézování (strojní a CNC) a vybrušování, strojní svařování - lisování/tváření, řezání vodním paprskem a laserem, laseru, řezání kovů, ohýbání, sváření - elektroeroze
POCZ200750593	Německo		26. 07. 2007	10. 08. 2007	ivana.kunteova@czechtrade.cz	Německá firma hledá výrobce obráběcích automatů, které by mohla zastupovat v Německu (především spolková země Porýní Westfálsko). Firma je připravena vybudovat i servisní zázemí. Zájemce o kontakt prosím vyplnit příložený formulář a zaslat nejpozději do 10. 8. 2007 na ivana.kunteova@czechtrade.cz
POCZ200750597	Brazílie		26. 07. 2007	25. 10. 2007	sandra@strongtrading.com.br	Firma má zájem o uhlíkovou a speciální ocel v tyčích. Parametry jsou uvedeny v AJ.

Prezentace v cizině - příležitost k životu

Z nabídky široké škály veletrhů, kterých se mohou české firmy zúčastnit prostřednictvím CzechTradu, a vhodně tak zaujmout zahraniční obchodní partnery a takřkajíc prorazit do světa, bychom vás rádi seznámili s těmi nejaktuálnějšími:

Inspirace pro vás - veletrh National Manufacturing Week, 25.-27. září 2007

- 1) NEJVĚTŠÍ VELETRH SVÉHO DRUHU V USA: National Manufacturing Week je největším designovým a výrobním veletrhem v USA. Veletrh je vhodnou příležitostí pro nákupčí a prodejce výrobků, služeb a technologií, které podporují a integrují všechny fáze výrobních procesů. Program letošního ročníku National Manufacturing Week zahrnuje všechny výrobní procesy od designu, inženýrství, automatizaci, přes údržbu výrobních prostor, management všech fází výrobních procesů, služby, software, výrobní integrace atd. Veletrhu, který svým rozsahem patří mezi zcela unikátní akce, se zúčastní velké množství klíčových amerických i zahraničních firem.

2) V letošním roce se veletrhu zúčastní více než 35 000 nákupních a výrobních manažerů významných výrobních firem.

3) Veletrhu se každoročně účastní v hojném počtu zástupci největších nejen amerických výrobních firem.

4) VELKÉ FIRMY: Jenom výběr z těch, kteří letos veletrh v hojném počtu svých zástupců navštíví: ABB, Abbott, Amtrak, BAE, Baxter, Bayer, Boeing, Bombardier, Bosch, Caterpillar, Daimler Chrysler, Delphi, Eaton Corp., Elektrolux, Exelon, Fermilab, Flextronics, Ford Motor, General Electric, General Motors, Harley-Davidson, Hewlett Packard, Honda, Honeywell, John Crane, John Deere, Johnson Controls, Kohler, Kraft, Lučeny Technologies, Masterfoods, Mitsubishi, Mittal Steel, Motorola, Nissan, Rockwell Automation, S. C. Johnson, Siemens, Thyssenkrupp, Toyota, Unilever, Valeo a spousta dalších.

5) LETOS POPRVÉ: v letošním roce budou mít české firmy poprvé možnost se veletrhu zúčastnit ve spolupráci s CzechTrade v Chicagu.

6) NÍZKÉ NÁKLADY: jedinečná příležitost, jak se s minimálními náklady osobně nebo prostřednictvím zástupce CzechTrade této významné akce zúčastnit.

7) ASISTENCE CZECHTRADE: CzechTrade zajistí předjednání schůzek s nejzajímavějšími potenciálními obchodními partnery českých firem a bude poskytovat další asistenční služby.

8) USA JE NEJVĚTŠÍ SVĚTOVÝ DOVOZCE: kde jinde se zúčastnit, když ne na území státu, který je největším světovým dovozcem, a na akci, která je největší svého druhu v USA.

9) REFERENCE: zvláště vhodné pro české firmy s exportní zkušeností a významnými zákazníky v Evropě.

10) Bližší info u CT Praha/Chicago anebo www.manufacturingweek.com.
- prezentace českých firem na veletrhu "National Manufacturing Week 2007" v USA**
Kontakt: Klára Jirousková, Exportní manažer, klara.jirouskova@czechtrade.cz
Tel.: +420224907805, Fax: +420224913817
Agentura CzechTrade bude mít na veletrhu "National Manufacturing Week" svůj stánek, na němž bude propagovat české firmy z relevantních oborů. Cílem této akce je: Představit ve Spojených státech Českou republiku jako partnera pro spolupráci v oblasti výrobních technologií, prezentovat nabídku zúčastněných českých firem a bude poskytovat další asistenční služby.

8) USA JE NEJVĚTŠÍ SVĚTOVÝ DOVOZCE: kde jinde se zúčastnit, když ne na území státu, který je největším světovým dovozcem, a na akci, která je největší svého druhu v USA.

9) REFERENCE: zvláště vhodné pro české firmy s exportní zkušeností a významnými zákazníky v Evropě.

10) Bližší info u CT Praha/Chicago anebo www.manufacturingweek.com.

Veletrh BEST 2007

Termín konání: 10.-12. října 2007

Místo konání: Výstaviště Halles des Foires de Liege, Liege, Belgie

ZAMĚŘENÍ:

- Sanace půd, obnova opuštěných průmyslových pozemků a objektů
- Vodní hospodářství a čištění odpadních vod
- Obnovitelné zdroje energií a racionální využití energie
- Sběr a recyklace odpadů

CÍLEM AKCE JE:

- Představit Českou republiku jako partnera pro spolupráci v oblasti životního prostředí a obnovitelných zdrojů energie.
- Prezentovat nabídku zúčastněných českých firem a asistovat jim při navázání kontaktů s belgickými partnery.
- Minimalizovat náklady českých firem spojené s prezentací na veletrhu.

NABÍZÍME VÁM:

- a) Doprovodnou asistenci CzechTrade
- Vytipování vašich potenciálních obchodních partnerů v Belgii a předání pozvánky na veletrh společně s profilem Vaší společnosti těmto firmám.

- Přítomnost pracovníků CzechTrade na stánku po celou dobu konání veletrhu, kteří budou v přímém kontaktu s potenciálními zahraničními zákazníky a budou zajišťovat individuální sběr kontaktů a informací pro účastníky akce.
- Dle zájmu možnost osobní účasti zástupců vaší společnosti na stánku za účelem jednání s potenciálními partnery.
- Možnost zapojení vaší společnosti do matchmakingu - BEST ECO MEETING.

- Po skončení veletrhu vypracování a předání individuální výsledné zprávy s kontakty na zájemce o spolupráci.

Informační stojany BusinessInfo.cz na živnostenských úřadech

Česká agentura na podporu obchodu/CzechTrade a Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR umístily na 170 živnostenských úřadech po celé České republice v červnu a červenci informační stojany. Jedná se o spolupráci při zavádění tzv. jednotných registračních formulářů v centrálních registračních místech (v rámci živnostenských úřadů).

Cílem tohoto projektu je poskytnout podnikatelům při registraci na CRM/živnostenských úřadech doplňující informace o vstupu do podnikání v tištěné podobě a zároveň je upozornit a navést na možnost vyplnění elektronického formuláře na oficiálním portálu pro podnikatele BusinessInfo.cz. Zároveň je informační stojan cíleným marketingovým nástrojem upozorňujícím na služby portálu BusinessInfo.cz, CzechTrade a MPO.

K dispozici jsou v současné chvíli následující informace, které mohou být doplněny podle aktuální potřeby:

- Elektronické formuláře

Přehledné informace o elektronických formulářích na portálu BusinessInfo.cz (Jednotný formulář pro vstup do podnikání - založení živnosti, daňové formuláře apod.)

- Životní situace podnikatele

Jednou ze služeb portálu jsou tzv. životní situace, do kterých se podnikatel dostává ve styku s úřady a které mapují a popisují agendy a příslušné postupy.

Průběžné hodnocení projektu se plánuje na začátek roku 2008. Ovšem již nyní byly získány první stručné ohlasy ze živnostenských úřadů, které jsou v naprosté většině pozitivní. Podle zástupců živnostenských úřadů plní informační stojany svůj hlavní účel, tj. poskytovat úvodní informace a být základní pomůckou pro začínající podnikatele. Informační stojany mohou poskytovat počáteční informace zejména pro osoby, které hodlají zahájit podnikatelské aktivity. Další typ ohlasů uvádí rozšíření služeb ŽÚ a zlepšení přístupu k informacím pro podnikatelskou veřejnost tím, že je letáky navedou přímo na portál BusinessInfo.cz, ale také to, že stojan lze využít k nabídce vlastních brožur a CD týkajících se CRM.

Komentáře ze živnostenských úřadů rovněž zmiňují potřebu pravidelně dodávat nové informace, letáky a materiály.

Radek Ježdík
vedoucí portálu BusinessInfo.cz

Škoda Auto na další kontinent

Škoda Auto vstoupí na další kontinent. V říjnu dodá mladoboleslavská automobilka první vozy svým novým zákazníkům v Austrálii. Premiéra je plánovaná na mezinárodní autosalon v Sydney (11.-21. října), v nabídce budou modely Škoda Roomster a Škoda Octavia včetně provedení RS a Combi. Prodejní síť nového importéra bude pro začátek čítat 14 obchodníků v klíčových oblastech Austrálie. Austrálie bude po Evropě, Asii, Africe a Jižní Americe v pořadí pátým kontinentem, kde Škoda Auto oficiálně prodává své vozy. Zároveň zaokrouhlí počet zemí, kde jsou vozy Škoda k dostání prostřednictvím autorizovaných partnerů, na rovných sto. V loňském roce Škoda Auto poprvé prodala po celém světě více než půl milionu vozů za rok (549 667, + 11,7% oproti 2005).

World, Business & You

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

SLUŽBY ZAHRANIČNÍCH KANCELÁŘÍ CZECHTRADE PRO ČESKÉ EXPORTÉRY

PRAKTICKÁ POMOC ČESKÝM EXPORTÉRŮM NA ČTYŘECH KONTINENTECH.
INFORMACE, OBCHODNÍ KONTAKTY, MARKETINGOVÁ PODPORA, AKCE A ASISTENCE.
PODPORA PŘI VSTUPU NA ZAHRANIČNÍ TRH, ZAKLÁDÁNÍ POBOČKY NEBO ROZŠÍŘOVÁNÍ VÝROBY.

CzechTrade

Dittrichova 21

128 01 Praha 2

Zelená linka pro export: 800 133 331

E-mail: info@czechtrade.cz

www.czechtrade.cz

- Průzkum trhu
- Vyhledání obchodních kontaktů – bez ověření
- Ověření zájmu o výrobek/službu
- Asistenční služby zahraničních kanceláří
- Organizace obchodních jednání

- Průzkum veletrhu
- Pomoc při zakládání zahraničního zastoupení
- Technické překážky
- Zjištění bonity firmy



www.premium.prosperita.info

19

Auditoři pro vaši jistotu

Přísnost etického kodexu nebrání přátelským a otevřeným vztahům mezi auditorem a jeho klientem



ubírat profese auditora? Přibude mu povinnosti? Přibudou povinnosti firmám?

Určitě přibudou povinnosti jak auditorovi, tak firmám. Společnosti si postupně mnohem více začnou uvědomovat význam řízení rizik a správného nastavení interních procesů. Zároveň nejen americká, ale i evropská a česká legislativa musí reagovat na vývoj jak profese, tak celé ekonomiky. USA jsou zatím v oblasti regulace nejdále a ukazují ostatním, kterým směrem se dát. Auditori v ČR se budou řídit novou směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2006/43/ES. Jde o zcela novou právní úpravu, která zásadním způsobem rozšiřuje dosavadní práva a povinnosti auditora - např. o tzv. "nezavislý dohled". Tato směrnice přinese i významnou novelu zákona o auditorech, kterou očekáváme v příštím roce.

Bez auditu se podnikání neobejde. A než vyzraje osobnost auditora, asi to chvíli trvá... Vyučuje se na některé z vysokých škol u nás přímo specializace "auditor"?

Na českých ekonomických školách jsou pouze přednášky o auditu. Nevím o tom, že by někde byl audit jako studijní obor. Ze své zkušenosti však mohu říci, že i když je kvalitní vzdělání určitě výhodou, mnohem důležitější jsou osobnostní předpoklady a praxe. My u absolventů hledáme především schopnost analyticky přemýšlet, pochopit podstatu procesů, strukturovat problém. U auditora snad ještě více než jinde platí, že se musí celoživotně vzdělávat. V Ernst & Young proto investujeme velké prostředky do kontinuálního vzdělávání našich zaměstnanců.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

ERNST & YOUNG

Quality In Everything We Do

Ernst & Young je celosvětová společnost poskytující odborné poradenské služby v oblasti auditu, daní, podnikového a transakčního poradenství. V rámci poradenské sítě Ernst & Young působí ve více než 140 zemích celého světa 114 000 odborníků. Jedním z cílů, jež si tato organizace vytkla, je obnovit důvěru veřejnosti ve společnost poskytující odborné poradenské služby a v kvalitu účetního výkaznictví. V České republice společnost Ernst & Young zahájila svou činnost v roce 1991 otevřením pobočky v Praze a dnes má více než 450 zaměstnanců. Odborníci Ernst & Young poskytují služby v oblasti tradičního a interního auditu, daní, podnikových financí a řízení rizik či poradenství týkající se lidských zdrojů, podnikové bezpečnosti atd. pro více než 400 významných českých i mezinárodních společností.

Kontakt:
Ernst & Young
Karlovo náměstí 10
120 00 Praha 2
Tel: +420 225 335 111
Fax: +420 225 335 222
www.ey.com

Novém Zélandu spoléhají na základní průběžný systém (každý dostává stejně, rozdíly jsou pouze v závislosti na počtu odpracovaných let), zatímco v Austrálii a v USA preferují cílené penzijní plány podle sociální potřeby. Výzkum AXA Retirement Scope 2007 si kladl za cíl zjistit, jaké jsou představy ekonomicky aktivního obyvatelstva o době odchodu důchodu, a srovnat je s pohledem nyníšších důchodců. Zkoumán byl i přístup jedinců k finančnímu plánování důchodového věku. Výzkum proběhl v šestnácti zemích světa, tázáno bylo celkem 11 590 respondentů. Letos poprvé byla do tohoto výzkumu začleněna i Čína. V příštím roce se výzkum zaměří také na Českou republiku. (tz)

Kvalitu hledáme všichni a nezastíráme to. V běžném spotřebitelském životě, stejně tak jako v životě firemním - když nakupujeme počítač, chceme již ne ten nejlevnější, ale ten, který unese množství dat a je k němu odpovídající servis pro nás bez starostí. Vybíráme-li nového zaměstnance, záleží nám na tom, aby něco uměl a aby měl mnoho dalších vlastností, které povedou k loajalitě s naší strategií. Stejně tak náš nový pracovník hledá více výhod než v minulosti, chce, aby byl uznáván, považován a náležitě hodnocen, a to nejen finančně, ale osobnostně, chce být někým, kdo je potřebným a váženým. Zkrátka - nároky na vše se stupňují. Firemním procesům a jejich zkvalitňování napomáhá poradenství i audit. Obě v roli vysoce specializované disciplíny, která firmám pomáhá ke stupínkům vítězství. O poradenství, auditorských službách a podnikání jsme tentokrát hovořili s Magdalenou Soucek, vedoucím partnerem divize řízení rizik společnosti Ernst & Young pro oblast střední Evropy:



skvělým nástrojem publicity. Čeští byznysmeni jsou nyní informovanější, dravější, disponují většími zkušenostmi než kdykoli předtím. Na druhou stranu mají stále stejné výtky k podmínkám podnikání - složitý daňový systém, nevyhovující sociální a podnikatelské prostředí a podmínky pro zaměstnávání pracovníků.

A jak hodnotíte české podnikatelky a manažerky? Máme jich málo, anebo se dá říci, že jsou naše ženy poměrně podnikavé a šikovné a že jich přibývá?

Jsem přesvědčená o tom, že české ženy jsou šikovné a podnikavé. Znáám mnoho žen, které jsou ve světě byznysu velmi úspěšné. Přesto cítím, že ženy mnohdy ani nemají tak silnou ambici dostat se na vysoké posty, řídit velkou firmu. Domnívám se, že to je dědictví minulých let i toho, jak byly vychovávány. Navíc jsou neustále stavěny před rozhodnutí: kariéra, nebo rodina. I když já si vůbec nemyslím, že ta volba musí být postavena ve stylu "buď, anebo". Úspěšná žena manažerka se nemusí vzdávat rodiny. K tomu, aby zvládla obojí, potřebuje samozřejmě podporu tolerantního partnera a rodiny, ale to je tak ostatně vždycky.

Některé firmy se brání poskytování poradenství - proč?

V Ernst & Young se poradenství rozhodně nebráníme, naopak naše oddělení podnikových a také transakčních služeb se nebyvale rychle rozrůstá. Můžeme však ze zákona poskytovat poradenství pouze v případě, pokud se nedostaneme do střetu zájmu. Tato pravidla se ještě zpřísnila po finančních skandálech v roce 2002, které velmi ovlivnily auditorskou profesi. V oblasti transakčního poradenství jsme zaregistrovali v posledních letech vůbec největší růst. Důvody jsou dva: přetlak peněz a rychlý růst lokální ekonomiky. Společnosti uskutečňují komplexnější a sofistikovanější transakce a obrací se v těchto případech na odborníky. My se na trhu profilujeme jako experti na fúze a akvizice a oceňování podniků.

Myslíte, že by se mohly menší společnosti, které ještě nemusí mít audit, od těch větších přiučit, třeba s ohledem na to, že za dva tři roky jej budou již muset mít?

Přiučit se sice mohou, ale v praxi jim to stačit nebude. Menší společnosti by si měly najmout konzultanty, kteří jim pomohou připravit se na situaci, ve které budou audit potřebovat. Konzultanti jim pomohou přizpůsobit jejich účetnictví, nastavit interní procesy, zavést interní kontroly a připravit se na to, že do jejich firmy přijdou auditori, kteří budou vše zkoumat.

V poslední době se hodně začíná diskutovat o zjednodušování řízení firem, o jejich struktuře, nutnosti mít vizi a předvídat. Mluví se o nutnosti netradičních přístupů, nápadech, stranou nestojí využitelnost emocí. Nač se nyní ale v podnikání zapomíná?

Myslím si, že i přes částečné zlepšení, se ještě

v řadě českých firem zapomíná nebo nevěnuje dostatečná pozornost řízení rizik. Přitom pro společnost se může efektivně fungující systém řízení rizik stát komparativní výhodou. Naopak zanedbání se může firmě velmi prodražit. Firmy také mohou zvýšit svou hodnotu tím, že zlepší komunikaci o problémech rizik s investory. Pro výborně fungující společnosti je podle našeho nedávného výzkumu typické, že mají řízení rizik výrazně, častěji zabudované do své firemní kultury. Zároveň o důležitosti rizikového managementu školí své zaměstnance.

Další oblastí, která je neprávem podceňovaná, je prevence podvodného chování, tedy korupce, zpronevěry, podvodů atd. Firmy by měly věnovat víc pozornosti vybudování efektivního programu ochrany proti podvodům.

Jak u řízení rizik, tak u prevence podvodů je základem komunikace, nastavení správných procesů a jejich následná kontrola. Zní to jednoduše, ale skrývá se zatím hodně práce.

Jak se auditori vypořádávají s mnohdy přebujelou administrativou?

Z pohledu auditora je situace trochu jiná, než jak ji vidí například začínající podnikatel, který je zoufalý z boje s úřady. Pokud má auditor udělat svou práci dobře, všechny jeho kroky a nálezy musí být pečlivě zdokumentovány. Správně vedený auditorský spis pak může sloužit například i jako důkaz u soudu. V USA, kde jsou auditorské směrnice ještě přísnější a detailnější než u nás, je této administrativy mnohem více a také audit samotný je dražší. Někteří čeští auditori, kteří nabízejí své služby levně, zanedbávají právě dokumentaci auditu. A to se může firmě, která si takový audit objednala, vymstít. Administrativa je prostě důležitou součástí auditu, která jej však bohužel značně prodraží.

Hodně se mluví o vlivech globalizace na to které národní "firemní" podhoubí. Co, podle vás, globalizace přináší dobrého do byznysu a nač si musí každý jednotlivý subjekt dát pozor?

Globalizace přináší zkušenosti z jiných zemí, umožňuje sdílení nejlepší světové praxe. V důsledku pak může znamenat také zvýšenou efektivitu. Nadnárodní firmy, které z toho těží, však na druhé straně musí věnovat zvýšenou pozornost dodržování národní legislativy jednotlivých států, v nichž působí.

Komora auditorů České republiky má přísný etický kodex. Není té přísnosti až příliš?

Etický kodex má mnohem hlubší význam, než že by pouze určoval, zda může být auditor přísný nebo ne. Jeho podstatou je zajistit nestranný audit. Součástí etického kodexu jsou standardy, pod které řádná auditorská firma nepůjde. Je to například i poměr cena - kvalita, který určuje, že auditor nemůže své služby prodávat pod cenou. Za kvalitní služby se musí zaplatit adekvátní odměna. Na etický kodex se také můžete dívat jako na určitou ochranu - jak klienta, tak nás jako auditory. Přísnost kodexu vůbec nebrání přátelským a otevřeným vztahům mezi auditorem a jeho klientem, naopak, často je to pomůcka, aby takový vztah mohl být navázán a především udržen.

Mění se pohled firem na auditora?

Určitě ano. V začátcích jsme se často potýkali s tím, že firmy vnímaly auditory jako "zlé policajty", kteří je chtěli za každou cenu nacytat. Z toho pramenily i překážky v komunikaci a ve spolupráci. V posledních letech ale stále více společnost chápe, že auditor je především jejich pomocník a průvodce. A že pokud najde nějaké nedostatky on, je to pro firmu příležitost, jak se zlepšit. Řada firem již navíc má i vlastní, interní audit, a tak slovo audit už přestává být strašákem.

Jakým směrem se bude v příštích několika letech

výdaje na důchody jsou vyšší už jen z podstaty věci, bez ohledu na štedrost toho kterého důchodového systému," řekl Petr Žaluda, generální ředitel skupiny AXA pro ČR a SR. Výsledky průzkumu AXA Retirement Scope 2007 porovnané s rozdílnými penzijními systémy v zemích OECD odhalily, že na postoje důchodců ohledně dostatečnosti příjmů nebo kvality jejich života nemají tyto odlišné systémy žádný výrazný vliv. Ze čtyř zemí, kde jsou důchodci se svými příjmy a kvalitou života nejspokojenější, se v Nizozemsku a na

Výzkum AXA: Výše veřejných výdajů na důchody nemá vliv na spokojenost důchodců

Čím vyšší je úroveň veřejných výdajů, tím méně mají důchodci dojem, že jsou jejich příjmy dostatečné. Vyplývá to z již třetího celosvětového výzkumu skupiny AXA, zkoumajícího život v důchodovém věku jak z pohledu samotných důchodců, tak ekonomicky aktivních jednotlivců. Výsledky výzkumu byly porovnaný s úrovní veřejných výdajů na důchody ve 13 zemích OECD. V pěti zemích s nejvyšší úrovní veřejných výdajů méně než polovina důchodců (46 %) v rámci průzkumu AXA Retirement Scope 2007 uvedla, že jejich příjmy jsou

"dostačující" nebo "zcela dostačující", zatímco v pěti zemích s nejnižší úrovní veřejných výdajů uvedly tytéž odpovědi téměř dvě třetiny (65 %) respondentů. "Toto srovnání samozřejmě neznamená, že se důchodcům žije lépe, když jim stát sníží důchody. Vysoká úroveň veřejných výdajů může jen odrážet nedostatečnost úrovně těchto investic v minulosti. Navíc se v jednotlivých zemích značně liší demografické podmínky. Například Německo, Itálie a Japonsko mají v populaci neobvykle vysoký podíl důchodců, takže veřejné

Česká republika je v desítce investorsky nejatraktivnějších zemí světa

Podle průzkumu Ernst & Young se Česká republika opět udržela mezi deseti nejatraktivnějšími zeměmi světa pro přímé zahraniční investice, s Brazílií se dělí o 9. až 10. místo. Na prvním místě je Čína, která výrazně předběhla druhé USA. V evropském srovnání si Česko vede ještě lépe: na žebříčku zvažovaných budoucích projektů je na 3. místě. V rámci Evropy ČR získala čtvrtý nejvyšší počet pracovních míst.

Výsledky již pátého průzkumu atraktivity Evropy pro zahraniční investice vycházejí z údajů o investicích realizovaných v roce 2006, studie zároveň zprostředkovává názory 809 světových investorů. Nejatraktivnější zemí je podle nich nově Čína (48 %), následovaná USA (33 %) a Indií (26 %). Českou republiku považuje za atraktivní 7 % respondentů, což je jen o procento méně než předcházející rok. Z regionů si své prvenství udržela západní Evropa. Spolu s východní Evropou si nicméně oproti loňskému roku v atraktivitě shodně pohoršily o 13 %, které jim "sebrali" jejich největší přímí konkurenti, Čína a Indie. Ani jedna z těchto zemí však ještě nesplňuje požadavky investorů na projekty s vysokou přidanou hodnotou. "Česká republika sice oproti loňsku v žebříčku poklesla, stále ale soupeří se zeměmi typu Indie nebo USA. Ze středoevropských zemí je v první desítce už jen Polsko," uvedl Richard Singer, obchodní ředitel Ernst & Young v ČR. "Česko podle výsledků jasně patří k zemím, které v příštích letech čeká příliv přímých zahraničních investic. Zároveň už teď je zřejmé, že budou více směřovat do náročnějších odvětví," dodal R. Singer. Respondenti průzkumu vkládají největší naděje do střední a východní Evropy: téměř tři čtvrtiny (71 %) z nich věří, že tento region se v budoucnu stane pro investice ještě atraktivnější a polovina plánuje investovat v rozšířené EU. V rámci Evropy se zájem investorů přesunuje na východ. Důsledkem toho je, že z první desítky nejatraktivnějších zemí vypadly Francie a Španělsko. Své postavení si nicméně stále drží Německo a Velká Británie. "Česká republika může i v budoucnu z tohoto trendu těžit," dodal R. Singer. V Evropě by si Českou republiku jako destinaci zvolilo 13 % investorů, přednost by dali jen Německu (20 %) a Polsku (18 %). A to i přesto, že střední a východní Evropa postupně přichází o své renomé regionu s nízkými mzdovými náklady. Pro investory je však z hlediska budoucích projektů stále zajímavější než západní.

"V loňském roce vedl automobilový průmysl jak v počtu projektů, tak v celkovém objemu investic. Avšak podíl vytvořených vysoce kvalifikovaných pracovních míst na celkovém počtu nových pracovních pozic nedosáhl ani 10 %," shrnul výsledky Roman Čermák, generální ředitel agentury CzechInvest. "V letošním roce aktivně vyhledáváme projekty s vysokou přidanou hodnotou v sektorech výzkumu a vývoje, informatiky a sdílených služeb. Dále se snažíme motivovat stávající investory, aby rozšiřovali své výroby a služby na území České republiky," doplnil R. Čermák. Investicím v roce 2006 opět kralovala Evropa. Zatím. Přestože v atraktivitě Evropa mírně poklesla, dokázala v roce 2006 opět přilákat nejvíce přímých zahraničních investic a uhájila světové prvenství. Více než 3500 nových projektů je historický rekord, meziročně to představuje nárůst o 15,2 %. Investice přitom rostly výrazně rychlejším tempem než v roce předchozím. Zároveň se zastavil trend klesajícího počtu nově vytvořených míst, jejich počet narostl o více než 8 %. Česká republika dokázala přilákat 3,2 % všech projektů realizovaných v Evropě, což ji řadí na deváté místo, o které se dělí se Švédskem, v loňském roce jí patřila sedmá příčka. V Evropě stále vede Velká Británie, jejíž náskok před druhou Francií se zvyšuje. V Británii byla v loňském roce uskutečněna téměř pětina (19,4 %) z celkového počtu evropských investičních projektů, Francie jich přilákala 16 %. Slovensko z první patnáctky vypadlo.

Hlavní informace o ČR:

- V Evropě Česko dokázalo získat čtvrtý nejvyšší počet pracovních míst (17 369), předstihlo jej pouze Polsko, Británie a Francie.
- Republika získala 6. místo na žebříčku atraktivity světových lokalit pro umístění výrobního závodu.
- ČR v evropském srovnání také stále patří



mezi země s nejvyšším podílem investic do automobilového průmyslu (3. místo).

- Více než polovina (58 %) zahraničních investic směřovala do automobilového sektoru.
- Nejvíce projektů proudí do Česka z Německa, USA a Japonska; objemem investovaných prostředků jsou ale Japonci druzí, hned za Německem.

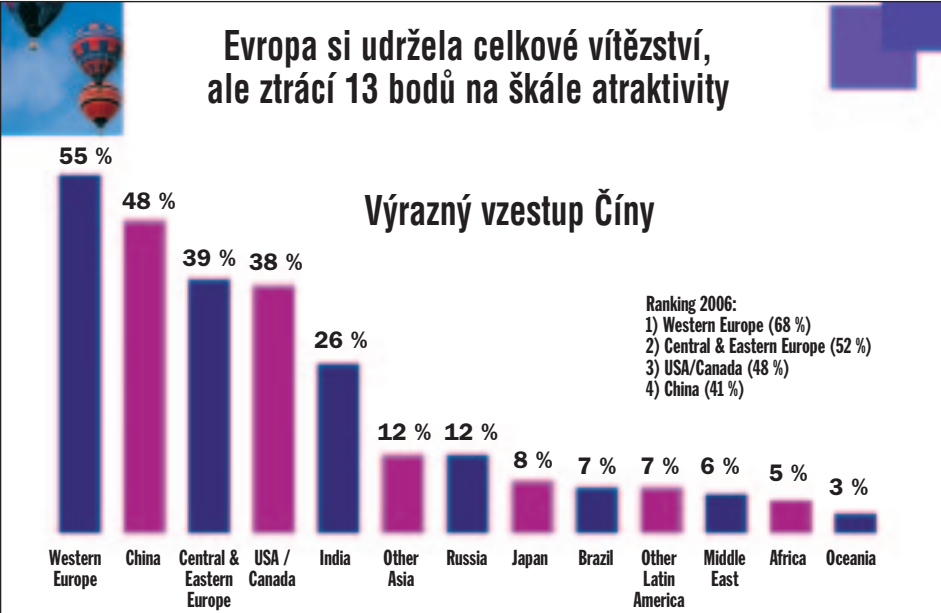
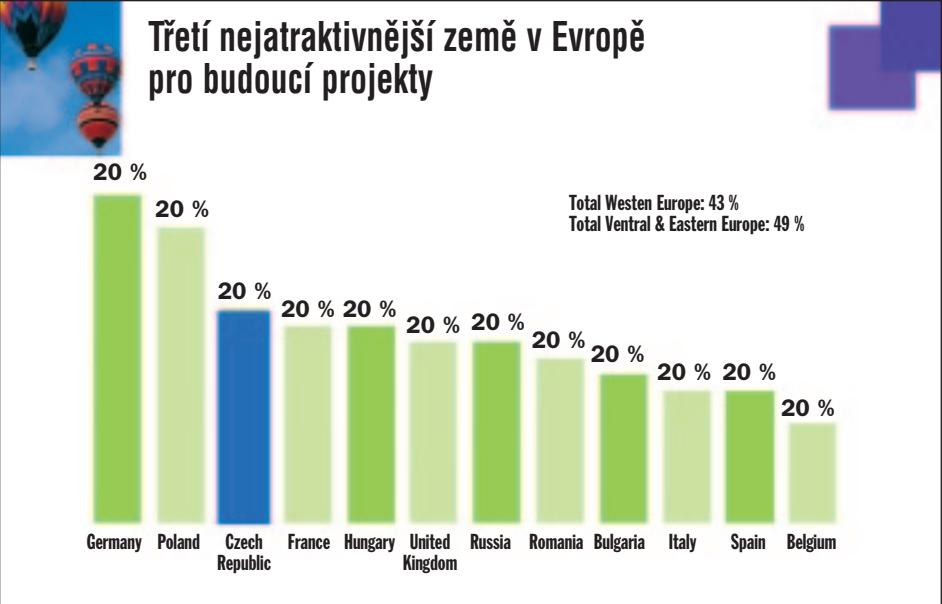
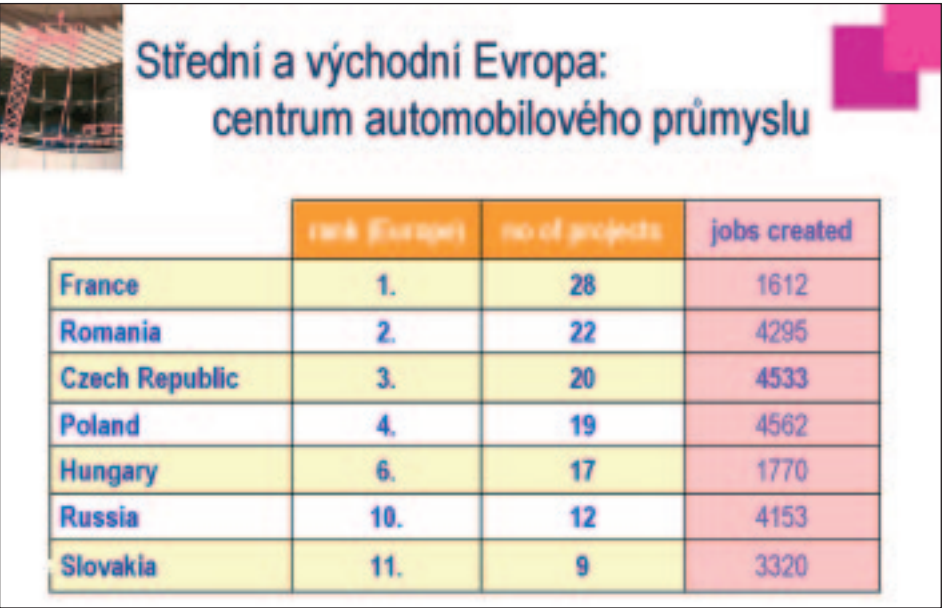
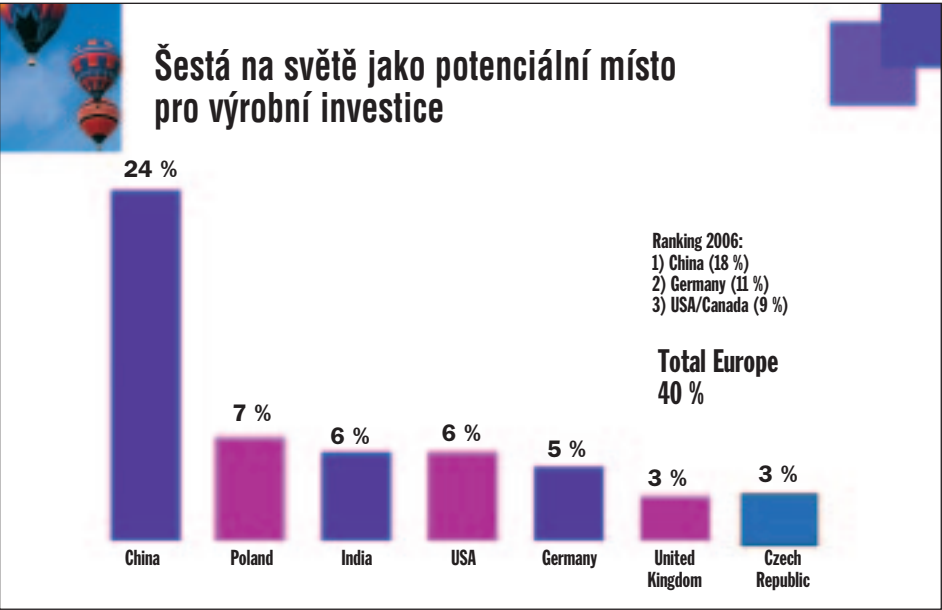
Polovina projektů realizovaných v Evropě v roce 2006 měla evropského investora. Nejvíce investic směřovalo do vývoje softwaru, ekonomických služeb, elektroniky, strojírenství a automobilového průmyslu. Do tzv. znalostně náročných odvětví směřovala téměř polovina všech investic (46,5 %).

I přes historicky nejvyšší investiční aktivitu, kterou Evropa loni zaznamenala, ji pomalu dohánějí asijské ekonomiky. Oslovení investorů zdůrazňují, že pokud si má Evropa udržet své postavení, musí provést efektivní reformy. Za prioritu považují větší flexibilitu pracovního trhu (47 %), zjednodušení administrativních

požadavků (44 %) a větší podporu výzkumu a vývoje (35 %).

O průzkumu

Průzkum atraktivity Evropy pro zahraniční investice Wanted: A renewable Europe, který každoročně provádí společnost Ernst & Young, porovnává postavení Evropy s 12 dalšími významnými ekonomickými oblastmi světa. Vychází ze dvou hlavních informačních zdrojů: jednak z údajů shromážděných v databázi European Investment Monitor (EIM), jež byla založena společností Ernst & Young v roce 1997 pro účely monitorování investičních aktivit v Evropě, a jednak z analýzy názorů a očekávání 809 vrcholových manažerů, které v únoru a březnu letošního roku telefonicky oslovila nezávislá agentura CSA, zabývající se průzkumem trhu. Výběr oslovených společností zohledňoval aktuální profil evropských investorů, vyplývající z poznatků EIM shromažďovaných od roku 1997. (tz)



Držitelé prestižních karet platí častěji a více než držitelé běžných karet

Češi mají o prestižních platebních kartách zkreslené představy a mylně se domnívají, že je pro ně tento produkt nedostupný

Z průzkumu společnosti MasterCard vyplývá, že v České republice představují prestižní platební karty (zlaté karty) 2 % všech vydaných platebních karet. Trh s prestižními kartami je v České republice ve srovnání se západními zeměmi doposud nenasyčený (v Evropě tvoří podíl prestižních karet 15 %), a skýtá tak stále velký potenciál k růstu. Segment prestižních karet představuje pro tuzemské banky stále nevyužitou příležitost. Držitelé prestižních karet platí mnohem častěji a více než držitelé běžných karet.

V Evropě představují prestižní platební karty 15 % všech vydaných karet, zatímco v České republice tvoří segment prestižních karet z celkového počtu pouze 2 %. Portfolio prestižních (premium) karet MasterCard je standardně tvořeno zlatými kartami, platinovými kartami a výsoce exkluzivními kartami Word Signia. V České republice jsou zatím nabízeny pouze zlaté karty, ale lze očekávat, že se do konce roku objeví i karty platinové. "Mezi zajímavé výsledky průzkumu patří například skutečnost, že jednou prestižní kartou je v České republice realizován za rok dvojnásobný počet transakcí než kartou běžnou. Roční obrát je v Čechách u prestižní karty 3x větší než u karty standardní, přičemž v Evropě převyšuje obrát realizovaný těmito kartami obrát běžných karet pouze 1,5x," řekl Ján Čarný, generální ředitel společnosti MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko. "Trh s prestižními kartami je však v České republice ve srovnání se západními zeměmi doposud nenasyčený a skýtá tak stále velký potenciál k růstu," dodal Ján Čarný. Prestižní karty jsou často využívány při cestách do zahraničí, což potvrzují i závěry průzkumu společnosti MasterCard. Objem transakcí, které čeští držitelé premiových karet realizují v zahraniční, je ve srovnání se standardními platebními kartami pětinasobný.

Na co jsou prestižní karty používány

Obdobně jako u standardních platebních karet jsou i prestižní karty používány především k platbám za zboží či služby a k výběrům z bankomatů. U prestižních karet je však mnohem častější jejich využití k platbám v zahraničí (především k platbám u čerpacích stanic a k platbám za ubytování) a také k online nákupům letenek. Řada respondentů dále uvedla, že by své platební karty rádi používali také při platbě za zdravotnické služby.

Výhody prestižních karet

Mezi největšími výhodami prestižních karet bylo zmiňováno bezpečí a jistota v případě ztráty či odcizení karty. S prestižními kartami MasterCard je totiž standardně spojen rozsáhlý bezpečnostní servis. Držitelé karet mají k dispozici nejen nepřetržitý zákaznický servis, kde mohou nahlásit ztrátu či odcizení platební karty, ale mohou zároveň požádat o vystavení náhradní platební karty do 48 hodin. K nabízeným službám patří v případě potřeby také poskytnutí dodatečné hotovosti do 24 hodin. Jako další výhodu prestižních karet zmiňovali respondenti také finanční zvýhodnění; ať již v podobě vyšších týdenních limitů pro větší flexibilitu čerpání finančních prostředků či výhodnější směnný kurz bez poplatků u bezhotovostních plateb v zahraničí. Konkrétní benefity spojené s používáním

prestižních karet MasterCard určují jednotlivé vydavatelské banky. Jedním z největších vydavatelů zlatých kreditních karet na českém trhu je Citibank. Ta nad rámec základních výhod poskytuje držitelům zlatých karet další unikátní benefity. "Naším klientům nabízíme kartu, která odráží jejich životní styl. Držitelé oceňují především bezpečí a jistotu v případě ztráty a odcizení a finanční výhody zejména v podobě slev a bezúročného období," uvedl Rizwan Qazi, ředitel kreditních karet Citibank. "Zlaté karty Citibank splňují všechny uvedené požadavky. Ke kartám nabízíme bezplatně pojištění proti zneužití a navíc jsou karty, jako jediné na českém trhu, vydávány s fotografií držitele a s jeho podpisem na přední straně, což výrazně snižuje možnost zneužití. Karty Citibank nabízejí nejdelsí bezúročné období na trhu (55 dní) a jejich součástí je i Privilege program, který poskytuje až 20% slevy u vybraných více než šedesáti exkluzivních obchodníků z oblasti módy, gastronomie, ubytování a životního stylu. V neposlední řadě hraje významnou roli i skutečnost, že je karta vydávána Citibank, jež patří do největší světové finanční skupiny," doplnil Qazi.

Důvody pro pořízení prestižní karty

Jako důvody pro pořízení prestižních karet zmiňovali respondenti kromě klasických vlastností platebních karet (možnost plateb a výběrů z bankomatů) také možnost čerpání bankovního úvěru až s 50denním bezúročným obdobím, které je nabízeno ke zlatým kreditním kartám MasterCard. Dalším impulzem pro pořízení prestižní karty je kvalitní cestovní pojištění a rozsáhlejší asistenční služby. Držitelé prestižních karet zároveň oceňují širokou akceptační síť v zahraničí a především prestiž, která je s tímto produktem spojena. "V zahraničí se cítím mnohem lépe, když platím zlatou kartou, například za ubytování v hotelu. Minule jsem dokonce dostal slevu, se kterou jsem vůbec nepočítal," uvedl jeden z oslovených držitelů prestižní karty.

Typický český držitel prestižní karty

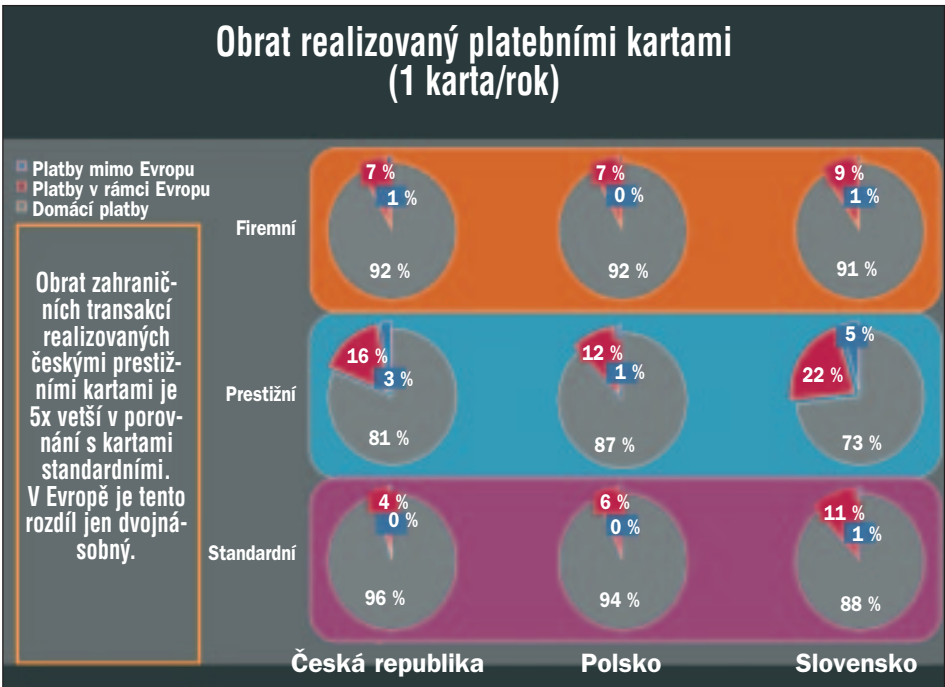
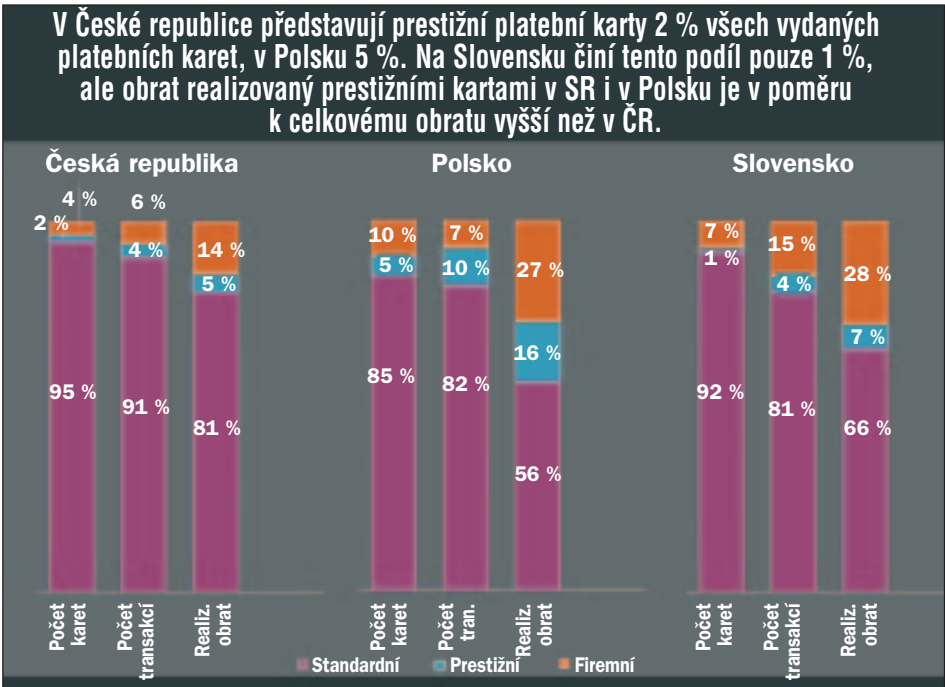
Průzkum se rovněž dotazoval držitelů i nedržitelů prestižních karet, jak si představují jejich typického držitele. Typický držitel prestižní karty je vnímán jako dobře oblečený, hodně pracující a úspěšný podnikatel, který velmi často cestuje. Někteří respondenti uváděli jako příklad typického držitele prestižní karty Karla Gotta. Přestože jsou držitelé prestižních karet vnímáni pozitivně, tak většina oslovených nedržitelů považuje prestižní kartu mylně jako nedosažitelnou. K získání zlaté karty nejsou přitom v současnosti podmínkou závratně vysoké příjmy. K posuzování klientů přistupu-

jí jednotlivé banky velmi individuálně a k získání zlaté karty mnohdy stačí čistý příjem okolo deseti tisíc korun.

Další závěry průzkumu

Průzkum potvrzuje, že držitelé prestižních karet jsou zvyklí používat platební karty častěji než držitelé běžných platebních karet. Držitelé prestižních platebních karet uváděli, že používají své karty (ať již karty prestižní či karty standardní) minimálně 2x-3x týdně, někteří dokonce každý den. Pokud jde o emocionální vnímání prestižních platebních karet, tak byly nejčastěji srovnávány se značkami automobilů Volvo, BMW a Mercedes. Stejně jako tyto vozy jsou i prestižní karty symbolem bezpečí, jistoty a přepychu. Standardní platební karty byly přirovnávány k vozům Škoda Auto jako k symbolu spolehlivosti. Z výzkumu společnosti MasterCard vzešla také ideální prestižní karta, kterou by si respondenti představovali. Taková karta by měla mít identifikační znaky jako například fotografii či otisk prstu, aby mohla zároveň sloužit k osobní identifikaci držitele. S používáním dané karty

by měly být spojeny také nejrůznější slevy. Konkrétně byly zmiňovány 10% slevy v obchodních řetězcích (například Tesco a Globus), slevy na kulturní akce, do divadel a kin či slevy v salonech krásy. Z výsledků realizovaného průzkumu vycházela společnost MasterCard při formulování své reklamní kampaně zacílené na premium segment. Cílem kampaně, která se objevovala od května do června 2007, bylo především zvýšení povědomí o zlatých kartách MasterCard a jejich výhodách. Kampaně měla podobu inzercí v internetových a tištěných médiích. Průzkum byl na základě zadání MasterCard realizován společností Synovate. Průzkum byl proveden formou hloubkových rozhovorů v rámci šesti skupinových diskuzí. Rozhovory se konaly v Praze a v Brně, přičemž jednu skupinu tvořili vždy stávající držitelé premium karet, druhou potenciální držitelé těchto karet ve věku 25-39 let a třetí skupinu potenciální uživatelé premium produktů ve věku 40-55 let. Cílem kvalitativního průzkumu bylo zjistit informace o používání prestižních platebních karet v České republice včetně zmapování obecného povědomí, které o těchto prestižních produktech panuje. (tz)



MasterCard a bezkontaktní platby

Ke konci roku 2007 spustí Poste Italiane šesti až osmiměsíční pilotní projekt, v rámci kterého nabídne svým novým držitelům karet předplacenou kartu s technologií MasterCard PayPass: kartu PostePay Evolution MasterCard. Předplacená karta bude sloužit k nákupům v různých maloobchodních provozovnách v Miláně a Římě, včetně kin, provozoven rychlého občerstvení, řetězců restaurací, supermarketů a jiných obchodů. Držitel karty Poste Italiane MasterCard vybavené technologií MasterCard PayPass jednoduše přiblíží kartu ke čtečce PayPass, která je schopna si data z platební karty přečíst na bezdotykové bázi. Díky této technologii je možné nakoupit u všech zúčastněných maloobchodníků bez potřeby zadávat PIN nebo vložit kartu do čtečícího zařízení. Tato inovační a na trhu progresivní technologie Tap & GoTM ("Přilož a jdi"), kterou společnost MasterCard zavádí na mnoha trzích po celé Evropě, umožňuje rychlé, bezpečné a snadno provést nákupy v malých hodnotách do 25 euro, kdy spotřebitelé nepotřebují shánět hotovost nebo mince, zadávat PIN nebo podepisovat stvrzenku. (tz)



Trh s životním pojištěním meziročně narostl o 11,6 %

Výsledky členských pojišťoven za II. čtvrtletí tohoto roku prokázaly nárůst celkového předepsaného pojistného o téměř 6 %, čímž dosáhl hodnoty 64,9 mld. Kč oproti 61,2 mld. Kč za stejné období loňského roku.

Tempo růstu trhu udává zejména životní pojištění, které v I. pololetí roku meziročně vzrostlo o 11,6 % a vykazuje hodnotu 25,1 mld. Kč. Nárůstu bylo dosaženo především zájemem spotřebitelů o jednorázové placené pojistné, které vzrostlo o 27,9 %. Obchodní produkce v tomto segmentu narostla o více než 40 % na 6,8 mld. Kč oproti 4,6 mld. ve stejném období loňského roku. Pojišťovny zaznamenávají především zvýšený zájem o produkty investičního pojištění. Nárůst v této oblasti pojištění reálně odráží dlouhodobý trend přesunu zájmu spotřebitelů od konzervativních pojistných produktů k produktům investičním, ale také zkvalitňování informační a prodejní podpory ze strany pojišťoven. Současně dochází k přesunům jednorázových zdrojů z ukončených pojistných smluv do jejich investičně orientované varianty. Rychlejší růst zaznamenává také neživotní pojištění, které přes mírný pokles na začátku roku dosáhlo objemu 39,7 mld. Kč, což je o 2,7 % více než v prvním pololetí loňského roku. Na výsledku se podílelo zejména pojištění motorových vozidel. Podnikatelská pojištění, jejichž hlavní součástí je i pojištění majetku, nadále stagnují. (tz)

Předběžné údaje CAP za období 1- 6/2007 - vybrané parametry						
Řádek	Ukazatel	1- 6/2006	1-12/2006	1- 6/2007	Index 2. Q. 2007/ 2. Q. 2006	Podíl v % 2. Q. 2007 k 1-12/2006
Předepsané pojistné (tis. Kč)						
1	Předepsané pojistné celkem	61 234 592	120 345 933	64 879 954	105,97	53,91
2	Životní pojištění	22 542 746	47 167 118	25 147 255	111,55	53,32
3	v tom: běžné placené	16 757 813	34 612 930	17 749 531	105,92	51,28
4	jednorázové placené celkem	5 785 933	12 554 188	7 397 724	127,66	58,93
5	v tom: jednorázové placené spojené s existující běžně placenou smlouvou	2 410 801	5 202 111	3 121 302	129,47	60,00
6	samostatné jednorázové placené celkem (vč. náhradního vkladu)	3 375 132	7 352 077	4 276 422	128,18	58,23
7	Neživotní pojištění	38 692 846	73 177 815	39 731 699	102,72	54,29
8	z toho: zákonné pojištění odpovědnosti	2 571 591	5 199 571	2 806 317	109,13	53,97
9	pojištění odpovědnosti z provozu vozidla	12 275 700	21 894 392	12 422 709	101,20	56,74
10	havarijní pojištění vozidel	7 920 906	15 498 649	8 140 165	102,77	52,52
11	podnikatelská pojištění (odr. 5-6, 8, 9, 11, 12, 13 (bez zákonného poj.))	9 082 150	16 951 710	9 017 708	99,29	53,20
Počet smluv ve kmeni (ks)						
12	Počet smluv ve kmeni celkem	24 248 472	24 854 654	25 477 776	105,67	102,51
13	Životní pojištění	9 819 279	10 101 107	10 230 010	104,28	101,28
14	Neživotní pojištění	14 429 202	14 753 547	15 247 766	105,61	103,35
15	pojištění odpovědnosti z provozu vozidla	5 519 568	5 572 730	5 706 073	104,32	103,33
16	podnikatelská pojištění (odr. 5-6, 8, 9, 11, 12, 13 (bez zákonného poj.))	791 129	793 012	774 519	97,90	97,67
Obchodní produkce životního pojištění (tis. Kč)						
17	Obchodní produkce celkem	7 305 153	16 248 875	10 195 844	139,57	62,75
18	v tom: běžné placené	2 609 687	5 704 072	3 322 960	127,33	58,28
19	jednorázové placené celkem	4 695 466	10 544 803	6 872 884	146,37	65,18
20	v tom: jednorázové placené spojené s existující běžně placenou smlouvou	2 053 378	4 468 565	2 849 961	138,79	63,78
21	samostatné jednorázové placené celkem (vč. náhradního vkladu)	2 642 088	6 076 238	4 022 923	155,40	66,55
22	Obchodní produkce celkem	313 241	627 402	371 314	118,54	59,18
23	v tom: běžné placené	291 322	580 615	343 302	117,84	59,13
24	samostatné jednorázové placené celkem (vč. náhradního vkladu)	21 919	46 787	28 012	127,80	59,87

Česká asociace pojišťoven - 1. 8. 2007

Výsledky patří k nejlepším

V prvním pololetí roku 2007 dosáhlo předepsané pojistné výše 3 875 mil. Kč, z toho v životním pojištění to bylo 1 172 mil. a v neživotním 2 703 mil. Kč. "Tyto výsledky patří k nejlepším za dobu moderní historie Generali v České republice, a potvrzují tak významný růst pojišťovny nad pojistným trhem," komentoval čísla generální ředitel pojišťovny Generali Jaroslav Mlynář. Generali Group patří mezi 100 největších společností světa. Generali je třetí největší evropskou pojišťovací skupinou. Ve více než padesáti zemích sdružuje 114 pojišťoven, 50 holdingových a finančních společností, 25 realitních



a servisních společností. Pro okřídleného Benátského lva ve světě pracuje více než šedesát tisíc zaměstnanců. Významnou součástí skupiny Generali je společnost Generali Holding Vienna AG. Tato společnost kotována na vídeňské burze zastřešuje více než čtyřicet společností v Rakousku a střední a východní Evropě. Jedná se o pojišťovny, realitní, holdingové a finanční společnosti, společnosti zabývající se správou majetku, servisní a leasingové společnosti, penzijní fondy a jednu banku. Mezi tyto společnosti patří také Generali Pojišťovna, a. s. (tz)

ČP vyhrála soud a od května má nový web

Novou doménu, moderní design, jednodušší navigaci a online "knihu přání a stížností" mohou od května využívat všichni návštěvníci internetových stránek České pojišťovny na nové adrese www.ceskapojistovna.cz. Tuto doménu může Česká pojišťovna používat po úspěchu v několikaletém soudním sporu. V roce 2000 si internetovou doménu ceskapojistovna.cz totiž zaregistroval soukromý uživatel, což z hlediska platné právní úpravy bylo kvalifikováno jako zásah do práv třetí osoby. Česká pojišťovna se dvakrát pokusila řešit situaci smírnou cestou, ale marně. Soudní spor trval téměř čtyři roky a teprve vrchní soud v Praze potvrdil, že žalovaný nesmí s doménou disponovat a firma, u níž si ji zaregistroval, je povinna provést změnu jejího držitele. Na nové adrese mohou klienti využít vylepšených on-line služeb, které jim už dnes výrazně usnadňují kontakt s Českou pojišťovnou. Česká pojišťovna intenzivním rozvojem svého webu reaguje na neustále rostoucí návštěvnost svých stránek a na velký zájem klientů o možnost online sjednání pojištění. "Registrujeme stále větší počet klientů, kteří jednoznačně preferují sjednávání pojištění po internetu. Meziročně narostl počet takto uzavřených smluv o 130 %," uvedl při spuštění nových webových stránek Pavel Řehák, náměstek generálního ředitele pro marketing retailu a dodal, že "typickým klientem internetového pojištění je muž ve věku mezi 30 až 39 lety z Prahy nebo středních Čech." Česká pojišťovna v současné době nabízí nejširší portfolio online pojištění na českém trhu. Mezi nejvíce poptávané produkty patří cestovní pojištění a povinné ručení. Kromě těchto nejčastěji využívaných pojištění je možné rovněž s 10% slevou sjednat havarijní nebo úrazové



ČESKÁ POJIŠŤOVNA
Chráníme vaše sny

pojištění či pojištění odpovědnosti za škodu v běžném občanském životě. Návštěvníci webových stránek České pojišťovny, kterých letos v dubnu bylo o 56 % více než ve stejném období loňského roku, mohou využít i dalších online služeb, jako je například vyhledání nejbližší pobočky. modelové kalkulace pojistného, hlášení škod nebo možnost platby pojistného. Velmi žádanou službou je také sjednání schůzky s pracovníkem pojišťovny, což oceňují klienti zejména u složitějších pojistných produktů jakým je například životní pojištění. Nové klienti na webových stránkách najdou také internetovou "knihu přání a stížností", kam mohou napsat České pojišťovně své názory nebo podněty pro zlepšení jejích služeb. Zvýšený zájem klientů České pojišťovny o elektronickou formu komunikace dokumentuje i další údaj: denně dorazí do její klientenské schránky kolem 500 e-mailů s nejrůznějšími požadavky či dotazy, v době kalami ty je jejich četnost čtyřnásobná. Nejčastěji se lidé ptají na průběh likvidace své pojistné události, na produkty a jejich parametry, kalkulaci pojištění nebo si kontrolují platby pojistného. Občas však přicházejí i s netradičními záležitostmi, jednou z nich byla prosba sběratele z Kanady o zaslání odznaku České pojišťovny. Nové internetové stránky České pojišťovny byly připraveny ve spolupráci se společností Ogilvy Interactive, která je špičkovou firmou v oblasti vývoje webových prezentací. Česká pojišťovna je největší domácí pojišťovnou. Má základní kapitál 4 miliardy korun a spravuje přes 13 milionů pojistných smluv. Česká pojišťovna patří do mezinárodní finanční skupiny PPF, která úspěšně spravuje aktiva v hodnotě přes 220 mld. Kč. Jediným akcionářem ČP je společnost CZI Holdings N.V. (tz)

OMV a Vienna Insurance Group spolupracují ve střední a východní Evropě

OMV, přední středoevropský koncern v oblasti pohonných hmot a zemního plynu, a skupina Vienna Insurance Group (VIG), významný rakouský pojišťovací koncern ve střední a východní Evropě, budou v rámci svých trhů úzce spolupracovat. Obě rakouské firmy, které mají dominantní postavení na trhu, navážou spolupráci v marketingu v deseti středoevropských zemích a poskytnou zákazníkům kombinované nabídky a balíčky služeb. Společnými marketingovými aktivitami využijí spolupráce a rozšíří své služby v Rakousku, České republice, Německu, Rumunsku, Bulharsku, Maďarsku, Chorvatsku, Srbsku, Slovinsku a na Slovensku. Spolupráce byla zahájena v polovině července společnou letní propagační akcí, kdy řidiči obdrželi na vybraných evropských hraničních přechodech střední a východní Evropy zdarma "balíček na dovolenou", obsahující užitečné cestovní informace. Dále se bude v jednotlivých zemích regionu rozvíjet spolupráce na lokální úrovni. V České republice spolupracuje s OMV Kooperativa - druhá největší pojišťovna v ČR a zároveň druhá největší pojišťovna ve skupině VIG. "Spolupráce se postupně rozvíjí. Zatím máme dohodu o společné propagaci a několika marketingových akcích, na něž bychom v budoucnu chtěli navázat dalšími aktivitami," upřesnil člen představenstva a náměstek generálního ředitele Kooperativy Martin Diviš. OMV a Vienna Insurance Group jsou firmami,



které mají na trhu střední a východní Evropy dominantní postavení. Díky včasnému vstupu na trhy v tomto regionu se obě společnosti úspěšně rozrostly do sousedních zemí Rakouska i do dalších států. Podíl OMV na trhu v této oblasti činí 20 % - v 13 zemích má koncern více než 2500 čerpacích stanic, kde je denně obslouženo kolem dvou milionů zákazníků. Skupina Vienna Insurance Group je se svým objemem pojistného kolem šesti miliard eur předním rakouským pojišťovacím koncernem ve střední a východní Evropě a je zastoupena ve 20 zemích tohoto regionu. "Dva rakouské koncerny, které mají v daných oblastech vůdčí postavení, se na nových trzích mohou svou spoluprací přiblížit k zákazníkům ve větší míře. Společně poskytujeme našim zákazníkům v deseti zemích užitečné informace. Zákazník má z toho dvojnásobek: OMV poskytuje na čerpacích stanicích služby a Vienna Insurance Group informace k pojistným produktům," uvedl Günter Geyer, generální ředitel skupiny Vienna Insurance Group. "Mezinárodní spolupráce s úspěšnou skupinou Vienna Insurance Group je dalším strategickým krokem při tvorbě naší nabídky služeb. Čerpací stanice jsou zde pro zákazníky a čím dál více se stávají multifunkčními centry služeb. U nás obdrží mobilní zákazník to, co potřebuje - nyní také např. informace o pojistných produktech," doplnil zástupce generálního ředitele OMV Gerhard Roiss. (tz)

V ČSOB Pojišťovně oslaví jubileum

ČSOB Pojišťovna v nejbližších dnech oslaví jubileum: počet vozidel, které pojistila na povinné ručení, překročí hranici 300 000. Při této příležitosti se ČSOB Pojišťovna chystá odměnit majitele vozů, který bude právě oním třicetistým. Počet vozidel, které jezdí s povinným ručením ČSOB Pojišťovny, v posledních letech kontinuálně roste. Od roku 2004, kdy ČSOB Pojišťovna zavedla u tohoto pojištění tzv. segmentaci, která umožňuje spravedlivější stanovení výše pojistného, se počet pojištěných vozidel zvýšil o více než polovinu. Jen za první pololetí letošního roku přibýlo ČSOB Pojišťovně dalších více než 11 % pojištěných vozidel. Největší přírůstek registrovala ČSOB Pojišťovna v prvním letošním pololetí zvláště v okresech s nižším rizikem nehod, kde mají její klienti povinné ručení o 10 % levnější. Na špičce žebříčků okresů tak byly v prvním pololetí s více než 20% nárůsty Rokycany a Karlovy Vary. Mezi okresy s nejvyššími přírůstky pojištěných vozidel se zařadily také Sokolov, Jihlava a Hradec Králové, tedy všechny tři okresy, které letos na základě vyhodnocení nehodovosti rozšířily seznam méně rizikových částí republiky - takových okresů je pro letošek celkem čtyřicet. Velmi dobře se však v prvním letošním pololetí prodávalo povinné ručení i v Praze, kde - vzhledem k vysokému počtu nehod - je povinné ručení naopak dražší než v ostatních částech ČR. Počet vozů s povinným ručením ČSOB Pojišťovny zde za leden až červen vzrostl o více než 17 %. ČSOB Pojišťovna v povinném ručení zvýhodňuje také majitele vozů starších deseti let, kteří mají povinné ručení dokonce o 20 % levnější. Samozřejmostí pro všechny dobré řidiče je bonus za jízdu bez nehod, který letos dosahuje až 35 %. (tz)

Fotky vládnou emocemi, i když se technologie mění



Vzpomenete si na svůj první fotoaparát? Možná s úsměvem, nostalgií. Tak rychle jdou technologie kupředu. Nicméně ty okamžiky nad vývojkou a ustalovačem někde v kuchyni či koupelně, drama zavřených dveří (jen aby je někdo neotevřel!), boj se smítky prachu, až po radostné vydechnutí, že snímky budou zachovány - to přece mívalo svůj půvab...

Je to zhruba deset let, kdy se negativní film poté, co urazil stoletou cestu k stálobarevné dokonalosti kinofilmu, vzepjal k poslední inovaci. Vznikl tehdy film pojmenovaný APS Advanced Photo System. Film pokrytý transparentní záznamovou vrstvou měl přinést fotografům přidanou hodnotu v podobě předvoleného formátu snímku, zaznamenaných technických informací a např. i pojmenování snímku. Vývoji fotoaparátů, filmů a zpracovatelských zařízení se tehdy věnovalo 50 světových firem z oblasti fotografického průmyslu. Do černého se trefil ten, kdo po pár letech tehdy užil přirovnání, že se narodilo "mrtvé dítě". Dnes na tento systém již málokdo vzpo-

mene, i když mezi zákazníky ještě v mizivém procentu tyto APS fotoaparáty existují. V České republice se tento systém téměř neujal, protože po boomu fotografie v devadesátých letech a na začátku tisíciletí k nám vtrhnul již rovnou fotoaparát digitální. V době, kdy v České republice barevná fotografie nabrala nejvyšší otáčky, tzn. v letech 2001 a 2002, Češi a Moravané vyfotografovali 10 milionů filmů za rok a prodejci Agfa, Kodak, Fuji, Konica a další měli žně. V roce 2006 již prodej klesl pod hranici 5 milionů filmů za rok a v roce 2007 již mezi značkami na evropském trhu chybí tradiční Agfa a Konica. Číslo ze sousedního německého trhu je

samozřejmě vyšší; 187 milionů prodaných filmů v roce 2001 kontrastuje s 64 miliony v loňském roce, tj. pokles na třetinu. Zdrojem a zrcadlem tohoto vývoje je statistika prodeje digitálních fotoaparátů bez fotoaparátů



v mobilních telefonech a vyrobených fotografií. V ČR se v roce 2006 prodalo 510 tisíc digitálních fotoaparátů. Pro srovnání, poslední 3 roky se každoročně v Německu prodá více než 7 milionů digitálních fotoaparátů a trend je mírný nárůst. Od počátku nabídky prvních komerčních digitálních fotoaparátů, tj. od roku 1997, jich zákazníci na tomtéž trhu koupili a obměnili téměř 32 miliony! Digitální fotografie tak již definitivně převážila nad fotografiemi vyrobenými z klasického filmového fotoaparátu. Rok 2006 přinesl do koncernu CeWe Color 40 % obratu z digitálních zdrojů a v roce 2007 je zmíněná převaha vyjádřena 56 %. Vývoj v polovině roku toto potvrzuje. Klasický film zde však ještě nějaký čas zůstane. Je mnoho majitelů excelentních zrcadlových fotoaparátů na kinofilm, kteří se neradi budou s touto špičkovou technikou a optikou loučit, a proto je i předpoklad, že za 5 let stále 7-8 % klasických fotografií bude pocházet z těchto

zdrojů. Trh s mobilními telefony však dnes napovídá, že prognóza, že mobily nahradí původní automatické kompaktní fotoaparáty na kinofilm, se naplní.

Potenciál českého trhu fotografií vyrobených klasickou fotochemickou cestou (od vývojkou k ustalovači) v roce 2007 odhadujeme na 230 milionů kusů. Možnosti pro objednání a množství produktů se rozšiřují. CeWe Color dnes v obou laboratořích v ČR, v Praze a v Teplicích, soustřeďuje zakázky objednané z filmů, z paměťových médií, po internetu (včetně objednávkového klienta CeWe v nové verzi Windows Vista) a nově i z mobilního telefonu pomocí společné aplikace s Nokia (X-Press Print). Klasické fotografie, které jsou určité tím nejlepším a nejbezpečnějším způsobem, jak uchovat životní okamžiky, však není v nabídce tím jediným, co dnes zpracovatel CeWe Color nabízí.

Atraktivním zpestřením jsou aplikace snímků na textilní, keramické a papírové podložky. Tak vznikají tzv. fotodárky, jako jsou puzzle, hrnky, korbele s fotografií, podložky pod myš a více typů textilních výrobků počínaje tričky s fotografií. Velkým hitem se stává tzv. fotokniha, kterou zákazník ocení, jakmile se rozhodne ji objednat. Potom již není třeba další reklamy. Nyní je tento světový hit dostupný například na webové adrese www.fotolab.cz. V roce 2007 již tento výrobek koncernu CeWe Color přinese 5 % z celkového obratu a do pěti let je prognóza 15 %.

Dvě otázky pro technického ředitele společnosti CeWe Color Ing. Libora Rambouska:

Na vaší nedávné tiskové konferenci jste se zmínil o problematice zálohování dat, tedy také fotografických snímků. I neodborná veřejnost se již začíná zajímat, jak obrázky uchovávat pro potřeby nejen své, ale třeba i příštích generací. CD je pomocníkem, avšak tak na sedm let. Papírová fotka vydrží i 50 let či více. Ani jedno však není ideální. Ke slovu přichází nabídka zálohování na serverech a jištění těchto záloh. Vaše firma je na to připravena, s předstihem vystihla zájem klientů, jen se čeká na ten správný okamžik... Může si však někdo takové zálohování již přece jen u vás objednat? Anebo je to spíše úvaha do budoucna?

Původní projekt, který vznikl jako koncernový projekt, se jmenoval Platinové album a měl kli-

entovi za úplatu zabezpečit uložení elektronických dat na serverech zpracovatele. Nebyl nakonec spuštěn.

Prezentovali jste zajímavý výpočet o tom, že ze čtyř pořízených fotografií se jedna uchová, to znamená, že ostatní se např. omylem smažou, ztratí apod. Na základě čeho jste k takovému číslu dospěli?

Hlavním sdělením bylo, že papírová fotografie je bezpečným médiem pro uchování obrázku, kde při běžném skladování, bez permanentního přístupu světla, bez velké vlhkosti a vysokých teplot, fotografie padesát let zůstane ve shodné kvalitě, beze změny. I poté samozřejmě zůstává dokumentem zachycujícím obrazy v dobré kvalitě. Tento průzkum provádělo GfK v Německu.

(tz, rix)



Zveme vás na zářijové kurzy Svazu chemického průmyslu

Od letošního podzimu startuje druhý cyklus školení, který pořádá Svaz chemického průmyslu ČR v rámci projektu "Adaptabilita a posílení konkurenceschopnosti chemického průmyslu ČR" a který je spolufinancován ESF a státním rozpočtem prostřednictvím MPSV. Od zahájení projektu (koncem loňského roku) již bylo úspěšně zorganizováno deset akcí. Zúčastnilo se jich přes 580 zaměstnavatelů a zaměstnanců z více než 270 firem z chemického průmyslu a navazujících odvětví. Kromě lednové úvodní konference "Implementace REACH, podpora výzkumu", proběhl také třídní "Kurz o nařízení EP a Rady (ES) č. 1907/2006 (REACH)" a tři jednodenní individuální školení zaměstnanců. V šesti regionech se opakoval modul specializovaných školení manažerů "Implementace REACH". Organizoval jej SCHP ČR ve spolupráci s vítězem výběrového řízení na specializovanou školení cílových skupin k problematice REACH - s Výzkumným ústavem organických syntéz, a. s. (VUOS).

V září tohoto roku proběhne úvodní modul ještě ve zbývajících krajích:

- Středočeský kraj, 10. 9. - 11. 9. 2007, na KÚ Středočeského kraje
- Olomoucký kraj, Přerov, 26. 9. - 27. 9. 2007, ve společnosti Precheza
- Severočeský kraj, Ústí nad Labem, říjen, ve společnosti Spolchemie.

Na úvodní modul naváže v září školení k problematice REACH novým modulem dvoudenních školení. Cílem bude dále rozšířit a prohloubit znalosti cílových skupin, tedy všech subjektů působících na území ČR s výjimkou Prahy, které nakládají s chemickými látkami a přípravky při své průmyslové činnosti. Nový modul začne ve dnech 3. 9. - 4. 9. 2007 prvním dvoudenním školením v Severočeském kraji, v Lovosicích, ve společnosti Lovochemie. Opakovat se bude ve dnech 19. 9. - 20. 9. 2007 v Pardubicích ve společnosti Synthesia. Školení druhého modulu k problematice REACH proběhne i v dalších regionech, kromě Prahy, ještě do konce letošního roku. Současně v září odstartuje v rámci aktivit projek-

tu SCHP ČR "Adaptabilita..." první běh školení k problematice výzkumu, vývoje, inovací a projektového řízení. Cílem této komplementární části školení bude poskytnutí návodu, jak řešit některé dopady legislativy REACH. Tedy aplikace výsledků výzkumu, vývoje, zavádění inovací a projektového řízení (VaVI), ve vazbě na efektivnější čerpání prostředků z veřejných zdrojů. Účastníci se seznámí se 7. rámcovým programem výzkumu a vývoje (VaV), národními programy VaV a možnostmi čerpání prostředků na jejich zavádění ze strukturálních fondů. Důraz ve školeních bude kladen na praktické aspekty výběru vhodného programu, na formulování žádosti a na vykazování výsledků a také na nástroje pro překlenutí mezery mezi potřebami průmyslové sféry a možnostmi základního výzkumu.

První dvoudenní školení VaVI se bude konat ve dnech 13. 9. - 14. 9. 2007 v Ústeckém kraji. Modul bude opakován v Moravskoslezském kraji ve dnech 20. 9. - 21. 9. 2007, ve Středočeském kraji pak proběhne ve dnech 26. 9. - 27. 9. 2007.



Informace o veškerých aktivitách projektu "Adaptabilita", termínech a místech školení, jejich obsahových náplních a možnostech přihlášení, spolu s kontakty na regionální kanceláře a kancelář projektu najdete na speciálním webovém portálu projektu www.schp-adaptabilita.cz. Rovněž si zde můžete přečíst informace o nařízení REACH, odkazy na analýzy a studie i aktuální informace.

Aktivity projektu SCHP ČR "Adaptabilita..." jsou unikátní možnost k bezplatnému získání znalostí potřebných ke zdárné implementaci klíčové chemické legislativy a informací o možnostech podpory výzkumu, vývoje, inovací a transferu nových technologií. (tz)

Hudba z Olomouce do Evropy

Olomouc, město kterým kráčí historie, bohaté svými památkami, duchovní hloubkou a stopami, které tu zanechali hudební velicí jako např. Dvořák, Beethoven, Mozart, je kolébkou Podzimního festivalu duchovní hudby. Jeho další, 14. ročník, se opět koná pod záštitou arcibiskupa olomouckého a metropolitu moravského Msgr. Jana Graubnera a za významné podpory města Olomouce a Olomouckého kraje. S festivalem je bytostně spojen významný český dirigent Stanislav Macura, který vkládá do festivalu své mistrovské umění, zajímavou dramaturgii a garantuje špičkovou uměleckou úroveň. Setkáte se s ním opět na televizní obrazovce na závěrečném koncertu festivalu spolu se Simonou Šaturovou, Jiřím Sulženkem, Krakovským rozhlasovým sborem a Janáčkovou filharmonií Ostrava při poslechu Brahmsova Německého requiem.

Co nás čeká dále letos? Velmi rozmanitý program, který staví na jménech slavných

a významných skladatelských osobností. Repertoár vypovídá o důmyslné přípravě a promyšlené představě každého ročníku. Nechme se letos oslovit hudbou Beethovena, Brahmsa, Berlioze, Dvořáka, Martinů či obohatit své umělecké názory na gospelové, spirituálové a židovské zpěvy. Program plný českých a zahraničních interpretů prezentují jména jako Richard Novák, česká pěvecká legenda, Michal Lehotský, Marta Beňačková a Jozef Zsappkovi (Slovensko), Alexander Tsaliuk (Rusko), Klavírní trio Artemiss (ČR), Jean-Pierre Arnaut (Francie), Lee Andrew Davison (USA), Rozhlasový sbor Krakow (Polsko) aj. Mezinárodní účast je po tolika úspěšných letech vnímána již jako samozřejmost, avšak organizátoři o těžkostech a problémech v oblasti kulturního podnikání mlčí. Za pomoci významných sponzorů vytváří festival, k němuž neodmyslitelně patří punc kvality.

Mezi významné společnosti, které spojují své jméno s festivalem jako jeho partneři patří OHL Central Europe, a. s., Skanska, a. s., Česká spořitelna, a. s., VCES a. s., MEKOS GROUP a. s., a záměrně nakonec jmenovaná ŽSD, a. s., v čele s Ing. Petrem Hubaczem, osobností, která se výrazně zapsala do dějin festivalu Propojenost materie a ducha je transformována do ušlechtilých tónů hudby. Je velmi citlivě vnímána širokou veřejností: Dnešní ušlechtilost se stává nadějí a povzbuzením do budoucnosti. Partnerství s francouzským televizním kanálem MEZZO pro klasickou hudbu a jazz (vysílá do 36 zemí světa), s Českým rozhlasem a přenosy koncertů Českou televizí potvrzuje mezinárodní význam festivalu a vytváří mosty s Evropou. Podzimní festival duchovní hudby lze jednoznačně označit jako událost mezinárodního významu. Pořadatel: Umělecká agentura ARS VIVA, kontakt www.podzimni-festival.cz

Otevření pobočky v Maďarsku

Společnost Elanor, spol. s r. o., otevřela novou pobočku v Maďarsku. K zahájení obchodní činnosti došlo v červenci 2007. Sídlo společnosti Elanor Hungary Kft. se nachází v centru Budapešti.

Ředitelem maďarské pobočky se stal Ing. Martin Vošahlík, který úspěšně působí v obchodní sekci Elanoru více než tři roky. Cílem této evropské expanze je poskytování služeb nadnárodním společnostem působících v regionu střední a východní Evropy.

Elanor v současné době působí na trhu šesti evropských zemí (Česká a Slovenská republika, Polsko, Rusko a Rumunsko, Maďarsko).

Společnost Elanor je předním poskytovatelem personálního a mzdového outsourcingu. Na českém a slovenském trhu působí více než 16 let, má sídlo v Praze. Síť poboček je rozprostřena po celé České republice v Brně, Ostravě, Štětí, Plzni, Nejdku a Jihlavě. (tz)



Rozhodčí řízení šetří vaše nervy, finance i čas

Podnikáte anebo máte ve firmě, pro niž pracujete, na starost veškerou administrativu? Vytváříte smlouvy s vašimi obchodními partnery? Hledáte způsob, jak se bránit proti nepravostem, které život sem tam přináší? Udělejte jedno zásadní rozhodnutí: zahrňte do smluv rozhodčí doložku. Že nemáte zatím s rozhodčím řízením a Rozhodčím soudem při HK ČR a AK ČR zkušenosti? Nevadí. Přečtete si následující řádky, které jsme pro vás připravili s tajemnicí tohoto soudu JUDr. Marií Moravcovou:



Většina podnikatelů se domnívá, že kroky, které činí s dobrým úmyslem, jsou přijímány stejným způsobem partnery, přáteli, sousedy, spoluvlastníky. Jenže opak je někdy pravdou, neboť firemní život skrývá mnoho záلودností. Dokonce i téměř každá smlouva, která je tisíckrát ověřena praxí, pojednou nestačí a druhá strana si v ní najde skulinku při řešení konfliktu, který může přijít z čistého nebe. I proto jste mnohokrát nejen na stránkách Prosperity upozorňovala na možnost rozhodčího řízení v případě sestavování smluv a řešení případných problémů zejména obchodního rázu. Přesto se stále řada subjektů ptá na podstatu rozhodčího řízení, a jak také souvisí se smlouvami...

Rozhodčí řízení je alternativním způsobem řešení sporů, a to zejména sporů majetkových, i když nárok žalobce nemusí spočívat v úhradě finančních prostředků, ale předmětem sporu může být i nárok ocenitelný v penězích (splnění nějaké povinnosti), nebo spor o určení, zda nějaké právo je, či není. Spor musí být arbitrovatelný, což znamená, že k jeho projednání a rozhodnutí by byla jinak dána pravomoc obecného soudu a o předmětu sporu lze uzavřít smír. Vyloučeny jsou spory

vzniklé v souvislosti s výkonem rozhodnutí, spory vyvolané prováděním konkurzu nebo vyrovnání, spory, ve kterých nelze uzavřít o předmětu sporu smír (jako příklad této skupiny lze uvést řízení o rozvod manželství, určení otceství, opatrovnícké řízení, řízení ve věcech obchodního rejstříku apod.).

V jakých typech smluv byste doporučila uplatnit rozhodčí doložku především?

Z výčtu je patrné, že rozhodčí doložku lze zapracovat do smluv kupních, smluv nájemních, podnájemních, smluv o dílo uzavřených jak podle občanského, tak i podle obchodního zákoníku, smluv o reklamě, o přepravě, do smluv úvěrových, pracovních apod. Osobně bych rozhodčí smlouvu (doložku) znějící ve prospěch Rozhodčího soudu při HK ČR a AK ČR doporučovala začlenit do všech smluv, které svým charakterem tuto možnost nevyklučují. Konkrétní znění rozhodčí doložky lze nalézt na našich webových stránkách www.soud.cz, kde je všem zájemcům k dispozici mj. také úplné znění Řádu a Pravidel o nákladech rozhodčího řízení, který nabylo platnosti v únoru letošního roku. Aby případný spor mohl být rozhodován v roz-

hodčím řízení, je nutné, aby smlouva obsahovala písemnou rozhodčí doložku. Zákon o rozhodčím řízení totiž stanoví, že: "Rozhodčí smlouva musí být uzavřena písemně, jinak je neplatná. Písemná forma je zachována i tehdy, je-li rozhodčí smlouva sjednána telegraficky, dálnopsem nebo elektronickými prostředky, jež umožňují zachycení obsahu a určení osob, které rozhodčí smlouvu sjednaly."

Pro spory vyplývající například z nezaplacených faktur doporučuji doložku v následujícím znění: Všechny spory vznikající z této smlouvy a v souvislosti s ní budou rozhodovány s konečnou platností u Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře české republiky podle jeho Řádu a Pravidel jednání rozhodcem jmenovaným předsedou Rozhodčího soudu.

Kolika firmám či klientům letos Rozhodčí soud při HK ČR a AK ČR pomohl vyřešit jejich nesnáze?

I v letošním roce počet podaných žalob narůstá, domnívám se, že se opětovně budeme pohybovat celkově kolem dvou tisíc sporů. Ke konci července bylo podáno přes 700 žalob a nadále pokračuje příliv žalob na domény .eu. Je to potěšitelné konstatování i s ohledem na konkurenční prostředí v oblasti rozhodčího řízení. A vzbuzuje u mne úsměv různé podbízení určitých subjektů zaručenými výhodami, získávání klientů "za každou cenu". Osobně si myslím, že nejlepší vizitkou k propagaci rozhodčího řízení u našeho Rozhodčího soudu je objektivní rozhodování, odbornost a rychlost. Nyní zcela záměrně pomíjím minimální poplatkovou povinnost, možnost dané stranám naším Řádem a Pravidly a neformální přístup ke klientům stávajícím i budoucím.

Zmínila jste domény .eu. Soudí se o tyto domény už i čeští podnikatelé?

Doménová jména s koncovkou .eu zůstávají přitažlivější pro zahraniční subjekty, možná že časem se i čeští podnikatelé budou soudit o domény .eu v takovém počtu jako Němci či Rakušané. Tím je tedy řečeno, že v těchto typech sporů převažují zahraniční subjekty,



a to jak na straně žalujících, tak na straně žalovaných.

Dostáváte také děkovné dopisy od těch, kterým jste pomohli?

Děkovných dopisů není mnoho, ale mně třeba udělá radost, když mohu pomoci telefonickou či emailovou konzultací, když vidím, že pro klienta není již problém naformulovat správný text rozhodčí doložky. Náš Rozhodčí soud tady není od toho, aby očekával nějakou vděčnost, ale aby rozhodci kvalitně rozhodovali a sekretariát pomohl ve všech fázích rozhodčího řízení klientovi a aby se k nám i ten, kdo spor prohraje, vracel. Abychom za každých podmínek poskytovali servis odpovídající evropskému trendu a dobrému jménu našeho Rozhodčího soudu při HK ČR a AK ČR. Omlouvám se tímto čtenářům, pokud by měli pocit, že neustále zdůrazňuji onen poněkud delší název našeho soudu. Nebylo by tomu tak, pokud by to nebylo vyvolané nutností zamezit záměnu s obchodními společnostmi nebo občanskými sdruženími, na které pravděpodobně naše jméno velmi zapůsobilo a nerozpakují se použít část našeho názvu ve svém jménu, citovat rozhodnutí našich rozhodců pod svým názvem, a to vše při proklamaci svého etického kodexu.

Je možné si v sídle Rozhodčího soudu sjednat konzultační schůzku v případě, že podnikatel zakládá firmu a rád by její jistoty založil na smlouvách s rozhodčí doložkou, ale neví si rady? Samozřejmě Rozhodčí soud při HK ČR a AK ČR poskytuje ve svých prostorách dostatek možností pro konzultační schůzky, máme perfektně vybavenou knihovnu pro studijní účely a jsme schopni a ochotni klientovi při jeho problémech pomoci.

za vstřícné odpovědi poděkovala Eva Brixí

Pozor, kybernetičtí zločinci útočí!

V poslední době zneužívají kybernetičtí zločinci v podvodných e-mailech naše citlivá, nejzranitelnější místa. Používají totiž stále dokonalější techniky, jako je předpokládaná cena skutečné identity. Dokáží předstírat přátelské žertování a pracují s lidskými emocemi - se strachem, pocitem nebezpečí a s hrabivostí. To je závěrem studie Mind Games (Hrátky s myslí), kterou provedla společnost McAfee (NYSE: MFE). Výzkum mapuje, jak organizovaný zločin využívá psychologické triky k oklamání uživatelů PC. Výsledkem je předání osobních informací nebo přímý finanční zisk podvodníků. Na studii, jejíž cílem bylo porozumět trendům kybernetické kriminality, spolupracoval se společností McAfee přední forenzní (soudní) psycholog Clive Holin, profesor univerzity v britském Leicesteru.

Podvodné taktiky

Studie ukazuje, jaké klíčové prvky obsahuje typický podvodný e-mail a k jakým aktivitám se snaží uživatele přesvědčit. Příznačné jsou například věty Click here for a reward (Klepněte sem a získáte odměnu) nebo Click here to avoid something you don't want to happen (Klepněte sem a vyhněte se něčemu, co nechcete, aby nastalo).

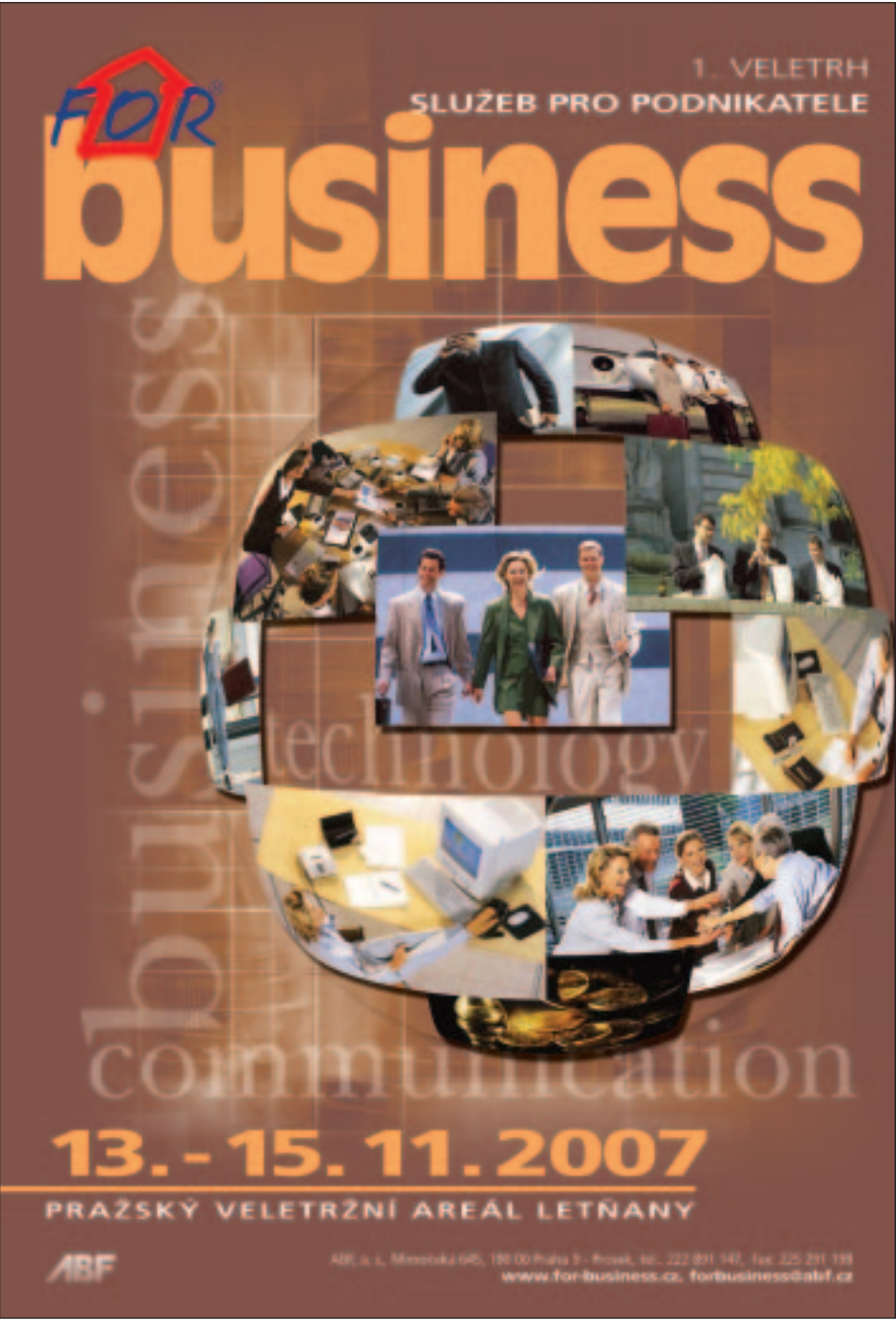
Kdo je ohrožen manipulací?

Studie v rozporu s oblíbeným názorem ukáza-

la na nesprávnost představy, podle které se oběti internetových podvodů stávají nezkušení uživatelé. Kybernetičtí zločinci jsou naopak úspěšní ve vztahu ke všem skupinám uživatelů.

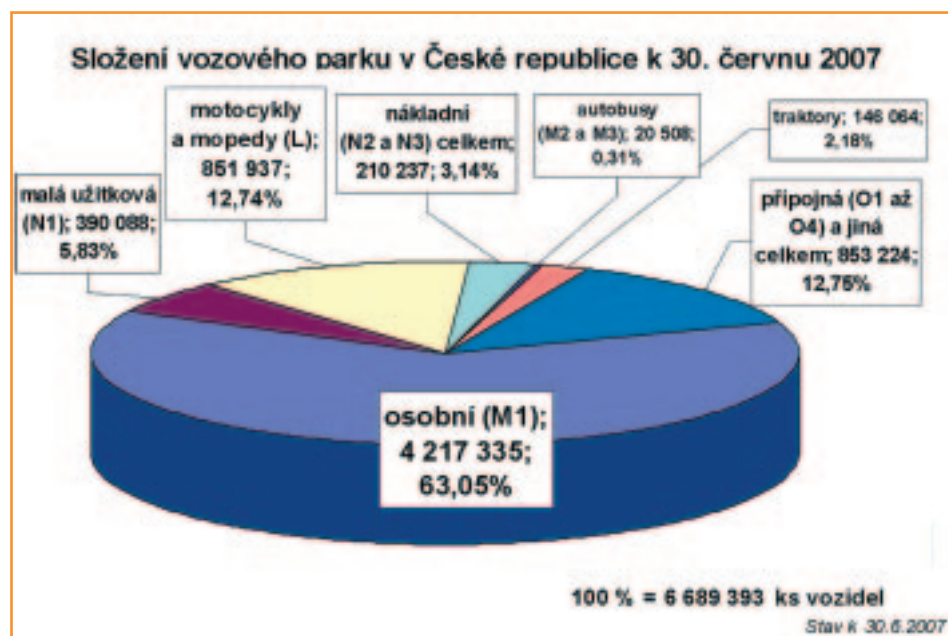
Hrozby se stále vyvíjejí

Studie ukazuje, že internetoví podvodníci zkoumají slabá místa potenciálních obětí a na tomto základě uvádějí do chodu své aktivity. Někteří uživatelé například sledují zpravodajské titulky podle emotivních výrazů nebo slov vyjadřujících obavy, jiní se zaměřují na velké sportovní události. S pomocí podobných poznatků pak mohou hry rozehrané kybernetickými zločinci působit jako autentické. Kybernetičtí zločinci se přizívají také na nových společenských trendech. Uživatelé aplikací, jako je MySpace či Facebook, jsou zvyklí na neformální e-maily i aktualizace webu. Často nedovedou posoudit legitimitu e-mailů nebo hypertextových odkazů a ve své důvěřivosti se stávají obětí jak phishingu, tak i podvodů souvisejících s krádeží identity. Podvodníci mají své aktivity často dobře promyšlené. Úspěšně začínají používat také způsoby manipulace, které zatím nejsou uživatelům příliš podezřelé, jako je například komunikace přes mobilní telefony. (tz)

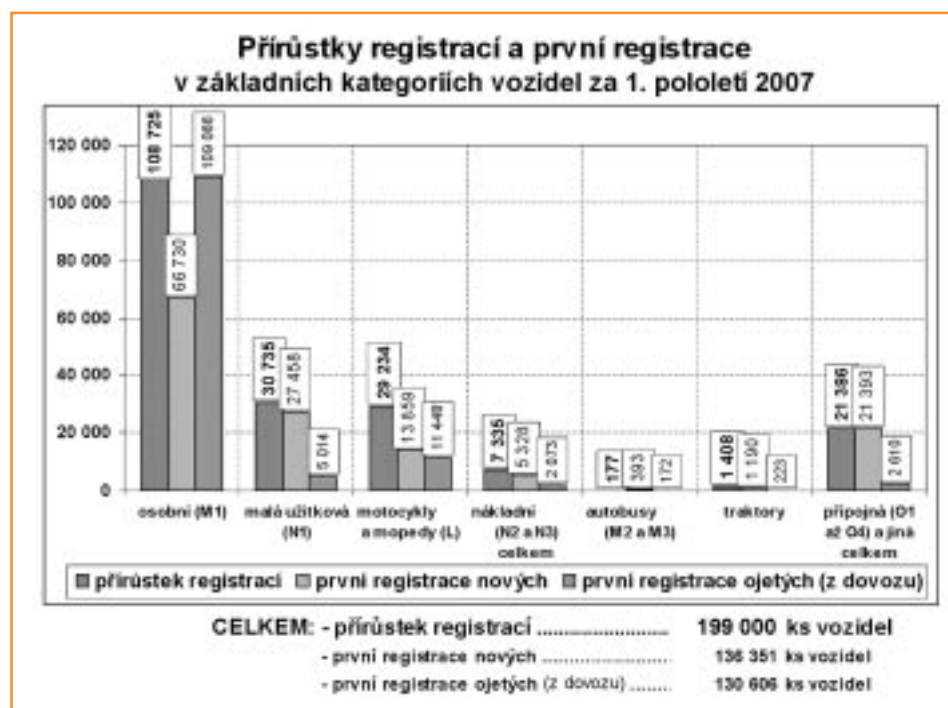


Počet silničních vozidel registrovaných v ČR překročil 6,6 milionu kusů

Podle údajů CRV bylo k 30. červnu 2007 v ČR registrováno celkem 6 689 393 ks vozidel všech kategorií, k 31. 12. 2006 to bylo 6 490 393 ks. Celkový nárůst registrací za 1. pololetí 2007 činil 199 000 ks vozidel. Za 1. pololetí bylo přitom poprvé v ČR zaregistrováno 266 957 ks vozidel, z toho 136 351 nově a 130 606 ojetých z dovozu. Z toho nepřímo vyplývá, že v průběhu 1. pololetí 2007 došlo k vyřazení necelých 68 000 vozidel.



K nárůstu registrací došlo u všech kategorií vozidel, tedy vozový park v České republice se dále rozšiřuje. Nejvyšší podíl na nárůstu registrací měla samozřejmě kategorie osobních automobilů. Je do jisté míry zajímavostí, že přírůstek registrací osobních automobilů za 1. pololetí 2007 je téměř shodný s prvními registracemi ojetých osobních automobilů v tomto období.



Průměrný věk vozového parku všech 6 689 393 ks silničních vozidel registrovaných v ČR k 30. červnu 2007 činil 17,15 roku. U jednotlivých základních kategorií vozidel jsou však v průměrném věku značné rozdíly.



Za optimální průměrné stáří vozového parku osobních automobilů je přitom obecně považována hodnota v rozmezí 8 až 10 let, což je stav ve většině vyspělých zemí EU. Situace v ČR je taková, že místo aby se k této optimální hodnotě postupně blížila, od roku 1999 prakticky stagnuje na úrovni kolem 13,6 roku a v konci června 2007 se opět přiblížila 14 rokům.

Rovněž tak alarmující je i stárnutí vozového parku autobusů, které každoročně roste a blíží se hranici 15 let.

U nákladních vozidel je průměrný věk, téměř 16 let, ovlivněn zejména vysokým stářím tzv. speciálních vozidel (komunální vozy, různé účelové nástavby apod.). U těchto vozidel, které tvoří cca 20 % parku nákladních automobilů kat. N2 a N3, přesahuje totiž průměrný věk hodnotu 23,5 roku.

U motocyklů je vysoký průměrný věk (přes 32 roky) dán historicky, největší podíl (téměř 60 % všech registrovaných motocyklů) tvoří stále motocykly značky Jawa (nejvíce registrovaným typem této značky je Jawa 50).

Z údajů o celkových registracích vozidel je rovněž patrné, že obnova vozového parku novými vozidly je, s výjimkou malých užitkových vozidel, nedostatečná. V zemích EU 15 je u osobních automobilů za minimální z hlediska optimální obnovy považováno 8 % ročně, a to novými automobily. Při stejném vývoji, jaký byl zaznamenán v 1. pololetí, bude v ČR tato hodnota za rok 2007 na úrovni pouhých 3,3 %.



Ing. Antonín Šípek, ředitel Sdružení automobilového průmyslu

100 000 smluv pro ČSOB Leasing

Počet aktivních smluv v portfoliu ČSOB Leasing překonal hranici 100 tisíc. Celková pořizovací cena předmětů těchto smluv činí 72 miliardy korun bez DPH.

Od počátku své činnosti v roce 1995 společnost uzavřela se zákazníky téměř 230 tisíc smluv na financování automobilů, strojů a zařízení v celkové pořizovací ceně téměř 150 miliard korun bez DPH. Během tohoto období ČSOB Leasing poskytl financování téměř 140 tisícům zákazníků.

Jen za loňský rok ČSOB Leasing uzavřel 32 600 nových zákaznických smluv, což bylo o 26 % více než v roce 2005. Tento značný nárůst počtu smluv je projevem zejména razantního a úspěšného vstupu společnosti ČSOB Leasing na trh financování ojetých automobilů.

Osobní automobily jsou nejvýznamnější financovanou komoditou, za celou dobu činnosti společnosti tvořily více než polovinu z uvedeného celkového počtu uzavřených smluv, konkrétně 122 tisíce smluv. ČSOB Leasing umí za výhodných podmínek, rychle a administrativně jednoduše profinancovat jak ojeté automobily již od 25 tisíc korun, tak například Lamborghini Murcielago v ceně 6,5 mil. Kč.

Stejně i v oblasti strojů a zařízení společnost

financuje jednotlivá zařízení od hodnoty několika desítek tisíc korun až po kompletní výrobní či zpracovatelské technologické celky v hodnotě stovek milionů korun. ČSOB Leasing umožňuje pořízení i tak specifických věcí, jako je například platinový kelímek v hodnotě téměř 10 milionů korun používaný při výrobě skla.

"Dosažení tohoto jubilejního čísla je dalším doložením dynamického růstu naší společnosti. Výborných výsledků a trvalé pozice v čele českého leasingového trhu naše společnost dosáhla především díky své orientaci na zákazníky. ČSOB Leasing nabízí svým zákazníkům komplexní finanční řešení na základě dobré znalosti potřeb a přání jednotlivých zákaznických segmentů, od soukromých osob až po velké korporace. Naši zákazníci mají na výběr z široké palety produktů doplněné o komplexní pojištění za výhodných podmínek," komentoval dosažení významného milníku generální ředitel ČSOB Leasing Karel Bouček.

Také po uzavření zákaznické smlouvy ČSOB Leasing poskytuje zákazníkům služby na nejvyšší úrovni. Společnost vyřizuje požadavky zákazníků všemi způsoby - osobně, písemně, telefonicky i elektronicky, přičemž tento způsob komunikace výrazně roste s tím, jak roste počítačová vyspě-

lost zákazníků ČSOB Leasing. V loňském roce zaslalo do společnosti internetové on-line žádosti měsíčně 1000 zákazníků, zatímco letos průměrně o 50 % více, tedy přibližně 1500 zákazníků. ČSOB Leasing poskytuje zákazníkům moderní elektronický informační portál eLeasing, který výrazně zrychluje a usnadňuje komunikaci mezi

společností a zákazníky. Internetová aplikace eLeasing umožňuje klientům zdarma on-line náhled na jejich smlouvy a jednoduché a rychlé vyřizování požadavků. ČSOB Leasing je první a jedinou leasingovou společností, která poskytuje takto komplexní informační systém svým zákazníkům. (tz)

Výborné pololetí, zajímavý HitKredit

ČSOB Leasing, trvalá jednička leasingového trhu, dosáhla za první pololetí 15% nárůstu objemu obchodů. Součet pořizovacích cen financované dopravní techniky, strojů a zařízení dosáhl za leden až červen roku 2007 celkové výše 11,8 miliardy korun bez daně z přidané hodnoty, což je o 1,6 miliardy korun více než ve stejném období loňského roku. ČSOB Leasing tak dosáhl nového rekordního obrátu za sledované období.

Ve zmíněném období rostly objemy obchodů realizované ve všech hlavních produktech. Nejvíce vzrostly obchody financované prostřednictvím úvěru pro spotřebitele a podnikatele HitKredit. Součet pořizovacích cen předmětů financovaných úvěrem HitKredit za první pololetí činil 2,4 miliardy korun, což je 50% nárůst oproti předchozímu roku.

HitKredit je nejvíce využíván pro financování ojetých automobilů, ale ČSOB Leasing nabízí tento produkt i pro financování nových osobních a užitkových vozů, nákladních automobilů, ale i strojů a zařízení. Od počátku tohoto roku ČSOB Leasing nabízí úvěr HitKredit i pro financování letadel. Hlavní výhodou úvěru HitKredit spatřují zákazníci v tom, že se předmět financování ihned stává majetkem zákazníka. Tím je tato forma financování vhodná také pro osoby, firmy, obce, dopravní podniky, rozpočtové organizace, družstva a další subjekty, které mají možnost čerpat prostředky z dotačních programů, jejichž poskytnutí je vázáno na vlastnictví financovaného předmětu. Zákazník - podnikatel od počátku smlouvy provádí daňové odpisy předmětu financování. (tz)

Šance a rizika partnerství veřejného a soukromého sektoru

Dne 19. září 2007 se v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR koná v rámci Evropského fóra podnikání 2007 konference na téma Public Private Partnership (PPP) a možnosti jeho uplatňování v České republice. Konferenci pořádá pod záštitou Zastoupení Evropské komise v ČR vysoká škola NEWTON College ve spolupráci s Vzdělávacím střediskem na podporu demokracie a za mediálního partnerství portálu BusinessInfo.cz.

Konference informuje o současné situaci a výhledech projektů realizovaných na bázi partnerství veřejného soukromého sektoru (Public Private Partnership - PPP) v České republice. V případě PPP jde o unikátní spojení ekonomických hledisek, jimiž se řídí soukromý sektor, a požadavků veřejného sektoru na poskytování veřejné služby v patřičné kvalitě a rozsahu. Konference přiblíží stávající legislativně-právní rámec (včetně jeho případných mezer a nedostatků) a představitelům veřejného i soukromého sektoru zprostředkuje nejnovější doporučení, postupy i poznatky v dané oblasti. Konference nabídne rovněž praktické zkušenosti vyplývající z dosud realizovaných pilotních projektů PPP a část konference tvoří i vystoupení týkající se možnosti využití principu PPP při realizaci projektů čerpajících prostředky z fondů Evropské unie.

Přednášejícími budou:

- zástupci veřejné správy, kteří ovlivňují legislativně-právní prostředí, jsou pověřeni monitorováním, vytvářením metodik a regulací PPP
- reprezentanti soukromého sektoru i veřejného sektoru (např. regionů) s praktickými zkušenostmi s realizací PPP projektů

- představitelé financujících, poradenských a konzultantských společností zapojených do procesu metodické i praktické přípravy PPP projektů.

Program konference je rozdělen do dvou bloků:

BLOK A
Podmínky pro fungování partnerství veřejného a soukromého sektoru v ČR

1. Politika vlády a vytváření vhodného prostředí pro aplikaci principů PPP
2. Legislativně-právní rámec
3. Makroekonomické souvislosti a vlivy použití PPP
4. Poradenství a zpřístupnění znalostí o PPP veřejnému sektoru
5. Panelová diskuze k BLOKU A

BLOK B
Projekty PPP - příklady projektů, možnosti kombinace se strukturálními fondy EU

1. Výhody a rizika projektů PPP z pozice soukromého i veřejného sektoru
2. Hlavní rysy a oblasti projektů PPP

3. Možnosti uplatňování PPP při čerpání z fondů EU
 4. Příklady pilotních projektů PPP v ČR a používané typy partnerství
 5. Panelová diskuze k BLOKU B
- V dopoledním bloku Konference bude zhodnoceno, čeho bylo při vytváření podmínek vhodných pro fungování partnerství veřejného a soukromého sektoru v ČR zatím dosaženo. Z pohledu veřejného sektoru se přednášející prvního bloku zaměří zejména na politiku a vize státu v dané oblasti, zajištění vhodného právního prostředí, institucionální zajištění, technickou připravenost i rozpočtové možnosti veřejné správy. V rámci druhého/odpoledního bloku se přednášející s účastníky Konference podělí o zkušenosti z pilotních projektů partnerství veřejného a soukromého sektoru v ČR a o své názory na další výhledy uplatňování principu PPP u projektů realizovaných pro veřejnou správu. Budou posuzovány také výhody a nevýhody PPP ve srovnání se standardními veřejnými zakázkami. Z pohledu privátního sektoru bude účastníky druhého bloku hodnocena především jeho připravenost jít do PPP transakcí s veřejným sektorem (včetně personální a technické připravenosti), ochota přebírat rizika, schopnost vytvářet konsorcia a posuzování návratnosti investic. Účastníkům Konference budou poskytnuty rovněž informace o možnostech aplikace principu PPP při realizaci politiky hospodářské a sociální soudržnosti, tj. při čerpání ze strukturálních fondů EU.

Termín konání: 19. září 2007

Místo konání: Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR (jednací sál č. 205)

Doba trvání konference: 9:00-17:30 hod. (přestávka na oběd 12:00-13:00)

Pořádá: Vysoká škola NEWTON College; Vzdělávací středisko na podporu demokracie

Odborný garant konference: doc. Ing. Eva Klvačová, CSc.

Organizační garant konference: Ing. Hynek Opolecký

Více informací: www.efp.cz

Příhláška na konferenci: (http://www.efp.cz/index.php?id_name=prihlaska)

Informace o konferenci v rubrice Podpora podnikání, dotace > Public Private Partnership (PPP) na portálu BusinessInfo.cz

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/public-private-partnership-ppp/konference-public-private-partnership/1001135/45310/>

Žádosti do evropského programu Rozvoj zaslalo 630 subjektů

Malí a střední podnikatelé mohli do půlnoci posledního červencového dne zasílat žádosti do programu ROZVOJ Operačního programu Podnikání a Inovace. CzechInvest přijal 630 plných žádostí, přičemž podnikatelé mohou získat až 826 milionů korun. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR vyhlásilo výzvu do programu Rozvoj dne 1. března 2007. CzechInvest přijímal první tři měsíce registrační žádosti se základními údaji, kterých přišlo 693. Podnikatelé měli pak dva měsíce na zaslání úplných žádostí s podrobnými informacemi. Na jednotlivé projekty mohou podnikatelé získat dotace od jednoho do 20 milionů korun. "O tento program byl ze strany podnikatelů nebyvalý zájem. O tom svědčí i fakt, že jsme přijali o třetinu více žádostí než v minulém období," řekl Roman Čermák, generální ředitel agentury CzechInvest a dodal, že jde o pozitivní signál stoupající důvěry podnikatelů v evropské dotace. V současnosti bude probíhat hodnocení žádostí, (ekonomické hodnocení žadatele a posouzení

růstového potenciálu zajišťuje CzechInvest, technická část je posuzována dvěma externími hodnotiteli - konečný výstup je prezentován před hodnotitelskou komisí, jejíž stanovisko je podkladem pro konečné rozhodnutí řídicího orgánu),

přičemž konečné výsledky hodnocení projektů podaných do 1. výzvy tohoto programu budou zveřejněny na adrese www.mpo.cz a www.czechinvest.org. Dotace v rámci programu Rozvoj směřují do

technologického vybavení malých a středních podniků ve vybraných regionech. Investicemi do moderních technologií se výrazně napomáhá rozvoji firem ve vybraných regionech a odvětvích české ekonomiky. Podnikatelé mohou získat dotace například na nákup strojů a zařízení včetně řídicích software, u nichž je žadatel prvním uživatelem. (tz)

Česká spořitelna nabízí podnikatelům zdarma nový rychlý typ financování

Klienti České spořitelny z řad podnikatelů s obratem do 30 milionů Kč mají od července 2007 možnost zdarma využít nabídky dvou nových produktů, tzv. úvěrů Mini Profit. Jde o Kontokorentní úvěr mini Profit a Termínovaný úvěr mini Profit. Jsou to předschválené úvěry, určeny pouze pro stávající věrné klienty s vedením běžného účtu u České spořitelny minimálně 6 měsíců. "Výhody těchto produktů jsou hlavně jednoduchost, rychlost a dostupnost na všech poboč-

kách České spořitelny. Získat Mini úvěr Profit je stejně jednoduché jako vyřízení občanské půjčky," řekl Tomáš Halla, ředitel odboru aktivní produkty ČS. Kontokorentní úvěr mini Profit v maximální výši 150 000 Kč poskytuje ČS formou stanovení úvěrového rámce na běžném účtu klienta, a to na jeden rok s automatickou obnovou při splnění smluvně dohodnutých podmínek. U Termínovaného úvěru mini Profit převede ČS celou částku - až 200 000 Kč na běžný účet

klienta. U tohoto úvěru si může klient zvolit buď krátkodobý (jeden rok), nebo střednědobý časový horizont (dva až pět let). Klient může také čerpat oba typy úvěrů najednou, případně využívat úvěrový limit služební kreditní karty. K 30. červnu 2007 poskytla Česká spořitelna podnikatelům s obratem do 30 mil. Kč úvěry v hodnotě 15,4 mld. Kč, což je v porovnání se stejným obdobím roku 2006 o téměř 26 % více. (tz)

Podpora vzdělávání pro malé a střední podniky



Ministerstvo práce a sociálních věcí připravilo ČR projekt pro malé a střední podniky (MSP) jako jeden ze systémových projektů spolufinancovaných evropským sociálním fondem (ESF) a státním rozpočtem. Realizátorem veřejné zakázky je sdružení ROZAM, složené ze společností Sodexho Pass ČR, a. s., a Trexima, s. r. o. Hlavním cílem je podpořit rozvoj lidských zdrojů v MSP a zajistit atraktivní, přehlednou a veřejně dostupnou nabídku dalšího profesního vzdělávání (DPV).

ROZvoj ZAMěstnanců = ROZAM

ROZAM přináší finanční podporu vzdělávání zaměstnanců MSP a jednoduchý přístup i orientaci v nabídce vzdělávání od vzdělávacích institucí. Projekt nabízí finanční podporu na vzdělávání na principu vícezdrojového financování, které umožní podnikatelům získat finanční dotaci na vzdělávání svých zaměstnanců.

Proč rozvíjet vzdělání zaměstnanců?

Na tuto otázku odpověděl vedoucí VZ ROZAM Karel Pelán: "Jak ukázal výzkum, provedený v roce 2003 mezinárodní sítí INISTE (aktivita UNESCO) mezi 3000 zaměstnanci, lidé, kteří projdou rekvalifikací, obvykle pracují lépe než případní noví zaměstnanci, již by nastoupili na jejich místo." Přesto v současné době MSP

poskytují další vzdělávání pouze 23,5 % zaměstnanců (včetně povinných ze zákona). Hlavní příčiny tohoto stavu jsou dvě. MSP se neorientují v nabídce vzdělávacích aktivit, vyhledávání vzdělávací instituce je pro ně časově náročné, a pro menší podniky je také podstatnou překážkou finanční náročnost dalšího vzdělávání. "Tyto klíčové problémy, se kterými se MSP potýkají, řeší právě veřejná zakázka ROZAM, jejímž cílem je vytvořit jednoduchý, přehledný systém usnadňující přístup zaměstnavatelů ke školení zaměstnanců. ROZAM se může stát jedním z nástrojů prevence nezaměstnanosti v České republice," pokračoval K. Pelán.

Realizátoři veřejné zakázky

Realizátorem veřejné zakázky je sdružení ROZAM, složené ze společností Sodexho Pass ČR a Trexima, s. r. o. "Společnost Sodexho Pass má 25 let zkušeností s řízením systémů distribuce veřejné podpory formou vícezdrojového financování, neméně důležitá je také zkušenost společnosti s čerpáním zdrojů z fondů EU," upozornil K. Pelán. Sodexho Pass je realizátorem obdobného projektu vzdělávání, který funguje velmi úspěšně v Belgii od roku 1998 a zapojilo se do něj téměř 4000 podniků a živnostníků. V České republice realizovaný projekt Příležitostně registrovaná práce (motivace dlouhodobě nezaměstnaných osob), který pilotně probíhal od října 2005 do února 2006, byl Monitorovacím výborem Phare - Rozvoj lidských zdrojů vybrán mezi nejúspěšnější projekty realizované v opatření 1.1 Poslední aktivní politiky zaměstnanosti. Také na tomto



projektu dokázala společnost Sodexho Pass ČR schopnost využívat efektivně zdrojů z fondů EU. Pro realizaci veřejné zakázky ROZAM spojila společnost Sodexho Pass ČR své síly se společností Trexima, spol. s r. o., která má více než desetileté zkušenosti v oblasti rozvoje lidských zdrojů a dalšího vzdělávání a je garantem odborné kvality projektu.

Poukázky

Poukázky jsou nástrojem, který umožňuje efektivní, jednoduché a transparentní čerpání dotace z několika zdrojů zároveň a zajišťuje přehlednost systému a účelovost vynaložených prostředků. Pomocí digitálního skenování čárových kódů poukázek lze získat podklady sloužící k vytváření statistik a sledování aktuálních trendů ve vzdělávání.

Co ROZAM přinese zaměstnavatelům a zaměstnancům?

1. Finanční dotaci v minimální výši 50 % z ceny vzdělávacího kurzu;

Co ROZAM přinese vzdělávacím institucím ?

1. Zvýšený zájem o vzdělávání ze strany malých a středních podniků;
 2. Zajištění dlouhodobé a stabilní podpory poptávky po vzdělávání;
 3. Informovanost o kurzech a zpětnou vazbu od klientů na jejich kurzy
- ROZAM bude pilotně ověřován v kraji Ústeckém, Zlínském a na Vysočině, ve spolupráci s krajskými úřady a zástupci sociálních partnerů v regionech.
- www.rozam.cz**
pro více informací o ROZAMu kontaktujte:
Karel Pelán, vedoucí VZ ROZAM
Tel.: 602 366 070
e-mail: karel.pelan@sodexhopass.cz

ČR má nadstandardní podmínky bezpečnosti a stability dodávek zemního plynu

Česko má vytvořené více než nadstandardní podmínky pro zajištění bezpečnosti a spolehlivosti dodávek zemního plynu. K nim bezesporu patří diverzifikace zdrojů dodávek zemního plynu pro ČR (Rusko, Norsko), spoluúčast rozhodujícího dodavatele na přípravě terminálů (Německo, Chorvatsko) pro dovoz zkvalněného zemního plynu z dalších zdrojů, další diverzifikace přepravních cest (Nord Stream v Baltském moři, South Stream, Nabucco, připravované propojení severních a jižních cest plynovodem Gazela) atd.

"Velmi důležitou skutečností je, že ČR je tranzitní zemí pro dodávky na západ Evropy, má uzavřené nejen dlouhodobé kontrakty na dodávky do ČR (12 mld. m³ při současné spotřebě ČR 9,5 mld. m³), ale i na tranzit plynu přes ČR. Významnou roli hraje i důležitost ruských příjmů z exportu plynu do zemí EU, naše uskladňovací kapacita v podzemních zásobnících plynu (2,3 mld. m³) pokrývající téměř čtvrtinu roční spotřeby ČR, schopnost akumulace plynovodní soustavy vyrovnávající krátkodobé rozdíly poptávky a dodávek, odolnost

vůči vlivům počasí atd. To vše, včetně jednotného hájení bezpečnosti a spolehlivosti dodávek zemního plynu ze strany EU, jsou velice pozitivní a pádné argumenty pro využívání zemního plynu. Je otázkou, který zdroj dostupné energie může podobné záruky nabídnout a proč je budoucí významný podíl zemního plynu na palivoenergetickém mixu ČR z důvodů tzv. ohrožení bezpečnosti a spolehlivosti dodávek zpochybňován," uvedl nedávno Ing. Josef Kastl, generální sekretář České plynárenské unie.

Zrekapitulujme:

- Dodávky zemního plynu pro ČR jsou prostřednictvím kontraktů na dovoz z Ruska a Norska dlouhodobě diverzifikovány.
- ČR je v přepravě zemního plynu tranzitní zemí, což je z hlediska energetické bezpečnosti velmi významné a důležité. Na rozdíl např. od ropy a ropovodu Družba, kde jsme koncovou zemí, nemusíme se u dodávek plynu obávat, že by byly přerušeny. Tranzitní dohoda se společností Gazprom export Ltd. je podepsána do roku 2035 (1/3 dodávek ruského zemního plynu pro západní Evropu bude transportována do roku 2035 českou cestou).
- Z důvodu bezpečnosti dojde k další diverzifikaci přepravních cest (plynovod South Stream do jižní a severní Evropy, projekt Gazela, plynovod Baltic Sea Pipeline v Baltském moři z Ruska do Německa tzv. Nord Stream, Nabucco s finanční pomocí EU, RWE Transgas se podílí i na projektu

výstavby terminálu zkvalněného zemního plynu v Chorvatsku na ostrově Krk - ADRIA LNG Company, RWE AG buduje terminál zkvalněného plynu v Německu aj.).

- Ani omezení dodávek ruského plynu pro Ukrajinu v lednu 2006 nemělo vůbec žádný vliv na dodávky plynu do ČR - zásobování probíhalo regulérně podle kontraktů, dodávky se pohybovaly i v té době v přesně sjednaném rozmezí.
- Zásobování České republiky ruským zemním plynem je dlouhodobě zajištěno prostřednictvím společnosti RWE Transgas a prodloužením nejen nákupní, ale i tranzitní smlouvy do roku 2035 - smlouva je sjednána na dodávku pro ČR ve výši 9 miliard kubických metrů ročně.
- Za posledních 35 let u nás nedošlo nikdy k významnému výpadku, zemní plyn je jednoznačně nejspolehlivějším řešením jak pro domácnosti, tak pro celá průmyslová odvětví (na rozdíl od rozsáhlých výpadků elektřiny kvůli nepříznivým povětrnostním vlivům plyn vede bezpečně pod zemí); provoz plynovodů tedy není závislý na počasí ani na veřejných komunikacích, zemní plyn je k dispozici bez omezení 24 hodin denně a 365 dní v roce.
- Plynová potrubí mají schopnost akumulace, která vyrovnávají krátkodobé rozdíly poptávky a dodávek, to je významný prvek spolehlivosti na rozdíl od elektroenergetických sítí, kde je třeba udržovat ve stálé rovnováze vyrovnanost dodávek a odběrů.
- Od roku 1972 byly z Ruska dodány miliardy metrů krychlových zemního plynu do celé Evropy a ani jediný den nedošlo k žádnému zvláštnímu výpadku v zásobování - a to ani v době, kdy paralelně probíhaly výrazné revoluční politické změny.
- Proti případnému krátkodobému výpadku je navíc Česká republika dobře zabezpečena. Mezi státy Evropské unie máme nadprůměrnou skladovací kapacitu - druhá největší skladovací kapacita zemního plynu v EU (před každou zimou je uskladněno cca 2,3 mld. m³ zemního plynu - tato kapacita stačí na pokrytí téměř 25 % roční spotřeby celé republiky).
- Spotřeba zemního plynu v ČR mírně klesá (úspory, účinnější technologie aj.), nejsou tedy zcela na místě často prezentované obavy ze zvyšování dovozní závislosti.
- Import zemního plynu neovlivňuje negativně českou energetiku. Na dovozu ropy jsme také již dnes závislí z 96 % a energetická dovozní závislost se bude zvětšovat. Předpokládá se, že se do 5 let staneme patrně závislími i na dodávkách elektřiny. Kolem roku 2009-2012 dojde k vyrovnání výroby a spotřeby elektřiny. Stejně tomu je dnes již třeba v Maďarsku, stane se tak i v Polsku, Slovensko se z čistého vývozce elektřiny stane čistým dovozcem, Rakousko je ve špičkách závislé na dovozu elektřiny už dnes. Dosáhnout surovinové, a tím energetické soběstačnosti ČR je iluzorní cíl.
- V celé střední Evropě a většině evropských států bude nedostatek elektrické energie, u zemního plynu je velkou výhodou, že příjmy z exportu plynu a ropy do zemí Evropské unie tvoří 80 % příjmů ruské státní pokladny (Rusko nic jiného než suroviny dnes nevyváží). Rusko je stále více závislé na evropských odběratelích jeho surovin, více než je Evropa závislá na ruských dodávkách. Často zmiňovaná budoucí konkurence zemí, jako je Čína, Indie a další asijské státy, je dlouhodobějšího charakteru a bude především záviset na jejich důvěryhodnosti a schopnosti platit za dodávky ropy a plynu.
- Bezpečnost a stabilitu dodávek zemního plynu si uvědomují především soukromé společnosti. Rakouský energetický koncern Energie AG Oberösterreich se rozhodl a začne v roce 2008 v Timelkam provozovat největší plynovou a parní elektrárnu v zemi. Zařízení má stát 200 milionů eur (přibližně 5,6 miliardy korun) a ročně vyrobí 2400 gigawatthodin elektrického proudu. ČEZ oznámil, že nejpozději do konce roku 2007 zveřejní, kde také i v ČR bude vybudována plynová elektrárna.
- Velké světové zásoby zemního plynu postačují na 150 let, na rozdíl od zhruba 70leté životnosti zásob ropy. Kromě toho jsou otevírána další a další ložiska tak, jak se zlepšuje technologická úroveň zařízení pro těžbu plynu.

pro více informací kontaktujte ČPU, pana ing. Oldřicha Petržilku na adrese Novodvorská 82/803, 142 01 Praha 4, tel: +420 241 027 876, e-mail: petrzilka@cpu.cz, www.cpu.cz



RWE Transgas Net. Blíž přírodě.

Naše přepravní plynárenská soustava je ukryta hluboko v zemi. Nad ní se nachází nikým nedotčená krajina. Zemní plyn, který proudí potrubím, chrání tyto oblasti před jakýmkoli nešetrným zásahem člověka. Vznikají zde biotopy se vzácnými druhy rostlin i živočichů. Naše práce je spojena s ochranou přírody. Jsme generálním partnerem Českého svazu ochránců přírody a Národního parku Podyjí. Děláme vše proto, abychom byli blíže přírodě.

RWE Transgas Net – Váš spolehlivý přepravce zemního plynu



www.rwe-transgasnet.cz

Nová on-line platforma zjednoduší přepravu zemního plynu přes ČR a Německo

Přepravovat zemní plyn mezi Českou republikou a Německem je nyní jednodušší. Naplnění vize Evropské unie o fungování vnitřního trhu se zemním plynem se opět přiblížilo. Dva evropští provozovatelé přepravní soustavy, český RWE Transgas Net a německý ONTRAS - VNG Gastransport GmbH, od 1. srpna společně poskytují přístup ke svým přepravním plynárenským soustavám. Obchodníci se zemním plynem a ostatní přepravující tak mohou nyní k přepravě v rámci celého regionu od slovensko-české hranice až po německý Steinitz využívat jednu společnou platformu.

"Zákazníci mohou nyní přepravovat zemní plyn do západní Evropy trasami Lanžhot-Steinitz a Waidhaus-Steinitz v obou směrech, aniž by museli žádat o přeshraniční propojovací bod v Hoře Svaté Kateřiny. Jde o výrazné zjednodušení dosavadní praxe. Tuto novou spolupráci také ocenili zástupci evropských energetických regulátorů (EREG) na své poslední schůzce s účastníky trhu, která se konala 6. července v Krakově," uvedl Dr. Klaus Homann, jednatel a CEO RWE Transgas Net, s. r. o. "Uvažujeme o dalším rozšíření partnerství. Necháváme dveře otevřené také ostatním provozovatelům napojených přepravních soustav. Záleží jenom na jejich rozhodnutí, zda se budou chtít v budoucnosti k naší spolupráci v přepravě plynu připojit," konstatoval Uwe Ringel, výkonný ředitel ONTRAS - VNG Gastransport GmbH. Potenciální zákazníci naleznou on-line platformu nesoucí jméno GATRAC (Gas Transport Cooperation) společně s veškerými informacemi o harmonizovaných produktech a nabízených souvisejících službách obou společností na internetových stránkách www.gatracc.com. Společný projekt usnadňuje přístup k údajům obou provozovatelů přepravní sou-

stavy a současně napomáhá větší transparentnosti. Uveřejňuje informace o kapacitě, která je k dispozici, poplatcích a umožňuje zákazníkům objednávat kapacitu po celé

délce přeshraniční přepravní cesty. ONTRAS - VNG Gastransport GmbH je nadregionální společnost pro logistiku přepravy zemního plynu. Provozuje síť, kterou tvoří 7000 kilometrů vysokotlakého plynovodu a která je součástí evropské plynárenské soustavy, a poskytuje služby související s přepravou plynu. Jako plošný provozovatel sítě v odbytové oblasti, která zahrnuje 153 provozovatele sítě a rozprostírá se po 5 zemích východní části Německa, společnost ONTRAS vykonává klíčové funkce, které zajišťují hladký průběh přepravy plynu na základě dohody o spolupráci pro danou odbytovou oblast. RWE Transgas Net, s. r. o., je součástí mezi-

národního energetického koncernu RWE. Vznikl 1. ledna 2006 oddělením přepravy zemního plynu od obchodu s plynem na základě účinnosti energetického zákona. Vystupuje jako samostatná společnost, která zajišťuje bezpečnou a spolehlivou vnitrostátní přepravu zemního plynu a jeho tranzit odběratelům v dalších zemích. Zemní plyn přepravuje RWE Transgas Net, s. r. o., v České republice sítí plynovodů dlouhou 3642 kilometry. Ze všech neobnovitelných zdrojů energie je zemní plyn ve vztahu k přírodě tím nejšetrnějším. Na rozdíl od pevných paliv nezanechává po spalení popel, ani nezatěžuje okolí nebezpečnými zplodinami. **(tz)**

Unavení komplikovaným prostředím

Z nedávno zveřejněných výsledků šetření Českého statistického úřadu kromě jiného vyplývá, že v druhém čtvrtletí tohoto roku klesl počet podnikatelů se zaměstnanci v ČR o téměř deset tisíc na 186 tisíc, což je zhruba 5% pokles. Takové číslo je podle Hospodářské komory ČR alarmující a mělo by vést k hlubší analýze. S největší pravděpodobností jsou to především drobní zaměstnavatelé a menší firmy, které ukončují svoji činnost. Velkým firmám se v ČR dlouhodobě daří a prosperují, průmysl je stále hlavním tahounem české ekonomiky. Podmínky pro malé a střední firmy ale i přes dílčí zlepšení vykazují značné rezervy, které v některých případech vedou k ukončení činnosti podniku. "Jedna velká stavební firma pohltila zakázku pro

desítky malých, taková je dnes u nás situace. Velké společnosti posilují, v sektoru malých a středních je ale situace trochu jiná. Mnozí podnikatelé také mohou být unavení komplikovaným prostředím, množstvím byrokracie a povinností, které musí plnit vůči státu. Ti, kteří začali v devadesátých letech, se již nyní mohou cítit podnikáním vyčerpaní a raději činnost ukončí, boj s úřednickým molochem vzdají," řekl prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek. ČSÚ: Česká ekonomika nasává stále větší množství pracovních sil, celková zaměstnanost se ve druhém letošním čtvrtletí zvýšila meziročně o 88 tisíc lidí a dosáhla nejvyšší úrovně za posledních devět let. Nedostatek pracovních sil je jedním z rizik dalšího tempa růstu ekonomiky. Obory jako pokrý-

vači, klempíři či sklenáři, ale i mnohé další, v některých krajích neotvírají nové ročníky. Nezájem netrápí pouze učiliště, ale také zaměstnavatele, pro něž je tento stav velkým rizikem pro další rozvoj. Vyhledky na zlepšení přitom nejsou valné, populačně chudé ročníky, které nyní začínají opouštět základní školy, situaci spíše zhorší. Podle demografických údajů se to týká přibližně následujících čtyř po sobě jdoucích let. Firmy i do regionů s vysokou nezaměstnaností přivádí pracovníky z jiných států. Na vině je především sociální systém, který nemotivuje nezaměstnané pracovat. Svoji roli také sehrává nedostatečná kontrola, která umožňuje práci na černo. Podle některých odhadů si až polovina nezaměstnaných tímto způsobem přivydělává k dávkám v nezaměstnanosti. **Viktorie Plířová, tisková mluvčí Hospodářská komora ČR**

Zamyšlení nad příspěvkem "Německé firmy platí do zahraničí rychleji"

V květnovém čísle Prosperity byly zveřejněny výsledky průzkumu platební morálky 1200 obchodních společností, ze šesti ekonomicky nejvyspělejších států Evropské unie. Průzkum zorganizovala pojišťovna pohledávek Atradius ve spolupráci s Financial Times Deutschland. Je třeba vyzvednout, že tyto instituce se rozhodly uskutečnit náročný, zcela specifický, pro podnikatelskou zcela neocenitelný výzkum. Pokud je mně známo, je to první ucelená informace, týkající se poznatků platební morálky. Příspěvky dosud publikované na toto téma obsahují sice významné skutečnosti, přesto však to bývají jednotlivosti, často vyslovované bez širších zobecňujících souvislostí a podmínek obchodování na zahraničních trzích, takže jejich využití je značně omezené. Proto zveřejněné výsledky mají pro praktické využití vysokou vypovídací schopnost. Ocení je především podnikatelé:

- a) kteří se rozhodli vstoupit na zahraniční trhy a navazují první obchodní kontakty se zahraničními partnery,
- b) nemají dostatek času, ani finančních prostředků, nechat si finanční situaci potencionálních partnerů otestovat příslušnými institucemi,
- c) kteří navazují nové obchodní kontakty,

d) kteří se orientují na nová teritoria svých zájmů. Platební podmínky a v jejich rámci sjednaná doba platby jsou vedle ceny základním konkurenčním prvkem obchodních vztahů. V nich se odráží ekonomická a finanční síla podniku, oboustranně ekonomická výhodnost sjednané transakce, schopnost z realizovaného obchodu unést podnikatelské riziko, vědomosti, často však nevědomosti, jak obchodní riziko minimalizovat, a tím vytvářet předpoklady pro úspěšné inkaso pohledávek ve sjednané době. Z tohoto důvodu je znalost platební morálky jedním z významných kritérií při uzavírání obchodních kontraktů. Dodržení sjednané lhůty platby je nutno považovat za principiální povinnost kupujících, uvědomíme-li si, že prodávající na výrobu produktů nebo poskytnutou službu museli svoje finanční prostředky, často získané za nemalé náklady, nejdříve vynaložit. Přitom od zdanitelného plnění dostanou, a to ve většině případů, zaplacenou podstatně později. Při prodeji na úvěr podstupují podnikatelé finanční riziko plynoucí z budoucího, často nejistého výsledku, inkasa svých peněz. Když uvážíme a domyslíme tyto důsledky na finanční situaci podniku, pak teprve doceníme, že z vůle jednajících stran sjednaná lhůta splatnosti má velký vliv na průběh obchodního

jednání a obnovování obchodních vztahů vůbec. Známe dost příkladů z praxe, že prodávající sjednávají lhůty placení bez ohledu na cash flow podniku, vedení snahou jenom aby smlouvu uzavřeli. Přistupovat na jednání s obchodním partnerem nepřipraven nelze nazvat jinak než hazard se všemi důsledky z toho pro ně plynoucími.

K publikovaným údajům

V příspěvku je platební morálka podnikatelů z jednotlivých států rozdělena na skupinu tuzemských a zahraničních partnerů. Tuzemští partneři jsou chápáni tak, že obchodují mezi sebou. Uvádějí, že ke zlepšení došlo u Francouzů a Britů, stejnou platební morálku mají podnikatelé z Německa, Nizozemí a Belgie. Zhoršení o 14 % nastalo u italských partnerů. Podstatně horší názory byly vysloveny na zahraniční partnery. Podle nich se zlepšili Belgičané (o 38 %), Britové (o 19 %) a Italové (o 16 %). Ke zhoršení došlo u Německých, Francouzských a Nizozemských obchodníků. Uvedená čísla mají pro uzavírání kontraktů malou vypovídací schopnost. Je možno je považovat pouze jako upozornění na prosazující se tendence. Zásadní význam mají ukazatele průměrná předepsaná doba splatnosti faktur ve dnech a průměrná doba zaplacení faktur. K "předepsané době" je nutno poznamenat, že tento termín není z právního hlediska správný. Lhůty splatnosti se vždy sjednávají, nikoliv předepisují. Zveřejněné výsledky je třeba pokládat pro kontraktační jednání za zásadní. Nejdlejší průměrnou dobu zaplacení faktur sjednávají Italové (80 dnů). Po nich s velkým odstupem jsou uvá-

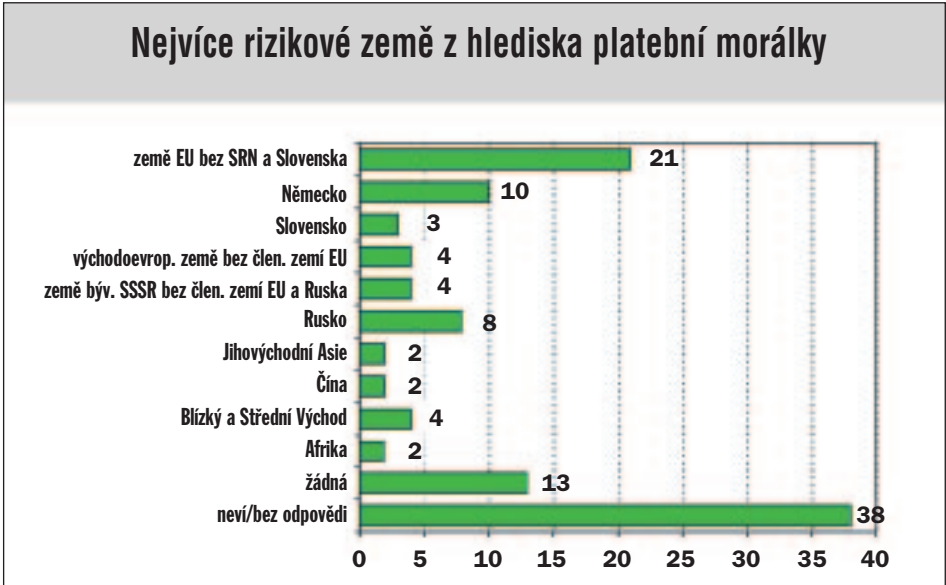
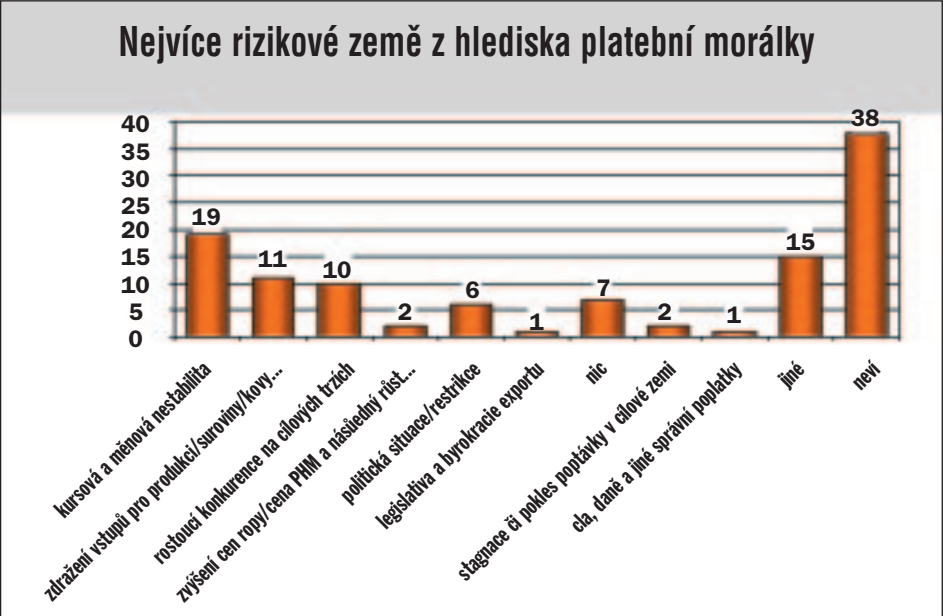
děni Francouzi (49 dnů) a Belgičané (40 dnů). Variační rozpětí mezi nejhorší Itálií a nejlepším Německem je 53 dnů. To ukazuje na značnou variabilnost jednotlivých obchodních případů. Velice pozoruhodná je průměrná doba zaplacených faktur. Nejdlejší dobu vykazují Italové (67 dnů), avšak "chystáte-li se obchodovat s Itálií, je třeba se připravit na dlouhé doby splácení blížící se nezdědka i 3 měsícům, proto je platební morálka Italů hodnocena ze všech zemí nejkritičtěji a jako průměrnou či špatnou ji vidí 54 % zahraničních podnikatelů" (Robert Čapka, Generální ředitel Atradius pro Českou republiku). S placením faktur nepospíchají ani Francouzi, u nichž je průměrná doba zaplacení 61 den. Nejlépe byli hodnoceni Němci a Holanďané, kteří vykazují shodnou dobu zaplacení 44 dny.

Závěr

Publikované výsledky potvrzují už dříve provedené průzkumy na Provozní ekonomické fakultě Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně. Zjistili jsme, že ve vnitrostátním platebním styku naší republiky jedna firma stanovovala paušálně termín splatnosti faktur 14 dnů, bez ohledu na to, jaké má kupující reálné možnosti platby. Potvrdilo se, že v této lhůtě bylo zaplacenou pouhých 20 % sjednaných plateb. Matematickými výpočty jsme dospěli k závěru, že v tomto podniku by se doba splatnosti měla pohybovat od 34 do 37 dnů, v návaznosti na sortiment odebraného zboží a finanční situaci kupujících, pravidelnost, častost a rozsah nákupu. Proto je nezbytné zvážit s kupujícími jejich platební možnosti, ale nejdříve si v ekonomických útvech zjistit potřebu finančních prostředků s ohledem na podnikový cash flow. **Doc. JUDr. Ing. Oldřich Tvrdoň, CSc.**

Grafy jako zdroj informací

Také letošní květnový Exportní výzkum DHL (15. vlna) jasně ukazuje, jak zástupci velkých firem podnikajících na území České republiky smýšlí o vývozu. V tom, již třetím našem vstupu, bychom opět rádi ukázali další z názorů. Rovněž do určité míry navazujeme oběma grafy na článek O. Tvrdoňe.



Počet velmi bohatých osob s finančním majetkem přes 1 mil. USD vzrostl na 9,5 milionu osob

Bohatství osob s finančním majetkem přesahujícím 1 mil. USD se podle 11. výroční Zprávy o světovém bohatství (2007 World Wealth Report), kterou v červnu vydaly společnosti Capgemini a Merrill Lynch (NYSE: MER), v roce 2006 v důsledku silné globální ekonomiky zvýšilo o 11,4 % na 37,2 bilionu USD. Počet těchto osob se v roce 2006 celosvětově zvýšil o 8,3 % na 9,5 milionu. Počet jednotlivců s ultra vysokým majetkem (finanční aktiva 30 mil. USD a více) vzrostl o 11,3 % na 94 970. Nejrychleji rostla skupina velmi bohatých osob v Singapuru a Indii, kde nárůst v roce 2005 činil 21,2 a 20,5 %. Autoři zprávy odhadují, že dynamika růst výše uvedených ukazatelů v roce 2007 zpomalí, jelikož vyspělé ekonomiky rostou pomaleji.

Počet velmi bohatých osob v České republice vzrostl oproti konci roku 2005 o 12,6 % na přibližně 14 760 osob. Nárůst počtu velmi bohatých osob tak výrazně předčil růsty z let 2005 (10,6 %) a 2004 (5,7 %). "Na výrazný růst odhadovaného počtu osob s finančním majetkem přesahujícím 1 mil. USD měly v ČR vliv mimo jiné růst spotřebních výdajů obyvatelstva, značné investice do infrastruktury podpořené strukturálními fondy EU a nízké úrokové sazby," uvedl Patrik Horný, generální ředitel společnosti Capgemini pro Českou republiku. Míra růstu reálného HDP a růst akciových trhů - dva primární hnací motory generující růst bohatství - se v průběhu roku 2006 zrychlily, což pomohlo zvýšit celkový počet velmi bohatých osob na celém světě i bohatství, které mají pod kontrolou. Například Čína a Indie si v roce 2006 udržely míru růstu reálného HDP na úrovni 10,5 % a 8,8 %. Akciové trhy rostly rapidně v Evropě, Asii-Pacifiku a Latinské Americe. Růst zde byl podpořen výraznými zisky společností, úspěšnými primárními emisemi akcií (IPO) a pokračujícím přílivem zahraničních investic. Ačkoliv se výkonost v jednotlivých částech světa lišila, téměř

všude vykázaly akciové indexy růst. Například světový Dow Jonesův index vzrostl v roce 2006 o 16,4 %.

"Rostoucí trend vytváření bohatství na celém světě poskytuje obrovskou příležitost pro firmy, které poskytují služby správy bohatství. Úspěchu dosáhnou ty firmy, které nabízejí model služeb, který dokáže reagovat na neustále se měnící potřeby dnešních sofistikovaných klientů," uvedl Patrik Horný.

Skupina rychle se rozvíjejících ekonomik pokračuje v růstu

Brazílie, Rusko, Indie a Čína zvyšovaly i v roce 2006 svůj význam v rámci globální ekonomiky. Čína a Rusko byly mezi top deseti zeměmi s nejrychleji rostoucím počtem velmi bohatých osob. Počet velmi bohatých v Číně se zvýšil o 7,8 % a v Rusku o 15,5 %.

Latinská Amerika vykázala v roce 2006 růst reálného HDP na úrovni 4,8 % a přilákala významné přímé zahraniční investice. Populace velmi bohatých osob v regionu skokově vzrostla v roce 2006 o 10,2 %. Překročila tak růstem globální průměr 8,3 %.

Střední Východ byl jediným regionem, který zaznamenal spíše rozklad než konsolidaci bohatství. Globální poptávka po ropě v roce 2006 pomohla zvýšit počet velmi bohatých osob o 11,9 %, ale korekce na nadhodnocené burze snížila míry kapitalizace trhu, čímž zpomalila celkovou akumulaci bohatství.

Roste zájem o nemovitosti

V roce 2006 přesunuli velmi bohatí investoři více peněz do investic do nemovitostí, často na úkor některé ze svých alternativních investic. Objem globálních přímých transakcí, souvisejících s nemovitostmi, v roce 2006 dosáhl 682 miliardy USD, což představuje v porovnání s rokem 2005 nárůst o 38 %. Investiční fondy, které se zaměřují na nemovitosti, byly velmi populárním investičním nástrojem. I když zůstaly alternativní investice klíčovou složkou portfolií velmi bohatých investorů, celkové množství finančních prostředků vložených do těchto investic v roce 2006 pokleslo.

Poprvé v historii sledovala studie také donátorské aktivity velmi bohatých osob. Na dobročinné účely věnovali v roce 2006 ultra bohatí (30 mil. USD finančního majetku a více) odhadem 285 miliard USD.

Růst bohatství pravděpodobně zpomalí

Autoři studie očekávají, že vyspělé trhy jako Spojené státy americké budou přibíždět světovou ekonomiku a přispějí ke stabilizaci na úrovni mírného růstu. S tím, jak řada centrálních bank zprůšňuje monetární politiku, by mohlo brzy skončit období vysoké likvidity, které stimulovalo růst v posledních letech.

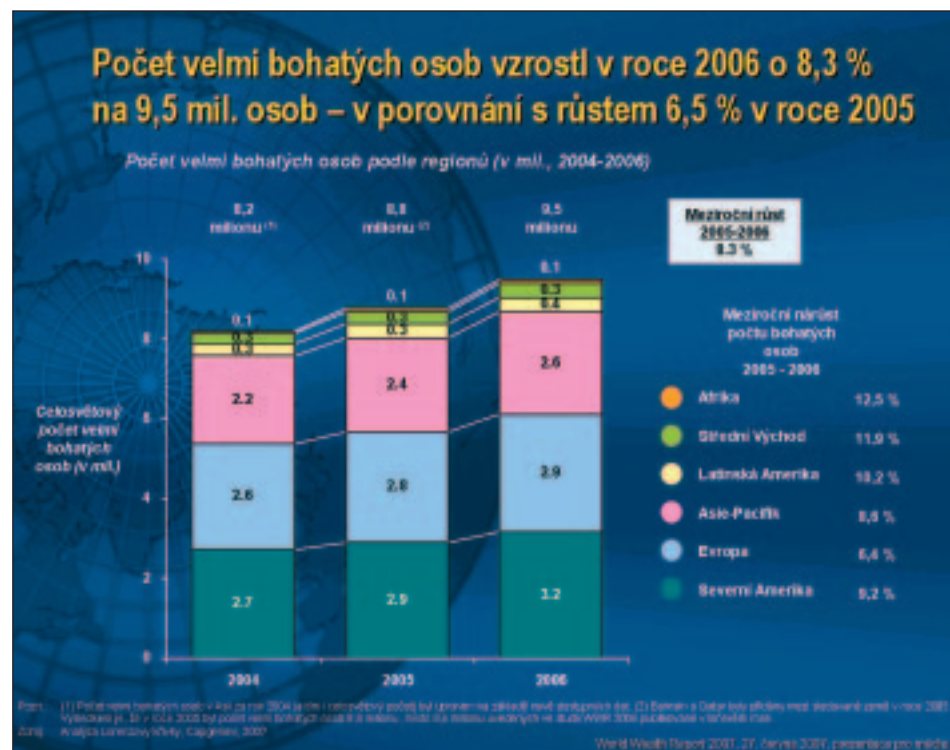
Dojde pravděpodobně ke zpomalení růstu v Asii a Latinské Americe.

O společnosti Merrill Lynch

Merrill Lynch je jednou z vedoucích světových společností zabývajících se správou bohatství, kapitálovými trhy a poradenstvím. Má pobočky ve 36 zemích a oblastech a celkový majetek klientů tvoří zhruba 1,6 bilionu amerických dolarů. Jako investiční banka je Merrill Lynch předním světovým obchodníkem a upisovatelem cenných papírů a derivátů a poskytuje služby strategického poradenství společnostem, vládám, institucím a jednotlivcům na celém světě. Merrill Lynch vlastní přibližně polovinu BlackRock, jené z největších veřejně obchodovatelných investičních poradenských společností na světě, s majetkem ve správě přesahujícím 1 bilion USD. Další informace o společnosti získáte na webové adrese www.ml.com.

O společnosti Capgemini

Capgemini dodává expertní služby v oblasti finančního průmyslu. Se sítí 15 000 profesionálů, kteří poskytují služby více než 900 klientům na celém světě, pomáhá klientům rozvíjet obchod inovativními řešeními a nejlepšími praktikami v oblasti bankovníctví, pojišťovnictví, kapitálových trhů a investic. Capgemini, jedna z předních světových společností v oblasti consultingu, technologií a outsourcingu, pracuje se svými klienty jedinečným způsobem založeným na vzájemné spolupráci - tzv. Collaborative Business Experience. V roce 2006 vykázala globální příjmy ve výši 7,7 miliardy EUR a po celém světě zaměstnává více než 75 000 lidí. Více informací o společnosti naleznete na stránkách www.capgemini.com/financialservices. (tz)



Knižka před spaním

Řízení projektů v IT
Kompletní průvodce
Kathy Schwalbe

Kniha je nejproslulejším průvodcem po projektovém řízení a spojuje v sobě všech devět oblastí v řízení projektů:

- řízení integrace projektu,
- řízení rozsahu projektu,
- řízení času,
- řízení nákladů,
- řízení kvality,
- řízení lidských zdrojů,
- řízení komunikací,
- řízení rizik
- řízení obstarávání

Každá z příslušných částí popisuje všechny fáze, kterými všechny projekty prochází: od zahájení projektu, plánování, provedení atd., až po jeho ukončení. Doprovodné CD obsahuje zkušební verzi systému Microsoft Project 2003.

Severní Morava I. Jeseníky, Olomoucko, Opavsko
Kam na víkend
Viera Večeřová

V knize najdete víkendové tipy na zajímavé výlety na severní Moravě:

- Programy na devět prodloužených víkendů na severní Moravě
- Nejzajímavější místa v regionu a itineráře pro každý den
- Doplnkové programy, tipy a nápady podle ročních období, pro pěší i cyklisty
- Otvírací doby, cenové hladiny vstupného, doplnkové služby a ověřené kontakty - telefony, internetové stránky, e-mail
- Přehledná mapa s rejstříkem pro snadnou orientaci a výběr programu

Teambuilding - 50 krátkých aktivit
Brian Cole Miller

Všechny aktivity uvedené v tomto sborníku lze provést s minimem potřebných materiálů, nebo je dokonce možné se bez nich zcela obejít. Materiály vyžadované pro zbytek činností jsou jednoduché věci, které je možné najít na pracovišti, jako papírové sponky, značkovací, kartotéční lístky, drobné mince, staré časopisy a tak dále. Každá aktivita má jeden nebo více specifických, zaměřených cílů a má i jasnou, snadno pochopitelnou osnovu, podle které se dobře řídí.

2000 nepoužívanějších francouzských slov + CD MP3
Jan Seidl

Potřebujete se naučit nebo si procvičit základní slovní zásobu ve francouzštině? Příručka a CD MP3 jsou určeny pro studenty francouzštiny, ať již jde o začátečníky, nebo středně pokročilé. Francouzská slovíčka jsou v knize řazena abecedně. Za každým z nich je uveden český překlad, následuje typická francouzská fráze s překladem, aby si čtenář upevnil zařazení a smysl daného výrazu. Uvědomí si tak vazby a kontext, jak bývá dané slovo nejčastěji užíváno.

Jak zvýšit svou vitalitu a zdokonalit své tělo
Tipy na zdravější a kvalitnější způsob života!
Wolfgang Feil, Thomas Wessinghage, Andrea Reichenauer - Feil

Jak zvýšit svou vitalitu, energii, zlepšit kvalitu svého života? Kniha vám dá návod, jak na to! Stanovení konkrétních z cílů, "vytlačení" trávicího systému, vylepšení činnosti střev, zvýšení imunity. V knize naleznete také vhodné sportovní a fitness aktivity, tipy na zdravé stravování s ohledem na potřebu minerálů, stopových prvků, vitamínů, enzymů... a konkrétní plány s jídelníčky na vytlačení celého organismu.



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

Hodnota flexibility - reálné opce + CD
Hana Scholleová

Globalizace a technický rozvoj působí na všechny ekonomické procesy, dochází ke zrychlování a důrazu na rozvoj; na tento vývoj musí reagovat ekonomická teorie i praxe. Firma, která dobře a včas neinvestuje, zaniká. Metody hodnocení a výběru investic, které se ještě nedávno jevily jako progresivní, mohou být v některých případech nedostačující, což se týká i výnosových metod pro stanovování hodnoty projektů či podniků. V případě oblastí s vysokou volatilitou, tj. zejména v odvětví rychlého rozvoje a nových technologií, klasické metody neberou v úvahu flexibilitu projektů a práva s ní spojená - celý podnik je podhodnocen. Může tak vzniknout nežádoucí situace, kdy dochází k zamítnutí ekonomicky výhodných projektů. Vhodným nástrojem jsou zde proto reálné opční metody, které jsou odvozeny od finančních opcí a zahrnují i hodnotu flexibility jako práva na budoucí se rozhodování na základě získávání pozdějších informací. Kniha obsahuje řadu praktických příkladů, jak lze teoretické poznatky aplikovat na přímé řízení a rozhodování v podniku.

Komu je kniha určena?
Publikace je určena zejména finančním a investičním manažerům, investičním poradcům a odhadcům majetku. Je vhodná také pro studenty vysokých škol ekonomického zaměření a pro studenty kurzů MBA.

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



Naše kavárna

Reinhard Jung se stane předsedou představenstva Škoda Auto

Reinhard Jung (56), v současné době člen představenstva odpovědný za výrobu a logistiku značky Volkswagen - osobní vozy, se dle rozhodnutí dozorčí rady Škoda Auto stane od 1. října 2007 předsedou představenstva Škoda Auto v Mladé Boleslavi. Následuje tímto Detlefa Wittiga (65), který po dovršení věkové hranice od října přebere úkoly poradenství pro koncernový odbyt. V současné době je Reinhard Jung členem dozorčí rady Škoda Auto. Tuto funkci předá Dr. Jochemu Heizmannovi, členu představenstva odpovědného za výrobu akciové společnosti Volkswagen. Z dozorčí rady odchází Václav Petříček, kterého nahrazuje Dr. Horst Neumann, člen představenstva odpovědný za personalistiku akciové společnosti Volkswagen. (tz)

TNT Express pomáhá Nadaci Naše dítě

Společnost TNT Express často podporuje charitativní akce. Neodmítla proto pomoc Nadaci Naše dítě při organizaci kampaně "Dejme týraní dětí červenou kartu". Nadace Naše dítě pořádá v těchto dnech kampaň "Dejme týraní dětí červenou kartu". Cílem akce je upozornit veřejnost na formy psychického a fyzického týrání dětí a především na problematiku komerčního sexuálního zneužívání dětí. V rámci akce probíhá formou prodeje pištalek a červených kartiček také sbírka v hypermarketech Globus po celé ČR. Na dopravě potřebných materiálů se podílí společnost TNT Express. "Byli jsme Nadací

Řízení lidských zdrojů
Nejnovější trendy a postupy
10. vydání
Michael Armstrong

Kniha se zabývá všemi činnostmi personalistů a vedoucích pracovníků v oblasti řízení lidských zdrojů - od plánování, získávání a výběru pracovníků, včetně výběrových pohovorů a testů, přes řízení pracovního výkonu a rozvoj lidských zdrojů, vzdělávání a řízení kariéry, motivaci, hodnocení a odměňování až po péči o pracovníky. Ukazuje, proč a jak je třeba lidské zdroje řídit strategicky, jak rozvíjet intelektuální kapitál a utvářet firemní kulturu. Věnuje se vytváření a popisu pracovních míst a rolí, řízením znalostí, zaměstnaneckými vztahy, ochranou zdraví a bezpečnosti při práci, nezapomíná ani na vysvětlení úlohy personalistů ve firmách a využití počítačových personálních informačních systémů.

Člověk a čas
Time management IV. generace
Petr Pacovský
2., rozšířené vydání

Publikace je určena všem, kteří věří nebo chtějí věřit, že: Efektivně pracovat je rozumné, cítit se dobře je příjemné, dokázat obojí je možné! Time management IV. generace vám nabízí cestu k tomuto cíli. Jeho filozofie není založena na ještě přesnějším a podrobnějším plánování, ale na principu: Prosperita začíná tím, že se cítím dobře. Kniha vás provede cestou poznání zákonitostí emocí, proaktivního myšlení a zvládnutí stresu až ke schopnosti postarat se o své dobré pocity i v nepříznivých podmínkách, účinně ovlivňovat své okolí a dále se rozvíjet. Tak si v praxi zajistíte dlouhodobou efektivitu a lepší výkony.

Efektivní vzdělávání zaměstnanců
Josef Vodák, Alžbeta Kucharčíková

Kniha vám pomůže efektivně rozhodovat o investicích do lidského kapitálu a navrhovat rozvojové vzdělávací projekty, které povedou k úspěšné realizaci strategie vaší firmy. Autoři, kteří vycházejí ze svých zkušeností lektorů a konzultantů, dlouholeté praxe ve firemní sféře a zahraničních zkušeností, podrobně charakterizují jednotlivé procesy podnikového vzdělávání od identifikace a analýzy vzdělávacích potřeb až po jeho realizaci a vyhodnocování. Tato praktická a srozumitelná kniha je určena zejména manažerům, personalistům, trenérům, lektorům a majitelům firem. Je nepostradatelnou příručkou pro zkvalitnění procesů vzdělávání a přispívá k úspěšnému rozvoji jednotlivců, týmů i celého podniku.

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



Retail Management
Petr Cimler - Dana Zadražilová a kol.

Vysokoškolská učebnice a základní oborová monografie předních domácích odborníků zprostředkovává čtenáři základní teoretické koncepty a nástroje řízení maloobchodní firmy. Soustřeďuje se hlavně na procesy, které jsou pro maloobchodní podnikání rozhodující - na lokalizaci maloobchodních jednotek, tvorbu sortimentu, řízení pohybu zboží, prodej mimo síť "kamenných obchodů", ale také na organizaci podnikových procesů a řízení pracovníků. Pozornost je rovněž věnována ochraně spotřebitele a vývoji maloobchodního podnikání v ČR i ve světě. Publikace je vhodná jak pro studenty škol ekonomického zaměření, tak i pro pracovníky z praxe, kteří si chtějí obohatit své zkušenosti o poznatky z tohoto prudce se rozvíjejícího oboru.



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

Lego naší legislativy

Stane se ČR vrakovištěm Evropy?

Agentura Factum Invenio realizovala v červnu tohoto roku výzkum veřejného mínění o tom, zda lidem vadí neomezený dovoz starých ojetých vozů do ČR. Výzkumu se účastnil reprezentativní vzorek 1000 obyvatel České republiky ve věku nad 15 let. Vyplynulo z něj, že většinu lidí dovoz starých ojetých vozů do naší republiky vadí a nepovažují ho za správný. Dvě třetiny (66 %) populace ČR považují neomezený dovoz aut do země za nesprávný, opačný názor má 24 % lidí. Dovozy se obávají spíše starší a vysokoškolsky vzdělaní lidé. Mladším generacím a lidem se základním vzděláním tato problematika buď nic neříká, případně jim dovoz ojetých aut příliš nevadí. Více než polovina (56 %) obyvatel ČR se domnívá, že důsledky dovozu budou pro ČR špatné. Důvodem může být technický stav vozidel, který je u dovážených aut podle poloviny (51 %) populace špatný.

"Pokud by se měl dovoz ojetých automobilů nějak regulovat, potom by více než polovina obyvatel ČR byla pro omezení množství vypouštěných emisí i omezení stáří dovážených automobilů," uvedl Michal Peca ze společnosti Factum Invenio.

"Nejčastěji navrhovaným omezením dovozu starých aut z EU je speciální kontrola původu vozidel. Potenciální kupci se tedy hlavně obávají, aby auto, které koupili, nebylo kradené," dodal. Největší obavy obyvatel České republiky se týkají dopadu na ekologické aspekty života. Obavy z negativního dopadu dovozu starých aut se týkají zejména zhoršení životního prostředí obecně (66 % populace má "spíše velké" nebo "rozhodně velké" obavy) a vlivu na kvalitu ovzduší (64 %). Lidé se také bojí zhoršení bezpečnosti silničního provozu, ve kterém se bude pohybovat více starých automobilů nesplňujících současné bezpečnostní podmínky provozu. I když o současných podmínkách upravujících dovoz ojetých automobilů do České republiky nemá příliš mnoho lidí jasnou představu (pouze třetina populace ví, že v současné době neexistuje regulace dovozu), většina obyvatel ČR se neomezeného dovozu obává a neschvaluje ho. (tz)

auta a jejich řidiči v té nejlepší závodní formě. Rossignol jako sponzor má ještě i jiné projekty. "Naší další ‚investicí‘ je Soňa Pavlová, finalistka soutěže Česko hledá supersar, a její nová deska. Rossignol dále přispěl společně s časopisem Elixír na Veřejnou sbírku Dove 5P - Podpora Prevence Poruch Příjmů Potraviny zakoupením speciální figuríny a jejím obléknutím do oblečení Rossignol," popisoval různorodé aktivity firmy Rossignol Petr Ovčáček, obchodní zástupce společnosti. "Máme také vlastní freestyleový i snowboardový tým a příští sezonu zahájíme ještě s týmem běžeckého lyžování." (tz)

Nová služba CzechInvestu přispěla ke zvýšení zájmu podnikatelů o dotace

Spuštění elektronického podávání žádostí o dotace z Operačního programu podnikání a inovace se vyplatilo. CzechInvest přijímá o třetinu více žádostí než v minulém plánovacím období. Pracuje se na dalším rozšiřování elektronické aplikace, pomocí které budou podnikatelé moci žádat o platby z přidělených dotací i posílat monitorovací zprávy.

Od 1. března letošního roku mohou podnikatelé žádat o dotace z evropských programů prostřednictvím internetu. Ke zvýšení zájmu mezi podnikateli přispěl i fakt, že mohou o dotace žádat 24 hodin denně z pohodlí své kanceláře nebo domova. Při vyplňování navíc elektronický formulář automaticky kontroluje, zda jsou v žádosti správně uvedeny všechny potřebné

údaje, zda požadovaná dotace odpovídá velikosti podniku či regionu. Žadatel tak již při prvním vyplnění získává jistotu, že vytvořil úplný a správný dokument.

"Elektronická aplikace funguje šest měsíců a za tuto dobu jsme přijali již 1600 žádostí do pěti vyhlášených programů OPPI. Zájem podnikatelů stále stoupá, což potvrdil třetinový

nárůst přijatých žádostí do prvního ukončeného programu Rozvoj, uvedl generální ředitel CzechInvestu Roman Čermák. "Do budoucna počítáme s rozšířením aplikace na podávání monitorovacích zpráv a žádostí o platby, což podnikatelům ušetří další čas i administrativní náklady, upřesnil.

Elektronická aplikace pokrývá programy Rozvoj, Inovace, Potenciál, ICT v podnicích, Eko - energie a Marketing. Příslušné elektronické formuláře jsou zdarma k dispozici každému, kdo se zaregistruje do aplikace eAccount na internetové stránce CzechInvestu - <http://www.czechinvest.org/eaccount>.

Nasazení inteligentních formulářů 602XML je součástí většího projektu, v rámci kterého

byla vybudována zmíněná aplikace eAccount. Žadatelé umožňují sledovat postup posuzování žádosti o dotaci, komunikovat s pracovníky agentury CzechInvest a doplňovat informace.

"Sami patříme do segmentu malých a středních firem, takže dobře rozumíme tomu, jak je podání takové žádosti obtížné pro podnik s minimem administrativních pracovníků. Proto jsme rádi, že jsme pomohli právě v této oblasti. A jsme pochopitelně také rádi, že se inteligentní formuláře 602XML opět osvědčily jako jednoduché a praktické řešení, které funguje," prohlásil obchodní ředitel společnosti Software 602 Pavel Nemrava. (tz)

Brněnská PLIVA - Lachema rozšiřuje a modernizuje výrobu léků

Více modernějších léků na onkologická onemocnění bude do dvou let v Brně vyrábět společnost PLIVA - Lachema. Nový vlastník podniku, americký Barr Pharmaceuticals, odstartoval půlmiliardovou investici do stavby nové linky na cytostatické injekce pro chemoterapii. Jejich výroba je technologicky velmi náročná a firma má vysoké požadavky i na nové zaměstnance. Těch hledá přes 130.

"Závod prošel od začátku devadesátých let přeměnou od lokálního podniku přes člena významné evropské korporace až po úzce specializovanou firmu uvnitř třetího největšího výrobce generických léků na světě," sdělil Roman Čermák, generální ředitel agentury CzechInvest, jejímž prostřednictvím společnost PLIVA - Lachema požádala stát o investiční podporu.

PLIVA - Lachema rozšiřuje kapacity svého brněnského závodu projektem na výstavbu nové linky pro výrobu injekcí. Jakmile investici dokončí a novou linku uvede do provozu, firma počítá s výrazným nárůstem stávající produkce. Společnost současně masivně investuje i do výroby léčivých substancí, které jsou pro přípravu injekcí nezbytné.

"Naše výrobky jsou zvláštní v tom, že řada z injekcí nesnese závěrečnou sterilizaci. Je tedy nutné je vyrábět asepticky, což představuje nejnáro-

nější technologii ve farmaceutickém průmyslu vůbec," vysvětlil Tomáš Topinka, generální ředitel PLIVA - Lachema. "V Evropě není mnoho firem, které mají výrobu na podobné úrovni, a proto je po našich produktech stále velká poptávka." Přibližně polovinu produkce společnost vyváží do dalších evropských zemí a do USA. PLIVA - Lachema se prosadila i v Japonsku, jehož trh s léčivými patří mezi nejsledovanější a nejvíce regulované na světě.

"Podnik má výjimečný výzkumný i výrobní program a z toho přirozeně těží celý region jižní Moravy. Jeho obyvatelům se tak otevírají další možnosti uplatnění v prestižním sektoru; firma hledá kvalifikované technology, chemiky i další odborníky technických profesí," uzavřel Roman Čermák. Cytostatická léčba, neboli chemoterapie, představuje jeden ze základních způsobů léčby onkologických nemocí. Podle údajů České onkologické společnosti v průměru v České republice onemocní rakovinou každý třetí člověk. V roce 2004, ze kdy pocházejí poslední aktuální údaje, lékaři diagnostikovali 66 641 nových případů - téměř dvojnásobek oproti roku 1975. Spolu s vyšším počtem odhalených nádorů ovšem stoupá i úspěšnost léčby. V České republice v současné době žije asi 400 000 lidí, kteří se léčí nebo léčili s rakovinou.

Více o společnosti PLIVA - Lachema

Brněnský podnik Lachema má za sebou více než šedesátiletou historii. Na léčiva se společnost začala zaměřovat od konce šedesátých let, první protinádorové přípravky podnik vyrobil v roce 1980. V roce 1999 získala společnost silného strategického partnera - majoritním vlastníkem se stala nadnárodní farmaceutická

společnost PLIVA. To znamenalo i přejmenování společnosti na současný název PLIVA - Lachema. V závěru minulého roku získala skupinu PLIVA americká společnost Barr, a Lachema se tak stala součástí třetího největšího výrobce generických léků na světě. Brněnská Pliva-Lachema utržila v minulém roce 1,11 miliardy Kč, což představuje meziroční nárůst o 11,6 %. Bezmála 100 milionů Kč věnovala na výzkum a vývoj. (tz)

ALBION HOTEL získal certifikaci ISO

ALBION HOTEL, jehož vlastníkem je společnost TOP HOTEL Praha, s. r. o., byl otevřen po celkové rekonstrukci 10. března 2006. Nový čtyřhvězdičkový hotel je jedinečným místem pro příjemné ubytování i konání konferencí, školení či jednání. ALBION HOTEL je situován v Praze 5 (pouhých 8 minut od centra) a zároveň nabízí strávení volného času v klidné vilové čtvrti. Hotel je tvořen šesti navzájem propojenými budovami a je mladším bratrem největšího hotelového komplexu v Evropě - TOP HOTELU Praha.

V těchto dnech získal ALBION HOTEL certifikaci dle normy ČSN ISO 9001:2001. Stanul tak plnohodnotně po boku TOP HOTELU Praha; poprvé obdržela společnost TOP HOTEL Praha certifikaci v roce 2002 a TOP HOTEL Praha byl tak

z prvních velkých českých hotelů, které se certifikátem mohly pochlubit. V červenci 2007 proběhl ve společnosti 2. dozorový audit. Předmětem dozorového auditu byly: ubytovací a hostinská činnost, směnárenská činnost, pořádání kongresových akcí v TOP HOTELU Praha a nově i v ALBION HOTELU. Na základě provedeného auditu bylo rozhodnuto o vystavení nového certifikátu v původním znění s rozšířením o ALBION HOTEL.

více informací na www.tophotel.cz a www.albionhotel.cz. (tz)







49. mezinárodní strojírenský veletrh



4. mezinárodní veletrh dopravy a logistiky

KARIÉRA *Veletrh pracovních příležitostí*

3.–4. 10. 2007, pavilon H

 **Registrace návštěvníků**

Zaregistrujte se on-line před svou návštěvou veletrhu a ušetříte čas a peníze!

www.bvv.cz/msv

1.–5. 10. 2007

Brno – Výstaviště

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

Central European Exhibition Centre



BVV



Veletrhy Brno