

Prosperita

Prosperita? Především!

Nic jiného neřeším.

ročník 9 (12 / 2007) ®

www.prosperita.info

www.premium.prosperita.info



Nikdo nepřerostl práh nebes na tomto kolísavém a riskantním českém trhu, řekl Ing. Zdeněk Juračka, prezident COOP Centra družstva v rozhovoru o prestižní ceně, která od listopadu provází podnikání spotřebního družstevnictví



ta Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR jako vyznamenání pro celý obchodní systém v České republice, na kterém zejména novináři (možná mimo vás, paní Bixi) nenechávají nit suchou. Byl bych rád, kdyby toto ocenění přispělo ke zvýšení právě objektivnosti pohledu na obchodní podnikání na českém trhu. Týká se to především hodnocení mnohdy konfliktních, nikoliv však objektivně posuzovaných vztahů mezi provýrobou, zpracovateli a námi, tedy obchodem.

Druhou věcí, kterou jste naznačila v otázce, je samozřejmě zviditelnění družstev jako podnikatelského subjektu. Ta jsou již dlouhou dobu, pro mne z neznámého důvodu, považována za nechtěnou Popelku českého trhu. Přitom je známo, že za 130 let své existence družstva dokázala a stále dokazují, že jsou zcela plnohodnotným obchodním subjektem na českém trhu, že se vždy chovala na tomto trhu korektně a mohla by být mnohdy vzorem jiným, a to nejen obchodním organizacím.

Zvýšit výkonnost - to chce také nápad a pak ho uvést do života. Novinek v COOP Centru družstvu je stále hojnost. Co patří k těm posledním? Zvýšení naší prestiže, a to jak vůči našim dodavatelům, tak i zákazníkům, tj. spotřebním družstvům, je jednou z priorit, ale zároveň i cílem našich služeb. Cesty k tomuto trvalému a nikdy na sto procent nedostižitelnému cíli jsou klikaté a mnohdy velmi složité. Stabilizace činnosti COOP Centra a samozřejmě i zvýšení jeho prestiže souvisely v poslední době především s převzetím správcovství dvou nejsilnějších maloobchodních řetězců v systému spotřebních družstev, a to řetězců TUTY a TIP. Po roce působení v této roli se jednoznačně ukazují výhody propojení nákupní centrály s vedením maloobchodní sítě. Jenom finanční efekt pro družstva, která mají v řetězcích své prodejny, se zvýšil oproti předchozímu období zhruba trojnásobně. Je pravdou, že finanční stránka věci není vždy přímo úměrná kvalitě služeb, nic-

méně je zejména ze strany našich odběratelů hodnocena velmi pozitivně.

My bereme kvalitu jako ohodnocení naší práce ve smyslu získání adekvátních nákupních podmínek od dodavatelů pro naše členy, tj. spotřební družstva, s tím, že respektujeme roli nákupní centrály v podobě tvrdého vyjednavče, ovšem při zachování veškerých korektních a etických vztahů mezi tržními subjekty. Vykazujeme přitom dle cenového monitoringu zcela srovnatelné nákupní podmínky s největšími zahraničními obchodními řetězci a to svědčí o tom, že nejen tvrdost, ale i etika a korektnost mohou pozitivně působit na získání dobré tržní pozice.

Jste největší nákupní centrálou v republice. To je také o kvalitě, o vztazích a serióznosti. Co dál je za tímto výsledkem?

Být největší nákupní centrálou v republice je především závazek. Právě tím, že jsme největší, jsme také nejvíce na očích konkurentů, dozorových orgánů, ale i našich členů, kteří bedlivě zkoumají jednotlivé kroky, které činíme, a hodnotí je velmi důsledně a nekompromisně. Vyplývá z toho fakt, že úspěch, jak jsem uvedl již v předchozí odpovědi, není jen balancovat na hraně zákona při sjednávání nákupních podmínek, ale je to i o serióznosti a kvalitě vztahů mezi subjekty na trhu. Pokud by naše ocenění za kvalitu přispělo k jejich zlepšení, velmi by mne to potěšilo a považoval bych to za jeden z dobrých výsledků, ke kterým naše společnost na českém trhu přispěla.

Jak pečujete o své odběratele, převážně Jednoty? Ne všechno, jak jste naznačil, je mezi obchodními partnery o cenách.

Naše členy přímo hýčkáme. Samozřejmě to neberte doslova, ale skutečně se snažíme hledat nejschůdnější cesty k prosazení obchodních úspěchů spotřebních družstev na trhu ke stabilitě jejich činnosti, ale zároveň i k jejich zviditelnění.

pokračování na straně 26



Než se zrodí názor na věc, filozofie podnikání firmy, než se vyjasní strategie a než se ohlásí první velké úspěchy, chce to pravděpodobně jistý čas, odvalu a silné osobnosti. I když odborníci tvrdí, že je vhodné položit základy ke kvalitě řízení a kvalitě obecně již v prvotních tezech při vzniku společnosti, ať v jakémkoli oboru, není to zas až tak jednoduché. I firma, družstvo, živnostník se musí vyprofilovat, uzrát, vytříbit ve svém postavení na trhu i vůči sobě. Pak i myšlenky o kvalitě dospějí své váhy a získají prostor k expanzi. Nevím, jak to bylo v případě COOP Centra družstva, každopádně již pěknou řádku let stojí v čele obchodního podnikání. A bez uplatňování přísných měřítek kvality by asi nezářilo. Letos v listopadu dosáhlo COOP Centrum družstvo mety úžasné a hodnot, na nichž se dá i v příštím období významně stavět. O tom však již podrobně Ing. Zdeněk Juračka, prezident jmenované společnosti:

Na letošní listopad bude jistě celý tým COOP Centra družstva pěkně vzpomínat. Získali jste ocenění v programu Národní ceny ČR za jakost v podnikatelském sektoru, a to za zlepšení výkonnosti organizace. Navíc jde o první firmu z odvětví obchodu. Jaký je váš komentář?

Málem jste udělala komentář za mne, ale od vás to беру. Všechny vzpomínky budou jistě dobré, i když rychle vyblednou. Na nestabilním a tvrdém českém trhu to ani jinak nejde. Samozřejmě si velice ceníme toho, že jsme první obchodní organizací, která toto ocenění získala. Osobně to беру i z titulu vicepreziden-



www.itczlin.cz
T. Batí 299, 764 21 Zlín
tel: 577 601 238
e-mail: itc@itczlin.cz

INSTITUT PRO TESTOVÁNÍ A CERTIFIKACI, a. s. Zlín

Certifikovaný podle ČSN EN ISO 9001

- ▶ POSUZOVÁNÍ SHODY výrobků s platností v ČR, EU
- ▶ CERTIFIKAČNÍ ZNAČKY pro bezpečné a kvalitní výrobky (ITC certifikovaná kvalita, Bezpečné hračky)
- ▶ CERTIFIKACE SYSTÉMŮ dle ISO 9001, ISO 14001, HACCP, ISO 22000, OHSAS 18001, ISO/TS 16949
- ▶ ZKOUŠENÍ, KALIBRACE, ÚŘEDNÍ MĚŘENÍ, TECHNOLOGICKÉ KONZULTACE



Z obsahu:

str. 3

Ceny zemědělských výrobců v ČR působí jako protiinflační polštář

str. 5

Ve firemní strategii máme, že budeme vyvíjet nadčasové produkty a služby

str. 7

Snažíme se být pro klienty srozumitelní

str. 12

Dokázali jsme se na probíhající procesy podívat bez emocí a tlaku

str. 24

Potravinářská komora: zneužití tržní síly má postihovat nový zákon

Vítejte na www.



Na přelomu 2007 a 2008

Určitě si dáváte dohromady, co byste rádi ve vaší firmě příští rok změnili. Jestli společnost, v níž působíte, dospěla do věku, kdy je potřeba jí pořídit nové šaty, pak neváhejte. Logo zcela jistě potřebuje redesign, a s tím vlastně i celá firemní grafika, vizitkami počínaje a obálkami konče. S takovým krokem souvisejí i změny na vašich webových stránkách. Mohou být radikální, nebo jen nepatrné, k jednomu až dvěma webům může přibýt další v souvislosti s vaší specializací. Váháte, na koho se se svými požadavky obrátit? Firma RIX, která pod ochrannou známkou Prosperita nevydává jen časopis stejného názvu, ale provozuje i řadu dalších služeb, například od designu až po správu webových stránek, vám ráda a rychle vyjde vstříc.

Martin Šimek, autor internetových projektů
e-mail: martin@prosperita.info
mobil: 606 615 609

Nejhezčí pozvánka na tiskovku
Sympatické mikrofony

Pozvánek na tiskové konference chodí vždy před závěrem roku hojnost a jinak je tomu i letos. Pro urychlení komunikace se většina pořádajících firem spoléhá na e-mailovou poštu, ostatně i zde se může textař a zdatný PRista a také grafik či designér dobře vyřádit. A tak za jednoduchý, ale účinný trik tentokrát vyhodnocujeme společnost BH Securities a její agenturu New Deal Communications. Pozvaly nás na tiskovku BHS v Praze 27. listopadu 2007 "mailem plným mikrofonů"...

(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 prezentacím 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

0 kreditkách pro firmy

UniCredit Bank rozšířila nabídku přímého bankovníctví o nový produkt Online Card. Jde o moderní, jednoduchý a bezpečný způsob získávání informací o kreditních kartách vydaných UniCredit Bank, a to 24 hodin denně, 7 dní v týdnu prostřednictvím internetu. Aplikaci Online Card mohou využívat držitelé kreditních karet bez dalších produktů v bance. Klienti UniCredit Bank s účtem a kreditní kartou v bance mají totožné informace o kreditní kartě automaticky v menu aplikací internetového bankovníctví Online Banking nebo BusinessNet. Aplikace Online Card poskytuje uživateli jednoduchým a přehledným způsobem informace o kreditních kartách a karetních transakcích. Držitel karty může například sledovat historii karetních transakcí zpětně až 15 měsíců včetně jejich detailů s možností filtrovat a vyhledávat dle zadaných kritérií. Online Card je součástí "rodiny internetového bankovníctví" UniCredit Bank spolu s Online Banking (aplikace určená zejména pro fyzické osoby nepodnikající a podnikatele) a Business-

V čele SINDAT Karel Havlíček



Valná hromada SINDAT, mateřské společnosti průmyslového holdingu Sindat Group, rozhodla, že novým generálním ředitelem se od ledna 2008 stane Karel Havlíček. SINDAT řídí svoje strategické majetkové účasti zejména ve výrobních společnostech, členy skupiny jsou mj. TECHNISTONE, jeden z největších světových producentů konglomerovaného kamene, dále textilky SINTEX, TYLEX a SPOLSIN nebo výrobci finalizované chemie a stavebních prvků SINCOLOR a SINPOL. Skupina SINDAT, kterou doplňuje řada službových firem, celkem exportuje vlastní výrobky do téměř stovky zemí. Karel Havlíček (1969) vystudoval ČVUT, titul MBA obhájil na PIBS, doktorát získal na VŠE. Od počátku 90. let je aktivní v privátní sféře, deset let byl ředitelem společnosti ElCom, od roku 2001 je na pozici ředitele obchodu a marketingu Sindat Group. Zasedá v orgánech podnikatelských asociací v ČR a EU, přednáší na evropských a amerických univerzitách, publikuje, hovoří šesti světovými jazyky. Na pozici generálního ředitele střídá Bořivoje Frýberta, který stál v čele SINDAT více jak 16 let a který zůstává předsedou správní rady. Karel Havlíček jmenoval současně nový manažerský tým skupiny. Ředitelem divize textil se stává Jiří Zdražil, ředitelem divize chemie a stavebních prvků Pavel Pápa, ředitelem divize speciálních trhů Ivo Zavřel a ředitelem pro controlling skupiny Kateřina Lajblová. Vladimíra Zátvorská zůstává ředitelkou financí a správy majetku. Dovršila se tak tím zásadní změna řízení aktivit holdingu, kdy dosavadní funkcionální systém nahrazuje systém divizní, odpovídající orientaci SINDAT na speciální komodity. (tz)

Net (aplikace určená zejména pro firmy), které jsou ve stejném designu a využívají stejné ovládací prvky. Aplikace Online Card nevyžaduje žádnou instalaci a k plné funkčnosti postačuje běžně dostupný software a hardware. Pro přihlášení do systému klient zadá uživatelské číslo a vstupní bezpečnostní kód, který může kdykoli změnit. Dalším bezpečnostním prvkem je šifrování datové komunikace, které chrání data během přenosu.

UniCredit Bank také nově přebírá zodpovědnost za transakce platební kartou bez použití PIN přesahující 4500 Kč již 48 hodin před nahlášením případné ztráty/odcizení platební karty. (tz)

S tužkou za uchem

Hezké Vánoce!

A je tu předvánoční čas. Měla jsem den volna. Paráda, připravím se na Vánoce! Uklidím celý byt, umyji okna, nazdobím pokoje jehličím a svícný ve tvaru stromků a zvonečků... Upeču nějaké cukroví a uvařím manželovi výtečnou večeři. Večer ho budu čekat krásně nalíčená ve svůdném spodním prádle, v bytě provoněném Vánoce. Brzy ráno jsem vyrazila na nákupy. Byla jsem tak natěšená, že jsem se pořád usmívala na všechny kolemjdoucí. Jak krásný je vánoční čas! V několika obchodech jsem ale nepochodila. Už jen samé zbytky vánoční dekorace. Žádné pěkné vánočních svícný, ani ubrousky se sněhuláky a zasněženými domečky, ale zato hodně moc lidí. I co, nebudu si kazit radost, radši koupím pěkné krůtí maso na večeři. V masně jsem se ani nedostala k pultu, jaký dav lidí tu byl. A mačkali se a strkali. Lidé zkrátka zase v předvánočním čase zahltili ulice. Domů jsem se dostala až odpoledne. Hladová, zamračená, naštvaná. "Hurá do pečení cukroví, to mi zvedne náladu!" řekla jsem si. Sotva jsem pustila teplou vodu, že si umyji ruce, ozvala se rána. Bouchla karma a začala hořet... Rychle jsem vypnula plyn. Pán, který přijel na opravu, si karmu hned odvezl a přislíbil: "Po Novém roce jsem tu, i s novou karmou." Zbytek dne zabralo uklízení zaneřádané koupelny. K pečení ani k vaření jsem se už nedostala. Tak jsem se aspoň navlékla do toho svůdného prádla. Když přišel domů manžel, místo toho, aby si všimnul, jak mi to sluší, byl otrávený, že nenašel nic k večeři. Navíc se po celodenním lopotení nemůže ani vysprchovat v teplé vodě. I přes všechny nesnáze je tu opět předvánoční čas. A je jen na nás, jestli jej dokážeme pokojně vychutnávat. Bez ohlížení na to, co bychom měli či neměli udělat, kolik druhů cukroví napéct, jaké všemožné dárky nakoupit. Tak se nechme unášet tím jedinečně romantickým časem... Jeho melodiemi. Hezké Vánoce!

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 Nidetzky, 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 Šnoblová, 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. Střecha 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 EQO v Praze
13. Konference LinuxExpo 2007
14. Accenture Zlatá koruna 2007
15. Konference Business Solutions
16. Konference Data workshop
17. Světové setkání koučů v Praze

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: 30. 11. 2007
Datum distribuce: 4. 12. 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

Ing. Jan Taraba, odborná obchodní komunikace
mobil: 604 726 009
e-mail: taraba@prosperita.info

Jarmila Nedvěďová, odborná komunikace
mobil: 776 282 810
e-mail: nedvedova@prosperita.info

Internetové stránky:
www.prosperita.info

www.premium.prosperita.info

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

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

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Titul:
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

Ceny zemědělských výrobců v ČR působí jako protiinflační polštář

Stanovisko Zemědělského svazu ČR k situaci okolo zvyšování cen potravin

Zemědělský svaz ČR reaguje na stále více se rozvíjející diskuzi o zvyšování cen potravin. Hlavní vina za toto zvýšení je přisouvána zemědělcům, resp. růstu cen zemědělských výrobců. Dlouhodobé analýzy ale jasně ukazují, že současný růst cen je jen u některých zemědělských komodit (obiloviny, řepka, mléko), na druhé straně je výrazný pokles cen prasat, skotu i cukrovky. Podle ČSU průměrné ceny za leden až září 2007 ještě nedosáhly průměrných cen před vstupem do Evropské unie (rok 2001) - index je 98,2 %. Vývoj cen v posledních měsících zatím vyrovnával dlouhodobý pokles cen zemědělských výrobců za posledních 10 let.

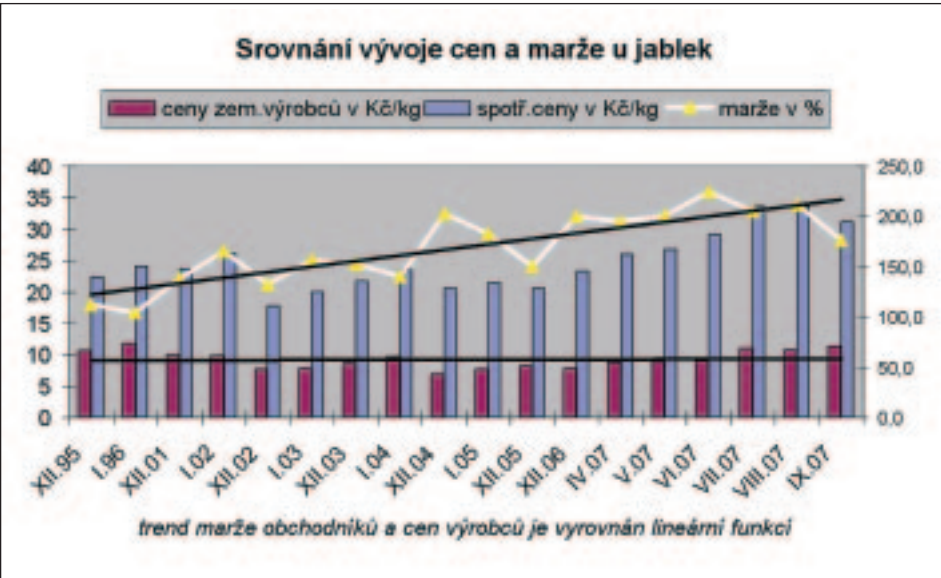
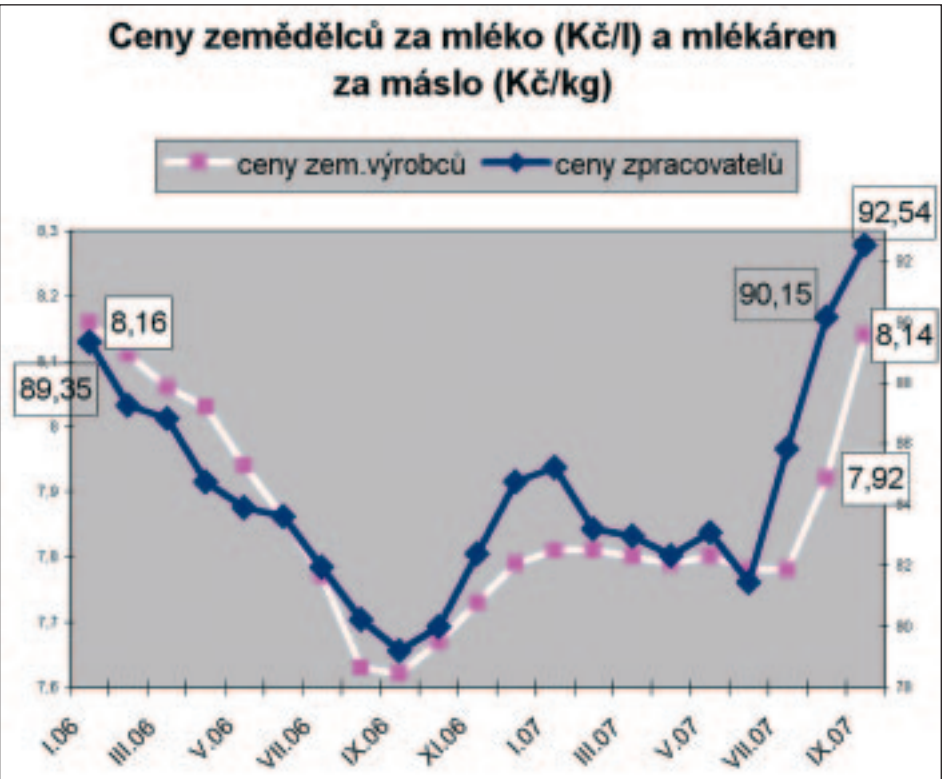
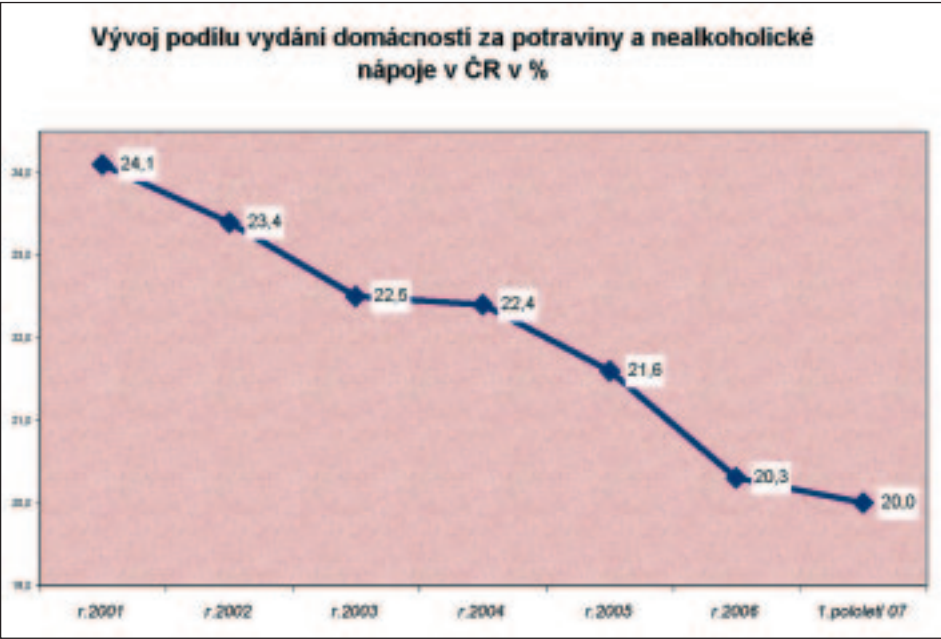
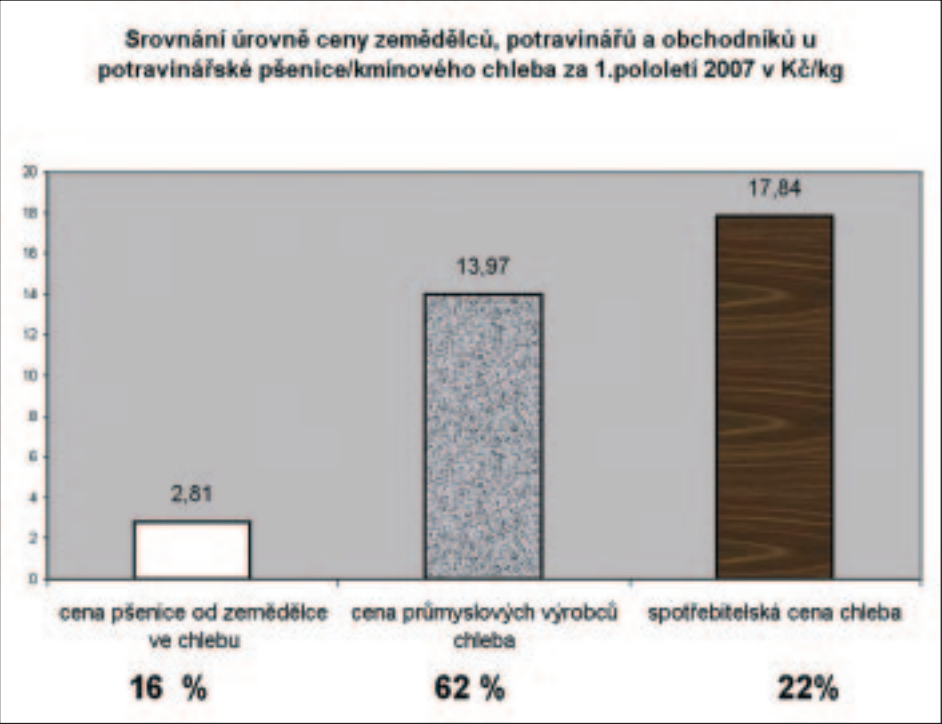
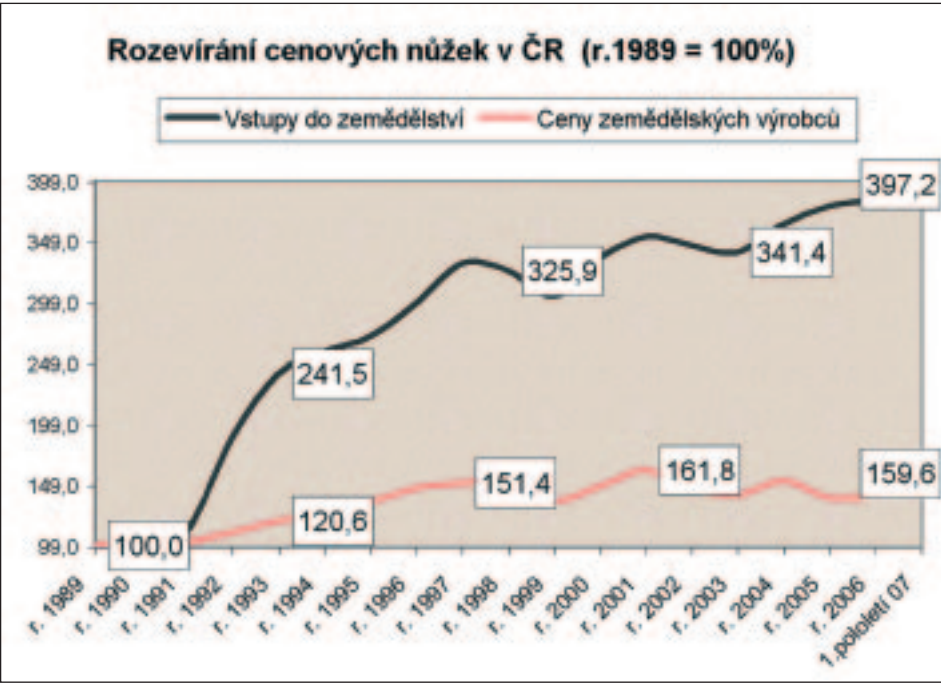
Již od roku 1990 působí ceny zemědělských výrobců v ČR jako protiinflační polštář. Zatímco ceny vstupů do zemědělství se od tohoto roku zvýšily na 397 % v polovině roku 2007, ceny zemědělských výrobců vzrostly pouze na 160 % ve stejném období. Růst nákladů tak čeští zemědělci nesli na svých bedrech a v konečném důsledku to znamenalo významný pokles zemědělské produkce až na 80 % domácí spotřeby, pokles zaměstnanosti z 500 tis. na cca 130 tis. pracovníků, ztrátu soběstačnosti v komoditách našeho podnebného pásma, zastarání techniky

a technologií a především ve vysoké podkapitalizovanosti a zadlužení zemědělců. Také mzdy jsou v zemědělství hluboko pod úrovní národního hospodářství a věková struktura zemědělců se nadále zhoršuje. V roce 2006 celková spotřeba potravin včetně tabáku a alkoholu dosáhla 235 mld. Kč, z toho z domácí produkce je bohužel již jen za 141 mld. Kč, tedy pouze 60 % spotřeby. Každoročně se podíl snižuje. Tato negativa zatím udržovala pro obyvatelstvo nízké ceny potravin, z hlediska českého zemědělství ale znamenala nižší konkurenceschopnost na

evropském trhu. Růst podílu dovezených potravin bude rychleji srovnávat ceny potravin na českém a evropském trhu. Podíl potravin ve spotřebním koší zatím dlouhodobě klesal. Zatímco například v roce 1990 činil podíl výdajů domácností za potraviny a nealkoholické nápoje 32 %, v roce 2001 činil podíl výdajů v ČR 24,1 %, v roce 2006 se tento podíl snížil až na úroveň 20 %. Tento fakt svědčí o tom, že ceny potravin v ČR v žádném případě nemohou být faktorem ohrožujícím životní úroveň obyvatelstva ČR. Z tohoto důvodu nelze než vnímat slova ministra zemědělství Mgr. Petra Gandaloviče, který připustil možnost, že pokud bude zvyšování cen zemědělských výrobců pokračovat, začne uvažovat o snížení tzv. národních doplňkových plateb a národních dotací, jako nepodloženou úvahu. Zvláště pak v situaci, kdy čeští zemědělci dostávají mnohem nižší podpory než jejich kolegové v původních zemích EU 15. Například v Rakousku zemědělci v roce 2006 obdrželi dotace z evropských i národních zdrojů na 1 hektar ve výši 243 % proti zemědělcům v České republice, kteří navíc musí v krátké době výrazně investovat, aby splnili podmínky Evropské unie. V roce 2007 došlo k významnějšímu růstu cen zemědělských výrobců obilovin a zejména pšenice. Ceny ostatních komodit buď stagnovaly, nebo dokonce klesaly, jako např. vepřové maso, jehož cena se v současnosti pohybuje hluboko pod úrovní výrobních nákladů a cen minulých let. Pokles tržeb za vepřové maso proti roku 2001 bude letos cca 9 mld. Kč. Zároveň je třeba říci, že podíl ceny zemědělských komodit je v konečné spotřebitelské ceně nízký. Například cena pšenice v kilogramu bílého pečiva za první pololetí 2007 činí pouhých 3,42 Kč, zatímco v obchodě si zákazník koupí tento kilogram pečiva za cenu 41,8 Kč. Cena pšenice tak činí pouhých 8 % v ceně tohoto pečiva. Dnes uvádě-



ný nárůst cen bílého pečiva tedy i nárůst ceny pšenice o 50 % může ovlivnit pouze o 1,70 Kč na 1 kg pečiva, respektive u ceny rohlíku je nárůst pouze o 6 haléřů. Výrazně dnes rostou u potravin marže obchodníků. Zatímco v roce 1997 např. marže obchodníků činily u vepřové šunky 38,8 Kč/kg, v září roku 2007 dosáhly již 44,8 Kč/kg. V případě másla činila marže obchodníků 15 Kč/l v roce 1997 a v září 2007 je to 28,2 Kč/kg. Ani konkurenční prostředí tedy neznamená, že by obchodní řetězce byly ochotny snižovat ceny na úkor svých marží, nýbrž tento tlak přenáší do dalších článků výrobní vertikály tj. na potravináře a zemědělce. Je tedy nutné konstatovat, že v České republice zatím nedošlo k žádnému významnému průměrnému nárůstu cen zemědělských komodit, neboť růst ceny pšenice a mléka je kompenzován poklesem cen jiných komodit. Podíl výdajů domácností na potraviny se nezvyšuje, naopak dlouhodobě klesá. Růst cen potravin v České republice je daleko více ovlivňován cenou energií, pohonných hmot, mezd, sazbou DPH a maržemi obchodníků. Tyto marže se dlouhodobě nejen nesnižují, ale naopak rostou, a to i v prostředí konkurenčního boje obchodních řetězců. **Praha, 5. 11. 2007**
Zemědělský svaz ČR



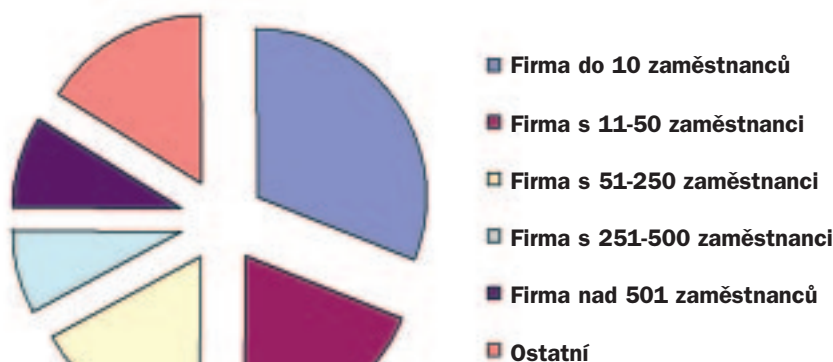
Známe fondy a programy Evropské unie?

CEBRE - Česká podnikatelská reprezentace při EU uspořádala ve spolupráci s portálem BusinessInfo.cz v průběhu září a října letošního roku anketu "Znáte fondy a programy EU?" ve formě interaktivního elektronického dotazníku. Jejím cílem bylo zmapovat, jaké fondy a programy EU firmy a podnikatelé znají, jaké jsou nejužívanější informační zdroje, jaké mají zkušenosti s podáváním žádostí, jaká je jejich úspěšnost nebo jakou pomoc by při přípravě a realizaci projektů uvítali. Mediálními partnery ankety byl informační portál EurActiv.cz a měsíčník DOTACE.

Kdo se ankety zúčastnil?

Díky organizátorům, zakladatelům CEBRE (Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR), mediálními partnerům a řadě dalších se do ankety na portálu BusinessInfo.cz zapojilo více než 550 respondentů. Nejčastěji se jednalo o malé a střední firmy do 10 zaměstnanců (31 %) nebo 11-50 zaměstnanců (19 %). Mnoho respondentů pocházelo i z firem o 51-250 zaměstnanců (17 %). Nejčastěji se jednalo o podnikatele a firmy působící v oblasti služeb (27 %) nebo o firmy zaměřené na výrobní činnost (14 %).

Respondenti dle velikosti firmy



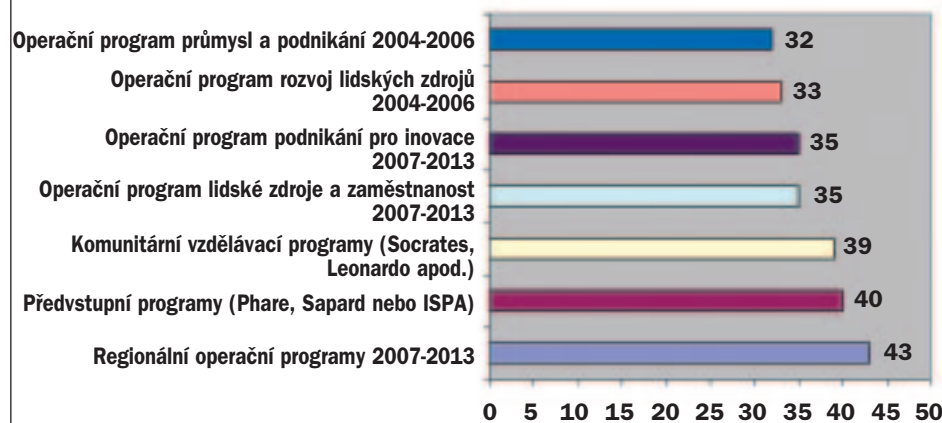
Zájem podnikatelů o fondy a programy EU

Asi pro vás nebude žádným překvapením, že naprostá většina respondentů ankety (95 %) se o čerpání z fondů a programů EU zajímá nebo uvažuje o jejich využití do budoucna. Proč by se také jinak do ankety zapojovali, že? Ti, co zájem neměli, většinou vycházeli z neznalosti požadavků a podmínek fondů a programů (26 %), obávali se jejich náročnosti (19 %) nebo dle své znalosti nespadali do žádného z dostupných programů (19 %).

Nejznámější fondy a programy EU

Anketa se dotazovala na nejznámější operační programy z programovacího období 2004-2006 a nového programovacího období 2007-2013, ale i na nejznámější komunitární programy a programy zahraniční rozvojové spolupráce. Ačkoli by bylo možné srovnávat všeobecné povědomí o fondech a programech EU pro každou z výše uvedených kategorií zvlášť, považujeme za zajímavější provést absolutní srovnání. Vzhledem ke struktuře respondentů není překvapením, že nejznámějším programem vůbec byl Operační program průmysl a podnikání 2004-2006 (43 %) následovaný podpůrným nástrojem na vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů Operačním programem rozvoj lidských zdrojů 2004-2006 (40 %). Stejně oblasti, tedy obecná podpora podnikání a rozvoje lidských zdrojů v novém programovacím období, obsadily i třetí a čtvrtou pozici - Operační program podnikání pro inovace 2007-2013 (39 %) a Operační program lidské zdroje a zaměstnanost 2007-2013 (35 %). Milým překvapením je dobré povědomí o komunitárních vzdělávacích programech, tedy o programech jako Socrates/Erasmus, Leonardo da Vinci a jejich novém zastřešení v rámci Programu celoživotního učení 2007-2013 (35 %). Z existujících programů zahraniční rozvojové spolupráce je nejznámější Evropský rozvojový fond (17 %), důležitější je ale vysoké procento respondentů, které o zahraniční rozvojové spolupráci nikdy neslyšelo (46 %).

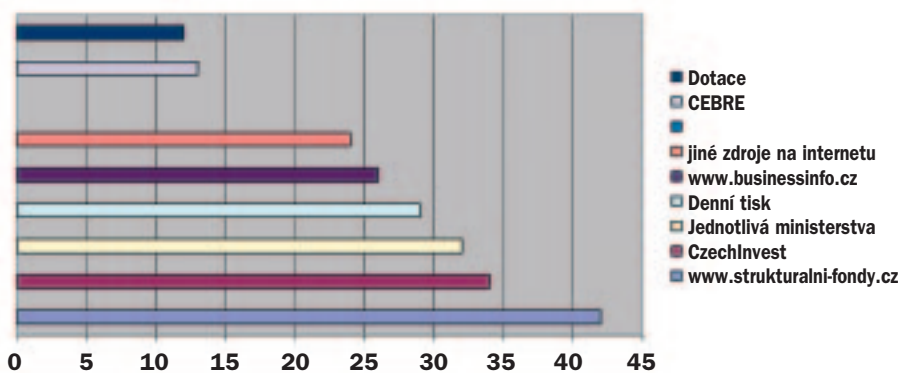
Nejznámější fondy a programy EU



Jaké jsou nejběžnější informační zdroje?

V rámci ankety jsme odlišili informační zdroje pro získání všeobecných informací o fondech a programech EU od informací o konkrétních informacích o výzvách k předkládání projektů. Nejběžnějším všeobecným informačním médiem jsou internetové stránky Ministerstva pro místní rozvoj <http://www.strukturalni-fondy.cz> (42 %), následované Agenturou pro podporu podnikání a investic CzechInvest (35 %), internetovými stránkami jednotlivých ministerstev (34 %) a denním tiskem (32 %). Informace oficiálního portálu pro podnikání a export BusinessInfo.cz využívá 29 % respondentů, u ostatních partnerů ankety je již procento nižší - internetové stránky CEBRE 13 % a měsíčník DOTACE 12 %. Informace o konkrétních výzvách k předkládání projektů čerpají podnikatelé a firmy opět především z internetových stránek Ministerstva pro místní rozvoj <http://www.strukturalni-fondy.cz> (29 %), od Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest (26 %) nebo z internetových stránek jednotlivých ministerstev (rovněž 26 %), případně od svých krajských úřadů (21 %).

Všeobecné informační zdroje



Zkušenosti a obtíže

S evropskými fondy a programy má zkušenost více než 45 % respondentů ankety. Ačkoli jsme se dotazovali i na úspěšnost jejich projektových žádostí, tuto otázku zodpovědělo jen 40 % respondentů, což nám nedovoluje z ní vyvodit jakékoli závěry. Podnikatelé a firmy ale byli sdílnější co do problémů při přípravě projektů. Nejobtížnější je podle podnikatelů zpracování projektové žádosti se všemi potřebnými náležitostmi (26 %) kombinované s časovou náročností přípravné fáze projektu (20 %) a dlouhými lhůtami ke schválení projektu, podpisu smlouvy a začátku realizace (19 %) nebo zajištění spolufinancování (10 %).

Problémy s přípravou projektů



Jak běžné je využívat externí konzultantské firmy?

Na otázku o využívání služeb externích konzultantských firem nebo poradců odpověděla jen polovina respondentů, což její odpovědi trochu relativizuje. Přesto však stojí za zmínku: Konzultační firmy nebo poradce využilo překvapivě jen malé procento podnikatelů (15 %), ale měli s jejich službami překvapivě dobré zkušenosti. Vše nasvědčuje tomu, že kvalitní poradenské firmy se již na českém trhu pevně etablovaly. Spokojeno bylo více než tři čtvrtiny respondentů (spokojeno 32 % a spíše spokojeno 47 %, naproti tomu zcela nespokojeno jen 1 % a spíše nespokojeno jen 8 %). Pro ČR je docela typický i nejčastější způsob výběru poradenské firmy. Téměř polovina respondentů se spolehlá na dobré reference obchodních partnerů (48 %), velká část pak vypsala na poradenskou firmu výběrové řízení (18 %).

Chcete o fondech a programech EU více informací?

S úplnými výsledky ankety "Znáte fondy a programy EU?" se můžete seznámit na internetových stránkách CEBRE - České podnikatelské reprezentace při EU (www.cebrecz.cz), na portálu BusinessInfo.cz nebo portálu EurActiv.cz.

Michal Kadera, CEBRE - Česká podnikatelská reprezentace při EU

CEBRE - Czech Business Representation to the EU

**Czech House, level 6
60, rue du Trone
1050 Bruxelles
tel.: +32 2 213 94 50
fax: +32 2 213 94 51
e-mail: cebrecz.europa@mail.be
www.cebrecz.cz**

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

Zetor - výplata dividend pro akcionáře schválena

V sídle akciové společnosti Zetor se dne 6. listopadu 2007 konala její mimořádná valná hromada, která podobně jako řádná valná hromada konaná na konci května letošního roku schválila výplatu dividend pro své akcionáře. ➡

DHL Express má nové call centrum

Společnost DHL Express otevřela po Praze již druhé call centrum zákaznického servisu DHL Express v ČR. Nachází se v Olomouci v historické budově bývalého Lidového domu na třídě 1. Máje. Olomoucké pracoviště bude souběžně zabezpečovat se stávajícím zákaznickým servisem v Praze agendu oddělení call centra, vyhledávání zásilek, e-Commerce, reklamace a stížností. ➡

Nová generace modelu Superb otestována

V extrémních podmínkách americké pouště proběhl test dvou prototypů nové generace modelu Škoda Superb. Poprvé v historii značky Škoda byli na akci přizváni i zástupci médií ještě před oficiální premiérou připravovaného modelu. Prototypy nástupce úspěšné řady, vybavené lehkou kamufláží, představil člen představenstva Škoda Auto, a. s., odpovědný za oblast technického vývoje Dr. Eckhard Scholz. ➡

ICZ - deset let na trhu

Obecní dům v Praze byl dne 30. října 2007 svědkem oslav desetiletého výročí založení společnosti ICZ, významného českého dodavatele integrovaných softwarových a síťových řešení. Zlatým hřebem večera se stal koncert Lucie Bílé, kterou na klavír doprovodil Petr Malásek. Několikanásobná Zlatá slavnice vystoupila v šatech, které speciálně pro tuto příležitost vytvořila Liběna Rochová, její dvorní módní návrhářka. Lucie Bílá následně společně s generálním ředitelem ICZ Bohuslavem Cempírkem symbolicky nakrojila narozeninový dort. ➡

Ve firemní strategii máme, že budeme vyvíjet nadčasové produkty a služby

Zeptáte-li se majitele či ředitele jakékoli firmy, jestli by chtěl, aby jeho podnikání či manažerská práce byly lepší, zda je jeho přáním dosahovat většího obrátu, vyšší produktivity, efektivnějších výstupů, jen výjimečně se dozvíte, že ne. Je přirozenou lidskou vlastností dosahovat výš, měnit se v tom pozitivním slova smyslu. S podnikáním to jde ruku v ruce. Firma, která neroste, živoří a postupně umírá. Naopak - být špičkovější znamená mít před sebou budoucnost. V tom je obsaženo také slovo kvalita. Co znamená pro společnost, která se specializuje na dokonalejší bydlení, zejména v panelácích, na to mi odpověděl JUDr. Bohuslav Švamberk. Jeho společnost nese stejný název. V náplni práce má právní, ekonomické, finanční a technické poradenství. Zazářila například nedávno na stěžejní akci České společnosti pro jakost, v Listopadu - měsíci kvality.

Vaši společnost již mnozí znají, a ti, kteří netušili, čím se zabývá, si to připomněli v listopadu na Pražském hradě na slavnostním večeru u příležitosti předání ocenění Národní ceny České republiky za jakost 2007. Pro úplnost - pod vaším jménem Bohuslav Švamberk figuruje volné sdružení právníků, ekonomů, techniků a finančních poradců pro oblast bydlení spojenou zejména s finančním poradenstvím od životního pojištění až po hypotéky a rekonstrukce panelových domů. Jak byste vaše podnikání charakterizoval dále?

Ne jinak, než jak jste již uvedla. Naše firma je fyzickou osobou, je to takový "klastř" různých firem, jejichž základním cílem je zejména zkvalitnit bydlení v bytových domech. Snažíme se o to, aby naši spoluobčané mohli bydlet jako lidé, aby výrazným způsobem snížili energetickou náročnost svých budov a samozřejmě aby si zafixovali výdaje spojené s bydlením do co nejdelší budoucnosti. Do "klasu" patří bankovní instituce, pojišťovny, energetičtí auditoři, projektanti, výrobci stavebních materiálů a samozřejmě realizační stavební firmy. Snažíme se, aby si od nás naši klienti mohli odnést co nejkomplexnější službu a zároveň co nejvyšší kvalitu.

Ke kvalitě vaše jméno bezesporu patří. Kdy jste si sám jasně uvědomil, že kvalita není jen prázdné slovo či hra na schovávanou, ale vztah, reputace, výsledek, který stojí za investovanou námahu?

Uvědomili jsme si to hned na začátku, když jsme tvořili tento projekt. Kvalita je to, co by nás mělo odlišovat od naší konkurence. Již od začátku jsme byli v situaci, kdy jsme nemuseli dělat nic za každou cenu. Mohli jsme si tedy své spolupracovníky a spolupracující firmy (dodavatele) vybírat. A když jste ve výhodě, že něco nemusíte udělat za každou cenu, máte prostor si s tím pohrát. Když si sám něco pořizuji, rovněž hledím zejména na kvalitu. Nejsem tak bohatý, abych si mohl kupovat nekvalitní věci. Proto jsme si řekli, že raději uděláme méně, ale kvalitněji. Jak je vidět, vyplatilo se nám to. Dnes můžeme směle říci, že kvalita vyplodila i kvantitu. O tom svědčí mimo jiné i to, že jsme dokázali kompletně zrekonstruovat již téměř jeden tisíc bytových domů. V nich žije více než 35 000 domácností. V tuto chvíli již pro naše klienty spravujeme různé veřejné podpory za více než 3 miliardy korun a denně přibývají

další. Máme celou řadu klientů, kteří s námi rekonstruují opakovaně.

Čím jste vlastně docílili toho, že pracujete kvalitně?

Je to tím, že již od samého počátku jsme kolem sebe měli spolupracovníky, kteří s kvalitou neměli problémy. Od zahájení našich aktivit se snažíme nastavovat firemní procesy tak, aby kvalita byla na prvním místě. Snad jako jediní v oboru jsme zavedli certifikovaný systém řízení, a získali tak ISO 9001:2001 na "Projektové financování výstavby a regenerací bytových domů". V roce 2005 jsme poprvé získali na tu samou činnost ocenění Czech made. Letos, v rámci týdne kvality, jsme toto prestižní ocenění obhájili. I v příštím roce se hodláme zúčastnit soutěže v rámci Národní ceny ČR za jakost. Pořád je co zlepšovat. Již ve firemní strategii máme, že budeme vyvíjet nadčasové produkty a služby s výraznými inovacemi a vynikající kvalitou pro náročné zákazníky.

Jak naznačila fakta, letos jste získal velmi prestižní ocenění v Programu Národní ceny ČR za jakost v podnikatelském sektoru, a to za zlepšení výkonnosti organizace. Co jste museli učinit k tomu, aby stoupala právě ona výkonnost? Jsou v tom početné rostoucí zakázky, větší obrat za poradenství?

Je tomu tak, náš obrat ročně roste po desítkách procent. To je spojeno i s rostoucím počtem zakázek. I když se našim klientům situace stále více a více komplikuje, poptávka po našich službách neustále roste. Je to zejména o komunikaci. Navíc, za námi je práce vidět. Nově zrekonstruovaný dům nikdo nepřehlédne. To zároveň motivuje další a další klienty. Příklady táhnou. Výhodou je i to, že málokdo chce při těchto akcích experimentovat. Proto je pro nás důležité pracovat co nejkvalitněji, protože nás nejvíce doporučují svým sousedům právě naši klienti. Z kvalitní práce vzniká s našimi klienty taková vzájemná symbióza. Máme obrovskou výhodu, že jsme především odborníci na bydlení a finanční poradenství, a tak umíme najít řešení prakticky pro každého.

Vaším přáním je nejen měnit vlastní firmu, ale vzhled měst a obcí, a to se vám daří. Kde všude na vás v dobrém vzpomínají? A vrací se klienti?

I tady je to snadno dokazatelné. Jsou města,

kde jsme zrekonstruovali i více než sto bytových domů, potom jsou města, kde jsme opravili desítky domů. Působíme však na malých městech resp. v obcích. Všude, kde se objevuje nějaký bytový dům. V některých městech jsme zahýbali celým energetickým systémem, protože úspory energií (zejména tepla) byly tak vysoké, že se to promítlo i v celoměstské energetice. Tato naše aktivita na sebe nabaluje další a další domy, které si šly vlastní cestou, takže i když jsme se na jejich rekonstrukci přímo nepodíleli, prvotní impulz byl od nás. Jak jsem již uvedl, "příklady táhnou". Když tak projíždím republikou (a ročně najezdím 100 tisíc km), je vidět jak, se jednotlivá sídliště mění, jak vzkvétají. Dnes se nikdo nemusí stydět za to, že bydlí v "paneláku". Je to naprosto pohodové. Lidé si za společné prostředky zrekonstruují "obvodovou skořápku domu" a každý pak za vlastní prostředky si mění své bydlení uvnitř, přímo v bytě. Dnes je možné nafotit stovky bytů v panelácích, a když se to publikuje v obrazkových časopisech, tak nikdo nezjistí, že se jedná o byt v paneláku. Jsem přesvědčen, že není pravda, že bydlet v paneláku je jako bydlet v "králíkárně". Ani se nemusíme obávat jakýchsi segregovaných ghet pro chudé, jak kdysi někdo o bydlení na sídlištích prohlásil. Zkušenost mi říká něco jiného.

Co je nejsložitější na rekonstrukcích bytových domů, paneláků?

Ze složitějších považuji vyřešit osobní vztahy v jednotlivých domech. Když se pro opravy jednotlivé subjekty rozhodují, je to vždy o velkých finančních investicích na dlouhou dobu. Je tedy potřebné celou akci nejprve odosobnit, protože teprve potom se dá konstruktivně hledat řešení. Dneska jsou paradoxně nejmenším problémem "peníze". Těch je dostatek. Problém je domluvit se, co a jak chceme dělat. Dalším obrovským problémem je sehnat stavební firmu. Těch dobrých, kvalitních, je až katastroficky nedostatek. Rovněž tak je problémem stavební materiál. Právě proto jsme kolem sebe vytvořili "klastř", kde jsou jak výrobci, tak i dodavatelé. Máme tedy mnohdy přednostní právo na dodávku stavebních materiálů. Rovněž tak se s našimi partnery podílíme i na vývoji nových stavebních materiálů. Bohužel musíme konstatovat, že u rekonstrukcí domů "dobře už bylo". V poslední době jdou úroky v bankách nahoru, rozsah oprav se zvyšuje, prudce stoupá cena stavebních prací, a protože stavební firmy nestíhají, klesá kvalita. Abychom vykryli možná rizika, která jsou s rekonstrukcí domu vždy spojena, znamená to pro klienty kvalitnější energetický audit, špičkový pro-



váděcí projekt, kvalitní výběrové řízení, dobrý stavební dozor apod. Tedy i příprava celé akce zabere více času a spolkne více peněz. Efekt se ale vždy projeví.

Zabýváte se rovněž opravami rodinných domků, stavbou plotů, garáží, bazénů? A stavíte na zakázku třeba i jednotlivé rodinné domy? Kde všude? A s jakým financováním?

Ano, našimi klienty nejsou jenom bytové domy. Je to celá řada fyzických osob, které si chtějí postavit nebo zrekonstruovat svůj rodinný domek anebo i byt v bytovém domě. K financování tady využíváme celou škálu finančních produktů, co trh nabízí - stavební spoření, hypotéky, jejich různé kombinace. Víte, já jsem spíše zastáncem nájemního bydlení, než zbytečného se zadlužování. Ne vždy je totiž výhodné být ve svém. Je to v rozporu s tím, co propagují banky a developeri, že vlastní je nejlepší. Vzhledem k nákladům, platbám za provoz takového domu nebo bytu a platbám různých hypoték a pojištění, to může být likvidační záležitost pro spoustu domácností. Než s klidným svědomím pro klienta hne prstem, dlouho diskutujeme. Bydlet ve vlastním je sice krásné, ale mnohdy to znamená, že se po celou dlouhou dobu nedostanou lidé na dovolenou, do kina, divadla, hospody. Začíná typická domáci ponorka, která bohužel mnohdy končí rozvodem. Nechceme, aby se naši klienti do takovýchto pastí dostávali, a proto nejdříve hledáme několik různých řešení a z nich se teprve následně vygeneruje to nejpovedenější. Pořídít si vlastní bydlení, to není jako si jít koupit televizi. Vlastní bydlení je dlouhodobý proces, na něj by se každý měl připravovat dlouho dopředu.

pokračování na straně 10

„měníme nejen vzhled domů,
ale tváře celých měst“

Stavebně technická oblast

Ekonomická oblast

Organizační oblast

úvěry

spoření

hypotéky

státní dotace

životní pojištění

majetkové pojištění

REGENERACE BYTOVÝCH DOMŮ

Pro své klienty spravujeme veřejné podpory za více než 673 000 000 Kč

www.svamberk.com

Hospodářský výbor Poslanecké sněmovny navštívil ÚOHS



Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) navštívil 15. listopadu osm poslanců z Hospodářského výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Delegaci vedl předseda výboru Oldřich Vojříř.

"Úřad je dnes stabilizovaný, je velmi výkonný a opravdu velmi kvalitně dohlíží na hospodářskou soutěž jak v České republice, tak tím, že kooperuje se zahraničím, je také velmi platný i z pohledu Evropské unie. Přáli bychom si, aby kvalita a kvalifikovanost zaměstnanců úřadu byla stále vyšší a vyšší a aby úroveň byla velmi dobrá, protože i pro trh a tržní prostředí je to velmi potřebná věc," konstatoval po přibližně hodinovém jednání předseda výboru Oldřich Vojříř. Návštěva členů hospodářského výboru na ÚOHS se uskutečnila v rámci cesty po brněnském regionu. V pozitivním duchu se o práci ÚOHS vyjádřil i další člen výboru Milan Šimonovský. "Byli jsme zvědaví, co se zde vlastně investovalo, jaké má Úřad pro svoje působení podmínky. Druhá část naší debaty byla o některých veřejných zakázkách, které nás znepokojují. Jde zejména o pře-

dražování silničních nebo dopravních staveb, na které poukazuje Nejvyšší kontrolní úřad. Výsledkem je, že trh je ještě mladý a očekává se ještě větší konkurence, která bude tlačit na snižování ceny," konstatoval M. Šimonovský. Delegaci Hospodářského výboru budovou úřadu provedl předseda Martin Pecina, který hosty mj. informoval o činnosti ÚOHS, plánech do budoucna a také o probíhající dostavbě nového sídla. "Jsem potěšen, že členové tohoto výboru navštívili naše nové sídlo a že tak vysoce ocenili práci Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže," uvedl po setkání předseda M. Pecina. Jednání se členy Hospodářského výboru Poslanecké sněmovny se zúčastnili také oba místopředsedové antimonopolního úřadu Kamil Rudolecký a Jindřiška Koblihová.

Kristián Chalupa



Konec řemeslníků v Čechách?

V Česku postupně vymírají řemeslníci, varují odborníci. Učňovské školy dodávají na trh práce stále méně absolventů, a zlatých českých ručiček, kterými se Češi často pyšní, každoročně ubývá. Ti nejlepší navíc odcházejí do ciziny. Zástupci zaměstnavatelů a státu hovoří nejčastěji o bližší spolupráci firem se školami, lepším vybavení učilišť a zlepšení pohledu Čechů na učňovské školství. V Česku je mnoho absolventů filozofie, ale za chvíli nebudou mít na čem sedět, dalo by se s nadsázkou říci. Řemeslníků zkrátka ubývá, profese jako kominík nebo obráběč nejsou dostatečně přitažlivé, shodují se zaměstnavatelé. A právě potřebou vytvořit podmínky k rozšíření a zkvalitnění dalšího profesního vzdělávání řemeslníků a prohloubení spolupráce mezi podnikatelskou a vzdělávací sférou bylo hlavním cílem konference, která proběhla 30. října 2007 v Regionální a hospodářské komoře Brno za účasti 80 posluchačů, řečníků a vážených hostů. Na jižní Moravě se teď například neučí ani jeden sklenář, upozornil v rámci svého vystoupení na konferenci krajský radní Lubomír Šmíd, který zároveň vede krajskou Radu pro rozvoj lidských zdrojů. Tým odborníků navrhl možná řešení, teď o nich chce jednat se školami, zaměstnavateli i státem. Jedním z řešení situace je podle Šmída třeba větší vliv kraje na soukromé školství. Stát dává soukromým středním školám asi 85 % jejich nákladů, má ale jen malý vliv na strukturu učebních oborů, uvedl Šmíd. Další možností je také finanční zvýhodnění škol, které vyučují potřebné obory. Podle viceprezidenta Hospodářské komo-

ry Pavla Bartoše se ale zatím k závažnému stavu nestaví zcela správně ani vláda. Důvodem může být i to, že jsou gymnázia pro stát levnější než učňovské školství. Zatímco normativ na studenta gymnázia je 32 000 Kč, u učně je to 45 000 korun, uvedl Antonín Malach, který zpracoval publikaci Řemesla dnes. "Čím dřív se situace začne řešit, tím lépe. Není na co čekat. Když se dnes některá škola rozhodne, že bude některý program vyučovat, bude mít absolventa nejdříve za pět let, a navíc bez praxe," podotkl P. Bartoš. Nedostatek lidí by mohla na čas pomoci vyřešit pracovní síla ze zahraničí. Viceprezident ale nečeká, že by cizinci pokryli všechny chybějící profese v plné míře. Účastníci konference se též podrobně seznámili s výsledky projektu "Řemesla". Na základě širokého průzkumu, který proběhl v začátku projektu, byly zpracovány 3 analýzy stavu základního a dalšího odborného vzdělávání pracovníků řemeslných profesí v podnicích, na školách a v zahraničních firmách. V dalším období byly za spolupráce cca 30 odborníků ze škol, podniků a odborných institucí zpracovány 3 studie zabývající se prognózami potřeb kvalifikační struktury, zapojení firem do systému certifikace kvalifikace i návrhem změn závazné struktury kvalifikačních oborů. V současné době se dokončuje 7 pilotních programů dalšího vzdělávání řemeslníků. Nakonec pak účastníci prodiskutovali návrhy závěrů, které by měly být východiskem pro práci na návazných projektech v programovém období 2007-2013. (tz rhk)

Komerční banka a další inovace na trhu hypoték

Komerční banka neustále vylepšuje nabídku hypotečních produktů. Atraktivními novinkami připravenými k využití od 30. října 2007 jsou hypotéka "2v1", hypotéka bez prokazování příjmu, a kromě toho další rozšíření nabídky Flexibilní hypotéky o možnost odkladu začátku splácení až o 12 měsíců. Komerční banka již v tomto roce přinesla řadu produktových inovací na trh hypoték a v tomto trendu pokračuje i nadále. "Hypoteční úvěry samozřejmě považujeme za jeden z našich nejdůležitějších produktů. Věřím, že vytvoření několika variant hypotéky odpovídající různým potřebám našich klientů je tou správnou cestou k úspěchu," uvedl výkonný ředitel pro marketing Komerční banky Zdeněk Mojžíšek. První podzimní novinkou, která obohatila nabídku Komerční banky, je hypotéka 2v1. Ta umožňuje klientům použít až 20 % výše hypotečního úvěru neúčelově na cokoli podle svých potřeb. "Hypotéku 2v1 je možné poskytnout až do 100 % hodnoty zastavené nemovitosti a výše neúčelové části může dosáhnout až 400 000 korun. "V rámci hypotéky 2v1 tak klient získá až 400

000 korun na cokoli se stejnou úrokovou sazbou jakou má hypotéka a navíc se splatností až 30 let," vysvětlila vedoucí marketingu pro retailové bankovníctví KB Monika Truchliková. Druhou novinkou Komerční banky je možnost získat hypotéku, aniž by klient dokládal potvrzení o výši příjmů. Hypotéku bez nutnosti dokládání výše příjmu nabízí až do 60 % hodnoty zastavené nemovitosti a její maximální výše může být maximálně 5 milionů korun. Třetí novinka rozšiřuje nabídku Flexibilní hypotéky. Ta jako jediná na českém trhu dává možnost snížit měsíční splátku až na 50 % nebo naopak navýšit měsíční splátku až o 100 %. Klienti také mohou přerušit splácení až na 3 měsíce a nyní nově odložit i začátek splácení své hypotéky až o 12 měsíců. "Odložit splácení úvěru až o 12 měsíců dává našim klientům prostor například k dovybavení pořízovaného bytu či domu, a mají tak možnost dát svou Flexibilní hypotéku na rok jednoduše "k ledu". Možnost přejít na Flexibilní hypotéku nabízíme nově i klientům, kteří již hypotéku Komerční banky mají," dodal Zdeněk Mojžíšek. (tz)

Distributoři byli sankcionováni

Jednu z nejvyšších pokut ve své historii uložil v polovině listopadu předseda Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) Martin Pecina. Sankci ve výši 113,064 mil. korun budou muset zaplatit čtyři největší distributoři léčiv v České republice, a to společnosti Alliance Healthcare s. r. o. (23,859 mil. Kč), GEHE Pharma Praha, spol. s r. o. (16,831 mil. Kč), PHARMOS a.s. (18,638 mil. Kč) a PHOENIX Lékárenský velkoobchod, a. s. (53,736 mil. Kč). Tyto firmy porušily zákon o ochraně hospodářské soutěže tím, že si v období od 30. 1. 2006 do 14. 2. 2006 vzájemně zprostředkovaly společný záměr zastavit od 15. února 2006 dodávky plného sortimentu léčiv do tří významných fakultních nemocnic - Thomayerovy, Na Bulovce (obě v Praze) a nemocnice u sv. Anny (v Brně).

Tento společný záměr také od tohoto dne koordinovaně realizovaly, když v následném období dodávaly zmíněným nemocnicím jen tzv. vítální léčiva s výrazně zkrácenými lhůtami splatnosti dodávek. Zastavení dodávek léčiv do těchto tří nemocnic a zkracování lhůt splatnosti počínaje 15. 2. 2006 distributoři společně vyhlásili na tiskové konferenci den předtím, 14. února. Tyto protisoutěžní kroky použili k dosažení společného cíle, a to uhrazení dluhů od těchto tří nemocnic. Problémem není, když distributoři chtějí dosáhnout úhrady svých pohledávek, nesmí ale k tomuto účelu koordinovat svůj postup při dodávkách léčiv nebo sladovat obchodní podmínky. To znamená dopouštět se kartelových ujednání a vylučovat konkurenci mezi sebou.

ÚOHS v průběhu správního řízení nashromáždil velké množství důkazů, které prokazují koordinovaný postup. Jedním z nich je například záznam tiskové konference. V daném případě jde o jednání ve vzájemné shodě, kdy soutěžitelé nahrazují rizika vzájemné konkurence vědomou praktickou kooperací. Při stanovení výše pokuty ÚOHS vycházel z ročního obrátu jednotlivých firem. Individuálně pak sankce modifikoval na základě polehčujících nebo přitěžujících okolností. Pokuta je pravomocná, distributoři ji musí zaplatit ve lhůtě tří měsíců od jejího uložení. Mohou se však ještě obrátit na Krajský soud v Brně. (fv)

Nemáte kde vést jednání? Zavolejte do své banky Citibank otevřela špičkové Citigold centrum

Soukromí a pohodlí, služby těch nejlepších osobních bankéřů, ale také možnost půjčit si bankovní prostory pro vlastní obchodní jednání. Takové a další mimořádné výhody nabízí nově otevřené Citigold centrum.

"Citibank je lídrem světového trhu v obsluze movitých klientů. Také v České republice dává důraz na to, aby jim přinášela maximální přidanou hodnotu, a to především prostřednictvím těch nejlepších osobních bankéřů a unikátní nabídky těch nejlepších místních a světových produktů. Nyní navíc otevřela špičkové Citigold centrum, jehož vznik byl inspirován našimi zahraničními zkušenostmi," konstatoval ředitel retailového bankovníctví Citibank, Bert Pijls.

Centrum umístěné v Praze v ulici Na Příkopě č. 17 nabízí absolutní soukromí. Namísto výlohy a přepážek se skládá z jednacích místností. Jeho pracovníci se časově přizpůsobují potřebám svého zákazníka a samozřejmě jsou připraveni jej i kdykoliv navštívit.

"Klient centra může využít jeho prostor také pro své osobní jednání, a to zcela zdarma. Stačí zavolat, zjistit, které kanceláře a místnosti jsou v danou dobu volné, a zarezervovat je," uvedl ředitel prodeje a distri-

buce Citibank, Vladislav Vachata. Banka rovněž zajistí veškerý servis nutný pro jednání, jako například telefon pro konferenční hovor, projekci na plazmovou obrazovku či catering.

"Banka by se měla starat nejen o peníze klienta. Měla by mu být partnerem na mnohem širší bázi. Proto klientům již delší dobu nabízíme různé formy poradenství, benefiční programy a nyní i tento nový nadstandardní servis. Stejnou cestou půjdeme i dál," vysvětlil Vladislav Vachata.

Personál centra většinou tvoří osobní bankéři. Na jejich kvalitu je v Citibank dáván dlouhodobě mimořádný důraz, především s ohledem na potřeby klientů při správě majetku. Proto také nabízí otevřená investiční řešení, kdy jednotlivé produkty vybírá z nabídky těch nejlepších správců.

"Investice jsou pro Citigold klienty klíčovou oblastí služeb. Proto všichni naši osobní bankéři procházejí náročnou interní certifikací. V Praze tak musí mít stejnou kvalifikaci jako v kterékoliv z 98 zemí, v nichž Citibank působí. Banka totiž musí umět nabídnout každému odpovídající řešení jeho potřeb," zdůraznil ředitel centra Robert Chřištof. (tz)

Dočtete si na www.premium.prosperita.info

Česká pošta mění tarify

Ministerstvo financí souhlasí s úpravou cen některých poštovních služeb, o kterou Česká pošta žádala na konci září tohoto roku. "Jsme rádi, že Ministerstvo financí vyšlo vstříc požadavkům České pošty a že učinilo další krok na cestě k přípravě liberalizovaného trhu," uvedl JUDr. Karel Kratina, generální ředitel ČP, s. p. ➡

www.premium.prosperita.info

Alza.cz - expanze obchodu

Společnost Alzasoft, a. s., provozovatel největšího obchodu s počítači a elektronikou www.alza.cz, reaguje na potřeby svého dynamického růstu. Na ploše 300 m² otevřela svou nově přestěhovanou prodejnu. Kromě zvýšeného komfortu při nákupu nelze přehlédnout otevřací dobu maximálně přizpůsobenou potřebám zákazníků: sedm dní v týdnu od 8 do 20 hodin. ➡

GE Money Multiservis: encyklopedie zdarma

Každý, kdo do konce roku 2007 nakoupí na splátky s využitím úvěru od GE Money Multiservis, získá zdarma vánoční dárek - obsáhlou encyklopedii Česko A-Z Universum v hodnotě 1399 Kč. Nabídka, která se vztahuje i na úvěry s nulovou akontací, je určena všem, kteří chtějí v předvánočním období odlehčit napjatému rodinnému rozpočtu. Speciální vánoční nabídka GE Money Multiservis je dostupná na více než 2000 obchodních místech po celé České republice. ➡

Evropská Cestovní Pojišťovna nabízí pojištění insolvence

Evropská Cestovní Pojišťovna (ECP) uvedla na český trh prostřednictvím své dceřiné společnosti Etics ITP nový produkt: pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře, tzv. pojištění insolvence. Tento produkt spolu s pojištěním odpovědnosti, které ECP již delší dobu nabízí, podporuje ochranu klientů a zkvalitnění služeb cestovních kanceláří. ➡

Snažíme se být pro klienty srozumitelní

Ředitel společnosti MAX Finance, s. r. o., která prostřednictvím úvěrů financuje nemovitosti, Ing. Zbyněk Chobot, má za sebou obdivuhodně bohatý pracovní život. Vyzkoušel si například i práci na jatkách. Jak se dostal k nynějšímu oboru, prozradil v rozhovoru.



Do společnosti MAX Finance jste nastoupil letos v srpnu. Váš předešlý pracovní život byl ale velmi pestrý... Čím vším jste byl a kde jste získal nejvíce zkušeností?

Ano, máte pravdu, můj pracovní život byl doposud velmi pestrý a musím říct, že určitě také zajímavý. Když se podívám zpět, usmívám se, čím vším už jsem byl... Větší část jsem prožil v prostředí potravinářského průmyslu. Začínal jsem v Masokombinátě v Martinově jako dělník na jatkách. Pak jsem se stal nákupčím živého dobytka, dále mistrem porážek, manažerem prodeje masa a uzenin. Později jsem byl jmenován výkonným ředitelem a nakonec obchodním ředitelem (1995-2000). Tyto pozice jsem vystřídal během osmnácti let v rámci jedné společnosti. Myslím, že právě v této firmě jsem získal nejvíce zkušeností s řízením lidí, obchodní dovednosti a odolnost v překonávání překážek. Velmi rád na Masokombinát v Martinově vzpomínám. Po ukončení práce v Martinově jsem zvažoval, kterou cestou se vydat a čím se zabývat. Měl jsem nabídky od zahraničních obchodních řetězců a dalších firem. Ale nakonec jsem se rozhodl, že začnu podnikat ve finančním poradenství. Nejprve jsem spolupracoval s poradenskou společností, pak s velkou pojišťovnou a nakonec jsem zakotvil v České spořitelně. Působil jsem tam zprvu jako osobní poradce a následně jako manažer externí prodejní sítě. Prošel jsem velmi kvalitním progra-

mem tréninků a školení, prohloubil jsem si znalosti všech bankovních produktů, obchodní dovedností atd. A jednoho dne jsem dostal velmi zajímavou nabídku z HVB, kterou jsem rád přijal. Získal jsem cenné zkušenosti s financováním výnosových nemovitostí. Když přišla fúze bank a naše oddělení zrušili, neváhal jsem a znovu oprášil živnostenský list. Začal jsem samostatně zpracovávat hypoteční úvěry bonitním klientům. V té době jsem se seznámil s vedením realitní kanceláře STING. Dnes společně s kolegy úspěšně rozvíjíme společnost MAX Finance.

Mohl byste krátce sdělit, jakou úlohu hraje ve společnosti MAX Finance realitní kancelář STING? My jsme vlastně dceřinou společností realitní kanceláře STING, kterou vlastní Martin Zaremba. Záměrně jsme oddělili činnosti související



s financováním nemovitostí. Chceme vytvořit novou silnou značku, která osloví širokou veřejnost, tedy i neklienty realitní kanceláře STING.

Proč jste si vybral právě oblast financování nemovitostí?

Financování nemovitostí je pro mne velice zajímavé. Každý případ je totiž odlišný a někdy i složitý. To vás nutí neustále sledovat bankovní trh, který se v posledních letech neuvěřitelně vyvíjí k prospěchu klientů. A pak... když při podpisu úvěrové smlouvy vidíte na klientovi úlevu a zároveň radost v očích, je to moc příjemný pocit.

Jaké služby u vás mohou klienti využívat a v čem vidíte své výhody oproti konkurenci?

Naši zákazníci na jednom místě a u jednoho stolu vyřeší vše, co je spojeno s nákupem nemovitostí. Ve spolupráci s realitním makléřem si mohou vybrat ze široké nabídky nemovitostí. Hypoteční makléř pak okamžitě provede výpočet bonity a doporučí klientovi nejvýhodnější banku. Vyjednání nízkých úrokových sazeb je pro nás samozřejmostí. Právnická poradí se smluvní dokumentací. Následně zajistíme veškeré potřebné dokumenty, které předáme bance. Klienta informujeme o celém procesu schvalování a jsme přítomni u podpisu úvěrových smluv. Dále zákazníkovi napomáháme vyřídit podmínky čerpání finančních pro-

středků. Tím však naše spolupráce nekončí. V případě nenadálých životních situací, při změně fixačního období a podobně, se na nás může klient kdykoli obrátit. Výhody oproti konkurenci vidím v komplexnosti našich služeb a profesionalitě hypotečních poradců, kteří mají dlouhodobé bankovní zkušenosti. A také v silném zájmu úspěšné realitní kanceláře STING.

Vaše služby na mne působí srozumitelně, jednoduše a zároveň spolehlivě...

Ano, snažíme se být pro klienty srozumitelní a lehce dostupní. Vždyť naše služby poskytujeme zdarma. Navíc klient ušetří spoustu času a starostí s vyřizováním formalit. A také díky nám získá výhodnější úrokové sazby a nižší poplatky.

Chystáte nějaké změny do příštího roku nebo do vzdálenější budoucnosti?

Určitě budeme usilovat o rozšíření naší stávající sítě hypotečních poradců. Rádi bychom působili ve všech regionech České republiky, a tím uspokojili požadavky více klientů. Velmi nás také láká slovenský trh, který v příštím roce částečně pokryjeme prvními hypotečními poradci a otevřeme další pobočky realitní kanceláře STING.

V následujícím období budeme ještě intenzivněji vyjednávat s bankami ohledně vylepšení stávajících produktů a podmínek. Chceme být pro naše klienty ještě zajímavější.

Kontakt:
www.maxfinance.cz
zelená linka:
800 505 055

za rozhovor poděkovala
Markéta Bartíková

Vedou neúčelové úvěry a nákup zážitků

V České republice pokračuje poptávka domácností po produktech spotřebitelského financování. Společnost Home Credit poskytla od 1. ledna do 30. září 2007 úvěry v celkové výši 5,43 miliardy korun. Mimořádný zájem Home Credit zaznamenal zejména o hotovostní úvěry, jejichž objem meziročně vzrostl o bezmála 50 %. O třetinu více peněz než ve stejném období loňského roku si lidé půjčili na financování nákupu dovolené. Průměrná výše poskytnutého úvěru se ve třetím čtvrtletí zvýšila oproti průměru v roce 2006 o téměř 3000 Kč a dosáhla 21 380 Kč. "Během tří čtvrtletí letošního roku jsme klientům

poskytli úvěry v hodnotě 5,4 miliardy korun, což je o 10 % více než ve stejném období roku 2006. Výrazný podíl mezi úvěrovými produkty Home Credit získávají hotovostní půjčky s meziročním nárůstem 47 % v objemu poskytnuté jistiny. To odráží situaci na trhu, kdy zákazníci stále častěji využívají neúčelové úvěry, z nichž mohou realizovat jakékoliv své platby či nákupy," uvedl Erich Čomor, předseda představenstva a generální ředitel společnosti Home Credit, a. s. Průměrná výše úvěru Home Credit ve třetím kvartálu 2007 dosáhla 21 380 Kč, což je o 2808 Kč více než v loňském roce. Spotřebitelské úvěry poskytované v obchodní síti jako splátkový prodej se nadále pohybují v průměru kolem 12 000 Kč, naopak průměrná hotovostní půjčka se zvýšila na 29 400 Kč.

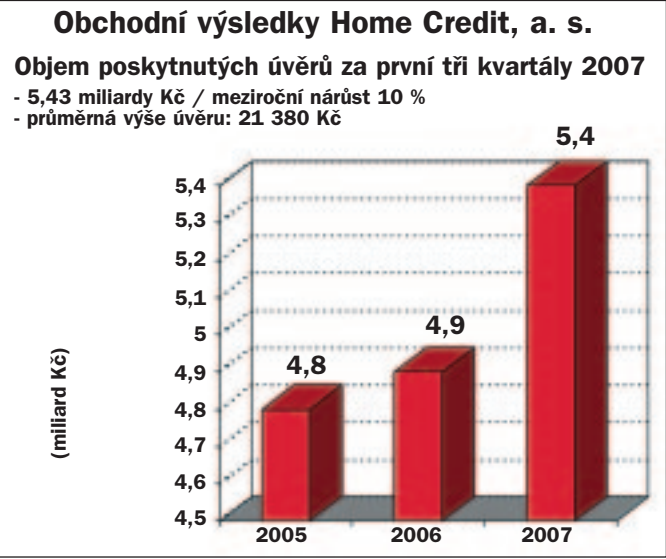
Češi objevují výhody kreditních karet

K růstu celkového objemu poskytnutých úvěrů přispěly také kreditní karty, které Home Credit uvedl na trh před rokem. Ve třetím kvartálu vzrostl počet aktivovaných kreditních karet Home Credit o 30 %. Průměrná výše jedné platební transakce pomocí kreditní karty činila 2527 Kč. "Češi se postupně učí využívat výhod kreditních karet, k nimž patří

zejména bezúročné období pro všechny bezhotovostní transakce. Podíl plateb u obchodníka je oproti klasickým úvěrovým kartám vyšší o 11 %, a to na úkor výběrů z bankomatu. V segmentu kreditních karet očekáváme výrazný růst i v následujících měsících, chceme proto pokračovat v inovacích této produktové řady," řekl Erich Čomor.

Ve splátkovém prodeji uspěly počítače i zájezdy

Splátkovému prodeji tradičně dominovaly domácí spotřebiče, spotřební elektronika, nábytek a výpočetní technika. Dynamický růst segmentu výpočetní techniky potvrzuje fakt, že se počítače stávají běžnou výbavou českých domácností. Jen na nákup notebooků půjčil Home Credit ve třetím kvartálu svým klientům 30 milionů korun. Češi si však zvykají využívat úvěry i na "nákup" zážitků. Během tří kvartálů roku 2007 se meziročně o 36 % zvýšil objem prostředků, které Home Credit poskytl zákazníkům na pořízení dovolené. (tz)





Penzijní připojištění se státním příspěvkem

221 109 111
www.ptcp.cz

Budoucnost ve vlastním stylu

Čekat na penzijní reformu je jako čekat na příliv. Určitě přijde, ale nikdy nevíte, co s sebou přinese. Aby vás odliv nezklamal, vsaďte radši na jistotu. Budoucnost si nejlépe zajistíte vy sami. S penzijním připojištěním se státním příspěvkem, úlevou na daních a zhodnocením přes 3 % si do budoucna snadno udržíte svůj životní styl.

**PENZIJNÍ FOND**
ČESKÉ POJIŠŤOVNY
Vaše budoucí příjmy

Ministerstvo pro místní rozvoj zkoumá názory zainteresované veřejnosti na čerpání z fondů EU

V říjnu tohoto roku zadalo Ministerstvo pro místní rozvoj ČR společnosti STEM zpracování sociologických výzkumů o problematice týkající se čerpání prostředků z evropských fondů. Výsledky mají ukázat názory a postoje k čerpání prostředků z fondů EU ze strany zainteresované veřejnosti a představitelů státní správy a samosprávy.

V rámci plnění úkolu jsou prováděny tři výzkumné akce. Nejširší akcí je internetová anketa určená nejvyšším představitelům krajů a krajských úřadů, měst a obcí - ta je již hotova: proběhla ve dnech 19.-26. 10. 2007, přičemž odpovědělo 887 respondentů. Internetová anketa se obsahově zaměřila především na celkový názor na to, co finanční prostředky ze strukturálních fondů mohou našemu státu přinést, jak a k jakému účelu bychom jich měli využívat. Dále se snažila odhalit, jak jsou potenciální žadatelé na podávání žádostí o dotace připraveni, jaký je jejich názor na proces zpracování a vyhodnocování žádostí, od koho v tom očekávají pomoc a podobně.

Toto je deset hlavních zjištění internetové ankety:

1. Dvě třetiny účastníků internetové ankety (66 %) jsou přesvědčeny, že využití strukturálních fondů významně napomůže posílení konkurenceschopnosti české ekonomiky.

- Menšina (34 %) soudí, že prostředky pomohou jen jednotlivým úspěšným žadatelům.
2. Drtivá většina respondentů má v úmyslu evropské fondy využít - 55 % jich už nějaký projekt má připravený a dalších 40 % jej připravit hodlá.
3. Téměř polovina lidí (46 %) uvedla, že se v problematice evropských fondů dobře orientuje, a více než polovina respondentů (58 %) je dobře informována o možnostech, jak získat podporu z evropských fondů.
4. Nejdůležitějšími kritérii při výběru by měly být připravenost k okamžité realizaci, měřitelné výstupy díla a podpora veřejnosti. Mnohem menší důraz je respondenty kladen například na dřívější zkušenosti žadatele s čerpáním fondů nebo na výši spoluúčasti.
5. Podpora při čerpání fondů z EU očekávají respondenti především v tom, že budou znát pravidla pro výběr projektů a budou mít k dispozici přesné a včasné informace na internetových stránkách ministerstev,

V ČR se potýkáme s nedostatkem zaměstnanců...

Vyjádření HK ČR k nedávno zveřejněným výsledkům ministerstva práce a sociálních věcí, podle nichž nezaměstnanost v říjnu 2007 prolomila 6% hranici a klesla na 5,8 %. Zároveň rekordně stoupl počet volných pracovních míst na 143 467. "Klesající počet lidí bez práce je na jedné straně jisté pozitivním sdělením, na straně druhé u nás situace došla tak daleko, že na trhu práce v podstatě neexistuje konkurence. Pro naši ekonomiku se stal nedostatek pracovních sil největší z předvídatelných hrozeb rozvoje. Ve chvíli, kdy mnohá učňovská střediska neotvírají celé ročníky některých oborů, nevěští, že by se situace vyřešila sama přirozeným nárůstem dalších absolventů," řekl Jaromír Drábek, prezident Hospodářské komory ČR. Z meziročního srovnání vyplývá, že firmy nabíze-ly v říjnu 2007 o 40 tisíc volných míst více než v říjnu 2006, jinými slovy jen na úřadech práce je nahlášeno téměř o polovinu více nových pracovních míst, než tomu bylo touto dobou v loňském roce. Proti snižování nezaměstnanosti v tomto období roku přitom navíc vystupují obvyklé aspekty jako je nárůst počtu nezaměstnaných sezonních pracovníků a absolventů, kteří hledají práci hůře než běžní žadatelé o práci. Mezi zaměstnanci je poměrně vysoké procento těch, kteří jsou ochotni změnit zaměstnání, podle šetření hospodářské komory provedeného v letošním roce mezi zaměstnanci soukromých

fírem je jich zhruba třetina (35 %), stejný počet lidí je ochoten změnit svůj obor. Na 36 % dotázaných také odpovídalo, že by jim nevadilo dojíždět až hodinu do zaměstnání, pokud by jim byly nabídnuty lepší podmínky. Ochota lidí měnit zaměstnání i obor a dojíždět do práce může vést k výraznějšímu přetahování zaměstnanců mezi firmami, stejně tak bude pravděpodobně docházet k tomu, že budou zaměstnanci stávajícími zaměstnavateli finančně motivováni k tomu, aby zůstali své firmě věrni. Zaměstnavatelé budou nuceni také více diferencovat růst mezd jednotlivých pracovních pozic. Nedostatek práce-schopných a především práce ochotných nezaměstnaných se dnes týká až na výjimky téměř všech oborů, jsou ovšem profese či kvalifikace mezi jinými žádanější. Tlak na růst mezd bude zaměstnavatele nutit uvažovat strategičtěji, lépe si spočítat, kolik komu přidat. "Tlak na růst mezd v příštím roce bude poměrně silný, nejen kvůli situaci na trhu práce, ale také s ohledem na předpokládanou inflaci a růst produktivity práce. Očekávání vývoje souvisí i s přijímáním nových pracovníků, kdy situace na trhu práce bude nahraňvat v mzdových podmínkách právě jim, ve své pozici žadatelé o práci budou jistější, jejich požadavky směřují. Dorovná-ním mezd si pak polepší i stávající zaměstnan-ci," předvídá Jaromír Drábek.

Viktorie Plívová, tisková mluvčí, Hospodářská komora ČR

Firmy a zavedení eura - žádný problém

Unie malých a středních podniků spolu s Hos-podářskou komorou ČR uspořádaly v listopadu 2007 anketu mezi českými firmami u příležitosti konání konference "Zavedení eura v ČR". Ankety se zúčastnily tři stovky respondentů. Z výsledků kromě jiného vyplynulo, že tři čtvrti podnikatelů si přejí přijetí eura, přičemž většina respondentů si je vědoma souvisejících rizik či nevýhod jednotné měny a respondenti se považují za připravené. Téměř všichni očekávají vyšší inflaci. Na dotaz, zda firmy podporují zavedení eura v ČR do roku 2012, zhruba tři čtvrtiny (73 %) respondentů odpovídaly určitě ano, resp. spíše ano. Podnikatelé podporují euro především kvůli usnadnění obchodování v rámci jednotného

trhu, pro odstranění nestability kurzu, a tím pádem lepší možnosti plánování, v případě exportérů hraje významnou roli odstranění kur-zových ztrát a příslib transparentní ho účetnictví. Téměř polovina (46 %) podnikatelů považuje euro za výhodné jak z pohledu profesního, tedy podnikatelského, tak z pohledu soukromého, tedy spotřebitelského. Desetina responzů říkala, že není přijetí eura výhodné ani z jednoho z těchto pohledů, výhody eura pouze pro podnikatele očekává třetina firem, pouze pro spotřebitele 11 %. Někteří respondenti uznávali, že zavedení eura se dosud téměř vždy negativně projevilo v některých životních situacích spotřebitelů, v jejich hodnocení ale převládá přínos pro čes-

- krajů apod. Většina účastníků internetové ankety by velmi uvítala i možnost osobních konzultací na ministerstvech.
6. Při zpracování žádostí by potenciální žadatelé chtěli využít pomoci zejména úředníků - nejvíce krajských úřadů (83 % respondentů), dále ministerstev a obcí s rozšířenou působností (přes 60 % odpovídajících).
 7. Mezi respondenty zřetelně převažuje názor (69 %), že je třeba realizovat jen opravdu kvalitní projekty, nikoli "proinvestovat nabízené peníze za každou cenu". Velká většina, 86 % odpovídajících, by přitom ponechala volný prostor iniciativě žadatelů, pouze 14 % požaduje koncepční využití celkové 750miliardové investice.
 8. Pravidla pro čerpání peněz a kontrolu jsou příliš přísná. Myslí si to 70 % respondentů ankety. Měla by se především zjednodušit administrativa, zřehlednit vypisování termínů jednotlivých kol a zajistit průběžné financování projektů.
 9. Ačkoli s členstvím ČR v Evropské unii je spokojeno 74 % představitelů státní správy a samospráv, kteří v anketě odpovíděli, jen necelá polovina z nich (46 %) je přesvědčena o tom, že máme z Evropské unie finanční profit. Ostatní tedy předpokládají, že naše příjmy a výdaje jsou v rovnováze, anebo že na členství v EU proděláváme. Rozdíl je mezi

obcemi se základní působností a pověřeným úřadem na straně jedné (tam převažuje negativní hodnocení bilance) a "vyššími" stupni samosprávy, z nichž je naše členství hodnoceno jako finančně výhodné. Pouze 13 % respondentů se domnívá, že Česká republika je dobře připravena na čerpání evropských fondů v letech 2007-2013. Nerozhoduje ani to, zda tento názor dotázaní získali jen zprostředkovaně (z médií), anebo zda tak usuzují na základě vlastních zkušeností.

Projekt pokračuje dalšími dvěma výzkumnými akcemi:

Cílený výzkum obecních a městských samospráv: Výzkum probíhá technikou osobních rozhovorů s výběrovým souborem 400 představitelů obecních a městských samospráv, a to jak volených zástupců (starostů, místostarostů, radních), tak úředníků (ředitelů či vedoucích odborů), kteří mají na starosti problematiku čerpání prostředků z fondů EU. Hloubkové šetření elit: Jde o hloubkový kvalitativní výzkum, který chce objasnit motivační faktory a osvětlit konkrétní praktiky. Prováděn je technikou individuálních hloubkových rozhovorů se zákonodárci (poslanci) a nejvyššími představiteli krajských a obecních samospráv (hejtmany, primátory, starosty, příp. jejich zástupci).

(tz)

Nový ročník "Stínování manažerů" právě začíná

Business Leaders Forum (BLF) právě otevírá nový ročník "Stínování manažerů". Vysokoškols-tí studenti, kteří mají zájem strávit v průběhu roku 2008 dvoutýdenní stáž v některé z nabíze-ných firem, se mohli přihlásit do 23. listopadu tohoto roku. Firmy nabízejí své pozice ke stíno-vání do 30. listopadu 2007.



Program je určen pro studenty posledních dvou ročníků magisterského a inženýrského studia VŠ a pro doktorandy denního studia. Studenti absolvují čtrnáctidenní stáže ve firmách v ČR, během kterých budou "stínovat" manažery středního a vrcholného managementu - účastnit se jejich běžných aktivit. Každý z vybraných studentů absolvuje během roku 2008 stáž v jedné ze zapojených firem nebo organizací. Každý rok se zapojuje více než třicet společností, ale také neziskové a státní organizace. Stáže nabízejí také tyto společnosti: Areva, ČSOB, Kovohutě Příbram, TSR Czech Republic, Tara Profes-sionals, Chart Ferox, DHL Express, Eurest, KPMG. V jednání jsou další společnosti a instituce. Předcházející ročník programu Stínování manažerů byl zakončen v Praze v úterý 30. 10. 2007 v prostorách Amerického centra panelovou diskuzí. Mezi diskutujícími zasedli manažeri ze spo-lečnosti Hewlett-Packard, Grid International a KPMG a vysokoškoláci, kteří se programu v tomto roce účastnili. Spolu s posluchači diskutovali nad vlastními zkušenostmi s programem a přínosy, které program nabízí. Podstatným bodem bylo představení pro české prostředí unikátního sborníku "Stínování manažerů - Manager Shadowing Program". Publikace představuje 24 firmy a jejich přístup k realiza-ci programu Stínování manažerů; je vydána na závěr dvouleté finanční podpory stejnojmenného programu Evropským sociálním programem. Téměř sedmdesátistránková publikace je bezplatně na vyžádání k dispozici v sídle Business Lea-ders Fora. Více informací naleznete na webových stránkách www.blf.cz, konkrétně http://www.blf.cz/akti-vity/stinovani.htm Kontakt: Tomáš Nejedlo, Business Leaders Forum, tel: 224 216 275, e-mail: blf@blf.cz, www.blf.cz, www.csr-online.cz

(tz)

kou výrazně proexportně orientovanou ekonomiku. Na 60 % podnikatelů odpovídajících v anketě se domnívá, že Česká republika je dostatečně při-pravena na přijetí eura. K rozhodujícím důvodům podle respondentů patří to, že je připravena sou-kromá sféra, české výrobky jsou dostatečně konkurenceschopné a ekonomika prosperuje. Nedostatků vidí respondenti především na stra-ně státu, příklad jedné z odpovědí je: "My už jsme připraveni dávno, ve státní správě nebude připraven nikdo nikdy." Obavy mezi podnikateli panují z formálních administrativních překážek EU a z nerovnostmi mezi příjmy a inflací. Téměř třetina firem nepředpokládá změnu ve své konkurenceschopnosti po přijetí eura (všechny formy v ČR budou mít stejné podmínky). Celkové zlepšení se podle nich bude týkat zvýšení stabi-lity kurzu, snazšího vývozu služeb a úspor trans-

akčních nákladů (bankovní poplatky). Zhoršení naopak vidí například dovozci v tom, že nebudou profitovat z posilování koruny, firmy se obávají zvýšení cen vstupů a celkové inflace, která bude také vyvíjet tlak na růst mezd. Růst inflace oče-kává víc než 80 % dotázaných. Na dotaz, jaké investice si vyžádá přijetí eura pro vaši firmu, odpovídali respondenti nejčastě-ji "žádné" (32 %), minimálně 27 % a 17 % firem neumí na tuto otázku odpovědět. Více než polovina (53 %) respondentů uvedla, že již nyní obchodují v euru (na tuzemském i zahra-ničních trzích), průměrný podíl obratu obchodo-vaném v euru u těchto firem je téměř polovina (47 %) celkového obratu. Většina podnikatelů podporuje, aby se na informování podnikatel-ských subjektů o rizicích a výhodách přijetí eura podílely kromě státní správy také podnikatelská sdružení a svazy.

(tz)

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

IBM: nový pětistupňový program

Společnost IBM oznámila uvedení nového balíčku produktů a služeb, které mají pomoci zákazníkům dosáhnout shody se stan-dardem Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS). Tento komplexní pro-gram na rozdíl od konkurenčních řešení pro-vede společnosti celým procesem zajištění shody se standardy PCI.

GTS Novera má virtuální ústřednu

Celonárodní telekomunikační operátor GTS Nove-ra očekává do budoucna širší využívání služeb na bázi VoIP v segmentu malých a středních podni-ků. Připravil proto službu Novera virtuální ústřed-na, která umožňuje firmám volat zdarma mezi jed-notlivými pobočkami. Virtuální ústředna je plně outsourcované řešení vnitropodnikové komunika-ce s minimálními nároky na provoz.

LCS: úspěšné účetní období

Po uzavření ekonomických výsledků za fiskální rok 2006-2007 považuje společnost LCS Inter-national (LCS) toto účetní období, které začalo červencem 2006 a skončilo červnem 2007, za velmi úspěšné. Fiskální rok byl ve znamení výrazného růstu obratu i zisku a silného růstu tržního podílu, resp. počtu prodaných licencí. Velmi významnou událostí tohoto roku byl květnový vstup strategického partnera - skupiny ASSECO - do společnosti LCS. "Hospodaření skupiny opět nejvíce ovlivnil segment středně velkých firem.

O on-line penzijní připojištění skupiny AXA je velký zájem

Praha, 8. listopadu 2007 - Více než 2000 kli-entů využilo během čtyř týdnů on-line formu-láře, jehož prostřednictvím si lze na strán-kách www.zijtevpohode.cz sjednat penzijní připojištění u AXA penzijního fondu. Každý, kdo si smlouvu uzavře on-line, může získat finanční odměnu až 7500 korun. Finanční odměnu získají zájemci také v případě převo-du jejich stávajícího penzijního připojištění do AXA penzijního fondu.

Zlaté stránky mají místní hrdiny

Středočeského kraje - podnikatele

Společnost MEDIATEL, spol. s r. o., vyhlásila dne 1. listopadu 2007 na galavečeru v divadle ve Slaném vítěze soutěže "Zlaté stránky hledají místního hrdinu". Ocenění byli tři podnikatelé ze Středočeského kraje, jejichž příběhy symbolizují přínos podnikatelskému "řemeslu" v tomto regionu.

Projekt "Zlaté stránky hledají místního hrdinu" vyhlásila společnost Mediatel v srpnu letošního roku u příležitosti uvedení produktu Místní infostránky na český trh. Pilotní projekt byl zaměřen na region střední Čechy. "Cílem projektu bylo představit veřejnosti podnikatele, kteří svou pílí a houževnatostí přispěli k rozvoji obce či regionu. Mnozí z nich se přitom setkali s řadou problémů a právě řešení těchto obtíží se stalo podstatou jejich příběhů," uvádí k soutěži Luboš Čipera, ředitel pro vnější vztahy společnosti Mediatel. Do soutěže o místního hrdinu se zapojily desítky podnikatelů ze Středočeského kraje. Z došlých příběhů bylo vybráno pět finalistů a z nich byli ohodnoceni tři vítězové. Výhercem první ceny se stal Václav Skuhrovec, majitel firmy Autoškola Mikáška, jenž se musel dlouho potýkat s nekalou konkurencí. Na druhém místě se umístil pan Martin Gabriel z Autokempu Ostrov Zadní Třebáň, jehož podnikání bylo zcela zlikvidováno během záplav v roce 2002 a který své podnikatelské aktivity vybudoval od základu znovu s odka-

zem na rodinnou tradici spjatou s tímto místem. Na třetím místě skončil pan Miroslav Lounek s příběhem opravy hliníkových hlav motorů, z jehož zkušeností čerpají podnikatelé z celého světa. Vítězní podnikatelé byli odměněni finančním příspěvkem v hodnotě 100 000 Kč a inzercí ve vybraném regionu Místních infostránek v rozsahu 1/2 inzertní strany pro 1. místo, 50 000 Kč a inzercí v rozsahu 1/4 inzertní strany pro 2. místo a částkou 20 000 Kč a inzercí v rozsahu 1/6 inzertní strany pro podnikatele, jenž se umístil na 3. místě. Porota pro tuto soutěž byla složena ze zástupců místních starostů, hospodářských komor, sdružení podnikatelů a živnostníků, regionálních médií a představitelů společnosti Mediatel. Čestnou členkou hodnotící poroty se stala jachtařka Lenka Šmídová, známá veřejnosti především druhým místem na Olympijských hrách v Aténách v roce 2004. Více informací k soutěži či jednotlivým vítězným příběhům naleznete na webových stránkách www.mistnihrdina.cz. (tz)



Profireal klientům půjčil o 26 % více než loni a také vstoupil do Rumunska

Finanční skupina Profireal Group za tři čtvrtletí půjčila svým klientům v ČR, Polsku, Bulharsku a na Slovensku celkem 2,7 miliardy Kč, což je o 26 % více než loni. Zejména letní měsíce byly velmi úspěšné, "například v srpnu jsme v ČR zaznamenali 54% nárůst objemu poskytnutých půjček a úvěrů, doplnil David Chour, předseda představenstva Profireal, a. s. Největší objem půjček a úvěrů poskytli Profireal v České republice. Klienti si vypůjčili více než 1,44 miliardy Kč. V loňském roce to bylo 1,16 miliardy Kč, což znamená růst o 24 %. Z hlediska růstu si ještě lépe vedl Profireal v Polsku, kde růst dosáhl 39 % a celkem si klienti vypůjčili 551 milionů Kč. Na Slovensku dosáhl objem poskytnutých úvěrů a půjček výše 656 milionů Kč, meziročně o 15 % více. V Bulharsku, kde Profireal poskytuje úvěry od počátku letošního roku, si sjednalo 1200 klientů úvěry v celkové výši 43 milionů Kč. V říjnu získal Profireal licenci pro poskytování půjček a úvěrů od Rumunské národní banky. Ta je nezbytnou podmínkou pro zahájení činnosti společnosti, která nese název Profi Credit IFN SA, na rumunském finančním trhu. Obchodní značku Profi Credit bude Profireal Group od roku 2008 používat pro všechny své společnosti nabízející půjčky a úvěry. "Rumunsko se tak stalo pátou zemí, kam vstupujeme. V současné době je v plném proudu proces nábory zaměstnanců a budování regionálních ředitelství. V prosinci bychom chtěli na rumunském trhu poskytnout první úvěry," představil plány společnosti David Chour. Společnost Profi Credit má sídlo v Bukurešti. Na rumunský trh budou postupně implementovány dva základní produkty, Zaměstnanecký úvěr pro soukromé osoby a Podnikatelský úvěr pro právnické osoby. Úvěry bude Profi Credit nabízet prostřednictvím vlastní obchodní sítě úvěrových poradců. Do konce roku 2008 plánuje společnost nábor 1000 úvěrových poradců, kteří budou řízení z osmi regionálních ředitelství.

Postupně by také chtěla rozšiřovat škálu produktů. Díky osobnímu přístupu při poskytování úvěrů a široké produktové nabídce se hodlá na rumunském trhu prosadit stejně dobře jako v jiných zemích. Po zkušenostech z České republiky, Slovenska a Polska se finanční skupina Profireal Group zaměřila na trhy v nových členských zemích EU. Následuje tak několik českých firem, které rozšiřují své aktivity stejným směrem. V současné době v Rumunsku již působí například ČEZ, AAA Auto, Hamé Babice, Zentiva nebo Techo. V loňském roce začal Profireal s poskytováním půjček a úvěrů v Bulharsku. První půjčku vyplatil v listopadu 2006. "V letošním roce plánujeme poskytnout v Bulharsku úvěry v hodnotě přesahující 100 milionů korun, přičemž průměrná půjčka se pohybuje na úrovni 40 tisíc Kč. Podobný potenciál při rozjezdu společnosti předpokládáme také v Rumunsku," komentoval růst Profireal Group David Chour, generální ředitel skupiny. Profireal Group je nadnárodní finanční skupina, která se specializuje na finanční služby. Divize Profireal se zabývá poskytováním úvěrů a půjček jak pro soukromé osoby, tak podnikatele. Posledních pět let významně expanduje. Po otevření své pobočky na Slovensku v roce 2001 následovalo v roce 2004 zahájení prodeje úvěrů v Polsku a na konci roku 2006 poskytl Profireal první úvěr také v Bulharsku. Divize Profidebt se zabývá odkupem a správou retailových pohledávek, působí v České republice a na Slovensku. Vlastníkem finanční skupiny Profireal Group je finančník David Beran. Profireal je od roku 2004 členem sdružení SOLUS, které spravuje registr dlužníků, ve kterém mohou jeho členové prověřovat úvěrovou bezúhonnost žadatelů o úvěr. V dubnu 2007 byl Profireal přijat do České leasingové a finanční asociace.

Milan Káňa
PR manager Profireal Group



roztočte to se Zelenou energií

Zelená energie podpoří prospěšné projekty

Do konce roku je možno požádat o příspěvek z prostředků Zelené energie na podporu projektů pro výzkum, popularizaci a využívání obnovitelných zdrojů energie.

Jak požádat o příspěvek

- o příspěvek mohou žádat subjekty z řad neziskových organizací, škol, veřejné správy a vědeckých institucí
- základní podmínkou pro získání podpory z fondu Zelené energie je **neziskový charakter** projektu
- žádost je nutno podat **do 31. prosince 2007** na formuláři Žádost o příspěvek z prostředků Zelené energie, který je k dispozici na stránkách www.zelenaenergie.cz

Podporované projekty

1) Výzkum

Projekty zaměřené na zvýšení potenciálu obnovitelných zdrojů (voda, vítr, biomasa, slunce, geotermální energie a další), uplatnění nových technologií a zlepšování technologických procesů využívajících obnovitelné zdroje energie. Přednost dostanou inovativní projekty, jejichž výsledky budou okamžitě využitelné.

2) Osvěta a vzdělávání

Odborné kurzy, semináře, vydávání informačních materiálů, instalace modelů obnovitelných zdrojů energie ve vzdělávacích zařízeních pro studijní účely a budování ekologických informačních center. Posuzovat se bude míra přispění k ekologické výchově a osvětě, zapojení veřejnosti a konkrétní přínos k využívání obnovitelných zdrojů v regionu.

3) Výstavba nových obnovitelných zdrojů energie

Výstavba a rekonstrukce zařízení s cílem zvýšit využívání obnovitelných zdrojů energie pro výrobu tepla a elektřiny. Jde o zařízení, jako jsou solární systémy, kotle na biomasu, tepelná čerpadla, bioplynové stanice, větrné elektrárny apod. Podporu mohou získat i zařízení na využívání odpadního tepla k výrobě tepelné nebo elektrické energie. Projekty musí mít neziskový charakter, být společensky a ekonomicky užitečné a musí pomáhat zlepšovat životní prostředí.

Více informací na www.zelenaenergie.cz.

Ocenění těm, kteří myslí na kvalitu více než ostatní

Rada České republiky pro jakost a Řídící výbor Programu Česká kvalita v listopadu 2007 v Praze oznámily udělení dalších ocenění v Programu Česká kvalita. Jakým firmám patří, to se odborná veřejnost dověděla na slavnostním Večeru s Českou kvalitou za přítomnosti řady významných osobností české ekonomiky, politiků a umělců.

Dalších 18 špičkových výrobků a služeb tedy získalo značku Česká kvalita. Program Česká kvalita jako jediný v ČR garantuje spotřebitelům, že výrobky či služby byly ověřeny nezávislou zkušebnou, že je kvalita průběžně kontrolována a že je ověřována i spokojenost zákazníků. Každé nové ocenění tak spotřebitelům přináší další možnost nákupu opravdu špičkového zboží. V průběhu večera převzali představitelé firem ocenění za své výrobky a služby z rukou senátorky Aleny Palečkové, poslankyně Anny Čurdové, senátora Josefa Pavlaty, prezidentky Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Heleny Pískovské, ředitele zpravodajství České televize Zdeňka Šámala, předsedy Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR Jana Wiesnera, předsedy Rady ČR pro jakost Roberta Szurmana, a řady dalších představitelů odborných, kulturních a vědeckých organizací. Jde o tyto společnosti: Všechny firmy, které ocenění obdržely, musely splnit náročné požadavky Programu Česká kvalita. Kvalita každého výrobku i služby byla pod-

robena zkoumáním nezávislé zkušebny, která musela beze zbytku potvrdit dodržení všech sledovaných parametrů. Organizace, která značku udělila, bude nyní průběžně kontrolovat nejen dodržování kvalitativních parametrů, ale i spokojenost zákazníků s oceněným produktem. V případě problémů s kvalitou či nespokojenosti zákazníků může být oceněná firma pokutována a značka může být odebrána. "Jsme rádi, že se v naší zemi zase začíná preferovat kvalita," řekl JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady ČR pro jakost. "Mnozí zákazníci již pochopili, že nejlevnější nákup nemusí být i nejvýhodnější a že se jim mnohdy ušetřené peníze pořádně prodraží na problémech s reklamacemi, nebo v horším případě na škodách způsobených na majetku a na zdraví. Navíc výrobky oceněné v Programu Česká kvalita dokazují, že i špičkovou kvalitu je možné pořídit bez rizika a za přijatelné ceny." S vysokou úrovní oceňovaných výrobků ladila i kvalita celého slavnostního večera. Jména

Marie Rotrová nebo Světlana Nálepková jsou značkou kvality samy o sobě. K dobré náladě oceněných i diváků přispěli i moderátoři Stanislava Lekešová a Patrik Rozehnal. Večer s Českou kvalitou již tradičně bývá jednou ze stěžejních akcí celonárodního programu Listopad - Měsíc kvality v ČR a Evropského týdne kvality. Tyto akce jsou pořádány v rámci Národní politiky podpory jakosti, která zajišťuje všechny aktivity směřující k poskytování kvalitnějších výrobků a služeb, ale i k prosazování kvality ve veřejném sektoru a všech oblastech života.

Program Česká kvalita - značky kvality pro spotřebitele

Program Česká kvalita (CzQ) byl schválen usnesením vlády č. 685/2002 jako program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb. Hlavním cílem programu je zlepšit informovanost spotřebitelů o nabídce kvalitních výrobků a služeb na českém trhu a umožnit jim orientaci při nákupu. Proto byl zaveden jednotný systém značek kvality, který zastřešuje dosud používané (ale i nově vznikající) značky a jednoznačně je odlišuje od jiných nebo klamavých označení používaných některými dodavateli. Pokud konkrétní značka splní podmínky zásad Programu Česká kvalita (především ověřování třetí nezávislou osobou), najdou spotřebitelé na obalu výrobku kromě původní značky i logo Programu Česká kvalita, které dokladuje ověřenou kvalitu, a to nad rámec předpisů a zákonných požadavků na výrobek či službu. Program umožňuje zviditelnění značek kvality různých oborů, odborných cechů a sdružení. Kromě zlepšení informovanosti spotřebitelů je program také šancí pro domácí firmy, zejména



NÁRODNÍ POLITIKA PODPORY JAKOSTI

malé a střední, aby upozornily zákazníky na kvalitu své produkce a tak zlepšily svou pozici na trhu. Uvažuje se, že v budoucnu bude držení značky v Programu Česká kvalita též zohledňováno ve výběrových řízeních.

Ke 30. říjnu 2007 byly v Programu Česká kvalita zaregistrovány značky:

Bezpečná a kvalitní hračka (kvalitní hračky pro děti), Nábytek (nábytek s ověřenou kvalitou), SZUTEST - product tested (nezávisle prověřené průmyslové výrobky), Podporované zaměstnávání (služba splňující standardy PZ), Kvalitní a bezpečná a montáž (montáž elektrických zařízení), Certifikované služby IT (kvalitně poskytované služby v oblasti informačních technologií), EŠV (ekologicky šetrné výrobky), ČSN Test (výrobek splňuje podmínky ČSN), Czech Made (kvalitní zboží a služby), ESČ (bezpečné elektrické spotřebiče), QZ - zaručená kvalita (textilní výrobky a služby prádelny a čistíren), Zdravotně nezávadná obuv - Bota pro Vaše dítě "Žirafa" (certifikovaná obuv pro děti), CG (výrobky pro plynárenství), Pečeť jakosti (služba ověřující kvalitu ojetých vozů), Program kvality Tesco (výrobky prodávané v supermarketech Tesco s nadstandardní kvalitou), OOPP (osobní ochranné pracovní pomůcky), Certifikovaný e-obchod (prověřené internetové obchody), Metro Quality (potravinářské výrobky pro hotely, restaurace a catering v síti Makro) . Program Česká kvalita vychází ze svých zásadách z obdobného jednotného systému značek kvality, který v SRN úspěšně funguje již desítky let. (tz)

Značku ESČ	
ELEKTROKOV, a. s. Znojmo	za jednofázový transformátor
PRAKAB PRAŽSKÁ KABELOVNÁ, a. s.	za energetický bezhalogenový ohni odolný kabel se silikonovou izolací
Značku SZUTEST - PRODUCT TESTED	
PYROCOM, a. s.	za novou generaci hasičích sprejů PYROCOM
APOS-MAXIM A, s. r. o.	za jednozbožovou řezačku papíru M92 profi
Značku Česká kvalita Nábytek	
BMB, spol. s r. o.	za ložnice výrobkové řady HANAU a BERNAU a nábytkovou řadu LINE
JELÍNEK - výroba nábytku, s. r. o.	za výrobkovou řadu DALILA a RACHEL
Značku Czech Made	
KRKONOŠSKÉ PAPIRNY, a. s.	za kotoučky do pokladen a faxů
KRKONOŠSKÉ PAPIRNY, a. s.	za poštovní obálky a tašky
Ivo Solnař - FEDOG	za papírovou soupravu určenou k individuálnímu úklidu psích ekrementů pro jedno použití
JUDr. Bohuslav Švamberk	za projektové financování výstavby a regenerací bytových domů
Značku QZ - Zaručená kvalita	
Radosav Arandjelović - Chodíme barevně	za dětské punčochové zboží značky KIKA
VÍT SPÁČIL - prádelny a čistírny, spol. s r. o.	za praní a chemické čištění prádla
Značku Bezpečná a kvalitní hračka	
Moravská ústředna Brno - družstvo umělecké výroby	za české pohádkové postavičky z Večerníčků, cpané maňásky a cpané hračky
Značku Zdravotně nezávadná obuv - bota pro Vaše dítě ŽIRAFA	
D.P.K., spol. s r. o.	za dívčí a chlapecký domácí sandál s otevřenou nebo uzavřenou špicí
BĚDA obuv, s. r. o.	za domácí textilní obuv se zvýšenou a zpevněnou patou z polyuretanu
SANTÉ - výroba, s. r. o.	za dětskou usňovou uzavřenou obuv - typ 750/5 a 750/7
Značku Certifikované služby IT	
e-BUSINESS SERVICES, a. s.	za management služeb v IT - outsourcing a provozování IS/IT infrastruktury
S&T CZ, s. r. o.	za poskytování služeb podle normy ČSN ISO/IEC 20000

Komerční banka podporuje franchisingové podnikání

Ve dnech 23.-27. října se na brněnském výstavišti v rámci veletrhů Invex a Digitex konal již 3. ročník největší přehlídky franchisingových příležitostí ve střední a východní Evropě - Franchise Meeting Point. I v tomto roce byla generálním partnerem veletrhu zaměřeného na franchisingové podnikání Komerční banka, která tak podtrhuje svoji hlavní roli ve financování tohoto specifického způsobu podnikání v České republice. Komerční banka se zaměřuje na podporu franchisingového podnikání již čtvrtým rokem. Kromě spolupráce s Českou asociací franchisingu při pořádání odborných konferencí a seminářů nabízí podnikatelům KB Franchising Program, speciální program, který umožňuje franchisantům, tedy příjemcům franchisy, snadný a rychlý přístup k úvěrům. V rámci doprovodného programu FMP byla zvláštní pozornost věnována začínajícím podnikatelům, pro něž je franchisingový systém jedinečnou příležitostí, jak si usnadnit start podnikání. Začínající podnikatel v rámci franchisingového systému může velmi snadno překonat první měsíce spojené s budováním image, pozice na trhu či zákaznické sítě. Komerční banka na veletrhu představila nové služby, určené právě začínajícím podnikatelům. Jedná se o balíček Efekt Start, který usnadní začínajícím

podnikatelům správu jejich financí a ušetří jim výrazně čas, který potom mohou věnovat rozvoji svého podnikání. Z posledních 3 měsíců si balíček Efekt Start pořídilo více než 1000 začínajících podnikatelů. Ve spolupráci s ČMZRB KB představila možnost využití M-záruky pro začínající podnikatele jako zajímavý a dostupný způsob zajištění podnikatelských úvěrů. Komerční banka není pouze poskytovatelem produktů a služeb pro podnikatele, ale současně i partnerem, který dokáže prostřednictvím proškolených bankovních poradců poradit nejen začínajícím podnikatelům, a to především v oblasti vhodné struktury finančních produktů včetně financování, a zohlednit tak individuální charakter každé firmy. "Podnikání a především zahájení podnikání není snadné. Komerční banka proto nabízí začínajícím podnikatelům pomoc v podobě poradenství, například ve formě nové publikace Průvodce startem podnikání. Naši bankovní poradci jsou také připraveni poradit začínajícímu podnikateli, jakou formu financování pro svůj podnikatelský záměr zvolit a jak získat zvýhodněnou záruku od ČMZRB pro zajištění úvěru" uvedla Monika Truchliková, vedoucí Marketingu pro retailové bankovníctví Komerční banky. (tz)

Ve firemní strategii máme, že budeme vyvíjet nadčasové produkty a služby

pokračování ze strany 5

Vaše firma je členem řady profesních uskupení, také např. České společnosti pro jakost, Hospodářské komory ČR a mnoha dalších. Čím je to pro vás významné? Různá profesní sdružení jsou pro nás přínosná zejména přístupem k informacím, ke zkušenostem. Proč vymýšlet věci již vymyšlené, proč zbytečně experimentovat. Je to o komunikaci s lidmi stejného zaměření. Samozřejmě je to

i o možnosti lobování. Denně se setkáváme s nedokonalostí našeho právního systému. Klidně můžeme říci, že právo neznamena spravedlnost. A i tady je lepší, když lobuje profesní sdružení, které má tisíce členů, než když se o to samé snaží jednotlivci. Spolupráce v rámci profesních sdružení pro nás má obrovský význam.

Patříte mezi plejádu zajímavých českých manažerů. Abyste uspěli, musíte si dobře organizovat čas.



Co se vám osvědčilo a co byste doporučil vyzkoušet ostatním? Čas je asi největším problémem každého manažera. Já mám s časem problém. Jsme firma typu "rodina". Tedy tatka se musí postarat o vše. Díky systému řízení se ale již postupně zbavuji celé řady činností a postupně je předávám na své spolupracovníky. Bohužel jsem však workoholik, a tak, když něco předám, ihned si najdu cosi jiného.

Například jsem se pustil do dalšího studia. Neměl bych si jen tak ležet a nic nedělat. K plánování používám asi nejosvědčenější systém - plánovací diář ADK. Bez důkladného plánování bych určitě neměl šanci stihnout tolik různorodých úkolů. Pořádné plánování vlastní činnosti je prostě základ. Bez toho to nejde.

za rozhovor doslova od srdce poděkovala Eva Brixí

Zástupci podnikatelů diskutovali u pracovního oběda s europoslanci

Dne 31. října 2007 se v pražském TOP HOTELU Praha sešli zakladatelé CEBRE - České podnikatelské reprezentace při EU (Hospodářská komora ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a agentura CzechTrade) s českými poslanci Evropského parlamentu, zástupci Evropského hospodářského a sociálního výboru, aby nad pracovním obědem hovořili o potřebě vzájemné komunikace a koordinace v oblasti prosazování zájmů českých podnikatelů v EU.

Prezident KZPS Jan Wiesner zdůraznil, že: "...je nezbytné, aby v zájmu zaměstnavatelských organizací evropských poslanci, CEBRE, zástupci CzechTrade a CzechInvest, jakož i zástupci EHSV spolupracovali a informovali o připravovaných a projednávaných směrnících a nařízeních

a získávali jejich odborná stanoviska jako podklad k jednání."

Zazněl povzdych nad nedostatečnou kapacitou na řešení evropské problematiky, která zasahuje do mnoha oblastí. "Přestože mají podnikatelé své zástupce v Bruselu, je nutné zajistit další

rozpracování jednotlivých stanovisek v centrále v ČR, kde se ne vždy podaří k jednotlivým tématům najít patřičné odborníky," uvedl prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek. Z tohoto důvodu vyzval generální ředitel Svazu průmyslu a dopravy ČR Zdeněk Liška všechny přítomné ke vzájemné koordinaci evropských záležitostí a upozornil, že: "koordinaci evropských záležitostí musíme s blížícím se předsednictvím (v Radě EU) přikládat větší význam, a to i co do personálního zabezpečení." Zástupci CEBRE zdůraznili význam aktivní prezentace konsensuálních stanovisek českých podnikatelů vůči evropským institucím a podnikatelským asociacím.

Poslanec Evropského parlamentu Milan Cabrnoch uvítal vzájemnou spolupráci a vyzval zástupce podnikatelů k zasílání stanovisek k legislativním návrhům, které jsou pro české podnikatele klíčové a rádi by své stanovisko prosadili cestou EP. Pochválil zlepšující se spolupráci s ministry, kteří se snaží při svých návštěvách Bruselu scházet s poslanci a vyzval k této aktivitě i přítomní představitelé podnikatelů. Poslanec Jaroslav Zvěřina zdůraznil nutnost úzké spolupráce nejen na národní úrovni, ale také s kolegy z ostatních členských států. Sama ČR nemá kapacitu pojmout všechny oblasti projednávané na úrovni EU. Zástupci podnikatelů v české delegaci k Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru (EHSV) informovali o svých aktivitách v rámci EHSV a o aktuálně projednávaných tématech. Zdůraznili roli EHSV v evropském legislativním procesu, potřebu více informovat o činnosti mezi podnikateli a veřejností i význam stanovisek výboru (až 65 % Evropská komise zohledňuje), která jsou však vzhledem ke složení EHSV (zástupci zaměstnavatelů, zaměstnanců a občanské společnosti) spíše obecná. Ivan Jukl, generální ředitel České agentury na podporu obchodu Czech-Trade, informoval o administrativně-technických otázkách budoucího působení CEBRE.

Zakladatelé CEBRE mu poděkovali za dosavadní věcnou a finanční pomoc. Do debaty se zapojil i odstupující generální ředitel Agentury na podporu podnikání a investic CzechInvest Roman Čermák, který představil koncept spoje- ných kancelář.

Všichni přítomní se shodli na zájmu pokračovat v této formě pracovních setkání, další by se mělo uskutečnit nejpozději v březnu 2008. Shodli se rovněž na potřebě posílení komunikace mezi všemi aktéry, ocenili význam CEBRE jako podnikatelského zastoupení v Bruselu, poděkovali za možnost stáží podnikatelů v CEBRE a kancelářích europoslanců a shodli se na plánu uspořádat ve spolupráci s členy EHSV pro podnikatele tematické semináře k aktuálním evropským otázkám.

Zástupci časopisu Prosperita, který byl jednání přítomen, z diskuze vyplynulo, že aktuálním úkolem všech subjektů, které reprezentují CEBRE, bude stanovení priorit v projednávaných záležitostech a prohloubení systému vzájemné komunikace tak, aby se vršíci požadavky daly efektivně zvládnout. Zprostředkovávání informací o tom, co se bezprostředně dotýká a dotkne českých firem v souvztáhnosti s aktivitami "Bruselu" je práce navýsost zodpovědná a bez dobré koordinace informací a připomínek sladěných do systému by se jen těžko dala zvládnout. Jde také o to, jak potvrdili představitelé CEBRE, aby výsledky jejich činnosti byly srozumitelné a jasné, a zejména stále užitečnější pro české firmy a podnikatele. Proto vyjádřili názor, že by se měla posílit i komunikace směrem k české podnikatelské veřejnosti i prostřednictvím médií. To z důvodu, aby si české společnosti hlouběji ujasnily, co je posláním CEBRE, jak pomáhá zprostředkovávat informační tok mezi Bruselem a ČR a jak se to bezprostředně dotýká vlastních aktivit domácích firem. (tz, rix)

Rádi vám poskytneme doplňující informace na telefonu +322 2139 450 nebo e-mailu cebre.europe@mail.be



Pro WMC již 13. zlatá z Hanoje a její personální aktivity jako posila pro naše výrobce

Pražská marketingová firma WMC, která se již 13 let specializuje na Vietnam a prezentuje tam 25 našich výrobců, opět získala na říjnovém mezinárodním průmyslovém veletrhu VIIF v Hanoji nejvyšší ocenění - zlatou medaili veletrhu. Je to již třináctá zlatá medaile, kterou expozice WMC obdržela na největších veletrzích v Hanoji v posledních osmi letech. WMC za pomoci svých smluvních partnerů a konexí ve VSR pomáhá našim firmám úspěšně vstoupit na vietnamský trh s 84 miliony obyvatel.

Největší zájem byl letos o vystavený traktor pro práci v rýžových polích firmy VARI, a. s., Libice nad Cidlinou, který měl v Hanoji v dubnu na veletrhu VIIF světovou premiéru a již odpracoval na rýžových polích ve 3 vietnamských provinciích 1600 hodin bez jediné poruchy. Příští rok by se měl tento traktor montovat a částečně vyrábět ve Vietnamu.

Návštěvníky veletrhu zaujaly vystavené hydro-motory firmy Glentor, s. r. o., z Prahy 10, transformátory firmy KPB Intra, s. r. o., z Bučovic, solární diodové okno firmy Ing. Jan Staňa – Ekoplanet z Bystré i kolekce průmyslových kamenů firmy Preciosa, a. s., z Jablonce nad Nisou. Velmi důležitá obchodní jednání s vietnamskými strategickými partnery uskutečnili přítomní zástupci

firem INCO-Engineering, s. r. o., z Prahy 8 (důlní technika) a KV VENTI, s. r. o., z Prahy 4 (větrné elektrárny).

Zájem byl také o služby Pojišťovny VZP, a. s., Praha v ČR. WMC totiž letos představila v Hanoji svůj nový projekt, který zajistí našim výrobcům potřebné kvalifikované pracovní síly z Vietnamu a VSR pomůže zvýšit kvalifikaci jejich dělníků 2letou prací v našich podnicích, které jsou vybavené moderní výrobní a montážní technikou, která většinou ještě ve Vietnamu není. Pracovní skupiny budou vždy doprovázet tlumočníci vybraní ze zájemců, kteří u nás v minulosti studovali. WMC v průběhu veletrhu uzavřela dohody se čtyřmi největšími školícími a personálními vietnamskými agenturami (SALCO, SEAPRODEX, VTC CORP, CUONG HAI GS JSC), které mají licenci tamějšího ministerstva práce a sociálních věcí i letitou praxí ve vysílání kvalifikovaných Vietnamců za prací do zahraničí, například do Japonska, Singapur, Jižní Koreje, Thajska, Kambodži a Barmy. Mezi klienty WMC patří i naše personální agentury, které mají licenci MPSV ČR k dovozu pracovníků z Vietnamu. Dozor nad vietnamskými pracovníky i případnou pomoc v rámci tohoto projektu budou u nás provádět česká pobočka Vietnamské asociace malých a středních podniků - VINASME i některé viet-

namské firmy působící u nás, například Q&T International, s. r. o., z Prahy, se kterými má WMC uzavřené dohody o spolupráci v tomto projektu. První pracovníky z Vietnamu chce WMC v rámci tohoto projektu zajistit našim podnikům a personálním agenturám v průběhu prvního čtvrtletí příštího roku. Bude však zále-

žet také na rychlosti i vstřícnosti při udělování víz pro tyto vietnamské pracovníky na našem zastupitelském úřadě v Hanoji. (tz)



Program Potenciál je prodloužený do konce roku

O měsíc déle, tedy do 31. prosince 2007, mohou podnikatelé posílat agentuře CzechInvest své registrační žádosti do evropského programu Potenciál. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR nejen prodloužilo příjem žádostí, ale také zvýšilo hranici podpory (alokaci) o 300 milionů korun na 900 milionů.

"Podnikatelé mohou pomocí programu Potenciál rozšiřovat své výzkumné a vývojové kapacity. Tento druh investic je nyní prioritní, proto došlo k prodloužení a finančnímu posílení právě tohoto programu," uvedla Alexandra Rudyšarová, pověřená řízením agentury CzechInvest.

Jednou ze základních podmínek pro podání projektu je minimální investice do dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku ve výši 5 milionů Kč. Plné žádosti mohou podnikatelé

zasílat do konce ledna 2008. V první polovině příštího roku se předpokládá vyhlášení 2. Výzvy, která by se nově měla týkat i velkých podniků. Potenciál patří do Operačního programu Podnikání a inovace.

Podporu je možné získat na investice do zřízení nebo rozšíření vývojového centra zaměřeného na výzkum a vývoj výrobků nebo technologií. Centrum by mělo přispívat k zavádění technologicky nových nebo inovovaných produktů, produkčních řad, výrobních procesů a technologií. Musí však existovat reálný předpoklad, že výsledky práce centra budou skutečně použity ve výrobě. Malé a střední podniky mohou dotaci použít i na úhradu vybraných provozních nákladů centra jako jsou mzdy, pojistné a cestovné výzkumných a vývojových pracovníků. (tz)

Využijte letos daňových výhod leasingu!

Poříďte si automobil, stroj nebo zařízení **ihned** a začněte splácet **až po 3 měsících**. Využijte **daňových výhod leasingu** platných jen do konce tohoto roku: **zrychlené odepisování** nebo **délka financování již od 36 měsíců**.

ČSOB Leasing

www.csobleasing.cz

Infolinka: 800 150 150



Dokázali jsme se na probíhající procesy podívat bez emocí a tlaku

Zajímalo by mne, ve kterém oboru se nehovoří o kvalitě. Těžko by se hledala nějaká specializace, která si nebude říkat o to, aby se stala ještě lepší, pro zákazníky příhodnější, pro vlastníky firmy atraktivnější. Kvalita je sice samozřejmostí, ale ti chytří vědí, že pokud se nebude posilovat povědomí o její nezbytnosti, přestaneme ji vnímat jako faktor, který nikdy nezestárne. Ve slovníku většiny manažerů má slovo kvalita výsadní postavení. Zejména kvalita ve spojitosti s řízením firem. O navýsost zřejmé a inspirující filozofii kvality a řízení jsem tentokrát hovořila s generálním ředitelem společnosti Kovohutě Příbram nástupnická Ing. Jiřím Dostálem:



spíše jako nástroj pro zlepšování již zavedených pravidel. A certifikace zavedeného systému? Pro podniky jakékoliv velikosti je certifikace a udržování certifikovaného systému určitě časová, finanční i personální zátěž a určitě by měla být minimálně v rovnováze potřeba vyvolaná zvenčí, od zákazníků i nutnost jakéhosi vnitřního pořádku. A dobrý manažer si právě na tuto záležitost čas prostě najít musí (i ten živnostník...).

Ve větších společnostech je na čem stavět, ačkoli třeba řízení kvality je zanedbáno. Jakou máte zkušenost v Kovohutích? Kde byl prostor pro zlepšování, jak jste postupovali, kde

Řízení týmu, řízení kvality, to je specializace, která k vám léta patří. Myslíte si, že řízení kvality se v českých firmách trochu zanedbává? Nebo to pojmenujeme elegantněji - není u nás k němu takový vztah, jaký si konkurenceschopnost trhu vyžaduje?

Řekl bych, že zpravidla v této oblasti po dosažení úspěchu systémy řízení začínají stagnovat (vždyť jsme toho dosáhli...), v některých případech i uvatat. Proto považuji za nutné v rámci vedení týmu hledat různé impulzy, jak odpovědně zaměstnance a tým i systémy řízení "nakopnout" z jiného pohledu, než předepisují zavedené a již zvládnuté normy. Možností je více - účast v různých benchmarkingových šetřeních a průzkumech (abychom si nemysleli, že už jsme všechno dosáhli...) nebo v konkrétních projektech.

Pro nás například jedním z těchto vnějších impulzů byla účast na projektu Abeceda Managementu úspěchu, což byl projekt dotovaný z fondů EU a jednalo se o aplikaci zkráceného modelu EFQM. V průběhu celého projektu jsme byli konfrontováni konzultantem i hodnotitelem s požadavky a výsledky tzv. best practice a následně pak na společném zasedání vedení společnosti se silnými stránkami rozvoje společnosti, ale také nám byla doporučena opatření pro další zlepšování.

Zdá se mi, že zejména v menších firmách je řízení jako takové podceňováno, kolektiv několika pracovníků je veden hodně "živnostensky", pragmaticky a intuitivně. Jenže - když zakládáte firmu, jak do chodu vnést od počátku systém, když se to zdá předčasné a není na to kdy?

Nechci působit jako mentor, ale je zřejmé, že v každé, tedy i menší firmě je vždy efektivní zavést a prosazovat jistá pravidla (systémy) fungování hned na počátku podnikání. Pokud nestanovíte systém řízení, chování, jednání apod. hned zpočátku, zpravidla asi nebudete mít moc šancí na úspěch. Pro tato pravidla může být například vodítkem i soubor ISO norem, ale vždy je potřeba vyhodnotit i ostatní povinnosti a také dopady - legislativa, finance, ekologie, regionální či obchodní vztahy - je tedy nutné znát celkovou činnost a směřování firmy a systém pak nastavit tak, aby hlavní principy či záměry byly jednoznačně plněny - zavedení systému řízení je potom daleko snazší a slouží

kde někdo přes papír nahrazuje funkční a efektivní systém. Pokud jsou totiž uplatněné systémy funkční a efektivní, jsou záznamy prováděny skutečně pouze v opodstatněných a předpisy stanovených případech (je nutné dokladovat např. kvalitu našich výrobků - to chce přece každý zákazník a my, jako dodavatelé, musíme vědět, co na trh dodáváme, a to bychom museli sledovat, i kdybychom neměli certifikované systémy řízení). Samozřejmě, že někdo musí systémy popsat a udržovat je v aktuálním stavu, ale u středně velkých a velkých podniků se investice do systémových pracovníků či útvarů vždy vrátí. A za druhé - systémy řízení jsou především nástrojem a jejich vhodná aplikace vždy záleží na schopnostech manažerů ve společnosti.

Anebo je to špatný přístup, špatná aplikace určitého modelu? Každá firma přece touží po tom, zejména když patří jednomu vlastníkov, aby vše, co je možné, bylo ještě jednodušší.

Ano, takhle jsem to myslel a snad i vyjádřil - není špatných systémů, ale mnohdy neschopných manažerů, kteří se schovávají za systémy řízení, různé směrnice a poučky a nedokáží své týmy a také procesy řídit a zlepšovat. Jími řízený systém pak je opravdu nepřehledný, a tím i nefunkční a neefektivní. A určitě rozhodující je i postoj vlastníka, který vás může nabudit či zcela "zakopat do země". Mnohdy však vůbec nejde o systémy, ale o vztahy a záměry s firmou.

K čemu vám tedy napomohlo letošní absolvování projektu Abeceda Managementu úspěchu a k čemu byste se na základě toho rádi odhodlali?

Již jsem zmínil, že aplikace zkráceného modelu EFQM v naší společnosti byla zejména jedním z dalších impulzů ke zlepšování úrovně systému řízení společnosti a prohloubení vztahů mezi všemi řídicími pracovníky ve společnosti. Dokázali jsme se na probíhající procesy podívat jinými očima, jiným úhlem pohledu, a to bez emocí a tlaku. Výhodou určitě je, že firmu vede stabilizovaný tým manažerů, kteří kromě odbornosti plně chápou svoji týmovou roli a umí ocenit přínos jiných pro chod společnosti, případně poradit a pokusit se najít společně, průřezové řešení, které je aplikovatelné i v jiných divizích společnosti. Samozřejmě nehodláme projekt ukončit tím, že jsme převzali upomínkový diplom - již máme schváleno celkem 8 tzv. "akčních plánů", které reagují právě na zjištění, doporučení a náměty pro další zlepšování, které se týkají jak systémového řízení, tak i dílčích zlepšení v konkrétních divizích. A jsem přesvědčen, že stávající tým manažerů má schopnosti k tomu, aby získané poznatky zúročil především v konkrétní práci a případně se dopracoval i k vyšším cílům (musím s nimi probrat například možnost zapojit se do projektu Národní ceny pro jakost...)

To znamená, že byste dosavadní úsilí a úspěchy rádi zúročili. Co je vlastně vašim největším ekonomickým úspěchem za několik posledních let? Lze jmenovat např. vaše podnikatelské vnímání ekologie a odpadového hospodářství?

Já bych uvedl, že největším úspěchem je přesvědčení lidí a spojení podnikání s ekologicky šetrným přístupem k našim aktivitám. Asi to nezní moc přesvědčivě, ale pro nás to znamená prakticky všechno - spolehlivý, stabilizovaný a uvědomělý tým (nejen manažerů, ale i drtivě většiny zaměstnanců) a jejich přístup k zajištění potřebných činností - a to těch hlavních, výrobních procesů, které nás doslova "živí", až k tzv. servisním, které prakticky nemohou nikdy být finančně výnosné, ale mají své nezapustitelné místo v celkovém systému řízení. A jestliže naše hutnická společnost dokázala během 10 let již dvakrát (!!) získat prestižní ocenění - Cenu zdraví a bezpečného životního prostředí, vyhlášenou renomovanou neziskovou společností Business Leaders Forum, za naše projekty, které byly úspěšně realizovány - to pro nás znamená hodně. Stejně tak jako i naše zatím poslední ocenění z minulého měsíce - podnik Podporující zdraví.

Možná by se slušelo zmínit i vztah firmy k zaměstnancům - neutíkají vám, naopak v Kovohutích Příbram nacházejí dobré zázemí pro sebe-realizaci, životní jistoty. Čím to?

Určitě nejlépe by vám odpověděli sami zaměstnanci. V našem - týmech zaměstnanců formulovaném Poslání uvádíme, že "usilujeme o trvalé postavení uznávaného regionálního zaměstnavatele". No a proto musíte také něco udělat. Nejdůležitější je, že zaměstnanci musejí mít dobrý pocit již z toho, že jsou zaměstnanci právě Kovohutí, že jsou pro ně vytvořeny všechny - a to nejen základní - podmínky pro bezpečný výkon práce, minimalizována rizika, zajištěna zdravotní péče i sociální program, že funguje motivační systém, že je zajištěna perspektiva fungování, že jsou využívány veškeré dostupné nástroje komunikace, vizualizace výsledků, možnosti vzdělávání atd.

V tomto směru navíc prakticky nemáme možnost ihned získávat nové, potřebné zaměstnance z některých škol či učebních oborů - dáváme přednost individuálním schopnostem, předpokládám, ochotě pracovat i na sobě a zaručujeme schopným lidem zaučení, zvýšení kvalifikace získáním nezbytných oprávnění včetně jejich trvalé aktualizace a obnovování atd. Určitě nevyhovíme všem (každý má o práci či své seberealizaci jiné představy), ale námi sledované ukazatele fluktuace a stabilizace jsou rok od roku lepší. Například v současné době více než 3/4 zaměstnanců pracují pro Kovohutě déle než 5 let - a to je v současné hektické době změn a odchodů velmi příznivé číslo. Takže - i velmi černé řemeslo, jakým je hutnictví, může mít světlé žitky...

za odpovědi, které se čtou s chutí a zvědavostí, poděkovala Eva Brixí

Daňové úlevy bez starostí

Penzijní fond České pojišťovny (PFČP) stejně jako v předchozích letech nabízí svým klientům jednoduché využití daňových úlev. Klienti penzijního fondu obdrží dopis s kalkulovanou výší doplatku pro maximální daňový odpočet a s předvyplněným formulářem. Ročně může takto každý ušetřit až 3840 Kč. Možnost využít daňových úlev díky penzijnímu připojištění komunikuje PFČP ke klientům prostřednictvím nové reklamní kampaně z prostředí sportovního potápění. PFČP klientům každoročně poskytuje nadstandardní službu, kdy každému individuálně spočítá optimální doplatek podle stavu konkrétního účtu, a zjednoduší tím celý proces. Podle marketingových výzkumů však mají lidé k daňovým úlevám převážně rezervovaný postoj. "Podle našich zkušeností přijde lidem možnost uplatňovat daňové odpočty příliš složitá. Proto se jim využití daňových úlev díky penzijnímu připojištění snažíme co nejvíce ulehčit. Zvláště, když ročně tímto způsobem mohou na daních uspořit až 3840 Kč," komentoval rozesílání formulářů PFČP Libor Pergl, výkonný ředitel pro obchod a marketing.

Daňové úlevy mohou čerpat všichni penzijně připojištění, kteří na svůj penzijní účet za letošek vložili více než 6000 Kč. Potřebnou administrativu lze v PFČP vyřídit osobně, korespondenčně i po internetu. V průběhu ledna 2008 zašle PFČP automaticky potvrzení, které stačí předat v mzdové účtárně. Na jeho základě pak zájemci získají daňovou úsporu v únorové mzdě. (tz)



DUHOVÁ LINKA 900 109 801

po - út: 9 - 16, pá: 9 - 12

Na tomto telefonním číslu se můžete dovědět o našich službách a podmínkách bydlení.

SON - Sdružení nájemníků ČR disponuje uceleným know-how.

Můžete se zeptat na cokoli, co vás zajímá. Bytové poradenství poskytují kvalifikovaní odborníci bytového práva, bytových inženýrských služeb a dalších oborů.

Telefonní poradenství je rychlé, pohodlné a spolehlivé.



Sdružení nájemníků ČR
Nám. W. Churchilla 2
113 59 Praha 3 - Žižkov
e-mail: son@cmkos.cz

...a tak se oceněné firmy těší vysoké prestiži

Rok se sešel s rokem a Pražský hrad opět ožil kvalitou. Tedy v pojetí prestižní soutěže, kterou mnozí z vás již dobře znají, a jejím vyvrcholení. Ve Španělském sále bylo v polovině listopadu 2007 slavnostně uděleno nejvýznamnější ocenění za management kvality - Národní cena ČR za jakost. Slavnostního předání se zúčastnil předseda Senátu Parlamentu ČR MUDr. Přemysl Sobotka, náměstek ministra průmyslu a obchodu Ing. Luboš Vaněk, předseda Rady ČR pro jakost JUDr. Ing. Robert Szurman a vedoucí představitelé ministerstev, orgánů a organizací veřejné správy, podnikatelských svazů a sdružení a další významné osobnosti.

Rada České republiky pro jakost jako nejvyšší orgán Národní politiky podpory jakosti ve spolupráci se Sdružením pro Cenu České republiky za jakost oznámila udělení nejvyššího ocenění a představila tak úspěšné subjekty veřejnosti. Národní cena ČR za jakost je nejvyšším oceněním, které mohou organizace získat v oblasti managementu kvality. Toto ocenění hodnotí firmu či organizaci nejen po stránce kvality produkovaných výrobků či služeb, ale i kvality managementu, vztahu k zaměstnancům, k životnímu prostředí a ke společnosti. Hodnocení je prováděno podle jednotných kritérií Evropské nadace pro management kvality (EFQM) používaných téměř ve všech evropských zemích. Obdobná prestižní ocenění jsou udělována ve více jak 80 zemích světa za podpory nebo přímé garance vlád těchto zemí. Ocenění předávají vítězným organizacím předsedové vlád, hlavy monarchií nebo prezidenti. Vítězové Národních cen v Evropě mohou dále usilovat o Evropskou cenu za kvalitu. "Aby organizace uspěla v hodnocení v Programu Národní ceny za jakost, musí být opravdu dobrá ve všech směrech své činnosti.," řekl JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady ČR pro jakost. "V zahraničí si jsou náročnosti kritérií Národních cen velmi dobře vědomi, a tak se oceněné firmy těší vysoké prestiži." V České republice bylo toto ocenění uděleno letos již potřinácté. Vítězem Národní ceny České republiky za jakost se pro rok 2007 stala Fakulta strojní, Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava. Ocenění zlepšení výkonnosti organizace v Programu Národní ceny ČR za jakost v podnikatelském sektoru získaly společnosti COOP Centrum družstvo a JUDr. Bohuslav Švamberk.

Ocenění zlepšení výkonnosti organizace v Programu Národní ceny ČR za jakost ve veřejném sektoru získají Fakulta hornicko-geologická, Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, Městská část Praha 10 - Úřad městské části Praha 10, Policie ČR, správa Středočeského kraje a KÚ Hradec Králové. Ocenění za zapojení organizace do Programu Národní ceny ČR za jakost získaly Český statistický úřad, Městské úřady Šumperk a Jablunkov a Národní ústav odborného vzdělávání. V rámci Slavnostního večera byla udělena i další ocenění v oblasti kvality jednotlivcům i organizacím. Národní cena ČR za jakost je od loňského ročníku udělována ve dvou sektorech - podnikatelském a veřejném. Zatímco v podnikatelském sektoru je hodnocení založeno výhradně na modelu excelence EFQM, ve veřejném sektoru mohou organizace využít i model CAF, což je varianta modelu excelence EFQM upravená na základě požadavků Evropské komise pro organizace veřejné správy. Model excelence EFQM hodnotí organizaci podle devíti hlavních kritérií. Prvních pět vytváří předpoklady pro to, aby firma byla úspěšná, ve zbylých čtyřech se firma hodnotí z hlediska výsledků nebo cílů, jichž dosáhla. Výsledky jsou analyzovány především s ohledem na zákazníka, jemuž model přikládá nejvyšší váhu. V úvahu se však bere i spokojenost zaměstnanců a vztah firmy ke komunitě, kde působí. Jde tedy o komplexní pohled. Model umožní odhalit slabá místa podniku a ještě lépe využít silné stránky. Stává se tak silným nástrojem pro management společnosti při zvyšování výkonnosti a zlepšování výsledků. "Hlavní význam Národní ceny ČR za jakost nespo-

čívá jen v možnosti získat prestižní ocenění," uvedl Ing. Pavel Ryšánek, předseda Sdružení pro Cenu ČR za jakost. "Zapojení do programu znamená pro firmy především získání silného a úspěšného manažerského nástroje - EFQM modelu. Výsledky z naší země i ze zahraničí ukazují, že společnosti, které model využívají, dosahují zlepšení hospodářských výsledků o 40-60 % oproti těm, které modelu nevyužívají. Výrazná zlepšení výsledků můžeme vidět i u organizací veřejné správy a dalších nekomerčních organizací." Slavnostní večer ve Španělském sále bývá vyvrcholením aktivit celonárodního programu Listopad - Měsíc kvality v ČR a Evropského týdne kvality. V jejich rámci se uskutečnily letos dvě desítky akcí, z nichž nejvýznamnější byla mezinárodní konference s motem "Inovace a péče o kvalitu". Konference o kvalitě, vždy s jiným tématem, jsou již tradičně místem setkávání našich a zahraničních odborníků na zmíněnou oblast. Doplňme, že na další z akcí - Večeru s Českou kvalitou v Národním domě na Vinohradech v Praze získalo 18 nových výrobků a služeb ocenění v Programu Česká kvalita. Význam programů na podporu kvality neustále stoupá v celém světě. Právě v listopadových dnech slaví své týdny a měsíce kvality většina států v celém světě a jejich součástí je i udílení Národních cen za jakost. Tato tradice vznikla v Japonsku v roce 1951 (Demingova cena), v roce 1987 vznikla zákonem Kongresu USA Národní cena Malcolma Baldrige. V roce 1989 si význam tohoto ocenění uvědomily i největší evropské firmy a založily nadaci EFQM, která vytvořila jak model řízení EFQM, tak i program Evropské ceny za kvalitu (udělované od roku 1989). Vzhledem k významu těchto programů se jejich podpoře výrazně věnují jak vlády jednotlivých zemí, tak i organizace, podnikatelé a manažeři úspěšných firem. "Péče o kvalitu v různých oblastech je v zájmu jak občanů - spotřebitelů, tak i komerčních organizací a veřejného sektoru. Programy Národní politiky podpory jakosti nám přináší úspěšnější firmy, efektivnější organizaci veřejné správy a kvalitnější zboží a služby občanům. V tom je jejich přínos nepochybnitelný," doplnil JUDr. Ing. Robert Szurman. (tz)

Přehled oceněných

1. Národní cena ČR za jakost - podnikatelský sektor

Ocenění zlepšení výkonnosti organizace:
● COOP Centrum družstvo
● JUDr. Bohuslav Švamberk

2. Národní cena ČR za jakost - veřejný sektor - hodnocení podle modelu excelence EFQM

Vítěz:
● Fakulta strojní, Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava
Ocenění zlepšení výkonnosti organizace:
● Fakulta hornicko-geologická, Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava
● Městská část Praha 10 - Úřad městské části Praha 10
● Policie ČR, správa Středočeského kraje
Ocenění za zapojení organizace:
● Český statistický úřad

3. Národní cena ČR za jakost - veřejný sektor - hodnocení podle modelu CAF

Ocenění zlepšení výkonnosti organizace:
● Krajský úřad Hradec Králové
Ocenění za zapojení organizace:
● Městský úřad Jablunkov
● Městský úřad Šumperk
● Národní ústav odborného vzdělávání

4. Cena Anežky Žaludové

● Milan Hutýra

5. Manažer kvality roku 2007

● Vítěz - Vratislav Osička
● Finalista - Alice Molnárová

6. Značka CZECHMADE

● Vinné sklepy Valtice, a. s., za výrobek - Rulandské modré jakostní víno odrůdové
● Kappenberger + Braun, Elektro-Technik, s. r. o., za službu - Projektování a montáž elektro
● Barvy Tebas, s. r. o., za výrobek - Balakryl UNI Mat V 2045

7. Ekologicky šetrný výrobek

● ESSELTE, s. r. o., za Archivační výrobky ze sběrového papíru
● H - NÁBYTEK, s. r. o., za Kancelářský a bytový nábytek

8. Osvědčení CSR (Společenská odpovědnost organizací)

● Městská část Praha 10
● EuroAgentur Hotels & Travel, a. s.
● Continental Czech Republic, s. r. o.

9. Ocenění Čestný zahraniční člen ČSJ

● Alfons Schmid

Nové portfolio služeb zvýšilo TNT Express počty dopoledních zásilek o 140 %

Neuvěřitelný 140% nárůst počtu zásilek doručených v dopoledních hodinách zaznamenala společnost TNT Express pouhé 3 týdny po uvedení nového portfolio služeb na trh. Neoficiální moto kampaně "Služby dostupné pro každého" se tak naplnilo, a to zejména novými službami "10:00 Express" a "12:00 Economy Express", které se na celkovém nárůstu podílely 25 %.

"Úspěch nového portfolio služeb jsme poznali už první týden po jeho zavedení, kdy nárůst počtu dopoledních zásilek dosahoval 100 %. Tím, že jsme ke stávajícím službám "9:00 Express" a "12:00 Express" přidali dvě nové služby s garantovanou dobou dodání - "10:00 Express"

a "12:00 Economy Express", jsme se stali bezkonkurenčně nejlepší v nabídce služeb s doručením v dopoledních hodinách, což naši klienti svým zájmem potvrzují. Především 12:00 Economy Express je první produkt svého druhu v tomto odvětví, neboť zákazníkům předkládá službu, která je zároveň úsporná a nabízí garantovanou dobu dodání," řekl Ing. Petr Chvátal, generální ředitel TNT Express v České republice.

Zavedení nových služeb předcházela rozsáhlý výzkum zahrnující 7500 uživatelů expresních služeb na klíčových trzích po celém světě. Výsledky ukázaly, že kromě možností v oblasti rychlosti doručení, hmotnosti zásilek a geogra-

fického pokrytí zákazníci od svého poskytovatele expresních služeb očekávají komfort, spolehlivost a kontrolu. Nové služby tak reagovaly přímo na požadavky těch, kteří přístup TNT Express ocenili zvýšenou poptávkou po jejich službách.

Nové portfolio služeb využívá plně integrované síť vzdušné a pozemní infrastruktury TNT a nabízí větší geografické pokrytí pro doručení v 9:00, 10:00 a 12:00 hodin do více měst a obchodních lokalit po celém světě než kdykoli dříve. Na trh byly nové služby uvedeny 18. září 2007.

Novinky o TNT Express můžete sledovat na webové televizi www.tntnews.cz. (tz)



NÁRODNÍ POLITIKA
PODPORY JAKOSTI

Zúčastněte se programu Národní ceny ČR za jakost.

Budete mít možnost získat prestižní ocenění uznávané v celém světě a zajistíte své firmě nejúspěšnější manažerský nástroj vedoucí k business excelenci

EFQM model?

Návod na to, jak dosáhnout a objektivně měřit vlastní úspěch.

1. Co mají společného nejúspěšnější evropské firmy jako např. SIEMENS, RENAULT, ABB, PHILIPS, VOLKSWAGEN, ...?

2. Co je příčinou toho, že některé společnosti mají až dvojnásobný nárůst hodnoty akcií a až o 60% lepší ekonomické výsledky, ve srovnání se společnostmi se shodným podnikatelským záměrem a stejnou startovací pozicí?

3. Co je základem úspěšného řízení více než 30.000 velkých, středních i malých evropských firem?

Odpověď na všechny tři otázky je stejná EFQM excellence model.

Tento model je základem hodnocení firem v Národních cenách za jakost předávaných prezidenty, předsedy vlád, nebo hlavami monarchií v 75 zemích světa.



NÁRODNÍ
CENA
ZA JAKOST

www.narodnicensa.cz



SDRUŽENÍ PRO CENU
ČESKÉ REPUBLIKY ZA JAKOST

Sdružení pro Cenu České republiky za jakost
Drahobejlova 1452/54, 190 00 Praha 9
Tel.: 266 109 811, fax: 284 819 742
E-mail: info@scj-cr.cz, Internet: www.scj-cr.cz



Předseda Senátu Přemysl Sobotka předává Národní cenu ČR za jakost



Prezident George W. Bush předává cenu za jakost (cena Malcolma Baldrige)

www.premium.prosperita.info

13

Zastaralé kotelny nic neřeší

Výrobu tepla z uhlí od nového roku výrazněji zatíží ekologická daň. Řadu zastaralých kotlen na uhlí bude navíc nutné rekonstruovat, aby vyhovovaly novým emisním limitům. O změnách v oblasti teplárenství se ale hovoří i v souvislosti s očekávaným dynamickým růstem cen hnědého i černého uhlí a biomasy. Komplexní řešení vytápění domovních kotlen, obecních budov, sportovních hal nebo provozů malých a středních firem nabízí projekt Teplo skupiny RWE v ČR.

O tom, že se zemní plyn hodí k vytápění, již bylo popsáno mnoho papíru a internetových stránek. Zopakujeme, že zejména střední a malé teplárny by tak mohly získat řadu výhod, pakliže by využily nabídky společnosti RWE - skupina nabízí pomoc s plánováním, výstavbou a dokonce i provozem. Vytápění zemním plynem je výhodné i z dalších hledisek - ušetřit lze na pronájmu

skladovacích prostor na pevná paliva i mzdách, prostě s plynem je energetické hospodářství mnohem jednodušší než např. s uhlím. Přechod na nový způsob vytápění nemusí být ani finančně náročný. Zákazníci mají možnost využít nabídky RWE na financování vstupní investice do energetického zařízení. V takovém případě by cena energie (tepla) zahrnovala

i leasingové splátky za pořízení investice. Po ukončení platnosti smlouvy může být energetický zdroj buď odprodán za zůstatkovou cenu, nebo lze dohodnout pokračování služby. RWE je tímto způsobem rovněž schopná financovat všechny náklady na údržbu a provoz. Důležité je, že vzhledem k nové situaci na trhu bude cena dodávaného tepla i poté stále konkurenceschopná. U větších objektů, jako jsou například nemocnice nebo obytné komplexy, může RWE nabídnout po posouzení a optimalizaci energetických potřeb (teplo, chlad pro klimatizaci, elektřina apod.) takzvanou kogeneraci či trigeneraci. "Jde o systém, který nejprve využije zemní plyn k výrobě elektrické energie a teplo je v podstatě vedlejším produktem. Trigenerací se dá zajistit navíc klimatizace objektu v letním období.

Zavedení nejnovějších technologií pro vytápění zemním plynem má ale i jiné efekty. Kromě snížení energetické spotřeby dochází také k ekologizaci provozu. Zejména pro města a obce z oblastí s výrazně znečištěným ovzduším by mělo jít o zásadní argument pro změnu současného stavu. Při porovnání hlavních energeticky využívaných paliv je zřejmé, že například emisní hodnoty CO₂ jsou u zemního plynu nejnižší. Společně s vysokou účinností spalovacího procesu, kdy je využíváno přibližně 80-96 % energie spalovaného plynu, je označení zemního plynu jako čistého paliva zcela případné. O tom, že se programy na úsporu elektrické energie, plynu, finančních prostředků, na podporu ekologie atd. stanou více než naléhavé, vypovídá i několik následujících grafů: (tz)

Nové energetické výzvy

- Jen v Evropě bude během příštích 20 let nutné investovat přibližně jeden bilion eur, aby bylo možné vyhovět očekávané poptávce po energii a nahradit stárnoucí infrastrukturu.
- Nebudeme-li schopni zvýšit konkurenceschopnost energie z domácích zdrojů, energetická závislost EU naroste v příštích 20 až 30 letech až na 70 %.
- V současné době je zhruba polovina spotřeby zemního plynu v EU pokryta dodávkami z pouhých tří zemí (Rusko, Norsko a Alžírsko). Podle současných tendencí by se závislost na dovozu zemního plynu do EU během příštích 25 let zvýšila na 80 %.

Výhled EU 25 závislost na dovozech (Evropská komise)

Energetická efektivita

Důvody pro změnu v tepelném hospodářství

Nové teplárenské systémy

- nižší spotřeba energie díky zavedení nejnovějších technologií
- umožňují snížit objem ztráty tepla/energie při přepravě (až o 50 procent)
- přispívají k čistějšímu ovzduší v obydlených oblastech
- sníží náklady na přepravu energie (zvláště v porovnání s uhlím)
- odpovídají požadavkům nové směrnice EU (2003/96/ES), která bude implementována v ČR

Čím je zařízení menší, tím je lepší pro plyn (a čím je zařízení větší, tím je lepší pro uhlí)

Effektivita / emise

0 MW Kapacita

Plýn Efektivita Emise Uhlí Efektivita Emise

Energetická efektivita tématem EU

- EU ročně stojí neefektivní využívání energie částku vyšší než 100 miliard eur.
- Cílem Evropské unie je dosáhnout do roku 2020 prostřednictvím aktivit spojených s tématem energetické efektivnosti snížení spotřeby energií o 20 %.
- Pro dosažení tohoto cíle musí Evropa více než zdvojnásobit míru zvyšování efektivity v oblasti využívání energií oproti současnosti.

Sektor	Celkový potenciál úspor energií do r. 2020
Rodinné domy	27 %
Administrativní budovy	30 %
Doprava	26 %
Výrobní průmysl	25 %

Úspěch energetické efektivnosti musí být založen na odpovědném chování jednotlivců, ne jen na legislativě.

E.ON A WHIRLPOOL společně šetří energii

Praha, 26. 9. 2007 - E.ON, významný dodavatel elektřiny a plynu v České republice, se spojil s největším výrobcem bílé techniky - firmou Whirlpool. Až do konce listopadu totiž trvá speciální nabídka v rámci nového programu E.ON EnergiePlus+, k níž E.ON přizval i Whirlpool. Program E.ON EnergiePlus+ šetří peníze zákazníků i přírodu. Zákazníci E.ON totiž mohou ušetřit při koupi vybraných úsporných domácích elektrospotřebičů značky Whirlpool 17 až 28 %. "E.ON chce být průkopníkem a zatraktivňovat ekologické chování svých zákazníků, proto jsme nastartovali dlouhodobý program E.ON EnergiePlus+. Jako partnera letošní podzimní kampaně jsme zvolili jedničku v oblasti bílé techniky v ČR. Se společností Whirlpool jsme pro naše zákazníky připravili velmi atraktivní nabídku vybraných energeticky úsporných domácích spotřebičů," řekl Martin Dvořák, vedoucí marketingové komunikace E.ON Česká republika. E.ON se rozhodl v kampani využít tradiční i méně tradiční komunikační nástroje - print, POS, rádio, CLV, billboardy, PR. V nabídce jsou vybrané energeticky úsporné pračky, myčky a kombinované chladničky. "Do

kampaně jsme zařadili energeticky úsporné spotřebiče třídy A a A+ jak v nižší, tak i ve střední cenové kategorii. Cílem je samozřejmě oslovit co nejširší spektrum zákazníků E.ON," dodal Ján Živný, marketingový ředitel Whirlpool CR. Nabídka platí pouze pro zákazníky energetické společnosti E.ON, kteří musejí při koupi spotřebiče v prodejně předložit fakturu za elektřinu od E.ON. Akční zboží lze zakoupit v široké síti specializovaných prodejen (zejména prodejní síť Euronics) v jižních Čechách a na jižní Moravě. Kampaň potrvá od 17. 9. do 30. 11. 2007. **více informací o celkové nabídce lze získat na bezplatné infolince 800 40 50 60, nebo na www.eon.cz**

Projekt skupiny RWE inspiruje

Desítky tisíc lidí hledají inspiraci k efektivnějšímu využívání energií na webových stránkách projektu skupiny RWE s názvem Šetřím energii. Stejnou webovou stránku setrimenergie.cz se spoustou praktických rad a tipů na úspory energií si za první dva měsíce jeho provozu prohlédlo více než 120 tisíc unikátních návštěvníků. "Projekt Šetřím energii nám potvrzuje, že lidé skupinu RWE vnímají jako odborníka na energie a energetickou efektivitu. Důvěřují nám a očekávají od nás, že jim pomůžeme najít dostupné návody k úspoře nákladů za energie v jejich domácnostech. Těší nás, že toto očekávání naplňujeme," uvedl předseda představenstva RWE Transgas Martin Herrmann. Zákazníci skupiny RWE, kteří se na stránkách setrimenergie.cz zaregistrovali, měli navíc možnost soutěžit o tepelný audit domu. Hlavní cena zahrnuje čtyři snímky termokamerou, včetně následných doporučení odborníka ze skupiny RWE. Na výhru v hodnotě 2500 korun dosáhne každý patnáctý soutěžící, celkem RWE odmění 400 svých zákazníků. Smyslem projektu Šetřím energii je poradit, jak lze zodpovědným chováním snížit výdaje za energie. Informační kampaň zaměřená na domácnosti a malé podniky je navodem, jak ušetřit změnou chování a návyků, za vynaložení minimálních investic anebo investic, které mají rychlou návratnost. Kromě internetu jsou rady a tipy projektu Šetřím energii dostupné v zákaznických kancelářích skupiny RWE v brožurách a na elektronických terminálech. (tz)

IBM v rámci svého ekologického programu uvádí ukazatel energetické spotřeby mainframů

V rámci svého projektu Big Green (Velká zelená) spustila společnost IBM (NYSE: IBM) program, který umožňuje zákazníkům počítačů mainframe v reálném čase sledovat přesnou energetickou spotřebu jejich systémů. IBM také začne zveřejňovat údaje o typické spotřebě energie pro mainframey řady IBM System z 9. Data vycházejí ze skutečných měření zhruba 1000 počítačů používaných zákazníky. Z průměrné spotřeby wattů za hodinu byly vypočteny wattové na jednotku podobně, jako výrobci automobilů udávají počet kilometrů na litr a výrobci elektrických zařízení kilowatty na rok. Data shromážděná za srpen a září určují, že obvyklá spotřeba energie se za normálních okolností pohybuje okolo 60 % udávané, neboli maximální hodnoty modelu mainframe. Tímto oznámením se IBM stala první společností, která vzala za své doporučení z nedávné zprávy EPA, jež povzbuzuje výrobce serverů ke zveřejňování údajů o typické spotřebě svých serverů. "Vysoká míra využití a extrémní virtualizační možnosti dělají z mainframů energeticky účinnou volbu pro velké podniky," řekl David Ander-

son, ekologický konzultant IBM. "Jediný mainframe s Linuxem může být schopen zpracovat stejné množství práce jako zhruba 250 procesorů x86, a přitom spotřebuje neuvěřitelných dva až deset procent energie. Zákazníci si tak mohou nyní porovnat energetické výhody platformy IBM System z." Systém měření funguje následovně: nové řešení IBM monitoruje skutečné statistiky odběru energie a chlazení mainframe (shromažďované interními senzory) a v reálném čase je zobrazuje na displeji systémových aktivit (System Activity Display). Pomocí tohoto systému může uživatel korelovat spotřebovanou energii se skutečně provedenou prací. Když počítač každý týden generuje výkaz provozního stavu, může do něj zahrnout i statistiky napájení. Tyto statistiky mohou být sledovány v reálném čase, nebo shrnuty pro analýzu projektů a trendů. Statistika spotřeby energie slouží k prokázání finanční úspory například při jednání o slevách ze strany dodavatelů energie nebo v rámci programů snižování spotřeby energie v datových centrech.

Pro budoucí plánování je také k dispozici nástroj Power Estimator Tool. Ten počítá, jak změny systémových konfigurací a pracovních úloh ovlivňují celkové energetické náklady, tedy souhrn energie potřebné k napájení a chlazení počítačů. Například zákazník, který uvažuje o přidání jediného mainframeového procesoru pro linuxové aplikace, může odhadnout množství přidání energie potřebné před zapnutím této funkce a po jejím zapnutí. Při zapnutí funkce Integrated Facility for Linux (IFL) se spotřeba normálně zvýší o necelých 20 wattů. Jediný mainframeový procesor s virtualizací zVM obvykle odvede práci několika procesorů x86, protože počítače mainframe jsou svou konstrukcí uzpůsobeny pro provoz mnoha smíšených pracovních úloh s vysokou mírou využití. Jediný procesor, který účinně spouští stovky pracovních úloh, je klíčem k podstatně nižší spotřebě energie než u instalace s mnoha servery x86, jež mají pochopitelně podstatně více komponent odebírajících elektřinu. V praxi to znamená zjednodušenou infrastrukturu a finanční úsporu. (tz)

Promyšlená energetika ve firmách - pohled hodný budoucnosti

Ze všech stran se na české firmy hrne jeden požadavek za druhým. Výzvou letošního podzimu je znovu energetika. Ceny elektřiny, plynu se zvyšují. Firmy se obávají, že ztratí díky nákladům promítnutým do výroby a služeb schopnost konkurovat. Namítnout se dá - proč v určitých případech, zejména menší firmy, nemyslely na zadní kolečka již dříve? Proč nebylo hledisko racionality a hospodárnosti v energetice uplatňováno jako jedno z prvořadých? Období hojnosti přece musí někdy skončit, dalo by se namítnout... Odpověď řady firem může být jednoznačná: dělat systémové kroky k úsporám energií je drahé, na investice se těžko shánějí peníze, a pokud se vezme v úvahu výsledek daňové reformy, která čeká naši ekonomiku, nebude vůbec jednoduché si vzít například úvěr od banky na to, aby firma rekonstruovala a optimalizovala vytápění budov. Argument stíhá argument.

Například - energetická náročnost tvorby HDP je v České republice až o 77 % vyšší oproti průměru zemí Evropské unie. Tuzemští podnikatelé tedy potřebují o hodně více energie než jejich protějšky ve většině zemí EU. Největší potenciál ušetřit efektivním používáním energie přitom mají firmy působící v sektoru služeb, pak následuje zpracovatelský průmysl.

Závěry Národního programu hospodárného nakládání s energií a využívání jejich obnovitelných a druhotných zdrojů na roky 2006-2009 zcela korespondují s Akčním plánem EU pro energetickou efektivitu. Jeho cílem je dosáhnout do roku 2020 prostřednictvím aktivit spojených s tématem energetické efektivity snížení spotřeby energií o 20 %. Evropská komise přitom odhaduje, že největší potenciál úspor se nabízí u administrativních budov (30 %), v dopravě (26 %) a ve výrobním průmyslu (25 %). Stranou nestojí ani domácnosti. Neodpovědným přístupem k používání energií přijde ročně na zbytek až 27 % jimi odebrané energie. Stačí vzpomenout třeba jen na drobnost - kdo nechal celou noc svítit v koupelně, ve špižce nebo na verandě? Kdo v kanceláři větrá půl hodiny a nezavře topení? Proč se při vaření jediného šálku kávy plní celá konvice vodou a ohřívá se, když ji další kolega vylije, natočí si novou...

"Vysoká spotřeba energií v ČR není dlouhodobě udržitelná. Investice do lepší účinnosti jsou proto naprosto nezbytné," sdělil Evropský komisař pro energetiku Andris Piebalgs.

Jako první energetický koncern v České republice se k plnění konceptu energetické efektivity otevřeně přihlásila skupina RWE. Vytvořila komplexní nabídku služeb, které umožní firmám, městům i domácnostem efektivněji využívat energii, za kterou platí. O zákazníky hodlá pečovat nejen zabezpečením spolehlivých dodávek

Hospodářská komora ČR o energetice - ovlivní ceny konkurenceschopnost?

Energetika a její vliv na podnikatelské prostředí bylo jedním z témat říjnového kulatého stolu Hospodářské komory České republiky s ministrem průmyslu a obchodu Martinem Římanem v Praze. Předseda Energetické sekce Hospodářské komory České republiky Václav Hrabák uvedl, že podnikatele znepokojují hlavně dva problémy. Prvním z nich je, že není jasná a sjednocená koncepce energetiky, protože programové prohlášení vlády z ledna letošního roku je odlišné od státní energetické koncepce z roku 2004. Programové prohlášení hovoří o tom, že vláda nebude plánovat a podporovat výstavbu nových jaderných bloků v ČR a dále nebude podporovat další rozvoj uhelných zdrojů. Druhým palčivým problémem je podle V. Hrabáka nekontrolovaný růst cen paliv a energií, který už dnes znamená pro některá odvětví vážné problémy a hrozí ztrátou konkurenceschopnosti.

K nesouladu mezi energetickou koncepcí a pro-

gramovým prohlášením ministr obchodu a průmyslu M. Říman uvedl, že energetická koncepce z roku 2004 je platná. "Do konce příštího roku ji budeme aktualizovat, ale nedá se očekávat, že bude diametrálně odlišná od dnešní podoby," upozornil. Základem energetické koncepce zůstane podle něj určitý mix zdrojů, jako je uhlí a jaderná energie.

Pokud jde o programové prohlášení, M. Říman zdůraznil, že to se týká pouze tohoto volebního období, které skončí za necelé tři roky. Podotkl rovněž, že plánování a výstavba nové jaderné elektrárny je proces, který tento časový horizont přesahuje. Otázka jaderné energetiky je podle M. Římana "přehřátá". "Nebýt toho, že se stala součástí politického boje mezi vládou a opozicí, nebyla by dnes ta debata tak vyhrčená," řekl.

"Nemyslím, že ceny energií půjdou stále nahoru. Pokud se politici úplně nezblázní a nezačnou v energetice zavádět totalitní ekonomiku, tak se jednou ceny energií obrátí a budou klesat,"

ČR je dost zajímavých příkladů, proč mají například vozidla na stlačený zemní plyn zelenou. U nás prosazuje myšlenku například Česká plynárenská unie, o tom jsme vás již několikrát informovali. Mnoho zajímavostí bylo prezentováno také například na letošním Autosalonu v Brně.

Do aktivit souvisejících se zvyšováním energetické efektivity zapojuje RWE i domácnosti a malé podniky. V rámci programu Šetření energií jim poskytuje velké množství rad a tipů, jak ušetřit energii v každodenním životě. Jednotlivá opatření jsou roztržena do tří kategorií podle finanční náročnosti od změn bezplatných až po ty spojené s vyššími investicemi například do izolace rodinného domu. Informace lze najít na stránkách www.setrimenergi.cz nebo v informačních brožurách a prostřednictvím informačních terminálů ve zákaznických centrech skupiny RWE.

Promyšlené zacházení s energií je svým způsobem také vizitkou daného subjektu. Vypovídá nejen o vztahu k životnímu prostředí, vztahu k dalším generacím, míře zodpovědnosti za budoucnost. (rix)

vedl M. Říman k obavám podnikatelů ze stále rostoucích cen energie.

Pokud jde o zabezpečení České republiky ropou, uvedl ministr průmyslu a obchodu: "Těch osm milionů tun ropy, které ČR potřebuje, vždycky nakoupíme. Problém je spíš řešení, jak tu ropu do republiky dostat. Rozhodnutí alternativního ropovodu z devadesátých let se dnes ukazuje jako velmi vizionářské."

Prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek shrnul základní body diskuze: "Z vyjádření ministra průmyslu a obchodu jsem si odnesl, že aktuální ceny energií odpovídají tržní realitě a s tím je třeba se smířit. Zastopování ceny silové energie na příští rok při rozjezdu energetické burzy letos v létě je ta správná cesta, jak na problém reagovat. Netváříme se, že můžeme cenu energií regulovat státními rozhodnutími." Pro podnikatele je podle prezidenta hospodářské komory velmi důležitá informace, že energetická koncepce státu z roku 2004 je platná. (tz)

JSME S VÁMI 24 HODIN DENNĚ, 7 DNÍ V TÝDNU

volejte naši nonstop Zákaznickou linku 840 840 840



Skupina ČEZ jako jediný dodavatel elektřiny v České republice nabízí Zákaznickou linku, která je Vám k dispozici 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.

Své dotazy a požadavky ohledně elektřiny tak můžete vyřešit snadno a rychle kdykoli během dne či noci z pohodlí domova. Profesionální péči Vám rádi poskytneme také v široké síti kontaktních míst nebo prostřednictvím internetové Virtuální obchodní kanceláře.



Produktové infolisty k životnímu pojištění na novém webu ČAP



Česká asociace pojišťoven vypracovala přehledné a pro klienty srozumitelné charakteristiky jednotlivých druhů životního pojištění. Produktové infolisty ČAP zveřejnila na svých nových webových stránkách www.cap.cz.

Produktové infolisty srozumitelnou formou prezentují nejdůležitější informace o jednotlivých produktech životního pojištění, zdůrazňují jejich výhody a upozorňují spotřebitele i na vhodnost nákupu pro určitou životní situaci. Cílem ČAP a jejích členů je přispět k pochopení podstaty životního pojištění širokou veřejností a podat srozumitelnou a smyslupl-

nou informaci pro zájemce o konkrétní typy produktů.

"Prostřednictvím informačních listů usilujeme o to, aby klient před nákupem životního pojištění získal takové informace, pomocí nichž by jasně identifikoval vhodnost produktu pro svoje potřeby. Chceme, aby pochopil jeho smysl a věděl, jaké výhody mu přinese. Zároveň tímto

informačním nástrojem pro spotřebitele chceme eliminovat snahy některých zprostředkovatelů, jež prodávají tyto produkty s jiným cílem, než ke kterému jsou určeny," řekl Tomáš Síkora, výkonný ředitel ČAP.

Ke společnému využívání obsahu infolistů v praxi se přihlásily všechny členské pojišťovny ČAP, které text postupně zapracují do svých obchodních materiálů a případně jej rozšíří o další informace. Současně budou podporovat jejich aktivní využívání zprostředkovateli před uzavřením pojistné smlouvy s klientem.

Produktové infolisty k životnímu pojištění najde spotřebitel na webových stránkách ČAP na

domovské stránce v sekci "Pojistné produkty". Webové stránky ČAP procházejí postupně rekonstrukcí, ale již dnes se představují v nové grafické i obsahové podobě.

"Věříme, že nová struktura a přehlednější uspořádání rubrik umožní návštěvníkům snazší orientaci na stránkách. Kromě informací o asociaci a jejích členech nebo ekonomických ukazatelů si zde veřejnost může jednoduše vyhledat např. nabídku pojistných produktů jednotlivých pojišťoven. Do konce roku také najdou spotřebitelé na našich stránkách užitečné informace z oblasti pojištění," dodala ke zcela nové podobě webových stránek Marcela Kotyrová, manažerka komunikace a vzdělávání ČAP. (tz)

Nové ČSOB pojištění Merkur ochrání strojírenské podniky

ČSOB Pojišťovna uvedla na trh nové pojištění podnikatelských rizik s názvem "ČSOB pojištění Merkur", určené pro podnikatele a firmy působící ve strojírenství. Toto nové pojištění dokáže firmám zajistit komplexní pojistnou ochranu, díky jeho stavebnicové konstrukci si však podniky mohou pojistit také jen ta rizika, která je nejvíce ohrožují.

ČSOB Pojišťovna přišla na trh jako první pojišťovna v České republice se speciální nabídkou pojištění pro firmy podnikající ve strojírenství. "Strojírenství zažívá v současnosti v tuzemsku velký boom, a je proto logické, že roste i poptávka po kvalitním pojištění, které by podniky chránilo před všemi myslitelnými riziky," zdůvodnil zavedení nového ČSOB pojištění Merkur Jaroslav Král, ředitel odboru řízení produktů neživotního pojištění ČSOB Pojišťovny.

Aby dokázala co nejlépe definovat potřeby podniků a vyjít jim co nejvíce vstříc, spolupracovala ČSOB Pojišťovna při konstrukci nového produktu s pojišťovacími zprostředkovateli, kteří potřebu trhu dobře znají. "Oproti existujícím pojištěním se nám tak do ČSOB pojištění Merkur podařilo zahrnout řadu vylepšení a novinek a pojištění je navíc výhodné i po cenové stránce," dodal Král. Firmy získají cenové zvýhodnění již při sjednání ČSOB pojištění Merkur v základním rozsahu, v případě sjednání komplexního pojištění pak mohou obdržet slevu až 20 %.

Základem ČSOB pojištění Merkur je pojištění nemovitostí, movitých věcí a zásob pro případ škod způsobených živelní událostí. Součástí pojištění může dále být pojištění pro případ odcizení, pojištění odpovědnosti za škodu v souvislosti s činností, pojištění vozidel proti živelním škodám, pojištění strojů proti konstrukčním chybám, vadám materiálu a dalším technickým rizikům, pojištění elektroniky, pojištění přepravovaného nákladu, pojištění přepravovaných peněz a také pojištění strojního nebo živelního přerušení provozu, z něž se podnikům při pojistné události hradí stále náklady a ušlý zisk.

K základnímu živelnímu pojištění přitom ČSOB Pojišťovna poskytuje zdarma pojištění pro případ nárazu vozidla, kouře a nadzvukové vlny, zdarma pojištění oplocení a osvětlení, které jsou příslušenstvím pojištěné nemovitosti, až do limitu 100 000 Kč a k živelnímu pojištění movitých věcí a pojištění odcizení movitých věcí zdarma pojištění peněz až do limitu 50 000 Kč.

K základnímu pojištění lze sjednat širokou škálu doplňkových pojištění. Například v rámci pojištění odpovědnosti za škodu lze pojistit i odpovědnost za škodu způsobenou vadným výrobkem, odpovědnost za čistou finanční škodu nebo za škodu na životním prostředí, k pojištění odcizení lze sjednat doplňkové pojištění prostě

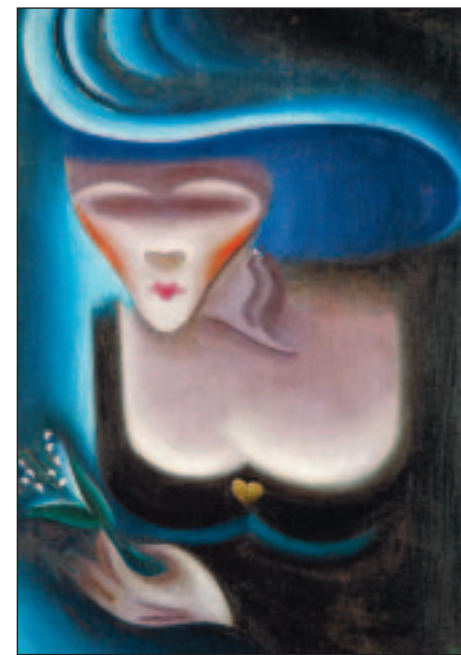
krádeže, k pojištění strojů doplňkové pojištění nástrojů, které se vyměňují při změně pracovního úkonu. Všechna pojištění lze sjednat jednou pojistnou smlouvou, a to včetně pojištění vozidel.

Sbírka českého umění Kooperativy ve vídeňském Leopoldově muzeu

Celkem 120 děl od 80 českých mistrů představuje ze své sbírky pojišťovna Kooperativa v renomovaném Leopoldově muzeu ve Vídni. Pod názvem "Grund, Mucha, Čapek, ..." je zde až do začátku února vystavena část rozsáhlé kolekce druhé největší pojišťovny v ČR.



Výstava představuje především průřez historií českého malířství. Těžištěm je pak tvorba malířů 19. a začátku 20. století, což je v souladu s celkovým zaměřením sbírek pojišťovny, v nichž převládá právě toto období. "Výstava v Leopoldově muzeu je první velkou a souhrnnou prezentací sbírky Kooperativy, přičemž počítáme, že příští rok bychom tento či obdobný výběr představili v Praze," uvedl předseda představenstva a generální ředitel Kooperativy Vladimír Mráz. Na výstavě v ra-kouské metropoli mají návštěvníci možnost vidět například vynikající plátna barokního malíře Jana Kupeckého, kubistický obraz Dáma ve slaměném klobouku od Antonína Procházky, Prostitutku Josefa Čapka nebo mnohá špičková díla Mařákovy krajinářské školy. Kooperativa je, díky partnerství mateřské společnosti (největší rakouské pojišťovny Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group) a Leopoldova muzea, vůbec prvním soukromým subjektem, který má možnost prezentovat svou kolekci v prostorách tohoto prestižního muzea. Podpora umění patří tradičně mezi činnosti významných finančních institucí a v tomto směru Kooperativa není výjimkou. "Důvodů, proč jsme



začali budovat sbírku, můžeme najít hned několik. Počátkem 90. let nastaly masivní restituce, a to i v oblasti umění. Podstatnou část uměleckých děl hodlali noví vlastníci prodat a dalo se předpokládat, že tyto investice se v budoucnu výrazně zhorší. S tím souvisí i druhý důvod - chtěli jsme, aby naše kulturní dědictví zůstalo v České republice a nebylo skupováno pouze zájemci z ciziny. Další důvodem je samozřejmě



také image naší firmy. Kooperativa velmi rychle vyrostla v silný podnik s velkým počtem budov a kanceláří, které jsme chtěli vybavit uměním přiměřeným významu firmy. Samozřejmě využijeme naše umělecká díla i marketingově - například vydali jsme o nich několik knih, motivy obrazů se pravidelně objevují na pozvánkách, kalendářích a podobně," vysvětlil V. Mráz. (tz)



MAXIMÁLNÍ POJIŠTĚNÍ PRO VÁS I VAŠI FIRMU

OBČANSKÁ POJIŠTĚNÍ

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

POJIŠTĚNÍ PRO VĚTŠÍ FIRMY I DROBNÉ PODNIKATELE

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

Komplexní informační asistenční služba **MAXASISTENCE** na telefonu
+420 272 099 900

Na Dlouhém lánu 508/41, 160 00 Praha 6
 tel.: +420 224 305 403, fax: +420 224 305 412
 e-mail: info@maxima-as.cz

www.maxima-as.cz

CzechInvest a AFI ocenily nejvýznamnější investice v ČR

Hundai, IBM nebo Visteon - Autopal, to jsou jména společností, které svými investicemi v uplynulém roce nejvíce přispěly k rozvoji české ekonomiky a staly se vítězi soutěže Investor roku 2006. O jejich prvenství rozhodla mezirezortní expertní komise. Subdodavatelem roku se stala česká společnost RAY SERVICE. Zvláštní ocenění za mimořádný přínos pro rozvoj zahraničních investic si ze slavnostního vyhlášení odnesli Jaroslav Doležal, jednatel české odnože společnosti Honeywell a Zdeněk Kaiser, výkonný ředitel Ingersoll-Rand Equipment Manufacturing Czech Republic. Soutěž Investor roku se koná pod záštitou ministerstva průmyslu a obchodu. Vyhlášovatelé jsou Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest a Sdružení pro zahraniční investice AFI.

"Investoři do České republiky nepřinášejí pouze finance a nová pracovní místa, ale také nové technologie a zkušenosti z mezinárodních trhů, které nabízejí České republice největší přínosy," dodala Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. "Důležité je, že se na těchto projektech mohou podílet i tuzemské společnosti - ať už v podobě dodávek komponentů, nebo služeb. I to zaručuje, že se výhody každé investice postupně přenesou do celé české ekonomiky."

"Česká republika je v posledních letech stále atraktivnějším místem především pro technologicky náročné projekty, které vyžadují špičkové

a spolehlivé odborníky," řekl Martin Slabý, předseda Sdružení pro zahraniční investice AFI. Domácí i zahraniční společnosti si rozdělily ceny v kategoriích: Největší ekonomický přínos - zpracovatelský průmysl, Největší ekonomický přínos - strategické služby, Investice s největším inovačním potenciálem a Subdodavatel roku. Ocenění získaly i dvě osobnosti, které mimořádně přispěly k rozvoji zahraničních investic v ČR.

Do soutěže byly zařazeny všechny společnosti, které se v roce 2006 rozhodly investovat v České republice. Údaje pro hodnocení jejich projektů vycházely z investičních záměrů, se kterými se obrátily na agenturu CzechInvest.

V kategorii Subdodavatel roku soutěžily všechny podniky, které se zúčastnily zatím posledního kola Programu rozvoje dodavatelů pořádaného agenturou CzechInvest. Mezi desítkami kandidátů na ocenění vybírala ty nejvýznam-

nější nezávislá expertní komise složená ze zástupců ministerstva průmyslu a obchodu, ministerstva práce a sociálních věcí a agentury CzechInvest.

(tz)

Cena prof. F. Vencovského zná své vítěze

S velkou mediální podporou byly 16. listopadu 2007 v Praze u příležitosti mezinárodní konference Nové výzvy pro ekonomii v globalizujícím se světě vyhlášeny výsledky prvního ročníku soutěže pro mladé talentované ekonomy o "Cenu prof. F. Vencovského", kterou pořádá Vysoká škola finanční a správní.

O první místo za původní teoretické ekonomické statí se podělili:

PhDr. Adam Geršl, Ph.D., s prací "Tři nepřímé efekty přímých zahraničních investic: evidence z České republiky" a Ing. Filip Novotný se statí na téma "Příspěsovovací role měnového kurzu v prostředí nedokonalé konkurence: na příkladu České republiky".

Vítězové se rozdělili o hlavní cenu 200.000 Kč, kterou do soutěže vložil pořadatel celé akce Vysoká škola finanční a správní. Na třetím

místě se svou prací "Interakce měnové a fiskální politiky v malé otevřené ekonomice v systému s autonomní měnovou politikou a fiskálním pravidlem" umístil Ing. David Prušvic, který obdržel jako věcnou cenu notebook. Čtvrté místo patřilo Romanu Horváthovi, M.A., Ph.D., za práci "Časově proměnlivá politicky neutrální sazba v reálném čase: Predikuje budoucí inflaci?" Roman Horváth si jako výraz ocenění odnesl elektronickou databanku. A pěti laureátů uzavíral s prací "Kreditní riziko a stresové testování českého bankovního sektoru" Mgr., Ing. Petr Jakubík, Ph.D., toho jako cena za páté místo potěšil digitální fotoaparát.

První ročník mezinárodní vědecké konference se stal příležitostí jak získat nejen aktuální informace o dění v daném oboru, ale i možností rozšířit teoretický fundament znalostí problematiky o další cenné poznatky.

(tz)

Konference IP Telephony Workshop - komunikace prostřednictvím hlasu, videa i dat

Ve dnech 20.-21. listopadu 2007 proběhl v hotelu Olympik Artemis již čtvrtý ročník mezinárodní konference a výstavy IP Telephony Workshop 2007 (IPTW). Konference přinesla nové možnosti komunikace uživatelů pevných i mobilních telefonů, faxu, e-mailu, GSM, voice messagingu i videokonference.

Stále složitější komunikační prostředí způsobuje pokles produktivity zaměstnanců a zvýšení nákladů. Dnešní potřeby mnoha společností jsou proto v integraci pevných, bezdrátových i mobilních zařízení v jednom zabezpečeném řešení pro celou organizaci. Přitom je v zařízeních zajištěna hlasová, datová i multimediální komunikace. Moderní možnosti spolupráce zaměstnanců uvnitř i vně firmy, a současně i spolupráce se třetími stranami, nabízí komunikační platforma Unified Communications (sjednocená komunikace). Díky jedinečné architektuře IMS (IP Multimedia Subsystem) lze vytvářet nové služby, nebo obohatit stávající komunikační možnosti přidáním další dimenze jako je video, obraz či hudba.



Na snímku Marjan Trokar, ředitel pro Pobaltí, střední & východní Evropu, Dialogic d. o. o.,

Právě Unified Communications a IMS se staly hlavními tématy letošního ročníku IP Telephony Workshop. Své novinky v oblasti Unified Communications představili hlavní partneři konference, společnosti Cisco Systems a Dialogic, partner konference společnost Avaya a společnost DAMOVO. Tématu IP Multimedia Subsystem se ve svých přednáškách věnovaly společnosti ERICSSON a DAMOVO.

V opravdu pestrém programu dále vystoupili čeští i zahraniční odborníci ze společností Panasonic, Ericsson, Retia, Axec, Iplex, SOFTTRONIK, Fincom One, atlantis telecom, Daktele a dalších.

Mezi nejzajímavější projekty, se kterými představitelé jednotlivých společností seznámili přítomné, patří jistě systém ENUM. Umožňuje bezplatné volání po internetu. Zkušenosti s technologií ENUM a její budoucnost nastínil Pavel Tůma, manažer projektu ENUM ve sdružení CZ.NIC, které je pověřeno zavedením a správou systému ENUM.

S příchodem IP telefonie a komunikačních



kanálů na ní založených se do rukou uživatelů se zdravotním handicapem dostává prostředek, jenž jim usnadňuje život a dovoluje komunikovat s okolním světem snadno, rychle a s vynaložením minimálních nákladů. K čemu všemu lze IP telefonii v této oblasti použít, přiblížil Michal Rada z organizace Iniciativa informatiky pro občana.

"Obrovský zájem návštěvníků i vystavovatelů letošního ročníku IPTW svědčí o tom, že IP technologie se opravdu stává nedílnou součástí dnešního světa komunikací," řekl Michal Franěk, ředitel společnosti Exponet, která konferenci uspořádala.

Informace včetně prezentací z IP Telephony Workshopu naleznete na internetových stránkách www.iptw.cz.

Jolana Jakoubková
Exponet, s. r. o.

Veletřh Střechy Praha a doprovodná výstava Úspory energií

Již 10. jubilejní ročník mezinárodního veletrhu Střechy Praha a specializovaná výstava Úspory energií a obnovitelné zdroje proběhnou ve dnech 24.-26. ledna 2008 na pražském Výstavišti v Holešovicích.

Těšit se můžete na bohatou nabídku doprovodných aktivit ve formě přednášek, seminářů, diskuzních fór, soutěží nebo praktických ukázek řemesla a zručnosti na speciálním pódiu ve Střední hale i na stáncích jednotlivých vystavovatelů. Návštěvníci mohou každý den vyhrát střechu zdarma a další atraktivní ceny. Otevřeno bude ve čtvrtek 24. 1. a v pátek 25. 1. od 9 do 18 h, v sobotu 26. 1. od 9 do 17 h.

Veletrhu se tradičně účastní všichni významní výrobci, dovozci, obchodní a realizační firmy působící v oboru střech. Návštěvníci budou moci srovnávat nabídky jak velkých renomovaných firem, tak i těch menších, které nezůstanou pozadu. Celkem uvidí na 200 firem, z nichž většina z nich chystá na veletrh novinky. Například společnost ROVA- CZECH představí novinku mezi lehkými střešními krytinami, kterou nabízí pod heslem "Vyber - Odvez - Postav". Tato střešní krytina byla letos v Bratislavě oceněna Zlatou plakétou. Firma WETO AG bude prezentovat nový softwarový program pro konstrukci střešních krovů, který je vhodný k využití jak pro novostavby, přestavby a přístavby, tak i k rozšiřování a renovaci budov.

Doprovodný program

Chystaný doprovodný program bude nejbohatší a nejrozsáhlejší za celou svou historii. Přednášet budou špičkoví odborníci, jmenovitě například Ing. Jiří Šála, CSc., Doc. Ing. Antonín Fajkoš, CSc., Ing. Karel Chaloupka, Ing. arch. Josef Smola, Jiří Vršata a další. V sobotu 26. ledna bude hovořit pan Jiří Vršata, zakládající člen Čechu pokrývačů, tesařů a klempířů. Tato přednáška pro širokou veřejnost bude na téma "Desatero pro rekonstrukci střešních", neboli praktické rady, jak postupovat, když

potřebujete zrekonstruovat střechu. Dalším zajímavým sobotním tématem, o němž budou hovořit zástupci společnosti EkoWATT, jsou úspory energií v rodinných domech a také ohřev vody a vytápění solárními kolektory. Ještě připomeňme, jaká hlavní témata budou letošní rok veletrhu vévodit:

- Ploché střechy s důrazem na střechy provozní
 - Jednoplášťové a dvouplášťové ploché střechy
 - Terasy*Balkony*Lodžie
 - Střešní zahrady
- Zateplovací systémy
 - Správné způsoby použití pro šikmé i ploché střechy a svislé pláště budov
 - Hodnocení energetické náročnosti budov
- Dřevo jako stavební materiál
 - Seminář ve spolupráci s Odbornou skupinou dřevěných staveb při ČKAIT

Konference Izolace 2008 - novinka veletrhu

Poprvé v rámci veletrhu v jeho prostorách proběhne 9. ročník odborné konference Izolace 2008 na téma "Izolace v praxi od projektu k realizaci", jejímž pořadatelem je expertní a projektová kancelář A.W.A.L. zabývající se stavebními izolacemi a stavební fyzikou.

Pragobuilding - souběžně probíhající akce

V termínu veletrhu Střechy Praha proběhne v montované hale před Průmyslovým palácem ještě další výstavní akce s názvem Pragobuilding. Jedná se o soubor specializovaných výstav (pořádá Incheba Praha). Návštěvníci tak mohou shlédnout celkově na 400 vystavujících firem.

S Fenestrou za sluncem

Kromě množství novinek, poradenských center a bohaté nabídky přednášek a seminářů bude na veletrhu možné vyhrát řadu hodnotných cen.

Pořadatel veletrhu - společnost Střechy Praha, s. r. o., se navíc stala partnerem soutěže české firmy FENESTRA střešní okna, s. r. o. V této soutěži s názvem "S FENESTROU za sluncem", která začala 8. března 2007 a potrvá až do 31. prosince 2007, můžete vyhrát báječné zájezdy k moři a další ceny, které budou výhercům slavnostně předány právě na 10. jubilejním ročníku veletrhu STŘECHY PRAHA 2008. Podrobnější informace naleznete na www.fenestra.cz.



Těšíme se na setkání s Vámi v lednu 2008 na jubilejním veletrhu STŘECHY PRAHA 2008, kde se dozvíte mnoho nových a cenných informací.

Více podrobností na www.strechy-praha.cz.

Pořadatel: Střechy Praha, s. r. o.



Jubilejní 10. ročník Exportní ceny DHL zná své vítěze



Soutěž pro malé a střední exportéry, Exportní cena DHL, letos oslavila desátý rok své existence. Společnost DHL Express CZ ve spolupráci s vládní agenturou CzechTrade společně udělují toto prestižní ocenění malým a středně velkým exportním firmám v České republice s cílem poukázat na jejich význam pro českou ekonomiku. Do letošního ročníku Exportní ceny DHL se přihlásil rekordní počet 236 soutěžících firem, což je o 52 více než v loňském roce. Firmy se utkaly ve čtyřech soutěžních kategoriích - středně velká společnost, malá společnost, exportér teritoria a exportér regionu. Samostatnou kategorií je pak ocenění nejúspěšnějších klientů agentury CzechTrade. Obrat soutěžních firem dosáhl v roce 2006 téměř 51 miliard Kč. Slavnostní vyhlášení vítězů proběhlo 15. listopadu v Praze.

Exportní cena DHL letos jako novinku nabídla účastníkům soutěže bezplatný specializovaný seminář CzechTrade zaměřený na praktické využití logistiky pro zvýšení exportu. V rámci semináře se firmy seznámily například s výhodami a přínosy využití Free zón nebo se speciálními druhy kontejnerů pro bezpečnou a efektivní dopravu v mezinárodním obchodě.

"Organizací semináře jsme chtěli poděkovat soutěžícím firmám za jejich zájem o soutěž a zároveň je seznámit s novými trendy v oboru, ve kterém podnikají," doplnila Zuzana Synková, ředitelka Odboru exportních služeb CzechTrade. V loňském roce získala Exportní cena DHL svoji současnou podobu. Otevřela se tak širšímu okruhu českých podnikatelů ve všech regionech České republiky. "Cílem tohoto kroku bylo dosáhnout zvýšení motivace exportérů ve vybraných regionech České republiky. Letošní rekordní účast soutěžících nám ukázala, že jsme se vydali správným směrem," dodal Jiří Stojar, generální ředitel DHL Express CZ.

Hodnotící kritérium exportérů tvoří index, který se vypočítá jako násobek meziročního růstu exportu a podílu exportu na obratu. Na základě

získaných výsledků je určeno pořadí a společnosti jsou rozděleny do kategorií. Vývoz firem je posuzován za období od roku 2005 do roku 2006.

Výsledky soutěže:

- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii "Středně velká společnost" (pro společnosti s ročním obratem do 1,5 miliardy Kč a do 250 zaměstnanců) se stala společnost MONTSERVIS PRAHA, a. s., která se zabývá výstavbou zejména energetických staveb, rozvodů tepla a vody, výstavbou klimatizací a elektrorozvodů silno i slaboproudu. Důležitou část její práce tvoří technická správa a provoz budov, kotelen a výměníkůvých stanic. Firma je od roku 2002 jedním z významných dodavatelů staveb pro NATO.
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii "Malá společnost" (pro společnosti s ročním obratem do 300 milionů Kč a do 50 zaměstnanců) se stala společnost Bauer-Agromilk, a. s. Firma vznikla v roce 2001. Dodává tuzemským zemědělským podnikům služby na

úseku technologií živočišné výroby, tj. technologie chovu skotu včetně dojení na světové úrovni společně s izraelskou firmou Afikim, technologie chovu prasat a drůbeže. Společnost pronikla na evropské a světové trhy a obsadila vývozní teritoria na Slovensku a v Rumunsku.

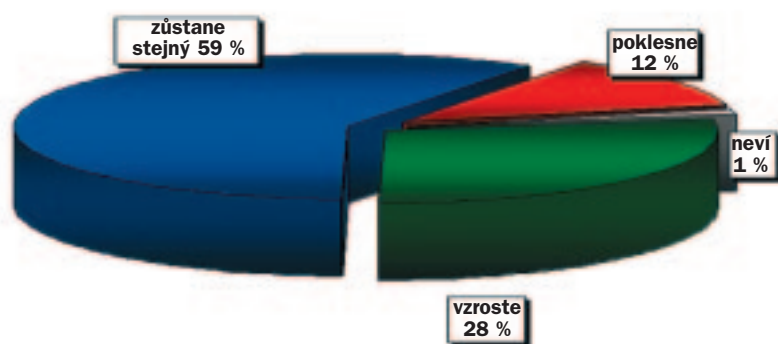
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii "Exportér teritoria - USA" se stala společnost Mikroelektronika, spol. s r. o., z Vysokého Mýta. Mikroelektronika patří mezi přední společnosti v oblasti automatizovaných odbavovacích systémů ve veřejné přepravě osob. Je to 100% česká společnost. K jejím hlavním produktům patří software pro řízení odbavovacích systémů, terminály pro odbavení pomocí bezkontaktních karet, palubní počítače, automaty na výdej jízdenek, informační terminály nebo označovače jízdenek. Zařízení této firmy denně odbaví 20 milionů cestujících ve 26 zemích po celém světě, především v Evropě a Jižní Americe.
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii "Ústecký kraj" se stala společnost ADLER Czech, s. r. o., z Ústí nad Labem. Společnost ADLER Czech, s. r. o., byla založena roku 2000. Je financována ryze českým kapitálem. Zabývá se řízením výroby, importem, skladováním a obchodováním s reklamním textem značky ADLER. V České republice a na Slovensku je dodavatelem č. 1 v oboru reklamního textilu. Je certifikována na systém řízení jakosti ISO 9001:2000.
- Vítězem Exportní ceny DHL v kategorii "Nejúspěšnější klient CzechTrade" se stala společnost INCO engineering, s. r. o., z Prahy. INCO je výrobce a dodavatel těžních strojů a zařízení pro vertikální dopravu v hlubinných dolech. Společnost je jedním ze tří evrop-

ských výrobců, který tato zařízení dodává na klíč tj. od projektu až po konečnou montáž a zprovoznění. Patří také k zakládajícím členům sdružení "Česká dobývací technika" - CDT.

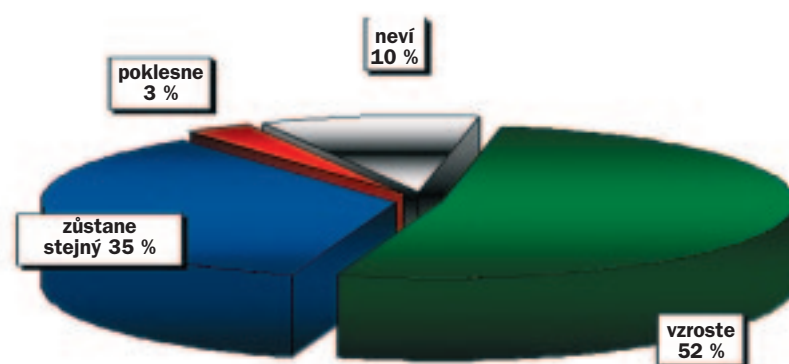
Celkový obrat 236 soutěžících firem v roce 2006 dosáhl téměř 51 miliardy Kč a celkový export 26 miliard Kč. Každý z účastníků průměrně zrealizoval vývoz za 110 milionů Kč s průměrným obratem 215 miliónu Kč. Export se na obratu firem podílí téměř 51 %. Meziroční nárůst exportu dosáhl za všechny soutěžící 24 %. Stejně jako nad předchozími ročníky, i nad tím letošním převzala záštitu vládní agentura CzechTrade. Předsedou nezávislé poroty pro letošní ročník soutěže byla ředitelka Odboru exportních služeb CzechTrade Zuzana Synková, do její kompetence spadá i síť zahraničních kanceláří agentury. K výsledkům řekl: "Těší nás, že se do soutěže hlásí stále více firem. I to je možno považovat za doklad trendu rostoucího zájmu českých podnikatelů o pronikání na zahraniční trhy. Za devět měsíců letošního roku využilo služeb zahraničních kanceláří CzechTrade mnohem více firem, než za celý loňský rok dohromady."

"Čeští exportéři musejí o své postavení na trzích Evropské unie i mimo ní tvrdě bojovat se zahraniční konkurencí. Častokrát narážejí na byrokratické překážky, které jim do cesty staví úřady v dané zemi, což mimo jiné dlouhodobě potvrzuje i náš Exportní výzkum. Smyslem Exportní ceny DHL je vyjádřit uznání všem těmto společnostem, které šíří dobré jméno České republiky v zahraničí. Veřejnost by si měla být vědoma, jak důležitou roli hrají malé a střední firmy v ekonomickém rozvoji naší společnosti, a že se významně podílejí na růstu exportu z České republiky v posledních letech," řekl Jiří Stojar, generální ředitel DHL Express CZ. (tz)

Myslíte si, že objem exportu vaší firmy v příštích třech měsících, ve srovnání s posledními třemi měsíci, vzroste, zůstane stejný nebo poklesne?



Myslíte si, že objem exportu vaší firmy v příštích 12 měsících, ve srovnání s posledními 12 měsíci, vzroste, zůstane stejný, nebo poklesne?



Grafy publikované na str. 18 a 19 jsou převzaty z 16. Exportního výzkumu DHL (2007)

Exportní tréninková centra CzechTrade v zahraničí

Exportéři se konečně dočkali dalšího pomocného nástroje, který jim usnadní a především zlevní jejich vstup na nové zahraniční trhy. Balíček služeb "Exportní tréninkové centrum CzechTrade" zahrnuje nezbytný servis pro firmy, přístup k důležitým informačním zdrojům, ale především pomoc a podporu exportérům ze strany ředitelů zahraničních kanceláří a jejich týmů, kteří znají dokonale místní trh a jeho specifika. Využití této nové služby se nejčastěji vztahuje na dobu, než si firma otevře vlastní zastoupení nebo vybere místního obchodního partnera/partnery.

Exportní tréninková centra (ETC) CzechTrade jsou k dispozici v následujících státech:

- Belgie
- Čína / Chengdu
- Čína / Šanghaj
- Dánsko
- Francie
- Itálie
- Kanada
- Německo
- Nizozemí
- Pobaltí (Riga i Vilnius)
- Polsko

- Rakousko
- Rusko / Moskva
- Rusko / Petrohrad
- Turecko
- USA
- Velká Británie

Služba bude poskytována na dobu maximálně jednoho roku. Cena bude stanovena dle platného ceníku CzechTrade s ohledem na jednotlivá teritoria.

blíže informace na www.czechtrade.cz

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

Referenční číslo:	Země určení:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	Email:	Popis poptávky
POCZ200751607	Čína	14. 11. 2007	13. 02. 2008	akmal1947@hotmail.com	Firma APC TECHNOLOGY má zájem o spolupráci s výrobcí parních turbín.
POCZ200751609	Kanada	14. 11. 2007	13. 02. 2008	meditaix@meditaix.com	Firma MEDITAIX poptává farmaceutické výrobky (generika), zdravotnické potřeby apod. Společnost byla založena 1987, je to distributor farmaceutických a zdravotnických výrobků (Johnson Johnson, Lander, Sunstar Butler, Phrama Science ad.).
POCZ200751610	Kanada	14. 11. 2007	13. 02. 2008	biorganic@videotron.ca	Firma poptává bioorganické výrobky – zemědělskopotravinářské výrobky (med, ovocné koncentráty, zmrazená zelenina, celozrnné produkty apod.)
POCZ200751611	Indie	14. 11. 2007	13. 02. 2008	jainrr15@rediffmail.com	Firma má zájem o pomůcky na malování a nátěry interiérů (válečky, štětky a další potřeby).

servis CzechTrade

Mýtné a zdražení elektřiny prý ovlivní český export

Již po šestnácté proběhl Exportní výzkum DHL, který dlouhodobě mapuje názory nejvýznamnějších českých vývozců na aktuální události v České republice i zahraničí. Průzkum zajistila společnost GFK, která se během letošního října telefonicky dotazovala ředitelů a členů top managementu, kteří jsou zodpovědní za export ve 250 významných českých firmách. Podle českých exportérů budou mít zásadní vliv na zdražení exportu plány rozšířit mýtné na silnice I. a II. třídy, a také rozhodnutí společnosti ČEZ v roce 2008 výrazně zdražit energii.

Zavedení mýtného pro nákladní automobily od 3,5 tuny do 12 tun a rozšíření mýtného na silnice I. a II. třídy způsobí podle tří čtvrtin respondentů (76 %) zdražení dopravy. Dvě třetiny respondentů (64 %) si myslí, že dojde ke zvýšení cen výrobků v souvislosti se zdražením dopravy. Dvě pětiny respondentů (39 %) jsou toho názoru, že se zvýší příjmem do státního rozpočtu. Pětina respondentů (21 %) si myslí, že toto opatření přinese peníze na opravu silnic. Snížení tranzitní dopravy na území ČR očekává desetina (10 %) respondentů, podobně jako spravedlivé dělení nákladů podle ujetých kilometrů (9 %).

Více než čtvrtina společností (28 %) získala certifikát enviromentálního managementu podle norem ČSN EN ISO 14001. Desetina společností (9 %) zatím ne, ale plánuje ho dosáhnout v příštích třech letech. Mírná většina respondentů (52 %) se vyjádřila, že ho nezískala. 12 % respondentů neví. "Souhlasíme s názorem většiny českých exportérů, kteří vidí negativní důsledky rozšiřování mýtného na silnice I. a II. třídy. Tento krok se zcela jistě promítne do ceny výrobků a jen málokterého dopravce přesvědčí, aby kvůli tomuto dalšímu nákladu nevyužil české silnice. Omezení tranzitní dopravy je tedy cílem velmi vzdáleným," sdělil Luděk Drnec, obchodní ředitel DHL Express v České republice, a dodal: "Pozitivní zprávu je naopak rostoucí zájem o ekologickou přepravu českých vývozců. V tomto směru jde DHL příkladem. Jako první logistický přepravce v České republice jsme začali používat vozidla na alternativní pohon."

Dle velké většiny respondentů (88 %; rozhodně+spíše) bude mít rozhodnutí ČEZ v roce 2008 výrazně zdražit energii až o 15 % vliv na český export. Pouze desetina respondentů (9 %; rozhodně + spíše) se domnívá, že tento krok vliv mít nebude.

Polovina respondentů (48 %) se domnívá, že na jejich exportní možnosti vládou schválená reforma veřejných financí bude mít neutrální vliv (ani pozitivní ani negativní), 15 % respondentů se domnívá, že bude mít negativní vliv (zcela + spíše). Pouze desetina respondentů (10 %; zcela + spíše) se domnívá, že bude mít na jejich exportní možnosti pozitivní vliv. Čtvrtina respondentů (26 %) neví.

Většina respondentů (60 %) se domnívá, že využívání přepravy šetrné k životnímu prostředí nepřinese konkurenční výhodu jejich firmě. Čtvrtina respondentů (26 %) se domnívá, že přinese konkurenční výhodu jejich firmě a 14 % respondentů neví.

Většina respondentů (60 %; rozhodně + spíše) se domnívá, že v následujících třech letech neovlivní ekologická témata jejich výběr poskytovatele logistických služeb. Necelá třetina (30 %; rozhodně + spíše) se domnívá, že ovlivní, a 10 % respondentů neví.

Na otázku, jak velkou část z jimi přepravovaného zboží by byli exportéři připraveni přepravovat způsobem šetrným k životnímu prostředí, pokud by zde byl určitý příplatek (např. ve výši 2 %), odpověděla více než čtvrtina (27 %) exportérů, že v rozmezí 0-10 %. Pro rozpětí 10-20 % se kladně vyjádřilo 12 % exportérů; pro rozpětí 20-30 % již

7 % exportérů; pro více než 30 % se kladně vyjádřilo 15 % exportérů. Dvě pětiny respondentů (39 %) se nevyjádřily.

Z možností podpory CzechTrade využívají respondenti nejvíce konzultace a poradenství (25 %; jaro 2007 15 %). Společně výstavy v zahraničí využívá 18 % (jaro 2007-5 %) respondentů; poptávky a příležitosti ze zahraničí 14 % respondentů (jaro 2007 - 2%).

Exportní sebevědomí podniků

V dlouhodobějším horizontu 12 měsíců ve srovnání s minulými 12 měsíci očekává nárůst objemu exportu většina (52 %) exportních firem. Třetina (35 %) se domnívá, že objem exportu jejich firmy zůstane stejný a pouze 3 % exportních podniků se domnívá, že poklesne. Zbytek neví. Ve srovnání s jarem 2007 jsou zde jen minimální rozdíly.

V krátkodobějším horizontu následujících 3 měsíců ve srovnání s posledními 3 měsíci méně než třetina (28 %) exportních podniků uvedla, že objem exportu jejich firmy vzroste. Což je o něco méně než na jaře 2007 (33 %). Více než polovina (59 % respondentů) uvedlo, že tento objem zůstane stejný a desetina (12 % respondentů) uvedla, že objem jejich exportu klesne. Zbytek neví. Exportní sebevědomí podniků je tedy stále na vysoké úrovni a výrazně v kladném pásmu, a to především v dlouhodobém horizontu. Index dlouhodobého exportního sebevědomí (rozdíl procenta kladných a záporných odpovědí) pro období příštích 12 měsíců je + 49 (jaro 2007 + 50). Index krátkodobého exportního sebevědomí pro období příštích 3 měsíců činí + 16 (což je o něco méně než na jaře 2007, kdy byl +23).

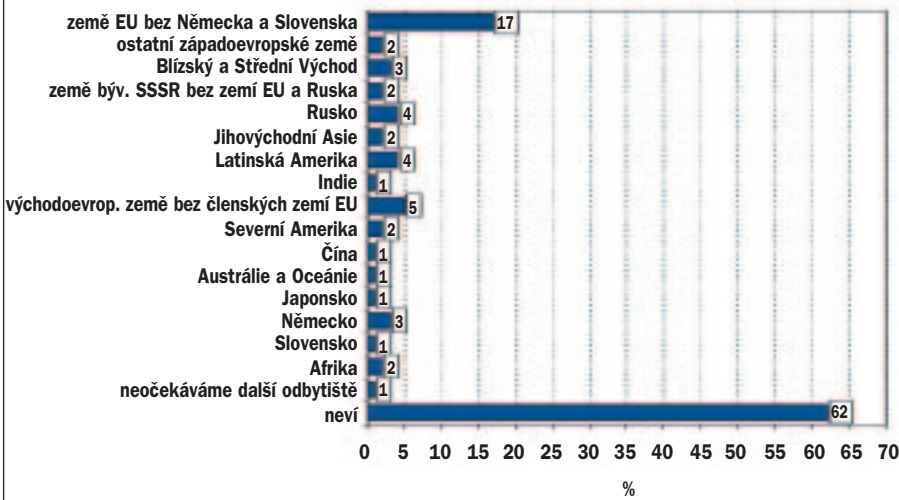
Vývoj zaměstnanosti ve firmách, které exportují

Odhady zaměstnanosti v exportních firmách se stále zlepšují. Ve většině exportních podniků by měl počet zaměstnanců stagnovat (61 %). Nárůst počtu zaměstnanců očekává čtvrtina exportních podniků (24 %). Na jaře 2007 to bylo 19 %. Pokles očekává desetina podniků (10 %). Již sedmou vlnu po sobě je index zaměstnanosti (rozdíl procenta kladných a záporných odpovědí) v kladném pásmu. Jeho hodnota se zvýšila na +14 (na jaře 2007 +10). Očekávání exportérů se dlouhodobě zlepšuje od jara 2002.

Klíčové trhy

Země EU jsou stabilně klíčovými trhy. V předchozích 12 měsících exportovaly více než čtyři pětiny firem (86 %) do Německa, do zemí EU (bez Německa a Slovenska) to bylo 85 % firem; tři čtvrtiny firem (76 %) na Slovensko. Tyto tři regiony s velkým náskokem vládnou českému exportu. Následuje Rusko, které uvedla více než třetina respondentů (39 %), východoevropské země bez členských zemí EU (36 %) a země bývalého Sovětského svazu bez členských zemí EU a Ruska (33 %). Očekávání exportních firem co se týče nárůstu exportů v příštích 12 měsících jsou u všech regionů stále spíše pozitivní. Exportéři očekávají získání nových odbytišť v příš-

Očekáváte, že v příštích 12 měsících získáte nová odbytiště? Které země to budou?



tích 12 měsících s výrazným náskokem před ostatními zeměmi a regiony především na unijním trhu (bez Německa a Slovenska). Uvedla to necelá pětina (17 % respondentů). To je podobné jako na jaře 2007.

Na 38 % firem ztratilo v posledních třech letech nějaká zahraniční odbytiště nebo trhy, 61 % si udrželo všechny trhy. A 1 % respondentů odmítlo odpovědět. Nejčastěji ztratily trhy v EU bez SRN a Slovenska (48 % těchto případů), dále v Německu (21 %). Důvodem ztráty trhu u těchto firem, byla především cenová konkurence (26 %; na jaře 2007 18 %).

Největší exportní příležitost do budoucna představuje podle necelé třetiny exportních firem (30 %; na jaře 2007 - 24 %) Německo, následuje Rusko (21 %) a země EU bez Německa a Slovenska (14 %, jaro 2007 - 20%). Opět s předstihem před ostatními regiony a zeměmi.

Za perspektivní oblast českého exportu obecně z produktového či oborového hlediska považuje 32 % exportních firem stroje, strojírenství, strojírenská zařízení. Na 27 % exportních firem automobilový průmysl. Tato odvětví vedou s velkým náskokem.

Ekonomická situace firem selepší

Ekonomická situace exportujících firem se podle respondentů dále udržuje na dobré úrovni. Pouze desetina (11 %) exportních firem označila svoji situaci za horší než před 12 měsíci (na jaře 2007 ji takto označilo 8 % exportních podniků). Více než polovina (51 %) ji označilo za lepší (jaro 2007 55 %). Třetina (36 %) respondentů ji považuje za stejnou.

Vlivy působící na vývoz

Nepříznivým vlivem, který dle respondentů bude nepříznivě působit na obchody do zahraničí v příštích 12 měsících, je podle třetiny respondentů (34 %; na jaře 2007 pouze 19 %) kurzová a měnová nestabilita. Více než desetina respondentů (13 %) uvedla zdražení vstupů pro produkci a zhruba stejný počet respondentů (10 %) uvedl jako nepříznivý vliv rostoucí konkurenci na cílových trzích.

Kurzová a měnová nestabilita je pro třetinu (31 %; na jaře 2007 - 23 %) s velkým náskokem hlavní vliv působící na pokles exportu. Růstu exportu z ČR dle vývozců nejvíce pomáhá konkurenceschopnost z hlediska kvality (dle 22 % respondentů; na jaře 2007 - 17 % respondentů); dále cenová konkurenceschopnost (10 % respondentů).

Exportérům nejvíce pomohl v posledních 12 měsících rozvoj (osobních) kontaktů a nové kontakty

v zahraničí (21 %). V pětina případů (20 %; na jaře 2007 pouze ve 12 % případů) technologické inovace a investice.

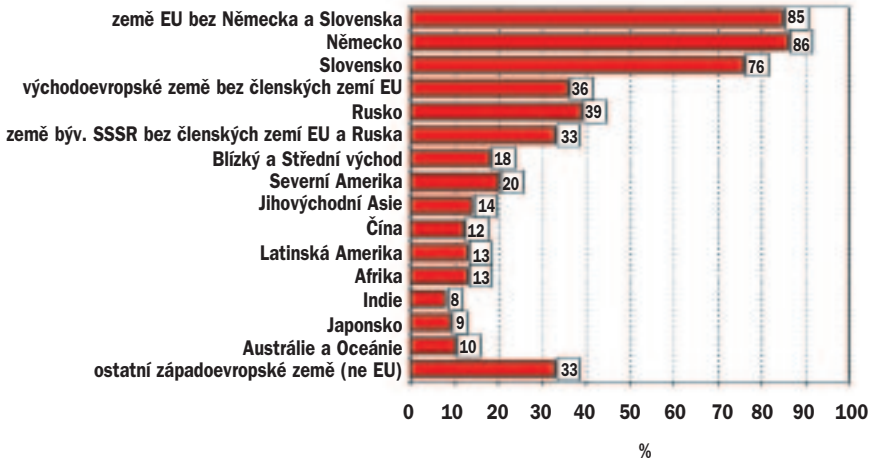
S výrokem, že české výrobky jsou v zahraničí vnímány jako velmi kvalitní souhlasí 81 % respondentů (zcela + spíše). S výrokem, že české výrobky jsou v zahraničí vnímány jako cenově přístupné souhlasí 90 % respondentů (zcela + spíše). S výrokem, že jde o výrobky na špičkové technické a technologické úrovni souhlasí 72 % respondentů (zcela + spíše). S tím, že výrobky z České republiky mají v zahraničí dobré jméno souhlasí 85 % respondentů (zcela + spíše). S výrokem, že české zboží má na trhu dlouholetou tradici souhlasí 78 % respondentů (zcela + spíše). Rozdíly oproti jaru 2007 jsou minimální.

Podmínky jsou dobré

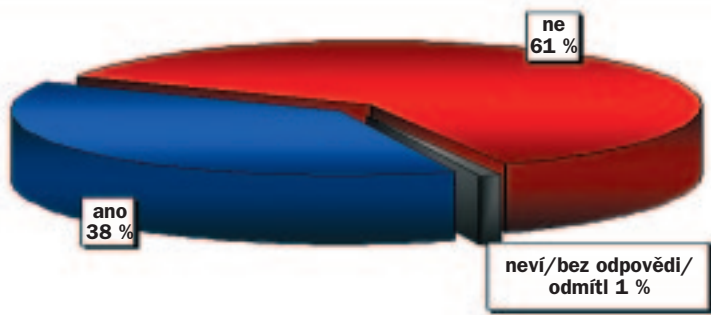
Více než tři čtvrtiny (77 %) respondentů vnímá podmínky k exportu v ČR jako dobré (velmi dobré + spíše dobré). Toto pozitivní hodnocení pokračuje od vstupu do EU. Třetina (30 %) respondentů se domnívá, že se podmínky pro export za poslední rok změnily. Polovina (49 %) z těch, kteří si myslí, že se podmínky exportu v posledním roce změnily, se domnívá, že k lepšímu (výrazně k lepšímu + spíše k lepšímu). Což je méně než na jaře 2007, kdy se takto vyjádřily téměř dvě třetiny respondentů (62 %).

Více než dvě třetiny (66 %) exportérů je o podpůrných programech pro české exportéry dostatečně informováno (rozhodně ano + spíše ano). Což je více než na jaře 2007, kdy to bylo 55 % exportérů. Informace o těchto programech čerpají hlavně z internetu (72 %; na jaře 2007 47 % exportérů). Zavedení EURA bude mít dle vývozců spíše pozitivní vliv na export. Necelé dvě pětiny (36 %) exportérů očekává pozitivní dopady (rozhodně pozitivní + spíše pozitivní); negativní dopady (rozhodně negativní + spíše negativní) předpokládá pouze pětina (18 % exportérů). Třetina (33 %) exportérů nepředpokládá žádné výrazné ovlivnění exportu a zastává neutrální postoj. Kolem 15 % respondentů neví. Rozdíly oproti minulému výzkumu jsou zde minimální. Z pozitivních dopadů zavedení EURA pro exportní operace uváděla čtvrtina respondentů (26 %) odstranění kurzového rizika, pětina respondentů (22 %) jednoduchost, snazší přepočty, jednodušší účetnictví apod. Stabilní ceny subdodávek jako pozitivní dopad uvedlo 12 % respondentů. Z negativních dopadů zavedení EURA uváděli respondenti především tlak na růst cen a zvýšení cen (10 %); 6 % respondentů uvedlo jako negativum možný nepříznivý kurz ke dni přechodu na euro. Průměrný odhad kurzu vůči EURU za šest měsíců na jaře 2008 činil u respondentů 27,00 korun/euro. (tz)

Do kterých oblastí exportovala vaše firma v průběhu předcházejících 12 měsíců?



Ztratila vaše firma v posledních třech letech nějaká zahraniční odbytiště/trhy, ať už částečně, nebo úplně?



Auditoři pro vaši jistotu

Předvánoční nálada: Češi jsou největšími optimisty



Většina Evropanů se domnívá, že se v letošním roce jejich kupní síla zmenší. Také vyhlídky na vývoj v příštím roce jsou většinou pesimistické. To nepříznivě ovlivní nákupní chování spotřebitelů před Vánocemi. Rostoucí ceny potravin, energie a dalších běžných komodit povedou ke snížení výdajů na nákupy dárků, aby lidé vyšli se svým plánovaným vánočním rozpočtem. Česká republika však patří k nemnoha evropským zemím, v nichž se letos o Vánocích výdaje proti loňsku pravděpodobně zvýší. Ohledně vývoje v příštím roce jsou Češi nejvíce optimističtí v Evropě.

V letošním roce již po deváté společnost Deloitte uskutečnila průzkum předvánočních nálad, očekávání a spotřebitelských zvyků, jehož výsledky mohou maloobchodním prodejcům napovědět, jaké zboží a jakým způsobem co nejlépe nabídnout, a spotřebitelům vybrat správné dárky pro své nejbližší. Letos byl průzkum společností Deloitte proveden ve 20 zemích regionu Evropy, Středního východu a Afriky. Poprvé se jej zúčastnili také občané Česká republiky. Ti jsou také v Evropě největšími optimisty, co se týká jejich hodnocení hospodářské situace. Přesvědčení, že ekonomika roste, vyjádřila 53 % respondentů. Jejich výhled do budoucna je rovněž plný naděje. Že se domácí ekonomika zlepší, odhadují 52 % českých mužů a 28 % žen. Většinu kladných odpovědí k současné hospodářské situaci poskytli v průzkumu už jen Švýcaři, Jihoafričané a neočekávaně také Němci, kteří na rozdíl od loňska oceňují vyrovnanou platební bilanci a státní rozpočet. Ve většině evropských zemí však převažují pesimistické názory na stav ekonomiky. Ve srovnání s loňskem se prohloubily ve Španělsku, Portugalsku a Francii. Do pesimistické nálady upadlo také Irsko, které ještě loni vyhlíželo do budoucna velmi směle. Podobně je tomu u očekávání vývoje v příštím roce; optimismus v Evropě se kromě Německa a Švýcarska vytrácí. Pouze 28 % obyvatel Evropy očekává zlepšení, 41 % naopak zhoršení. V důsledku toho se 53 % respondentů obává snížení své kupní síly. Podobně také v České republice 37 % respondentů očekává pokles kupní síly a 41 % se domnívá, že jejich kupní síla zůstane stejná.

Slavit se bude

Na oslavy vánočních svátků však pesimistické adventní nálady mít nebudou. Více než 80 % Evropanů bude slavit Mikuláše, Vánoce nebo Nový rok. Jen poměrně málo rodin se na Starém kontinentu chystalo k oslavám Halloweenu. Ten je považován za svátek americký a navzdory snahám maloobchodních firem zde nezakořenil. To samozřejmě neplatí o Velké Británii a Irsku. V Česku se utráčí na Mikuláše, Vánoce i na Nový rok, ale 95 % zdejších respondentů uvedla Vánoce jako svátky nejdražší. "Tento trend je pro obchodníky zásadní a jejich úsilí musí být upřeno

právě k těmto svátkům," upozornil Martin Tesař, partner oddělení auditu společnosti Deloitte Česká republika.

Současná situace ve světě se však odrazí na struktuře vánočních nákupů. Utrácet se bude méně, tvrdí většina odpovědí, protože jsou dražší potraviny (důvody u 54 % respondentů) a energie (34 %) a také proto, že příjmy domácností jsou nižší (44 %).

"Domníváme se, že očekávání spotřebitelů ohledně růstu cen jsou přehnaná. Určitě se řada položek skutečně zdraží, ale ne tolik, jak se lidé obávají. Obchodníci mají ještě čas na to, aby zákazníkům poskytli lepší informace," sdělil Gilles Goldenberg, partner Deloitte pro spotřebitel-ská odvětví v Evropě.

Aby se vešli do plánovaných rozpočtů, domácnosti budou většinou snižovat výdaje za dárky a méně se omezovat v útratách za potraviny a kulturní a společenské vyžití. Ze studie vyplývá, že průměrně "padne" na dárky 60 % rozpočtu, na jídlo čtvrtina a na kulturu a společenské vyžití 12 %. "Distributoři mají bezpochyby stále ještě čas oznámit, jaké bude skutečné zvýšení cen potravin, aby opravili mylný dojem a vyhnuli se zmrazení výdajů na dárky," usoudil Martin Tesař. Nejvyšší výdaje v Evropě plánují již tradičně Irové: 1339 eur (35 791,5 Kč), z toho 720 eur je na dárky. Nejmenší výdaje v Evropě se plánují v Nizozemsku: 411 eur, z toho 173 eura na dárky. V Česku by výdaje na svátky měly činit 506 eur, z toho na dárky 306 eur. Česká republika, která byla do průzkumu zahrnuta poprvé, tedy jasně vykazuje stejnou míru spotřeby jako západoevropské země.

Nastupuje digitální generace

Zbývá ještě odpovědět na otázku, jaké dárky si lidé přejí a jaké skutečně dostanou. Co se dětí týká, nadpoloviční většina rodičů (52 až 47 %) věří, že znají jejich přání. Výjimkou je Francie, kde přání svých dětí znají jen 42 % respondentů. V České republice je to 57 %. Obecně vědí ženy lépe, co děti chtějí, než muži. Lidé ve středním věku (mezi 31 a 40 roky) znají lépe touhy starších dětí, zatímco lidé o něco starší jsou lépe obeznámeni s přáním malých dětí do 12 let. Nejčastěji tyto malé děti dostanou dárky klasické: stavebnice a kreativní hračky (v ČR 49 %),

stolní hry, autíčka, panenky nebo akční figurky. Zhruba třetina českých dětí dostane mobilní telefon a třetina kolo. Evropské starší děti se dočkají nejčastěji nějaké hudby, přičemž už to nebudou CD jako v minulých letech, ale MP3 a iPody. Mezi Kypřany a Čechy jsou velmi oblíbené mobilní telefony (v ČR je dostane 60 % teenagerů). Zhruba polovina starších českých dětí může pod stromečkem čekat něco na sebe, nebo nějakou hotovost.

Dobrou zprávou je, že většina dospělých Evropanů bude s dárky spokojena. Nejčastěji chtěným i nejčastěji kupovaným dárkem jsou knihy. Síla přání s nejčastěji darovanými věcmi se ještě celkem výrazně shoduje u parfémů a kosmetiky a u dárkových poukazů (na druhém až třetím místě mezi nejčastějšími přáními a nejčastěji kupovanými dárky). Evropané, kteří si přáli šperky či zahraniční dovolenou, budou ale asi docela zklamáni. Velmi zřídka se v Evropě darují hotové peníze, navíc si je mnohem více lidí přeje, než dává.

Ještě citlivější, než u dětí, je správný výběr dárků mezi muži a ženami. V České republice největší shoda mezi přáním žen a nákupů mužů panuje u parfémů a kosmetiky, šperků a hodi-nek, u knih a oblečení. Výrazně méně, než by si ženy přály, jim muži kupují počítače, mobilní telefony a velmi zřídka cestovní poukazy (kupuje je 8 % mužů), ač by si je ženy velmi přály (33 %). To už se spíše dočkají nějaké obálky s penězi (33 % žen by si to přálo, 17 % mužů je odhodláno to splnit).

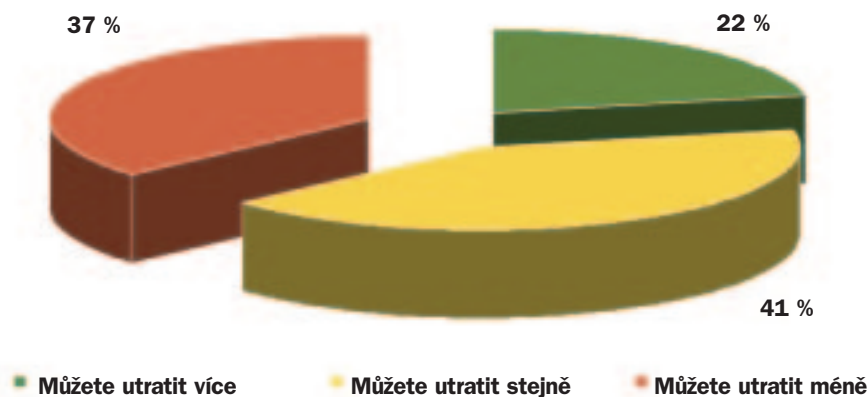
U nákupu zboží si spotřebitelé více než dříve kontrolují původ výrobků. U hraček si 52 % respondentů hodlá kontrolovat kvalitu, ale také podmínky výroby - zda při ní nedochází k nadměr-

nému poškozování životního prostředí nebo k sociálním nesrovnalostem. "Spotřebitelé stále častěji odmítají kupovat hračky vyráběné za eticky nepřijatelných podmínek," potvrdil Gilles Goldenberg. "Proto by letos měli být prodejci velmi snaživí při podávání pravdivých informací o zboží, jeho původu a kvalitě. Tato komunikace může předejít ostrému snížení poptávky po zboží nebo změnám ve struktuře poptávky."

Roste obliba nákupů přes internet

Do předvánočních nákupů silně promluví tzv. nová média. Obchodníci by je měli více využívat při propagaci svého zboží, při poskytování informací o něm včetně cen a nakonec i k nákupům. Téměř tři čtvrtiny Evropanů tvrdí, že internet při svých vánočních nákupech určitě využijí. Jeden ze tří uživatelů internetu skutečně nakoupí přes internet, ostatní pak pomocí internetu budou porovnávat nabídky obchodů, druhy zboží a ceny. Zdejší občané nejsou výjimkou. Dvě třetiny Čechů využijí internet pro informaci a vyhledávání příležitostí (průměr za celou studii je 47 %), přičemž 38 % českých uživatelů přes internet vánoční dárky přímo nakoupí. Jinak k nákupům potravin nejčastěji v ČR lidé využijí hypermarkety, k nákupu dárků tradiční obchodní domy. (tz)

Jak byste popsali svou současnou kupní sílu ve srovnání s loňským rokem?



VŠE, CO JEŠTĚ NEVÍTE ... 1. VOX, a. s.

Velká účetní závěrka včetně daňového přiznání - dvoudenní speciálka

TERMÍN: 8.-9. 1. 2008 - Hotel Olympik - TRISTAR, Praha 8
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ivana Pilařová (daňová poradkyně, auditorka, členka Rady KA ČR)
PROGRAM:
 8. 1. 2008 - Sestavení účetní závěrky podvojného účetnictví v plném rozsahu
 9. 1. 2008 - Sestavení daňového přiznání k daní z příjmů právnických osob přímo na formuláři daňového přiznání
KÓD: 806100 **CENA:** 3290 Kč

DPH ve stavebnictví - speciál

TERMÍN: 15. 1. 2008
CÍL: Předmětem specializovaného semináře jsou zvláštnosti zdaňování nemovitostí (staveb, bytů, nebytových prostor, staveb pro sociální bydlení a pozemků) od 1. 1. 2008.
PŘEDNÁŠÍ: PhDr. Milan Skála (daňový poradce č. 000 014)
KÓD: 800800 **CENA:** 1990 Kč

Zákon o úrazovém pojištění

TERMÍN: 16. 1. 2008
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Zdeněk Přeslička (MPSV ČR - oddělení pracovního úrazového pojištění, spoluautor zákona o úrazovém pojištění zaměstnanců)
KÓD: 801000 **CENA:** 1890 Kč

Novinky v praktickém účtování podnikatelů v roce 2008

TERMÍN: 17. 1. 2008 - Hotel Olympik, Praha 8
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jana Skálová (partnerka TPA Horwath, auditorka, daňová poradkyně, členka prezidia Komory daňových poradců ČR)
KÓD: 801400 **CENA:** 1890 Kč

Poskytování náhrad cestovních výdajů v roce 2008

TERMÍN: 18. 1. 2008

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Soňa Šamalová (spoluautorka zákona o cestovních náhradách)
KÓD: 801300 **CENA:** 1690 Kč

Zaměstnávání specifických skupin zaměstnanců (zdravotně postižení, cizinci, osoby vyžadující zvýšenou péči) - změny od 1. 1. 2008

TERMÍN: 22. 1. 2008
CÍL: Podat personalistům a mzdovým účetním aktuální informace o právech a povinnostech zaměstnavatelů v roce 2008.
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Ladislava Steinichová (MPSV ČR - ředitelka odboru metodiky a správního řízení, specialista na problematiku zaměstnanosti)
KÓD: 792100 **CENA:** 1790 Kč

REFORMA DAŇOVÝCH ZÁKONŮ - JAKÝ SMĚREM SE VYDAT V ROCE 2008?

TERMÍN: 22.-24. 1. 2008
MÍSTO: Hotel Olympik, Sokolovská 138, Praha 8
PROGRAM:
 22. 1. 2008 Novela zákona o DPH s účinností od 1. 1. 2008, Ing. Hana Straková ● Novela zákona o daní z příjmů fyzických osob s účinností od 1. 1. 2008, Ing. Eva Sedláková
 23. 1. 2008 Změny v oblasti závazků, tvorby opravných položek a rezerv od 1. 1. 2008, Ing. Ladislav Pavlík ● Novela zákona o daních z příjmů právnických osob s účinností od 1. 1. 2008, Ing. Ilona Součková
 24. 1. 2008 Ekologické a spotřební daně o JUDr. Mgr. Robert Pelka
KÓD: 807400 **CENA:** 7990 Kč

Nemocenské pojištění a pojistné na sociální zabezpečení, důchodové a zdravotní pojištění - speciálka roku 2008

TERMÍN: 31. 1. 2008 - Palác Charitas, Praha 2
PROGRAM:
 ● Zákon o nemocenském pojištění od 1. 1. 2008 o Mgr. Magdaléna Šváchová
 ● Zákon o sociálním zabezpečení od 1. 1. 2008 o JUDr. Tomáš Hejkal
 ● Změny v důchodovém pojištění - aktuálně od 1. 1. 2008 o JUDr. Helena Pelikánová
 ● Zdravotní pojištění o Mgr. Jan Červinka
KÓD: 814300 **CENA:** 2590 Kč
 Produktová nabídka na 1. pololetí roku 2008 bude zveřejněna na www.vox.cz 10. prosince 2007. Bulletin č. 31 a Manažerské vzdělávání v tištěné podobě Vám rádi zašleme tel.: 226 539 670.



Trh rizikového kapitálu zažívá nejlepší období za posledních pět let

Podle aktuální zprávy firmy Ernst & Young zaznamenal trh rizikového kapitálu v minulém roce a na počátku letošního roku významný růst. Předpokládá se, že tento trend bude během roku 2007 nadále pokračovat. Investice rizikového kapitálu dosáhly v roce 2006 v USA, Evropě, Izraeli a Číně celkem 35,2 miliardy USD, což je nejvíce od roku 2001. Vzrostl jejich počet i objem, a to ve všech sledovaných regionech. Nejvyššího nárůstu dosáhly v Číně, kde se počet těchto investic meziročně zvýšil o 37 % a množství investovaných prostředků o 58 %.

"Za zrychlením trhu rizikového kapitálu stojí hlavně rostoucí investice zahraničních investorů do Číny a Indie. Svou roli hraje také postupující globalizace fondů rizikového kapitálu i firem podporovaných tímto kapitálem a směřování investic do rozvíjejících se sektorů, jako jsou tzv. zelené technologie," uvedl Vladislav Severa, vedoucí partner v oddělení transakčních poradenských služeb Ernst & Young. Průměrná doba od úvodní investice do jejího ukončení se na všech trzích prodloužila na více než šest let. Podporované firmy navíc vstupují na globální trhy dříve, a nutí tak investory, aby do nich vkládali větší prostředky. Například od roku 2002 se objem investic ve druhé fázi zvýšil o 12,5 % v USA, o 233 % v Číně a shodně o 100 % v Evropě a v Izraeli.

Změny na mapě rizikového kapitálu

I nadále dominují trhu rizikového kapitálu vyspělé ekonomiky jako jsou USA, Evropa a Izrael.

Nadace ČVUT Media Lab a automobilka Škoda Auto pro nové nápady

Zástupci společnosti Škoda Auto a nadace ČVUT Media Lab podepsali 7. listopadu 2007 v prostorách ČVUT v Praze smlouvu o spolupráci mezi automobilkou a nadací. Škoda Auto se stala jedním ze zakládajících partnerů nadace, jejímž cílem je podporovat rozvoj nejnovějších technologií, inovací a technického vzdělávání v České republice. Smlouva o partnerství je podepsána na dobu tří let, během kterých podpoří Škoda Auto nadaci částkou ve výši 1 000 000,- Kč ročně. Prostředky budou použity pro realizaci řady projektů z oblasti výzkumu, vývoje a inovací. Díky spolupráci akademické sféry, neziskového sektoru a podniků tak budou mít odvážné nápady těch nejlepších studentů reálnou šanci na uplatnění v praxi. "Od spolupráce s nadací očekáváme konkrétní a reálné výstupy. Víme, že studenti technických škol a univerzit umí přicházet s novými a nekonvenčními nápady. Právě takové nápady, pokud dostanou šanci a jsou realizovány, umožňují také naší automobilce držet se na špičce evropského automobilového průmyslu," uvedl při podpisu smlouvy Martin Jahn, člen představenstva společnosti Škoda Auto.

Pro splnění těchto očekávání má ČVUT Media Lab výborné předpoklady. Finančně podporuje studentské týmy, které řeší nejrůznější projekty a provádějí výzkum v konkrétních oblastech. S formulací problému mohou přijít samotní studenti nebo jej specifikují partneři a členové nadace. "Automobilový průmysl je na technický rozvoj a inovace velmi náročný. Jsem si proto jistý, že spolupráce se Škodou Auto přinese nadaci nejen finanční prostředky, ale také řadu konkrétních zadání, které budou studenti v rámci výzkumu šitého na míru řešit," uvedl Václav Havlíček, rektor ČVUT, které je jedním ze zřizovatelů nadace. Finanční prostředky jsou talentovaným studentům rozdělovány Správní radou nadace na základě doporučení Vědecké rady. V obou orgánech působí renomované osobnosti - významní představitelé českých vysokých škol a průmyslové sféry z celé České republiky. Transparentní grantový systém, podle kterého jsou prostředky alokovány, podléhá kontrole partnerů a členů nadace. ČVUT Media Lab má celostátní působnost - podporu může získat student libovolně vysoké školy v ČR, pokud prokáže dostatečnou kvalifikaci či inovační charakter navrhovaného řešení.

Další informace o nadaci ČVUT Media Lab získáte na internetových stránkách www.cvutmedialab.cz nebo na kontaktu:

Prof. Ing. Vladimír Mařík, DrSc.
Tel.: +420 224 357 421
E-mail: marik@labe.felk.cvut.cz
(tz)

Nové trhy se však rozvíjejí velmi dynamicky a investice rizikového kapitálu zde již začínají ovlivňovat podnikatelské prostředí. Čína, Indie a v rostoucí míře i Rusko jsou prvními zeměmi, které mají významný vliv na zvyšující se globalizaci trhu rizikového kapitálu. Čína se stává na trhu rizikového kapitálu zajímavou zemí, objem investovaného rizikového kapitálu zde v loňském roce dosáhl 1,9 miliardy USD. Čína je tak po USA druhým nejčastějším adresátem rizikového kapitálu. V Indii se objem investic rizikového kapitálu v roce 2006 přiblížil 1 miliardě USD a očekává se, že tuto hranici letos překoná. Růst investic v Indii je zapříčiněn hlavně rozvíjející se střední třídou, úspěchy prvních investic rizikového kapitálu a také značnou mírou inovací. Rusko

prozatím vykazuje jen nízkou míru rizikového kapitálu - podle RVCA (Russian Venture Capital Association) dosáhly investice v roce 2005 jen 29 milionů USD. Prozatím zde nedošlo k žádnému zásadnímu průlomu, ale určitý pozitivní vývoj v poslední době by mohl povzbudit další investice. Země střední a východní Evropy jsou pro západní Evropu významným partnerem zejména v oblasti outsourcovaného výzkumu. "Outsourcing běžně používají výrobní podniky v Polsku, České republice i v pobaltských zemích," sdělil Vladislav Severa a dodal: "Kromě profesionálních schopností nabízejí země střední a východní Evropy společně kulturní zázemí, rychle rostoucí střední třídu, geografickou blízkost a mnohé z nich jsou již navíc členy EU." S postupnou globalizací roste i počet mezinárodních transakcí. V letech 2005 a 2006 se 19 % investic rizikového kapitálu uskutečnilo mezi různými kontinenty, což je o 250 % více než v předchozích pěti letech.

Nové cíle rizikového kapitálu

Změny globálního klimatu, vysoké ceny ropy, zrychlený růst v rozvíjejících se zemích, obavy o bezpečnost energetických zdrojů a jejich ome-

zené zásoby patří mezi hlavní příčiny rostoucí celosvětové poptávky pro zelených technologiích. Podle výzkumu společností Dow Jones VentureOne a Ernst & Young se v roce 2006 uskutečnilo v Číně, Evropě, Izraeli a USA 140 investic do této oblasti v celkové hodnotě 1,28 miliardy USD. Jedná se o téměř dvojnásobný objem oproti předchozímu roku, kdy bylo investováno do oblasti čistých technologií pouze 664,1 milionu USD celkem ve 103 případech. Předpokládá se, že tento trend bude pokračovat i nadále, a to nejen ve vyspělých ekonomikách, ale i na rozvíjejících se trzích, zejména pak v Číně a Indii. Zelené technologie se rovněž pravděpodobně stanou nejfrekventovanější přeshraniční investicí pro firmy podporované rizikovým kapitálem. Další oblastí, která zažívá zvýšený zájem investorů, jsou firmy zabývající se vývojem technologií pro Web 2.0. V roce 2006 se podle studie uskutečnilo 167 investic v objemu 844,4 milionu USD, což je více než dvojnásobek investovaných prostředků a téměř dvojnásobek obchodů ve srovnání s rokem 2005. Tato data jen potvrzují fakt, že investice rizikového kapitálu do oblasti Web 2.0 se od roku 2002 každým rokem zdvojnásobí. Základ růstu zůstává v USA a v Evropě. **(tz)**

Gas Business Breakfast 2007

Rok 2007 – reflexe plynárenského trhu

Organizátor: vydavatelství EURONEWS, a. s.
Datum: 7. prosince 2007
Čas: 8.30–11.45 hod.
Místo: hotel Corinthia Towers, Bellevue Hall, 24. patro
Moderátor: Vratislav Ludvík
Účast: je možná pouze na základě osobního pozvání

8.30–9.00	Registrace, snídaně
9.00–9.10	István Lékó, šéfredaktor týdeníku EURO, úvodní slovo

Sekce I – Reflexe plynárenského trhu 2007

9.10–9.30	Tomáš Hüner , náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR, ředitel sekce průmyslu a energetiky Vývoj trhu v ČR na pozadí legislativních změn EU a postavení plynárenství v ČR
9.30–9.45	Josef Fiřt , předseda Energetického regulačního úřadu Další vývoj regulace v plynárenství a spolupráce Regulačních orgánů v EU; regulační pobídky na zajištění bezpečnosti dodávek
9.45–10.00	Stanislav Kázecký , viceprezident Svazu průmyslu a dopravy ČR pro oblast zahraniční vztahy Liberalizace energetického trhu a vazby na podnikatelské prostředí ČR
10.00–10.20	Martin Hermann , předseda představenstva, CEO a CFO RWE Transgas, a. s., a viceprezident České plynárenské unie České plynárenství jako součást evropského trhu se zemním plynem; energetická efektivita prioritou skupiny RWE v ČR Nový legislativní balíček EU a jeho možný dopad na trh s plynem v ČR
10.20–10.30	Otázky a odpovědi, diskuse
10.30–10.40	Přestávka na kávu

Sekce II – Zemní plyn a ekologie (zemní plyn v dopravě)

10.40–11.00	Martin Bursík , místopředseda vlády ČR Využití zemního plynu v palivoenergetickém mixu ČR a dopravě, přístup v EU a ČR, závěry Zprávy o životním prostředí ČR v roce 2006
11.00–11.15	Karel Havel , člen dozorčí rady Svazu dopravy a ředitel ČSAD, a. s., Česká Lípa CNG jako lék na znečištěný vzduch ve městech (MHD) a jeho začlenění do Dopravní politiky České republiky pro léta 2005–2013
11.15–11.30	Roman Budinský , prezident České plynárenské unie a předseda představenstva Severočeské, Středočeské a Západočeské plynárenské, a. s. Moderní způsoby užití zemního plynu
11.30–11.45	Otázky a odpovědi, diskuse
11.45	Závěrečné slovo

Pro více informací navštivte www.euro.cz (odkaz EURO Setkání) nebo volejte 251 026 150, kontaktní osobou je Růžena Rousková.

Víme, co ostatní ani netuší...

CAC LEASING - už je to UniCredit Leasing



Od pondělí 5. listopadu 2007 vystupuje největší univerzální leasingová společnost CAC LEASING pod novým jménem - UniCredit Leasing. Tímto krokem byla dokončena integrace společnosti do evropské finanční skupiny UniCredit Group, jejímž členem je CAC LEASING více než dva roky. Od roku 1991 uzavřela společnost CAC LEASING více než 300 000 smluv o financování v celkové hodnotě přesahující 170 miliard korun (dle pořizovací ceny předmětů financování).



Generální ředitel Jiří Matula



Výkonný ředitel Jaroslav Jaroměřský

"Za 9 měsíců letošního roku dosáhla společnost CAC LEASING rekordních výsledků, když zaznamenala v objemu nových obchodů movi-

tých věcí v pořizovacích cenách meziroční nárůst o 11,2 %," uvedl Jaroslav Jaroměřský, výkonný ředitel UniCredit Leasing.

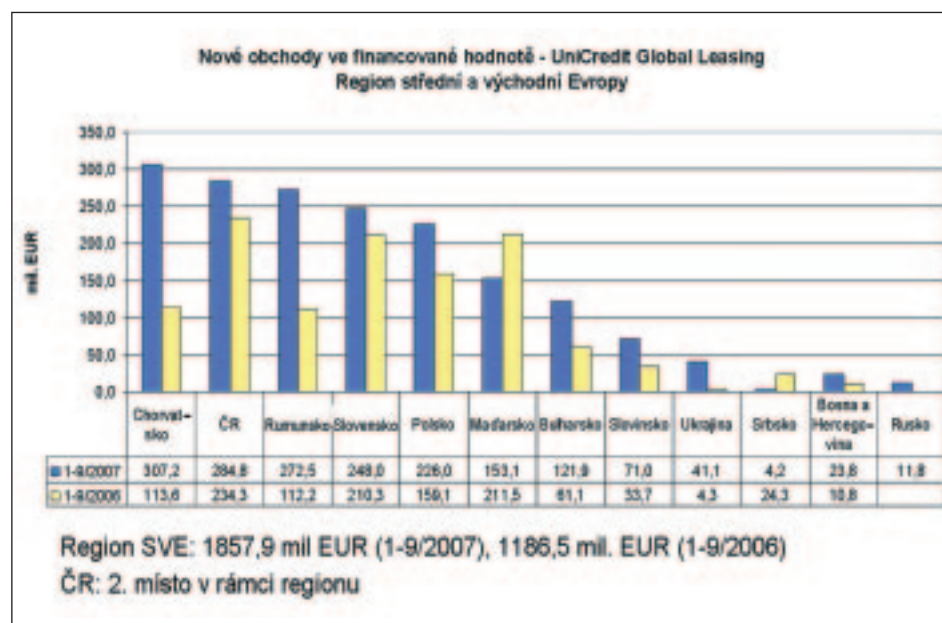
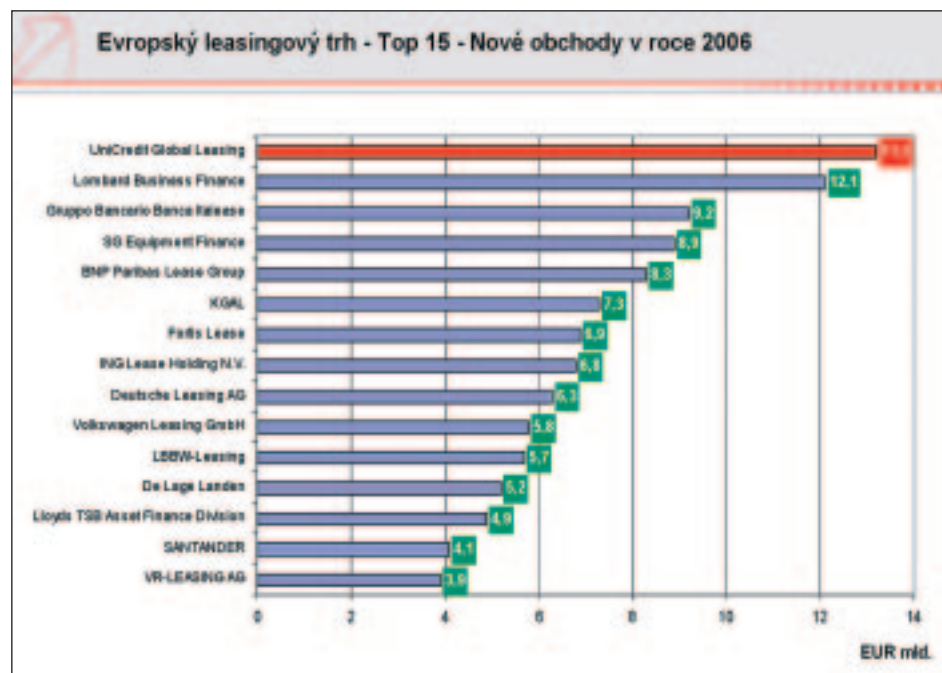
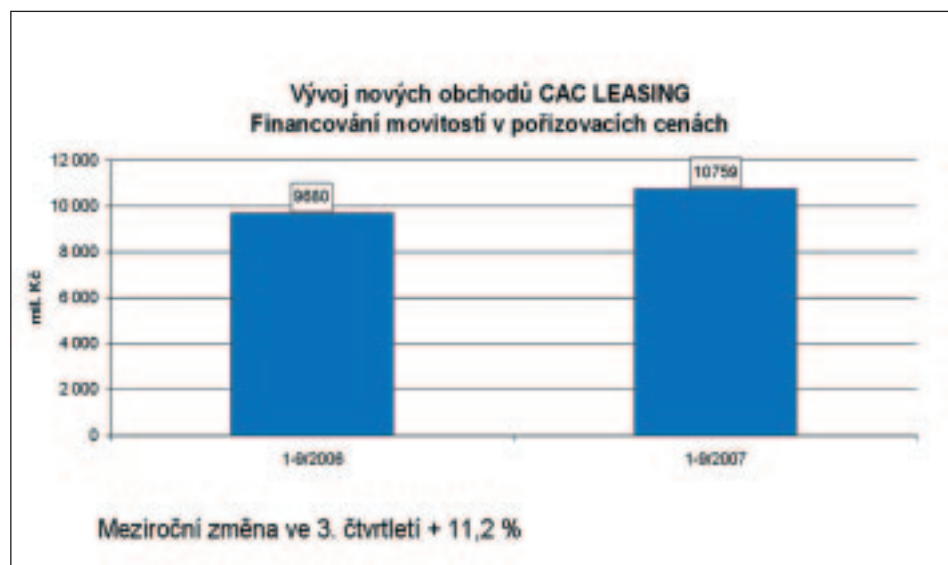
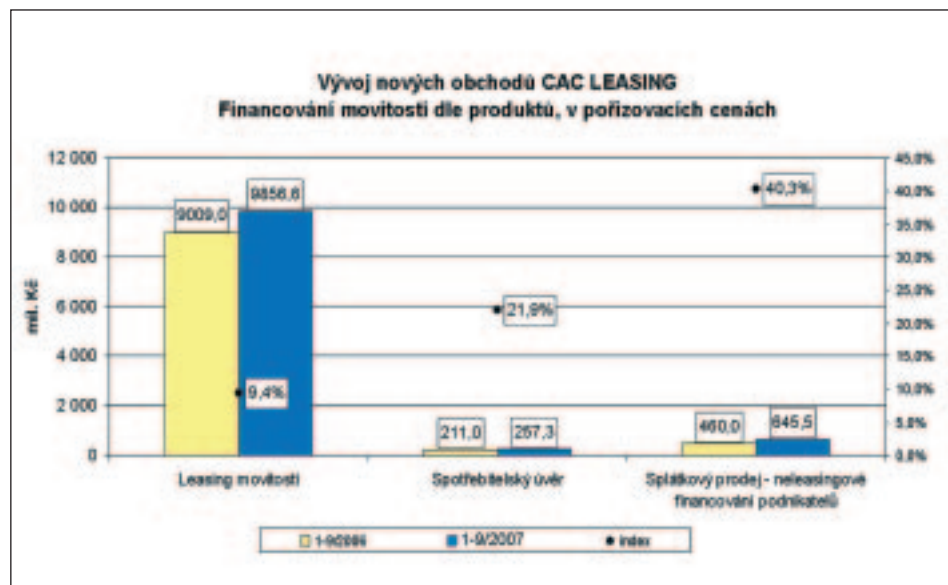
Společnost CAC LEASING je desátou společností ve skupině UniCredit Leasing, která změnila své jméno a dala tak jednoznačně najevo svoji příslušnost k silné a rychle se rozvíjející evropské finanční skupině. Změna jména pro společnost znamená pouze vizuální proměnu například propagačních materiálů nebo označení poboček. "I nadále pod obchodním názvem UniCredit Leasing si společnost zcela zachová univerzální charakter své nabídky. Díky příslušnosti k evropské skupině pak přidává k nabídce financování přeshraniční rozměr," doplnil Jiří Matula, generální ředitel UniCredit Leasing. Oznámení o změně jména obdrželi klienti, dodavatelé a další partneři již v průběhu října. Od listopadu pak společnost o změně jména informuje širokou veřejnost prostřednictvím inzercí v celostátním a odborném tisku. "Pro komunikaci nové značky využíváme v inzertní kampani zejména deníky a týdeníky. Dalšími komunikačními prostředky budou do konce roku internet a televize," sdělila Erika Duchanová, ředitelka marketingu a komunikace. Dále dodala: "V první polovině roku 2008 budeme komunikaci směřovat do odborných periodik, zejména prostřednictvím advertoriálů či kombinací inzercí a článků." Kampaň a její kreativní řešení pro společnost UniCredit Leasing připravila reklamní agentura Fabrika.

UniCredit Leasing v Evropě

Celkem skupina UniCredit Leasing spojuje leasingové společnosti ze 16 evropských zemí a má zhruba 2500 zaměstnanců. Objemem nově uzavřených obchodů za rok 2006 ve výši 13,2 mld. EUR je skupina jedničkou na evropském trhu.

Celá skupina UniCredit Group dosahuje aktuální tržní kapitalizace ve výši 84 miliard EUR (k 1. 10. 2007), a řadí se tak k nejvýznamnějším finančním skupinám Evropy. Působí v celkem 23 zemích, kde má více než 40 milionů klientů a 9000 poboček a přibližně 170 000 zaměstnanců. Její celková aktiva činí k 30. 6. 2007 zhruba 1.018 miliard EUR (proforma).

Fúzí se společností Capitalia, jež se uskutečnila k 1. 10. 2007, posílila skupina UniCredit Group výrazně svou pozici v Itálii, která je vedle Německa, Rakouska a střední a východní Evropy jedním z jejích klíčových trhů. V regionu střední a východní Evropy (CEE) má skupina největší mezinárodní bankovní síť, s více než 3700 pobočkami a obchodními místy, v nichž více než 76 000 zaměstnanců poskytuje služby asi 27 milionům klientů. (tz)



ČSOB Leasing nabízí nové produkty pro podnikatele prodlužující dosavadní výhody leasingu

ČSOB Leasing, jednička českého leasingového trhu, spustil od počátku listopadu nový akční produkt - finanční leasing s odložením splátek na financování pořízení vozidel, strojů i zařízení. ČSOB Leasing produktem vychází vstříc zákazníkům, kteří plánují pořízení majetku formou finančního leasingu a je pro ně důležité využít možnost umocnění nákladů spojených s pořízením majetku v době kratší, než je doba odpisování, což umožňuje ještě do konce roku stávající legislativa. Akční produkt je určen především zákazníkům podnikatelům, kteří si potřebují do konce roku pořídit osobní, užitkový nebo nákladní automobil, stroj, zařízení či technologii, chtějí využít ještě současných daňových výhod finančního leasingu (tj. zrychleného leasingového odpisování a kratší doby financování) a zároveň chtě-

jí začít splácet svůj leasing až v příštím roce. Využijí tak stávajících daňových výhod leasingu s trváním smlouvy již od 36 měsíců (dle povahy předmětu), při zrychleném leasingovém odepisování a zároveň již také využijí snížené sazby daně z příjmu účinné od příštího roku. "ČSOB Leasing se snaží vhodně předvídát potřeby svých zákazníků a této filozofii také odpovídá náš nový akční produkt na finanční leasing s odkladem splátek. Daňová reforma je zde, naši zákazníci očekávají řešení a my s optimálním řešením pro ně včas přicházíme," řekl Petr Neuvirth, produktový ředitel společnosti. "Uzavře-li zákazník v rámci akčního produktu leasingovou smlouvu ještě do konce roku 2007 získá hned dvě velké výhody: využije stávajících výhod finančního leasingu,

a navíc financovaný předmět získá do užívání hned, ale začne jej splácet až za tři měsíce," doplnil Petr Neuvirth.

ČSOB Leasing inovoval svou standardní produktovou řadu a již od léta poskytuje novou sadu finančních produktů pro zákazníky na pořízení majetku pod vystižným názvem Optimal Leasing (finanční leasing) a Optimal Kredit (zákaznický úvěr). Tyto produkty lze využít pro financování širokého spektra značek vozidel a jejich modelů, ale také strojů, zařízení a různých technologií. Již z jejich názvu je patrné, že produkty jsou konstruovány tak, aby padly zákazníkovi "na míru", tedy s vysokou variabilitou parametrů. Délka splácení Optimal Leasingu je od 36 do 84 měsíců včetně možnosti nulové akontace dle konkrétních podmínek, Opti-

mal Kredit nabízí ČSOB Leasing dokonce s trváním smlouvy již od 6 měsíců.

ČSOB Leasing rovněž nabízí ve spolupráci s importéry nových vozidel KIA, HYUNDAI, MITSUBISHI, MAZDA a SUZUKI nové akční produkty zaměřené na vybrané modely atraktivních vozidel (např. Hyundai Santa Fe nebo Hyundai i30) v rámci značkového financování (např. Hyundai Leasing), ale i u dalších významných značek vozidel na našem trhu. "Objem obchodů ČSOB Leasing v oblasti financování nových osobních a užitkových automobilů dlouhodobě roste, za poslední období o více než 23 %. Značkové financování je vlnkou lodi naší společnosti a výrazně přispívá k celkovým vynikajícím výsledkům naší společnosti," uzavřel podané informace Karel Bouček, generální ředitel ČSOB Leasing. (tz)

Santander roste, sází na nové produkty a motivaci

Dosavadní hospodářské výsledky společnosti Santander Consumer Finance (v ČR se specializuje zejména na financování motorových vozidel) dosahují letos velmi vysoké úrovně. Například za prvních 9 měsíců roku společnost profinancovala celkem 4,02 miliardy korun, což je o 41 % více než za stejné období v roce 2006. Růst financování nových vozů činí 17 %, u ojetých vozů růst činí 37 %. Výrazně také vzrostlo financování skladových zásob dealerů - celkem o 63 %. Také financování motocyklů vzrostlo, a to o 55 %.

To jsou jistě příjemné zprávy. V jakém kontextu je vidí ředitel obchodní divize společnosti Santander Consumer Finance, a. s., David Keller?



Výsledky jsou jednou stranou mince, co však dále? Kde spatřujete prostor pro růst firmy?

Prostor existuje vždy, musíte ho však někdy složitěji hledat, a hlavně si ho nenechat uzmut konkurencí. Myslím, že umíme nacházet nové příležitosti, jak se na trhu prosadit dobrými produkty a službami. K tomu, abychom na nich posléze mohli stavět, však potřebujeme pevný základ. Tím může být i zajímavá motivace zaměstnanců a jejich pro-obchodní uvážování. Naše společnost preferuje obchodní model, který je založen na síti motivovaných, odborně velmi dobře připravených obchodních manažerů, kteří mají potřebné kompetence uzavírat s prodejci vozidel ne jenom konkrétní obchodní případy ale i smlouvy o dlouhodobé podpoře vzájemných obchodních vztahů. Tuto flexibilitu naši obchodní partneři oceňují a my tím získáváme výhodu před konkurencí. Pokud se jedná o efekt takového modelu, tak v roce 2007 dosahujeme mimořádné hospodářské výsledky. Zisk před zdaněním za prvních devět měsíců roku 2007 představoval 161 milion korun a po zdanění 80,2 milionu korun. Navázali

jme tím na rekordní hospodářské výsledky minulého roku, které byly nejlepší v desetileté historii firmy na českém trhu. Napomáhá tomu jistě růst celého automobilového trhu a rovněž posilující image firmy.

Vynikající hospodářské výsledky minulého roku spolu se 150letým výročím firmy Banco Santander byly hlavním důvodem, proč zaměstnanci společnosti Santander dostali od svého zaměstnavatele pěkný dárek. Valná hromada Banco Santander totiž rozhodla, že každý zaměstnanec této skupiny obdrží 100 akcií společnosti. Týká se to všech asi 130 000 zaměstnanců, kteří pracují v 10 800 pobočkách po celém světě, včetně všech zaměstnanců společnosti Santander Consumer Finance, a. s., v ČR. I to může být jistý druh motivace, která se určitě projeví v dlouhodobém vztahu zaměstnance k naší společnosti.

Pobídka to jistě byla sympatická...

To určitě, nicméně bych rád podotkl, že finanční prostředky, ať již v jakékoli formě, nelze jako

motivaci přeceňovat. Pro nás jsou tou nejsilnější motivací naše výsledky, zejména i z toho úhlu pohledu, že v České republice působí naše společnost již více než 10 let a stabilně si buduje své postavení a dobré jméno. Personalisté různých společností vám mohou potvrdit, že důležitými motivy pro zaměstnance jsou například stabilní zázemí společnosti, její atraktivita a perspektiva dalšího rozvoje. Dnes má na trhu nezaměnitelnou tvář a patří ke špičce v oboru. A to je asi tou nejpodstatnější záležitostí, která se promítá do každodenní práce, která dává perspektivu.

Takže se nabízí otázka, co nového jste připravili...

Myslím, že potěším zejména podnikatelskou skupinu klientů, když zopakuji, že to, co jsme slíbili letos na jaře, jsme skutečně na podzim realizovali. Společnost Santander Consumer Finance od listopadu tohoto roku uvedla na trh nový produkt pro financování nových i ojetých užitkových vozidel ať již formou leasingu, nebo úvěru. Cílem produktu je podpořit začínající malé a střední podnikatele, protože jeho základní výhodou je dostupnost.

Co je na tom nejatraktivnější?

Pro využití tohoto produktu totiž není podstatná délka podnikání. Vozidlo je možné tímto produktem profinancovat i začínajícím podnikatelům. To je rozdíl oproti běžné praxi na trhu, kde je vyžadována několikaměsíční historie podnikání. V případě, že financovaná částka nepřesáhne 400 000 Kč, není dokonce potřeba předložit ani ekonomické podklady. Pokud je financovaná částka vyšší než 400 000 Kč, požaduje se daňové přiznání a rozvaha s výsledkovkou za poslední 2 roky. Finanční limit tohoto produktu při využití pro úvěr je 1 mil. Kč, v případě leasingu je to 2,4 mil. Kč. Produkt lze využít pro pořízení široké škály užitkových vozidel.

Jinými slovy - dnes dopoledne jsem na živnostenském úřadě dostala na počkání živnostenský list, další cesta povede k vám nebo ke spolupracujícímu dealerovi aut a odpoledne mohu vlastním vozem odjet do právě vznikající firmy Koše - proutěné dárky?

Ano, je to tak. V úvahu jsme vzali především čas jako jeden z nejpodstatnějších faktorů pro člověka, který začíná podnikat. A pak jsme také chtěli zmírnit tíhu problémů, které si prožil každý, kdo ještě neměl za sebou aspoň pár měsíců či let v podnikání. Těm, kteří mají své zkušenosti, vědí, že bez historie podnikání "se s nimi nikdo nebavil" - nebyli důvěryhodní, neměli čím zdůvodnit, že mají dobré vyhlídky, perspektivní businessplán. Bývalo a je z toho pořád ještě mnoho zklamání a nedorozumění, podnikatelé jsou často rozčarováni, protože je vlastně nikdo, myšleno s trochou nadsázky, nebere vážně. Navíc v segmentu užitkových vozidel cítíme obchodní příležitost. Je to rostoucí segment trhu, pro který stojí za to vytvořit specializované nabídky financování. Takže - proto náš nový produkt.

A v jakém intervalu si může začínající podnikatel, třeba majitel zahradnictví, takový úvěr či leasing vzít? Nejprve zkusí jedno auto, posléze zjistí, že by potřeboval ještě další...

Je to tak, že pokud hodnota produktů, tedy financované částky, nepřesáhne zmíněných

400 000 korun, je jedno, zda si pořídí jedno, dvě či tři auta, např. jedno levnější nové a dvě ojetá. Limitující hranicí pro tento typ nabídky je částka 400 000 korun. Pokud s námi profinancovaným vozidlem podniká náš klient úspěšně dál a předloží hospodářské výsledky, které potvrdí jeho bonitu, nic mu potom nebrání výrazně navýšit celkovou angažovanost a profinancovat si u nás další vozy.

Také jste přišli s výzvou pro motorkáře...

Nedávno uvedla společnost Santander Consumer Finance nový finanční produkt, který přivítají skutečně především příznivci motocyklů či skútrů. Zájemci o pořízení nového motocyklu na úvěr nyní již nemusí skládat žádnou akontaci (ta může podle přání činit 0-70 % ceny) a dobu splácení lze volit od 12 do 60 měsíců (dříve max. 48 měsíců). Nový produkt tak zpřístupnil pořízení motocyklu širšímu okruhu zájemců. Další výhodu přináší Santander těm, kteří se spokojí s ojetým motocyklem. Akontace je pro případ financování snížena na 10 % z původních 40 %. Úvěrem od Santander Consumer Finance je nyní možné financovat až sedmileté motocykly, zatímco dříve jen pětileté.

Novinka obsahuje přednosti finančních produktů, kterými je Santander Consumer Finance znám již z minulosti:

- Pokud je výše financované částky menší než 75 000 Kč, nepožaduje společnost uzavření havarijního pojištění pořizovaného motocyklu.
- Splátka se platí až měsíc po převzetí motocyklu.
- Žádost je vyřízena na počkání přímo u prodejce a její vyřízení zpravidla zabere maximálně 30 minut.
- Santander Consumer Finance zprostředkuje zájemcům pojištění schopnosti splácet splátky pro případ nepředvídatelných událostí (ztráta zaměstnání, pracovní neschopnost, trvalá invalidita, úmrtí).

Pokud porovnáme výsledky ve financování motocyklů za první pololetí loňského a letošního roku, pak naše společnost dosáhla růstu 49 %. Tato hodnota jen potvrzuje zájem o tuto formu pořizování motocyklů se společností Santander Consumer Finance.

Předvánoční období je rovněž bohaté na poptávku po spotřebitelských úvěrech. Vyřizovat si je chodí lidé stále ještě do poboček, tedy mají rádi osobní jednání, i když se snažíte jim ušetřit čas a pobídnout je také k telefonické komunikaci...

Parametry našich neúčelových hotovostních půjček se blíží svým parametrem bankovním půjčkám. Podobně jako banky využíváme síť poboček, kde potenciální zákazník obdrží veškeré potřebné informace. Upřednostňujeme potřebu osobního kontaktu na pobočce jak z důvodu co nejlepší informovanosti zákazníka, tak i z důvodu důkladného posouzení žádosti o úvěr. Důležitá je rychlost vyřizování žádosti, která průběžně vzrůstá díky nově využívaným technologiím. Zákazník vyřídí žádost o půjčku na pobočce do 30 minut a druhý den mu zasíláme částku na účet. Celosvětově se znovu přiklání finanční instituce k tomu, aby pobočky přibývaly, ne se rušily. Naše pobočky svoji úlohu plní, ale rádi bychom přemístili některé z nich do vhodnějších lokalit, blíž zákazníkovi. To jsou plány, na kterých už pracujeme.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl

Financujeme Formuli 1

Tel.: 225 285 285
www.santander.cz

Profinancujeme i vaše auto

- Úvěr i leasing, nové i ojeté vozy
- Akontace od 0 %
- Doba splácení až 84 měsíců
- On-line schvalování

150
YEARS

Potravinářská komora: zneužití tržní síly má postihovat nový zákon

Potravinářská komora předkládá odpovědným politickým činitelům České republiky návrh zákona, jehož ambicí je napomoci vyřešení značně nerovnaných a nerovnocenných dodavatelsko-odběratelských vztahů vytvořených na českém trhu.

Praxe prokázala, že současný zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, neposkytuje dostatečnou ochranu proti zneužívání významné tržní síly odběratelů, které jim například umožňuje vynutit si jednostranně výhodné podmínky. Mimo jiné zmíněný zákon neposkytuje ochranu jednotlivým subjektům na trhu přímo, ale výhradně prostřednictvím ochrany hospodářské soutěže jako systému.

Nová právní úprava by měla toto dominantní postavení odběratelů a zneužívání významné tržní síly odstranit tím, že zamezí například uplatňování rozdílných podmínek vůči jednotlivým dodavatelům, vynucování si jednostranně výhodných smluv nebo nepřiměřených podmínek v neprospěch dodavatele.

Mimo to budou odběratelé v rámci tohoto

zákona povinni připravit svůj vlastní etický kodex obsahující pravidla poctivého obchodního styku vůči dodavatelům a jeho dodržování bude kontrolováno Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže. Ten je zároveň oprávněn udělit sankce za zneužití významné tržní síly až do výše 10 milionů Kč nebo 10 % z obrátu.

Opatření nově navrhovaného zákona se budou

týkat odběratelů, jejichž čistý obrat přesáhne 2 miliardy Kč, a to včetně jejich dceřiných společností.

Tímto návrhem se Potravinářská komora snaží narovnat v českém prostředí značně pokřivené vztahy mezi odběrateli a dodavateli způsobem, který ochrání hospodářskou soutěž jako takovou, ale především dodavatele a spotřebitele. (tz)



Antimonopolní úřad obviňuje potravináře. Neprávem!

Ačkoliv Potravinářská komora ČR oceňuje, že antimonopolní úřad plní svoji roli strážce hospodářské soutěže, zásadně nesouhlasí s prohlášením ÚOHS o prověření rostoucích cen potravin. Je podivuhodné, že ÚOHS nevádí prodej zemědělských surovin za stále vyšší ceny, které jsou dány přirozeným vývojem na evropských trzích. Zato rostoucí ceny potravin v něm vzbuzují podezření. Zfetelně populistické výroky předsedy ÚOHS, které jak sám přiznává, nemají ani oporu

v zákonech, lze také chápat jako zastrašování potravinářských výrobců a snahu o regulaci cen. "Potravináři rozhodně nejsou objektem, na který by se měl ÚOHS zaměřit," řekl prezident PK ČR Miroslav Toman, "antimonopolní úřad by si měl v první řadě uvědomit, že potravináři jsou prakticky v rukou dodavatelů a odběratelů a nemají téměř žádný manévrovací prostor v cenách."

Rostoucí cena potravin tak logicky odráží zvyšující se ceny vstupů - energie, práce a samozřejmě

také surovin, které musí zpracovatel uhradit, a přesto musí zůstat cenově konkurenceschopný. Navíc jako součást jednotného evropského trhu nemohou čeští potravináři zvyšovat ceny nad evropskou úroveň. Okamžitě by tak ztratili právě svoji konkurenceschopnost. Kritizované předběžné označování zdražování pak má za účel nikoliv informovat konkurenci, ale spíše dát avízo celému trhu o neudržitelné situaci. (tz)

Zvyšování konkurenceschopnosti pražských potravinářských firem

prostřednictvím projektu "Zavedení a certifikace integrovaného systému managementu bezpečnosti potravin"

Česká společnost pro jakost, o. s., (ČSJ) získala počátkem letošního roku grant na "Zavádění a certifikaci integrovaného systému bezpečnosti potravin" (ve zkratce ISMBP) pro malé a střední potravinářské firmy se sídlem a provozovnou na území hlavního města Prahy. Jedná se o pilotní projekt, který po jeho ověření bude moci být aplikován také v dalších firmách a regionech.

Projekt, který je spolufinancován evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky, má za cíl zvýšit adaptabilitu a konkurenceschopnost firem a zaměstnanců. Přínosem pro další firmy, které se projektu přímo nezúčastní, bude metodika zavádění ISMBP, která je jedním z výstupů projektu.

Myšlenka na uskutečnění projektu vznikla na základě zvyšujících se požadavků na standardizovanou bezpečnost potravinářských produktů a také s přihlédnutím k tlaku na zvyšování konkurenceschopnosti na trhu a přístupu do výrobních řízení.

Jak projekt probíhá?

Na začátku je provedena vstupní analýza současného stavu ve firmě. To znamená seznámení se s provozem, hlavními procesy firmy, vymezení rozsahu systému managementu bezpečnosti potravin, identifikace oblastí a procesů, které budou významné při zavádění ISMBP, a na základě těchto poznatků stanovení výchozí struktury ISMBP a cílových stavů oblastí procesů v souladu s požadavky vybraných norem (ISO 9001, HACCP, ISO 22000, BRC a IFS). Zároveň je také zvážena aplikovatelnost norem z pohledu vhodnosti a specifik firmy a také z pohledu dosažení konkurenceschopnosti. Další fáze probíhá ve dvou úrovních. První z nich



je zaměřena na detailní sledování a prozkoumání všech činností ve výrobě s ohledem na dodržování správné výrobní praxe (SVP) a správné hygienické praxe (SHP) s důrazem na výrobu bezpečných potravin. Takže sledování všech činností od příjmu surovin, přes skladování, výdej do výroby, manipulaci při výrobě, výrobní činnosti, nakládání s hotovými výrobky a s odpady, skladování hotových výrobků, expedici, případně rozvoz. V této fázi je velmi důležité popsat podle skutečné praxe všechny činnosti (výrobní postupy, postupy čištění a desinfekce, plány oprav atd.), ale také toky surovin, obalů, výrobků a také pohyb pracovníků (pracovníci z výroby, údržbáři a event. další osoby). Druhá úroveň této fáze zahrnuje zmapování a evidenci veškeré dostupné dokumentace, posouzení její aktuálnosti nebo potřeby dopracování či přepracování a nebo zrušení a tvorba nové dokumentace, která je potřebná z hlediska požadavků vybraných norem (HACCP, ISO 9001, BRC, IFS, ISO 22000). Takto vzniká prvotní dokumentace ISMBP a zároveň harmonogram pro tvorbu další. Každému dokumentu je přiřazen vlastník. Po zpracování dokumentů jsou vypracovány mapy procesů.

V následující fázi jsou postupy implementovány do praxe. Zjišťuje se, zda jsou postupy přiměřené, funkční a vhodné. Na základě zjištění se provádí případné úpravy a změny. Se všemi postupy se musí seznámit jak zodpovědní pracovníci,



kteří se na jejich tvorbě podíleli, tak i všichni pracovníci, kterých se daný postup týká. Důležitým krokem tedy je zavádění postupů do praxe. Výsledkem je řízená dokumentace ke každému procesu ve firmě. Vzniká tak konečný soubor dokumentace managementu, který odpovídá možnostem a požadavkům organizace a zároveň také všem zákonným požadavkům. Posledním dokumentem, který je zpracován, je příručka jakosti, která slouží k prezentaci firmy a současně shrnuje přístup organizace k integrovanému systému managementu bezpečnosti potravin. Příručka jakosti byla vytvořena implementací požadavků norem BRC a IFS do normy ISO 22000. Příručka jakosti ISMBP je pro další firmy připravena týmem odborníků ČSJ pracujícím na Projektu ESF, a to v základní struktuře, do níž si firma doplňuje vlastní specifika, která se jí a jejich činností týkají.

V průběhu projektu probíhá v každé firmě školení zaměstnanců v hygienickém minimu a v požadavcích systému, dále jsou proškolení dva interní auditoři a jeden manažer bezpečnosti potravin. Interní auditoři získávají osvědčení o absolvování školení. Manažer bezpečnosti potravin podstupuje zkoušku a po jejím úspěšném absolvování získává akreditovaný personální certifikát.

Ve fázi před vlastním certifikačním auditem probíhají ve firmě interní audity za účelem prověření a potvrzení toho, že systém je zaveden, je

funkční a odpovídá požadavkům organizace a zaváděných norem. Zjištění z interního předcertifikačního auditu jsou zpracována do dokumentovaných postupů a do praxe firmy. Uzavření interního auditu je potvrzením toho, že systém je zaveden a že funguje podle požadavků organizace.

V návaznosti na interní audity proběhne přezkoumání ISMBP vedením, a tím je organizace připravena k certifikačnímu auditu.

V současné době probíhají výše uvedené aktivity ve vybraných provozech společnosti Michelské pekárny, a. s. Vedení společnosti si od projektu slibuje zejména možnost vytvořit podmínky pro systematické zajištění souladu s platnou legislativou v oblasti bezpečnosti potravin, zajištění splnění požadavků zákazníků a významnější zvýšení konkurenceschopnosti.

Projekt byl také úspěšně proveden ve společnosti XAVEROV, a.s., který však bohužel, k naší lítosti, letos končí svoji činnost. Ačkoli jde o firmu velmi dobře zavedenou, fungující a vybavenou moderními přístroji, proti rozhodnutí vedení nemůžeme nic dělat a ani nikdo jiný z několika stovek propouštěných zaměstnanců. Za tým realizátorů projektu mohou říci, že je nám líto práce, která se nyní ukazuje zbytečná, nicméně doufáme, že proškolení zaměstnanci získali alespoň větší šanci k uplatnění se na trhu práce.

V současné době vedeme jednání s dalšími potenciálními účastníky projektu a doufáme, že naše snaha nepřijde marně.

Pokud vás zajímá další průběh projektu "Zavedení a certifikace systému managementu bezpečnosti potravin", informace najdete ve čtvrtletníku Perspektivy jakosti.

Ing. Kateřina Myšková

Česká společnost pro jakost, o. s.

manažerka projektu

Tel.: 602 428 334

E-mail: myskova@csq.cz

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST, o. s.

EUROPEAN ORGANIZATION FOR QUALITY
 ČSJ je členem Evropské organizace pro kvalitu

CSQ - CERT
 CERTIFIKAČNÍ ORGÁN PŘI ČESKÉ SPOLEČNOSTI PRO JAKOST, o. s.

SLUŽBY
 AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL
 VEŘEJNÁ SPRÁVA
 POTRAVINÁŘSTVÍ A ZEMĚDĚLSTVÍ
 VÝROBA

KURZY V OBLASTI SYSTÉMŮ ŘÍZENÍ
 ■ management kvality
 ■ management environmentu
 ■ management BOZP
 ■ management bezpečnosti informací
 ■ management projektů
ŠKOLENÍ VE FIRMÁCH
 Komplexní nabídku kurzů a další informace na www.csq.cz
VYDAVATELSTVÍ
KONZULTACE
KONFERENCE A SEMINÁŘE

15 LET TRADICE
VÍCE NEŽ 26000 ABSOLVENTŮ KURZŮ
NEJŠÍŘŠÍ NABÍDKA KURZŮ V OBLASTI MANAGEMENTU KVALITY
NEJMÉNĚ 60 RŮZNÝCH DRUHŮ KURZŮ V OBLASTI SYSTÉMŮ MANAGEMENTU V NABÍDCE

CERTIFIKACE SYSTÉMŮ MANAGEMENTU
 Management kvality (ISO 9001)
 Environmentální management (ISO 14001)
 Management bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (OHSAS 18001)
 Spotřebitelský řetězec lesních produktů (CFCS 1004:2006)
 Management bezpečnosti informací (ISO 27001)
CERTIFIKACE SYSTÉMŮ MANAGEMENTU BEZPEČNOSTI POTRAVIN
 Management bezpečnosti potravin (ISO 22000, BRC, IFS)
 Systém kritických bodů v potravinářství (HACCP)
 Zemědělská prvovýroba (GLOBALGAP)

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST, o. s.
 Novotného lávka 200/5, 116 88 Praha 1
 telefon: 221 082 288, fax: 221 082 229
 e-mail: csq@csq.cz, csq.praha@csq.cz, www.csq.cz

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST, o. s.
 CERTIFIKAČNÍ ORGÁN CSQ - CERT
 Novotného lávka 200/5, 116 88 Praha 1
 telefon: 221 082 638, fax: 221 082 610
 e-mail: csq_cert@csq.cz, www.csq-cert.cz

www.csq.cz

www.csq-cert.cz

Generálním partnerem Asociace hotelů a restaurací ČR Pivovary Staropramen

Pivovary Staropramen, a. s., a Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR ČR) uzavřely společně smlouvu o Generálním partnerství 2010. Smyslem partnerské smlouvy je spolupráce při zvyšování kvality a úrovně českého pohostinství a gastronomie. Partnerství bude mimo jiné spočívat v tvorbě vzdělávacích programů, spolupráci při pořádání společných odborných seminářů a konferencí, vzájemné výměně informací o potřebách zákazníků a problematice provozu gastronomických zařízení v podmínkách České republiky.

Členové AHR ČR získají výhodné podmínky pro využití široké škály produktů společnosti Pivovary Staropramen, a. s., a možnost sdílení dosažených zkušeností pivovaru s úspěšným konceptem značkových hospod "Potrefená husa." Pivovary Staropramen, a. s., naopak mohou využít možnosti komunikace s členy AHR ČR v otázkách průzkumu jejich potřeb a očekávání ze spolupráce s dodavatelem. V oblasti vzdělávání se zapojí Podnikatelská akademie AHR ČR do programu První Pivovarské Školy pro management HORECA a naopak, některé zkušenosti špičkových odborníků pivovaru budou zhodnoceny také v programu Vysoké školy cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, kterou provozuje AHR ČR.

Společnost Pivovary Staropramen je součástí společnosti InBev, přední pivovarnické společnosti světa podle objemu výroby. InBev vznikla 27. srpna 2004 spojením belgické společnosti

Interbrew - od roku 2000 majoritního vlastníka Pivovarů Staropramen - a brazilské společnosti AmBev. InBev se soustřeďuje na své čtyři globální pivní značky - vlajkové lodi: Stella Artois, Beck's, Brahma a Leffe. Společnost InBev spojila Interbrew, třetí největší pivovarnickou skupinu světa, která působí ve více než 140 zemích, se společností AmBev, pátou největší pivovarnickou společností na světě, která zaujímá 67 % brazilského trhu a přední pozice na trzích v Latinské Americe. Sídlo společnosti InBev je v belgické Lovani. Společnost InBev je s 14% podílem a výstavem 202 mil. hl piva ročně hráčem číslo jedna na světovém pivním trhu. Zaujímá první nebo druhou pozici na dvaceti klíčových trzích, což je více než jakákoliv jiná pivovarnická společnost. Ve svém portfoliu má InBev přes 200 pivních značek. Společnost Pivovary Staropramen nabízí svým zákazníkům a spotřebitelům nejširší a nejroz-

manitější portfolio značek v celé České republice. Portfolio značek společnosti se skládá ze značek Staropramen, Braník, Ostravar, Velvet, Kelt, Vratislav a Měšťan. Širokou nabídku doplňují belgická piva z portfolia společnosti InBev. Jedná se především o značky Stella Artois, Hoegaarden, Leffe, Belle-Vue Kriek či Beck's. Asociace hotelů a restaurací České republiky vznikla v říjnu 2006 sloučením dvou nejvýznamnějších profesních sdružení HO.RE.KA. a Národní federace hotelů a restaurací České republiky,



a stala se tak největším profesním svazem, zastupujícím provozovatele a majitele restaurací a ubytovacích zařízení. V současné době její členové vytváří více než 30 tisíc pracovních míst v oboru a asociace sdružuje třetinu veškeré ubytovací kapacity a více než 100 tisíc míst v provozech společného stravování v České republice. AHR ČR je jediným reprezentantem České republiky v evropské konfederaci provozovatelů hotelů, restaurací a kaváren - HOTREC a v mezinárodní organizaci IH&RA. Asociace se mimo jiné intenzivně věnuje zvyšování kvality služeb v oboru a vytváření rovných podnikatelských podmínek na trhu. Jedním z hlavních a dlouho-

dobých cílů AHR ČR je zvyšování kvalifikace pracovníků. K naplnění tohoto cíle využívá jednak vlastních institutů, kterými jsou Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství a Podnikatelská akademie AHR ČR a jednak úzké spolupráce s odbornými učiteli a školami. AHR ČR je členem Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, který pomáhá prosazování zájmů svých členů v celém spektru působení. Pro své členy AHR ČR již rok nabízí databázi garantovaný dodavatel, kde mohou členové sdílet nejen zkušenosti ostatních kolegů s nabízenými produkty dodavatelů, ale také získat zajímavé odběratelské podmínky při využití speciálních nabídek dodavatelů. AHR ČR si považuje za čest, že bude moci spolupracovat s tak významným hráčem na mezinárodním trhu a je přesvědčena, že oba partneři budou společně schopni ještě více pozitivně ovlivňovat úroveň poskytovaných služeb restauračního průmyslu.

Kontakt:
Václav Stárek
generální sekretář
Revoluční 13,
110 00 Praha 1
Tel: + 420 236 042 320
Fax: + 420 236 042 319
GSM: + 420 602 765 632
E-mail: starek@ahrcr.cz
http: www.ahrcr.cz

Rekreační centrum Park Holiday - zajímavá investice

Společnost LIVETA investovala 470 milionů korun do výstavby moderního rekreačního centra Park Holiday v Benicích u Prahy. Majitelé rekreačního centra věří, že Češi budou vkládat stále více prostředků do oblasti aktivního trávení volného času. Současně sázejí na zatím netradiční formu klubového členství. Unikátní podnikatelský projekt se zrodil před čtyřmi lety. Samotná stavba začala loni v létě a letos v září Park Holiday otevřel své brány. Park Holiday představuje unikátní rekreační zařízení, které je jedinečné svým širokým port-

foliem nabízených služeb, architektonickým řešením a svým business konceptem, založeným na klubovém členství. "Usilujeme o to, aby se Park Holiday stal pro naše zákazníky místem, které budou mít trvale spojené s odpočinkem, zábavou a načerpáním nových psychických i fyzických sil. Místem, kam se budou vždy těšit a rádi vrátí," vysvětlil spolumajitel centra Park Holiday Tomáš Linhart a dodal: "Forma klubového členství u nás není zatím tak obvyklá jako v některých západoevropských zemích. Proto počítáme s delší návratností vložených investic v horizontu pat-



V Hotelu Praha brzy přibude i císařské apartmá

Jeden z nejluxusnějších pětihvězdičkových pražských hotelů, Hotel Praha, se rozprostírá na osmdesáti tisících metrech čtverečních krásného parku. Jednou tu možná bude golfově hřiště. Alespoň takový je plán generálního ředitele JUDr. Jana Dítěte: "V parku bychom rádi instalovali několik odpadlišt golfu." Hotel letos podstoupil obsáhlou rekonstrukci ubytovacích částí. "Ve druhé vlně proběhne rekonstrukce technických prostor. Plánujeme zrekonstruovat rovněž kinosál, který nyní slouží jako kongresový sál," uvedl Jan Dítě. Mimo společenských a konferenčních sálů, kterých je v hotelu opravdu mnoho, jsou využívané také bankovní salonky A až E. Když se vzájemně propojí, vznikne prostor až pro tři sta osob. Výhodou hotelu jsou jeho prostorné pokoje. Je jich 137, z toho 2x Prezidentské apartmá, 3x Family/business suite, 46xJunior Suite, 33x Double Superior, 53xDouble Standard. Nejmenší pokoj má 40 metrů čtverečních. Jsou tu ale i šedesáti a osmdesátimetrové.

Všechny nabízí nádherný výhled na Pražský hrad. Prezidentské apartmá téměř v rozsahu 400 m² se skví jako poklad tohoto pohostinného místa. Ubytovaná tady byla celá řada slavných osobností, jako třeba herci Tom Cruise, Johny Depp, Brigitte Nielson, zpěváci Bob Dylan, Bryan Adams, Vanessa Paradiise, Alanis Morissette, Jerry Lee Lewis či nepálský král Břendra Bira Bikram Sah Deva a mnoho dalších. Do hotelu Praha se také rádi vrací fotbalisté z Národního fotbalového týmu České republiky, SK Slavia Praha či AC Sparta Praha. V hotelu brzy přibude i císařské apartmá. Velkou chloubou je terasa s letní fontánkou s vodotryskem, kde se taktéž pořádají gala večery a společenské akce. Výhled do parku plného zeleně je fascinující, dává čas na relaxaci a proudění myšlenek. Generální ředitel JUDr. Jan Dítě prozradil: "Hotel by se možná v budoucnu mohl jmenovat jinak. Hotelů Praha je dost v každém městě. A my chceme být jedineční v každém ohledu. Ale to je jen taková odvážná představa." (bar)

Hudební pohlednice z Olomouce

Podzimní festival duchovní hudby v Olomouci je největším hudebním svátkem svého druhu nejen u nás, ale i ve střední Evropě. Konstatování tohoto typu není nadsázkou, ale vyplývá z dokonale naplněné koncepce, která usiluje, aby dramaturgií zvolená díla a interpretující hosté byli pro posluchače podnětnou duchovní i uměleckou šancí obrodit civilizací znavenou senzibilitu. Žádný ročník festivalu nebyl pouhým sledem koncertů bez vnitřní logiky, ale ten letošní se obzvláště vydařil. Spojujícím kritériem pro všech jeho šest koncertů, které zazněly v období od 22. září do 19. října, byla duchovní orientace a zasvěcení vyššímu poslání. Letos bylo dbáno i na často opomíjenou okolnost; aby totiž byla prezentována duchovní hudba i z odlišných národních kultur, aby jejich specifika byla pro posluchače osvěžujícím momentem a byla jimi akceptována jako bezprostřední zdroj dosud opomíjeného pramene poznání. Úvodní Beethovenova Missa solemnis byla interpretována Filharmonií Brno, Českým filharmonickým sborem Brno a vynikajícími sólisty

zvučných jmen (L. Vernerová, M. Beňačková, J. Březina a R. Novák), závěrečný koncert pak přinesl posluchačům nezapomenutelný zážitek



Na snímku dirigent S. Macura, spoluzakladatel, dramaturg a umělecký garant.



v podobě Brahmsova Německého requiem, které zaznamenala Česká televize v podání Janáčkovy filharmonie Ostrava, Pěveckého sboru polského rozhlasu Krakov a sólistů S.Šaturové a J. Sulženka. Oba koncerty suverénně dirigoval S. Macura. Neobvyklý zážitek židovských obřadních zpěvů a chasidského folkloru z Moskvy přivezla Chasidská kapela, řízená uměleckým vedoucím A. B. Caljukem; další událostí pak byl večer v sále kláštera Hradisko, kde hostovalo kytarové duo D&J Zsapkovi ze Slovenska a Klavírní trio ArteMiss. Vysokého hodnocení se dostalo i další programové perle, která byla dílem francouzského Ensemble Carpe diem, jehož členové s velkým zaujetím a francouzskou noblesou přednesli Berliozovo Dětské Ježíšovo. Velký ohlas vyvolal i výkon L. A. Davisona (USA) s pražskými jazzmany při zpěvu černošských rituálů a gospelů. K zviditelnění festivalu výrazně přispěla spolupráce s Českou televizí a mediální podpora francouzskou televizní stanicí Mezzo TV, která se

specializuje na klasickou hudbu a jazz a kromě Francie je sledována v dalších 36 zemích. Ve světě je Olomouc vnímána jako prestižní hudební metropole. Je zřejmé, že festival takových rozměrů nutně ke svému životu potřebuje podporu a to nejen duchovní, ale i materiální, od ní se odvíjí další možnosti rozvoje a růstu. Tu dlouhodobě poskytují Statutární město Olomouc a Olomoucký kraj, které patří k základním pilířům festivalu. Důležitou součástí života festivalu je partnerství významných společností, které spojily svou image se jménem festivalu. V letošním roce převzala titul hlavní partner festivalu společnost ŽSD,a. s.; partnery se staly společnosti OHL Central Europe,a. s., Skanska DS, a. s., Česká spořitelna, a. s., VCES, a. s., Mekos Group, a. s. spolu s Empecom, s. r. o., mediální podporu poskytla euroAWK, s. r. o. Poděkování patří nejen výše uvedeným, ale i těm nejmenovaným společnostem a příznivcům festivalu, kteří svým dílem přispěli k jeho dobrému jménu.

www.podzimni-festival.cz (dh)

Nikdo nepřerostl práh nebes na tomto kolísavém a riskantním českém trhu

pokračování ze strany 1

Máte pravdu, že není všechno o cenách. Cena je jen jednou z obchodních podmínek, které pro naše členy sjednáváme, i když je většinou tou nejdůležitější. Naším cílem je zachovat i korektnost vztahů mezi našimi členy navzájem. Ta se projevuje zejména v oblasti transparentnosti komunikace s jednotlivými členy, oproštění jakýchkoliv privilegií či projevů, které by mohly být ze strany našich odběratelů vykládány jako nekorektní, nebo dokonce negativní. Je to o asertivitě, trvalé výměně názorů, dobré a výkonné kontrolní činnosti orgánu družstva a o vzájemném pochopení, že jednou je nahoře ten, a podruhé onen. Nikdo nepřerostl práh nebes na tomto kolísavém a riskantním českém trhu. Sama Jednota v tomto tržním prostředí neznamená nic, síla je tedy v integritě a komplexnosti řešení, tedy v "jednotě".

Novinky v sortimentu se asi hledají už složitě. Každý obchodní řetězec od jisté doby sází na čerstvé potraviny, ovoce, zeleninu, maso, pečivo. Co bude dál? Jaké jsou vaše cíle ve výběru ze širokého portfolia dodavatelů?

Nemyslím si, že novinky v sortimentu se hledají složitě, řekl bych, že na trhu jich je více než dost. Je to spíše o jejich kvalitě a komunikaci s dodavateli, jak s nimi nakládat a které mají možnost na trhu uspět. V každém případě na českém trhu nadále platí, že nabídka přesahuje poptávku a že dobrý obchodník si může vybrat. O totéž se snažíme my, to znamená, že vybíráme pro naše odběratele to, o čem jsme přesvědčeni, že bude prodané v nabídce pro portfolio zákazníků spotřebních družstev Čech a Moravy.

Naše snaha je soustředit se na čerstvé potraviny, a navíc na jejich regionální dodavatele. Tato symbióza začíná čím dál více nabývat na účinnosti a znamená pro nás značný tržní úspěch. Věřím, že i regionální dodavatelé v budoucnosti pochopí (někteří již procitli z touhy zásobovat výhradně zahraniční obchodní řetězce) a tuto skutečnost ocení.

Vraťme se k ocenění, jehož se vám nyní dostalo. Je o nejvyšších měřítcích na kvalitu. Jak byste shrnul zkušenosti, které jste na cestě za vítězství získali?

Zkušenosti ze získání ocenění o kvalitě jsou



velmi zajímavé. Málokdo by věřil, pokud to sám nezkusil, jak mnohdy složitá a řekl bych až nepříjemná a tvrdá je nutnost tzv. sebehodnocení, které s oceněním souvisí. Jde to v mnoha situacích silně pod kůži, což je zřejmě správné a na místě.

Při sebehodnocení na základě daných kritérií se člověk v rámci sebereflexe svléká donaha a vrací k jednotlivým krokům, které při řízení hodnocené organizace udělal a s odstupem času opětovně přehodnocuje jednotlivé kroky. Musím přiznat, že i pro nás byla tato sebereflexe zdravým a nutným poučením. Vede ke skromnosti a střizlivosti při posuzování vlastní důležitosti. Tento moment následně slouží k reálnému pohledu na věc při řešení složitých problémů trhu a k větší uvážlivosti při volbě dalších postupů.

Budete s některými prvky, které jste zařadili do

každodenní práce na téma kvalita, pokračovat? Jak a čím?

I tato otázka souvisí s některými odpověďmi, které byly nastíněny v otázce předcházející. Řekl bych, že zařadit do každodenní práce musíme prakticky veškeré zjištěné nebo dodatečně definované postupy a skutečnosti, které jsme na cestě ke kvalitě realizovali nebo dosáhli. Takto provedená zpětná vazba je základním předpokladem pro další stabilizaci a rozvoj naší nákupny na českém trhu. Chceme být nadále kvalitní, ale i úspěšní tak, abychom trvale naplňovali požadavky spotřebních družstev na uspokojení zákazníků, kteří se s důvěrou obracejí na služby družstevního obchodu. Dovolím si závěrem popřát našim členům, ale i dodavatelům a ostatním spolupracovníkům hodně úspěchů a poděkovat jim za dosavadní spolupráci.

za odpovědi, které zdaleka neplatí jen pro obchodní podnikání, poděkovala Eva Brixí

foto: Archiv České společnosti pro jakost



COOP Centrum družstvo děkuje českým a moravským spotřebním družstvům a všem obchodním partnerům za spolupráci v roce 2007.

Do roku 2008 přeje hodně úspěchů, štěstí, zdraví a osobní pohody.

Těší se na další příjemnou komunikaci.

Jednoznačný závěr: svaz obchodu se snaží ulehčit život podnikatelům

Již po několikáté se, tentokrát v listopadu 2007, uskutečnilo setkání zástupců dozorových orgánů se členy Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, zastoupených velkými obchodními řetězci, ale také obchodníky z řad malého a středního podnikání, na půdě svazu obchodu v Praze. Na dotazy členů svazu odpovídali mimo jiné ústřední ředitelka České obchodní inspekce RNDr. Jana Příhodová, hlavní hygienik ČR a náměstek ministra zdravotnictví MUDr. Michael Vít, Ph.D., ústřední ředitel Státní zemědělské a potravinářské inspekce Ing. Jakub Šebesta a ředitel odboru veterinární hygieny, ochrany veřejného zdraví a ekologie Státní veterinární správy MVDr. Leoš Čeleďa, CSc. Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR tak pokračuje v zavedené praxi kulatých stolů a trvalého dialogu s dozorovými orgány. Operativně přizpůsobuje pouze náplň těchto setkání podle potřeb, které se vyskytnou na trhu, podle požadavků svých členů či doporučení dozorových orgánů.

Několikaletá spolupráce svazu s dozorovými orgány se odráží ve vstřícném přístupu jejich odborných pracovníků, kteří organizují "kulaté stoly" řešící konkrétní problémy vztahující se k jednotlivým skupinám výrobků vyskytujícím se na českém trhu s cílem zejména prevence, sledující dokonalejší ochranu spotřebitele. Například 16. října proběhlo takové jednání ke komoditám technické a domácí chemii (drogerii), kde měli členové svazu možnost získat odborné informace od expertů Státního zdravotního ústavu. Dalším příkladem dobré a rychlé spolupráce orgánů ochrany veřejného zdraví bylo hledání společného řešení paniky vzniklé okolo listeriózy. Ve velmi krátkém čase se sešli vedoucí představitelé relevantních dozorových orgánů se zástupci členů svazu, aby objasnili správný a racionální postup a východiska z dané situace. "Obchodníci se nespokojují s pouhým vyčkáváním na výsledky kontrol dozorových orgánů, ale aktivně se snaží o preventivní opatření k zajištění co největší ochrany spotřebitele z hlediska bezpečnosti a zdravotní nezávadnosti výrobků," zaznělo na tiskové konferenci v Praze v listopadu, kterou uspořádal Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR za účasti představitelů dozorových orgánů. Obchodníci přivítali posuzování návrhu nového zákona, který by zastřešil kontroly dozorových

orgánů jako celku a pomohl v orientaci podnikatelům v působnosti jednotlivých státních inspekcí. Kontrolní činnosti orgánů veřejné správy je v ČR upravena velkým počtem právních předpisů. Právní úprava je složitá a nepřehledná. Podnikatel nemá přesný přehled o tom kdo, kdy a jak může u něho provádět kontrolu. Sjednotit procesní postupy při provádění kontrol by měl nový zákon o kontrole. Věcný záměr zákona o kontrole byl schválen usnesením vlády ČR ze dne 18. června 2007 č. 672 s tím, že návrh zákona bude vládě předložen do 30. června 2009. Projekt "Systematika kontrol" je realizován v rámci MPO ve spolupráci s Českou obchodní inspekci. Projekt vychází ze snahy o realizaci postupného snižování administrativní zátěže drobných živnostníků a malých firem a uvádí některé duplicitní, respektive překrývající se pravomoci kontrolních orgánů. V březnu 2007 již byla uzavřena Dohoda resp. společná Metodika ke koordinaci postupu České obchodní inspekce a živnostenských úřadů v případě duplicitního oprávnění k doзору. Dále byl vypracován Plán společných kontrol, Společné doporučení k ukládání sankcí či vzor Společného protokolu o kontrole. Cílem je postupně rozšířit Dohodu o další smluvní strany (Celní správu či SZPI). Dlouhodobým cílem je odstranit dupli-

city kontrolních pravomocí a přesněji vymezit věcné a prostorové působnosti.

Zálohy na pět lahve

Ministerstvo životního prostředí ČR sice s menší intenzitou, ale trvale prosazuje zavedení zálohového systému na jednocestné nápojové obaly (jako jsou např. PET lahve), a to přes skutečnost, že dosud nepředložilo žádnou relevantní studii, která by vysvětlila hlavní přínosy pro životní prostředí plynoucí ze zavedení záloh.

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR je za těchto okolností, ale i z dalších důvodů proti zavedení zálohy na jednocestné nápojové obaly. Obchodníci upozorňují na to, že by tento krok zdražil nejen nápoje, ale i ostatní potraviny. Navíc by toto opatření znevýhodnilo postavení malých a středních podnikatelů v potravinářském maloobchodě. Ti by byli nuceni vynakládat finanční prostředky na sběr prázdných nápojových obalů, a to buď zakoupením automatu či najmutím další pracovní síly. Se samotným sběrem těchto obalů je samozřejmě spojena další administrativní zátěž.

Svaz obchodu a cestovního ruchu upozorňuje na nepoměrnou zátěž, která by znevýhodnila malé a střední obchodníky proti těm velkým. Náklady velkých obchodníků budou k poměru obratu nižší. Pro názornost uveďme příklad čísel. Obrát českého maloobchodu se mezi malé a střední podnikatele dělí téměř rovným dílem k velkým (mezinárodním) řetězcům. Ovšem rozložení nákladů by bylo pro tyto dvě skupiny nerovnoměrné.

Velkým obchodním řetězcům by k pokrytí ročních nákladů spojených s novou povinností odebírat od zákazníků prázdné použité nápojové obaly postačilo nižší navýšení cen potravin než menším podnikatelům, a to až o několik procent. Samozřejmě se jedná pouze o odhady - svaz nezná přesný návrh MŽP, ale o velkém zatížení pro MSP se nedá pochybovat. Již nyní jsou zřejmé problémy, které by vyvstaly bez ohledu na přesnou podobu návrhu změny českého zákona o obalech. Zasáhly by všechny zúčastněné podni-



SWAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR

katelské subjekty a spotřebitele zvláště. Obchod by se stal jedním velkým kontejnerem - skládkou.

Ceny mléka a zneužívání nárůstu cen

Obchodníci odmítají nařčení, že by iniciovali či zneužívali nárůstu cen některých čerstvých potravin na českém trhu. Opak je pravdou. Díky silné cenové konkurenci obchodních řetězců jsou ceny i marže u těchto výrobků u většiny prodejců nízké. V mnoha případech se v těchto dnech zejména z konkurenčních důvodů ještě snížily. Nárůst cen ze strany dodavatel se pohybuje kolem 30-35 %, ve výjimečných případech i více. Ceny potravin pro konečného spotřebitele se zdaleka nezvedly o takového procento.

Obchodníci od začátku tohoto roku zaznamenávají tlak dodavatelů čerstvých potravin na zvyšování cen. Obtížná situace je u mléka, kde dochází k masivním vývozům mléka v suchém stavu do asijských zemí, především do Číny. Podle odborníků se jedná o velmi nestandardní situaci, kdy cena sušeného mléka na světových trzích překonávala veškerá historická maxima. Navíc se u této komodity projevilo i letošní sucho v podobě nižší kvality a objemu mléka na trhu. Export a nižší produkce mléka se následně promítá i do tlaku na zvyšování cen másla a dalších mléčných výrobků.

Jakékoliv další prudké zvýšení cen mléčných výrobků nemá relevantní důvody. Nedostatek mléka na světových trzích již není tak velký, aby ospravedlnil skokový nárůst jeho ceny. Pokud by snad přesto došlo ze strany dodavatelů mléčných výrobků k dalšímu růstu nákupních cen, svaz obchodu očekává, že dojde k výraznému snížení poptávky po tomto zboží ze strany českých spotřebitelů. (tz)

SALIMA 2008 - velká pozornost českým biopotravinám

Mezinárodní potravinářské veletrhy jsou nejvýznamnějším výstavním projektem zaměřeným na potraviny a potravinářské technologie v regionu střední Evropy. Od roku 2002 se konají jako bienále, což lépe odpovídá jejich odbornému a kontraktačnímu charakteru a zároveň inovačnímu cyklu prezentovaných technologií. Příští ročník se uskuteční od 4. do 7. března 2008 ve složení: SALIMA - 26. mezinárodní potravinářský veletrh, MBK - 4. mezinárodní veletrh mlynářství, pekařství a cukrářství, INTECO - 23. mezinárodní veletrh technologií a zařízení pro obchod, hotely a veřejné stravování a VINEX - 13. mezinárodní vinařský veletrh.

Ohlédnutí za posledním ročníkem

V roce 2006 se na Mezinárodních potravinářských veletrzích prezentovalo 1089 firem z 39 států. Zahraniční oficiální účast mělo 14 zemí. Expozice si prohlédlo téměř 40 000 návštěvníků z 60 států. Organizované zahraniční mise odborníků dorazily z Maďarska, Pobaltí, Polska, Rakouska, Slovenska a Slovinska. Celkový podíl odborných návštěvníků ze zahraničí dosáhl 13,4 %. Na veletrzích se akreditovalo 420 novinářů z 9 zemí a mezi návštěvníky byla řada VIP osobností, vládních delegací v čele s komi-

sařem EK pro zdraví a ochranu spotřebitele Markosem Kyprianou a delegací zastupujících rezorty zemědělství a potravinářství osmi členských zemí EU.

BIO potraviny - TOP téma potravinářských veletrhů SALIMA 2008

V průběhu potravinářských veletrhů SALIMA bude zvláštní pozornost věnována segmentu biopotravin a ekologického zemědělství. Trendem posledních let je postupná změna stravovacích návyků populace, která souvisí zejména se snahou o zdravý životní styl a samozřejmě i se zvyšováním životní úrovně českých spotřebitelů.

Nakupující se při výběru potravin zaměřují více než v minulosti na kvalitu, nutriční hodnoty a ekologické aspekty nabízených potravin. Biopotraviny se stávají čím dál více součástí spotřebitelských nákupů a řadí se k nejrychleji rostoucím kategoriím v prodeji potravin. Mezinárodní potravinářské veletrhy SALIMA 2008 nabídnou ekozemědělcům, zpracovatelům a prodejcům biopotravin možnost zviditelnit se a prezentovat své produkty a služby před mezinárodním odborným publikem. SALIMA podporuje biopotraviny domácího původu a prostřednictvím doprovodných akti-

vit zaměřených na segment BIO chce přispět ke zvýšení povědomí o jejich kvalitě a výhodách.

TRENDY 2008 - pokračování úspěšného projektu

Na minulém SALIMě si odbyl svoji premiéru projekt TRENDY. Jeho cílem je představení nejnovějších výrobků pro zdraví, nových tendencí v potravinářské výrobě a ve výrobě nápojů, moderních trendů ve stravování a jejich úzké spojení se zdravým životním stylem a s moder-

Zájem o účast na veletrhu - nejen jídlo

Snahou mnoha potravinářských společností je přicházet s vlastními nápady, neotřelými výrobky i originálními obaly, kdy toto vše směřuje k jedinému cíli - úspěšně svůj produkt předložit spotřebiteli. Dnes se nabízí mnoho možností, jak ke svým odběratelům nalézt tu "správnou, vlastní cestu". V příštím roce v březnu se naskytne ta nejlepší příležitost v místě, kde se střetávají tradiční marketingové postupy se zajímavými propagačními nápady, odborné semináře s akčními soutěžemi a hlavně bude opět vytvořeno prostředí ideální k jednání s mnoha partnery v jednom jediném místě. Tímto místem bude bezesporu 26. ročník mezinárodních potravinářských veletrhů SALIMA 2008, konaných 4.-7. 3. 2008 na brněnském výstavišti.

Již dnes registruje brněnské výstaviště velký zájem společností téměř z celého spektra potravinářské výroby, od drobných technologií, přes sofistikované výrobní celky, až ke kvalitním potravinám a nápojům.

V rámci veletrhů SALIMA 2008 můžete očekávat i mnoho novinek souvisejících s vývojem potravinářského sektoru v posledních dvou letech. Organizátoři připravují i řadu překvapení. Poprvé se budou na veletrhu samostatně prezentovat producenti certifikovaných BIOpotravin. Snahou bude představit ideální marketingový koncept prodeje biopotravin, zvýšit povědomí o kvalitách a výhodách biopotravin v ČR a v neposlední řadě představit i vývozní potenciál našich producentů. Důkazem, že je tato část potravinářské produkce zajímavá i z pohledu globálního, je i zaměření částí expozic na

ním stravování. Celý projekt bude rozčleněn do šesti kategorií, o jednu více než v roce 2006. V kategorii "GO Future!" se představí potraviny budoucnosti. "GO Trends!" je zaměřený na potraviny pro aktivní život. "GO Travel!" prezentuje národní speciality, mezinárodní kuchyně. Stravování pro děti a mládež je věnována kategorie "GO Kids!". Speciální a dietní potraviny naleznou návštěvníci v kategorii "GO Speciál!" Nová - šestá kategorie - je "GO Organic!", ve které se představí certifikované BIO potraviny. Každá z těchto kategorií ve finále představí nejlepší výrobek či koncepci, jež vybere odborná porota. Účast na projektu nezávisí na veletržní účasti. (tz)

veletrhu ANUGA v Kolíně n/ Rýnem, na problematiku organic food a vše související se zdravým životním stylem.

Pod pojmem zdravý životní styl lze zahrnovat řadu oblastí počínaje zdravými stravovacími návyky přes péči o duševní zdraví až po prospěšné pohybové aktivity. K jeho zlepšování dochází zejména v posledních letech, a to především zásluhou zvyšování životní úrovně a intenzivní osvěty. Na mezinárodních potravinářských veletrzích SALIMA 2008 bude možné navštívit již druhý ročník přehlídky produktů a výrobků moderního stravování zahrnutou v projektu TRENDY 2008. I zde je novinkou část zaměřená na certifikované BIO potraviny s názvem GO Organic.

V žádném případě ovšem nelze konstatovat, že se jeden z největších potravinářských veletrhů ve střední Evropě bude točit pouze a jen kolem potravin. S potravinářstvím jsou spjaty neméně zajímavé prezentace vyspělých technologií, moderních obalů, hygienického vybavení, softwaru, mobiliáře restaurací a maloobchodu a mnoho dalších zajímavých oblastí. Odborný návštěvník v příštím ročníku zcela jistě ocení i změny v koncepci veletrhu VINEX, který reaguje na zvyšující se potřebu kompletně představit domácí producenti kvalitních vín a nabídnou transparentní srovnání s dovozcí zahraničních produktů. Po dohodě s Vinařským fondem se pro příští ročník veletrhu VINEX připravuje zajímavá a odborná prezentace, která svým zaměřením jistě zaujme řadu obchodníků z oblasti pohostinství malo a velkoobchodu. (tz)

TOP HOTEL Praha a ALBION HOTEL se rozloučily se sezonou

TOP HOTEL Praha, ALBION HOTEL a sesterská Cestovní agentura TOP TRAVEL AGENCY se rozloučily s letošní sezonou. Učinily tak 27. listopadu 2007 na předvánočním setkání se svými klienty, obchodními partnery a přáteli v prostorách TOP HOTELU Praha.

V průběhu večera připomněla generální ředitelka společnosti Marta Šnoblová hlavní události uplynulého roku a seznámila hosty s plány na rok příští. K nejvýznamnějším novinkám patří nedávná transformace na akciovou společnost a změna názvu společnosti na TOP HOTELS GROUP, a. s. Společnost prošla letos úspěšně certifikačním auditem systému managementu jakosti dle normy ČSN EN ISO 9001:2001. Certifikát jakosti byl kromě TOP HOTELU Praha nově rozšířen i o ALBION HOTEL. TOP HOTEL Praha obohatil svou pestrou nabídku služeb například o thajské masáže. Došlo k četným stavebním úpravám a rekonstrukci pavilonu B2 a A2 hotelového komplexu. Dobudová se bezpečnostní systém v celém areálu. ALBION HOTEL se zařadil mezi nominované projekty v rámci soutěže Nejlepší z realit. V příštím roce čeká hosty TOP HOTELU Praha mimo jiné nová vstupní hala u západní recepcce. ALBION HOTEL rozšíří konferenční kapacity a otevře pro své hosty novou restauraci a wellness. Generální ředitelka vyhlásila nejlepší obchodní partnery: cestovní kanceláře Quality Tours, Jerome Travel či KOMPAS Praha. Nejlepšími firemními klienty byly společnosti Quintiles, PLIVA, or-rea, GUARANT International či Easy Prague Travel Agency. (tz)

Praha stále v centru pozornosti

Výsledky z příjezdového cestovního ruchu za období leden - září 2007

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR zveřejnilo souhrnné výsledky exkluzivního výzkumu o příjezdovém cestovním ruchu za období leden - září 2007. Výsledky šetření potvrdily předchozí trendy v příjezdovém cestovním ruchu. Nejčastěji naši zemi navštívili turisté z Německa (24 %). Většina zahraničních turistů byla s návštěvou velmi spokojena.

Zahraniční turisté přijížděli do České republiky ve sledovaném období nejčastěji z Německa (24 %), Velké Británie (15 %), Slovenska (9 %), Rakouska (8 %) a Polska (7 %). Z šetření vyplývá, že obyvatelé sousedních států tvoří téměř polovinu všech zahraničních turistů přijíždějících do České republiky. V porovnání se stejným obdobím loňského roku jsou mezi zahraničními turisty méně často Britové (-3 %). Výsledky šetření prokázaly, že více než dvě pětiny zahraničních turistů navštívují Českou republiku několikrát ročně a zbývající pětina jednou ročně či méně často. Více než třetina zahraničních turistů navštívila Českou republiku vůbec poprvé. Rovněž se potvrdil trend, kdy tři čtvrtiny zahraničních turistů přijíždí individuálně a pouze 9 % využilo služeb cestovních kancelář

a 15 % přijelo na služební cestu. Tento výsledek je pravděpodobně ovlivněn fenoménem internetu a růstem nabídky u nízkonákladových leteckých společností. Z dalších sledovaných charakteristik je zajímavé zmínit průměrnou délku pobytu, která se pohybuje na téměř stejné hodnotě. Ve sledovaném období strávili zahraniční turisté v České republice průměrně 4,4 dne. Mezi zahraniční turisty s nejdelším pobytem se řadí Portugalci, Rusové a Thajci, nicméně z hlediska celkového počtu patří mezi méně významné skupiny turistů a tento údaj je proto spíše zajímavostí. Zahraniční turisté jsou ze dvou třetin ubytováni v hotelích či penzionech. Druhou nejčastěji využívanou formou ubytování bylo neplacené ubytová

Výdajový koš zahraničních turistů - období leden - září 2007	
Stravování v restauracích	28 % (cca 440 Kč)
Nákupy	25 % (cca 400 Kč)
Ubytování	20 % (cca 320 Kč)
Pohonné hmoty	11 % (cca 180 Kč)
Doprava	5 % (cca 80 Kč)
Ostatní	11 % (cca 180 Kč).
Výdaje celkem	100 % (cca 1 600 Kč)

ní (u příbuzných, u známých), které využilo 23 % respondentů (o 3 % více než v loňském roce). Nejoblíbenější destinací zůstává i nadále Praha, kterou navštívily tři pětiny všech zahraničních turistů. Mezi další oblíbené cíle patřily ve sledovaném období města Brno, Plzeň a rovněž i turisticky zajímavá města jako Karlovy Vary, Český Krumlov či Mariánské Lázně. Většina zahraničních turistů je spokojena, obdobně jako v minulém období. Kritiku získala špatná infrastruktura a stav silnic v 8 % obdobně jako v předchozím období. Jedním ze zajímavých dílčích výsledků šetření je i sledování hlavních důvodů návštěvy České republiky. Nejčastěji zmiňovaná byla rekreace či zábava (45 %), návštěva příbuzných či známých (20 %) a obchodní cesta (18 %). Oproti

stejnému období loňského roku uváděli zahraniční turisté častěji návštěvu příbuzných a známých (+4 %), méně často rekreaci a zábavu (-3 %). Průměrné výdaje zahraničních turistů byly ve sledovaném období 2488 Kč na osobu a den. V částce jsou zahrnuty i výdaje placené před příjezdem do České republiky. Na území České republiky pak utratil zahraniční turista průměrně 1598 Kč. Meziročně vzrostly výdaje zahraničních turistů o cca 45 Kč. Výdajový koš zahraničních turistů během pobytu v České republice má následující strukturu: Výzkum příjezdového cestovního ruchu probíhá od roku 2005, nové výsledky jsou zveřejňovány ve čtvrtletních intervalech. Výzkum je jedním z hlavních zdrojů dat pro vytvoření Satelitního účtu cestovního ruchu pro Českou republiku, který podává přesnější ekonomický a sociální obraz o postavení cestovního ruchu v národním hospodářství. Jedná se o šetření, které probíhá na 18 silničních a železničních hraničních přechodech a na letišti Praha Ruzyně. Slouží ke stanovení celkového odhadu počtu zahraničních návštěvníků v ČR v jejich členění na jednodenní návštěvníky, tranzitující a turisty a k získání jejich charakteristik. (tz)

České lázně lákají pořád více turistů ze zahraničí

Lázeňské pobyty se řadí k nejčastějším účelům návštěv cizinců v České republice. Loňská lázeňská sezona byla neúspěšnější v historii a letošní se vyvíjí zatím také velmi slibně. Podle expertní studie, uveřejněné nedávno v časopisu Cot Business, lázně v celé ČR loni přijaly 327 tisíc pacientů, nejvíce v celé své historii. Z tohoto celkového počtu bylo bezmála 135 tisíc cizinců. Průměrný počet ošetřovacích dnů loni vychází na 17,3 dne na osobu. Zatímco počet zahraničních pacientů stoupá, lázeňských hostů s léčebnou péčí z ČR ubývá. V roce 1985 jich bylo 280 tisíc, v letech 1993

až 2005 se jejich počet pohyboval mezi 155 a 194 tisíci. Podíl zahraničních pacientů tak rostl ze 7 % v roce 1991 až na 41 % loni. Lázeňské pobyty výrazně pomáhají přilákat turisty také do regionů, které by jinak zůstaly stranou jejich zájmu, tradičně soustředěného především na Prahu a Jihomoravský kraj. Například "baštu" lázeňství, Karlovarský kraj, letos navštívilo především díky lázním více než 282 000 turistů, tj. o 4,5 % více než v předchozím roce. Region Západočeské lázně byl ve druhém čtvrtletí třetím nejnavštěvovanějším krajem zahraničními turisty (kromě Prahy).

Léčebné lázeňství je celoevropským fenoménem. Je úzce spjato s výskytem uhličitých minerálních vod. Do podoby, jak je známe dnes, se vyvinulo v několika posledních staletích a podle zahraničních odborníků se oblast v česko-bavorsko-saském pohraničí řadí mezi nejvýznamnější světová centra. Do Karlových Varů, našich nejznámějších lázní, loni přicestovali 187 444 hosté. Z toho hostů s léčebnou péčí bylo 75 651 a bez léčby 111 793. Ve srovnání s rokem 2005 se celkový počet hostů snížil o 1,5 %, délka pobytu se prakticky nezměnila. Údaje o klesajících počtech návštěvníků lázní však nejsou



Z výroby lázeňského pohárku Kala...

úplné. Čísla zachycují jen počty hostů ubytovaných v hotelích. Stále více hostů se však ubytovává v soukromí a v jiných ubytovacích zařízeních. To platí hodně o pacientech z ČR, kterým zdravotní pojišťovny hradí léčbu, ale ne ubytování a stravu, ale také třeba o návštěvnících z Německa. Ti přesto stále patří k nejčastějším hostům Karlových Varů (loni celkem 52 946). Na druhém místě byli Rusové (38 219) a na třetím hosté z České republiky (32 827). V žebříčku podle počtu hostů s léčebnou péčí by si však vymě

nili místa Rusko s Německem. Dalším zřetelným trendem je zkracování délky pobytu. Stále více hostů jezdí do Karlových Varů ne přímo z léčebných důvodů, ale jako turisté nebo za nabídkou wellness pobytů. Pozici Karlových Varů jako světových lázní potvrzuje mj. historik Stanislav Burachovič z regionálního muzea Karlovy Vary, který uvádí, že tyto světové lázně již v roce 1911 navštívilo více než 70 tisíc pacientů s léčebnou péčí. Loni to bylo, pro srovnání, 75 651 pacient. (tz)

Sázka na nový název a rozsah konference HORECA se vyplatila

Hospitality & Tourism Summit 2007, uspořádaný ve dnech 29.-30.října 2007 v hotelu Voroněž v Brně se jednoznačně vydařil. Organizátoři této výroční oborové konference vsadili na mimořádně kvalitní program a současně rozšířili rozsah konference na 2 dny, což se setkal s velmi příznivým ohlasem více než 300 delegátů, kteří do Brna přijeli. Výsledky ankety mezi účastníky předčily očekávání - letošní ročník konference byl ve všech parametrech (informační přínos, příležitosti k jednání i organizační zabezpečení) hodnocen nejlépe v sedmileté historii. Delší program byl po odborné stránce mnohem zajímavější - poskytl prostor jít do větší tematické hloubky a dva dny umožnily více příležitostí potkat zajímavé lidi. První den přinesl 14 referátů, o jejichž kvalitě svědčila nejen průměrná vysoká známka pro řečníky (1,85), ale i skutečnost, že konferenční sál byl od počátku zcela zaplněn a zůstal plný prakticky po celou dobu plenárního jednání. Referáty měly vzájemně velmi vyrovnanou úroveň, jako nejlepší však (se shodným hodnocením 1,42) vynikli 2 řečníci: Josef Meringer, který si jako významný odborník z Rakouska a viceprezident FCSI získal posluchače svými velmi prakticky a lidsky podanými zkušenostmi ("profesionální a zároveň vtípný projev přesně vypovídající o realitě") a Tomáš Karpíšek s konceptem Ambiente Brasílero, za který získala společnost Ambiente v tomto roce cenu J.Vašaty ("je fajn, že takoví lidé v oboru jsou", "lidským způsobem popsal, jak koncept vznikl a jak funguje a poodhalil i finanční pozadí projektu"). Velmi příznivou reakci vyvolalo i vystoupení generálního sekretáře AHR Václava Stárka ("věcné a výstižné", "mluvil z duše nás všech") a příspěvek vrchního sládky Plzeňského Prazdroje Václava Berky, který dokázal, že i dodavatelé mohou

upoutat zajímavou přednáškou, aniž by byla považována za pouhou komerční prezentaci ("svým přístupem ztělesnil význam spojení zaujmout znamená dobře prodat"). A nelze ještě nezmínit alespoň podnětný referát Kateřiny Vlčkové na téma zkušeností s čerpáním dotací z programu SROP při výstavbě Hotelu Academic v Roztokách u Prahy ("otevřeně popsány a dokladovaný vývoj projektu, včetně užitečných varování, na co si dát pozor"). Společenský večer pořádaný ve spolupráci s redakcí Food Service a spojený se slavnostním vyhlášením ceny J. Vašaty za rok 2007 zaujal především velmi nápaditým rautem v barvách společnosti Nestlé prezentující českou a moravskou kuchyni ve 4 ročních obdobích. K vysoké úrovni večera přispěla i ochutnávka vín a sektů z produkce společnosti Bohemia Sekt. Velmi kladné hodnocení získaly i workshopy probíhající po druhý konferenční den. Nejvíce navštívenou sekcí byla Efektivnost hotelového provozu ("výběrná a konkrétní podnikatelské vstupy"), nejlepší známkování si vysloužila sekce Provoz malých podniků - jak na to? ("milé překvapení, že se i sekce pro malé může přinést obsahově dobrá inspirativní vystoupení"). Konference se konala s podporou agentury Czech Tourism a k jejímu zdárnému průběhu významně přispěly zlatí partneři - společnosti Nestlé, Makro a Bohemia Sekt. Tradičními spoluorganizátory konference byli Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, Vysoká škola hotelová v Praze a INCOMA Consult. Na programu spolupracovali i další odborní partneři, jakými jsou Asociace hotelů a restaurací ČR, Asociace cukrářů a cukrářů, Česká barmanská asociace a COT Business. **detailejší informace o konferenci naleznete na www.horeca21.cz/summit (tz)**

Imperial Karlovy Vary, a.s. - moderní pojetí lázeňství

Doménou akciové společnosti Imperial Karlovy Vary je komplexní lázeňská péče, kterou poskytují její nestátní zdravotnická zařízení od roku 1992. Vzhledem ke špičkové kvalitě všech služeb se tato významná česká lázeňská společnost stala také prvním držitelem Lázeňské ceny ČR /2006/. Jejím posláním je pomáhat lidem obnovit fyzickou i duševní energii a progresivně působit především v oblasti prevence závažných civilizačních onemocnění. Jedním z cílů společnosti je podílet se vlastním výzkumným programem a dalšími aktivitami na rozvoji léčebné lázeňské péče a být tvůrcem moderního pojetí lázeňství v českém i evropském kontextu. Společnost v maximální míře využívá karlovarských přírodních léčivých zdrojů, aby posloužily co největšímu počtu jejích hostů. V průměru spotřebuje 11 500 litrů termominerální vody denně, což je téměř 20 % celkové denní spotřeby v Karlových Varech. Díky rozvojové činnosti, do níž společnost v posledních pěti letech vložila více než 800 milionů korun, mohou dnes hosté všech jejích lázeňských hotelů bydlet, léčit se, relaxovat, sportovat a bavit se prakticky pod jednou střechou. Jedinečný stylový komfort nabízí hostům Spa Hotel Imperial oceněný prestižní mezinárodní cenou World Travel Awards jako Nejlepší lázeňský hotel v ČR /2006/. Jeho elegantní pohodlí plně uspokojí potřeby i nejnáročnějších hostů. Lázeňský komplex Sanssouci & Švýcarský dvůr nabízí moderní léčebnou péči vysoké kvality spolu s možností vybrat si ubytování podle přání a potřeb hostů.

- Společnost v roce 2006 dosáhla obrátu 453 189 tis. Kč. Zaměstnává více než 500 lidí.
- Rekonstrukce LH Sanssouci v roce 2005 stála 130 mil. Kč a cena rekonstrukce LH Imperial v roce 2003 byla 300 mil. Kč.

(tz)

Kofola stvořila PitBot

Společnost Kofola spustila v listopadu 2007 unikátní projekt na internetových stránkách www.pitnyrezim.cz resp. www.pitbot.cz, kde chce lidem netradiční formou nabízet informace o správném pitném režimu. Speciálně vyvinutý "robůtek PitBot" bude uživatele, kteří projeví zájem, provázet a hlídat při dodržování jejich individuálního pitného režimu. PitBot je naprogramován jako průvodce a rádce. Smysl jeho "života" spočívá v tom, že bude lidem radit, doporučovat a připomínat, jak

a kdy správně pít. Je malý, chytrý a o pitném režimu toho ví hodně. PitBot bude kromě uvedených webových stránek komunikovat také přes ICQ, což představuje zcela inovativní přístup u takového druhu projektu. ICQ bylo vybráno záměrně, jelikož má největší penetraci v České republice. Následujících 14 dní budou moci uživatelé internetu najít robůtka i na komunitním serveru libimseti.cz, kde bude mít svůj profil. Zároveň těchto 14 dní poběží na libimseti.cz bannerová kampaň. Na realizaci projektu spolupracovala Kofola s agenturou Advertures.

pokračování na straně 31

TOP HOTEL Praha, s. r. o., změnil právní formu a název na TOP HOTELS GROUP, a. s.

TOP HOTELS GROUP, a. s., je nový název pro obchodní firmu TOP HOTEL Praha, s. r. o., která se právě stala akciovou společností. Předsedou představenstva TOP HOTELS GROUP, a. s., se stal dosavadní jednatel Ing. Vladimír Dohnal, Marta Šnoblová je místopředsedkyní představenstva. Ustanoveni byli tři členové dozorčí rady. Základní kapitál společnosti se navýšil na 100 mil. Kč.



Změny nastaly i v sesterské společnosti - Cestovní agentuře TOP TRAVEL AGENCY. Ta poskytuje nyní veškeré služby v oblasti příjezdového cestovního ruchu a kompletně zajišťuje konferenční servis. "Obě změny mají přispět k ještě větší spokojenosti klientů obou společností. Ti nyní mohou celý svůj pobyt v České republice, jakož i organizaci kongresů a konferencí, naplánovat doslova pod jednou střechou," objasnil důvod těchto změn majitel společnosti Ing. Vladimír Dohnal. Martě Šnoblové, místopředsedkyni představenstva TOP HOTELS GROUP a generální ředitelce TOP HOTELU Praha jsem při této příležitosti položila několik otázek:

Změny, které nastaly, se týkají formálního ujednání uvnitř podnikatelské skupiny, která vlastní tři společnosti v oboru cestovního ruchu - nejstarší a největší hotel s názvem TOP HOTEL Praha, dále mladší Hotel Albion (také v Praze) a Cestovní agenturu TOP TRAVEL AGENCY. Podnikání

zastřešuje zmíněná nově vytvořená akciová společnost TOP HOTELS GROUP. Co si slibujete od nového uspořádání? TOP TRAVEL AGENCY funguje samostatně jako společnost s ručením omezením, nicméně její činnost je velice úzce propojena s oběma našimi hotely. Od této vzájemné spolupráce si slibujeme vyšší standard služeb poskytovaných klientovi a jejich širší škálu než jakou jsme byli schopni nabídnout doposud. Klientovi může naše agentura nahradit klasickou DMC a časově i PCO v oblasti doprovodných programů, gala večeří v prostorách mimo hotel apod.

Možná je to náhoda, možná záměr - v obou hotelích a nyní nově i v cestovní agentuře jsou v čele ženy. To by jistě stálo za pár slov. Myslím si, že ženský element ve vedení je rozhodně přínosem, neviděla bych v tom ale žádný záměr, protože nerozlišujeme pracovníky na muže a ženy, ale na spolehlivé, výkonné a loajální.

Určitě by nebylo od věci představit zejména odborné veřejnosti strategii všech tří subjektů a uvést něco z plánů na rok 2008. Chceme se důkladněji zaměřit na zahraniční kongresy a navýšit jejich počet oproti letošnímu roku. V oblasti propagace máme vytipována další zahraniční média a publikace na kongresovou a incentivní turistiku, kde budeme nabízet naše služby v oblasti MICE. Je nezbytně nutné dokonale skloubit spolupráci všech třech těchto subjektů, abychom co nejvíce využili potenciálu klientů v hotelu nejen v době konání kongresů pro další doprovodné služby apod.

Jak TOP HOTEL Praha, tak hotel Albion jsou na předních místech mezi hotely zaměřující se na kongresovou turistiku. Co můžete nabídnout firmám v závěru roku 2007? Jsou ještě volné kapacity pro drobnější akce, setkání, firemní posezení? Konec roku je pro nás již tradičně hlavní sezo-

nou. Co se týká ubytování, tak např. Silvestr je již zcela vyprodán v obou našich hotelích. Pro ty, kteří se chtějí přijít pobavit a prožít závěr roku u nás, tedy zvolí hotel s bohatým programem, máme ještě pár volných míst, které si lze rezervovat. Mezi naše klienty v předvánočních měsících patří i mnohé významné firmy, které pořádají večírky pro své partnery nebo zaměstnance v našich prostorách. Mnohé sály jsou již obsazené, ale díky vysokému počtu variant je stále ještě možnost najít volný termín na uspořádání akce. **(tz,rix)**



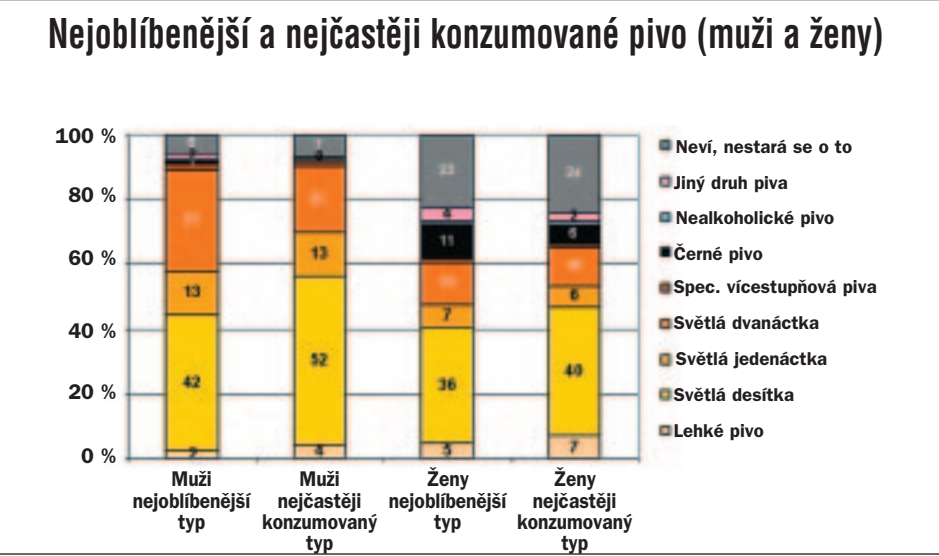
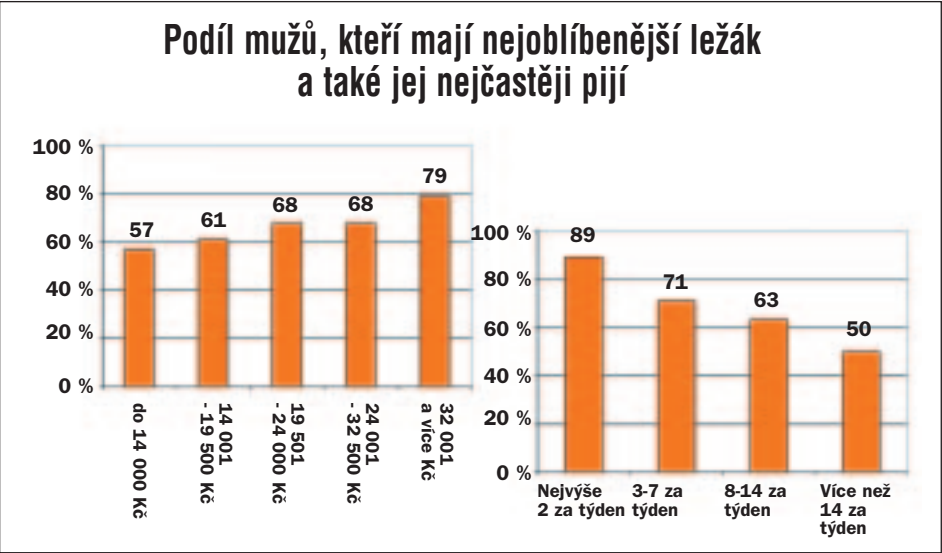
Pivovarsko sladařské dny pomáhají zachovat charakter českého piva

Ve dnech 1. a 2. listopadu 2007 na 22. Pivovarsko sladařských dnech jednalo v Praze téměř 300 vědeckých a výzkumných pracovníků z Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, a.s., spoluorganizátorů Vysoké školy chemicko-technologické Praha i dalších škol, pivovarů a sladoven a ze společností, které působí v oblasti pivovarského průmyslu. Ústředním tématem nejvýznamnějšího národního odborného kongresu byla problematika piva českého typu. Účastníci konference v osmi sekcích jednali o fenoménu českého piva, analytice piva, nejnovějších pivovarských technologiích, o surovinách potřebných k výrobě piva, problematice mikrobiologických procesů a dalších oblastech pivovarství a sladařství a již podruhé také o marketingu našeho piva. Záštitu nad akcí převzal Mgr. Petr Gandalovič, ministr zemědělství ČR. Vědecká konference, která se koná jednou za dva roky, je příležitostí, na níž se setkávají pivovarští, sladařští i chmelářští odborníci z celé republiky a Slovenska. Na letošním kongresu bylo předneseno 41 přednášek a prezentováno 12 plakátových sdělení - posterů o nejnovějších poznatcích a výsledcích výzkumu o českém pivu a sladu. Letošní konference byla rovněž ve znamení oslav 120 let existence Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, který vznikl 1. října 1887. "České pivo není zdaleka jen pojem vyjadřující historickou tradici. Je to typ piva, které je v mnoha aspektech chuťových i chemických odlišné od běžně vyráběných ležáků ve světě v tom nejlepším smyslu slova," uvedl RNDr. Karel Kosař, CSc., ředitel Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského v Praze. "S tím bezprostředně souvisí otázka spojené se surovinami pro český typ piva, neboť jsou použitelné pouze a právě jen některé odrůdy pivovarského ječmene, odlišné kmeny kvasinek, a neodmyslitelnou součástí toho, co české pivo činí jedinečným, je i světově proslulý chmel české provenience," dodal Karel Kosař. Myšlenka uspořádat odborný kongres s pivovarsko-sladařskou tematikou se ve VÚPS zrodila na počátku šedesátých let. První konference se uskutečnila v roce 1963 a postupně se Pivovarsko-sladařské dny staly nejvýznamnější oborovou konferencí, která se pravidelně koná každé dva roky. V posledních letech akci pořádají každý lichý rok Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a. s., Ústav kvasné chemie a bioinženýrství VŠCHT Praha a vybraný pivovar. Dvoudenní vědecká konference je nejen přehlídkou nejnovějších poznatků, ale i společenským setkáním řady pracovníků z pivovarství a sladařství a také oborů, které se problematikou piva zabývají. **Kontakt: Mgr. František Frantík**
Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a. s.
603 431 322, frantik@beerresearch.cz, www.beerresearch.cz

Češi a pivo ve světle nejnovějších výzkumů

Nejnovější závěry Centra pro výzkum veřejného mínění potvrdily trendy posledních let, podle kterých se názory české populace na pivo a jeho roli ve společnosti stabilizovaly. Pivo je u 99 % respondentů považováno za významnou součást české kultury, 95 % Čechů (94 % v roce 2004) je považuje za národní nápoj, 92 % lidí (ve srovnání s 90 % v roce 2004) za jednu z věcí, kterou se můžeme chlubit v zahraničí, a 78 % považuje naše pivo za nejlepší na světě. Na druhé straně si 67 % populace myslí, že pití velkého množství piva je špatnou vlastností obyvatel ČR. Výsledky také potvrdily, že pivo je chápáno jako nápoj téměř univerzální, vhodný pro všechny situace - od posezení s přáteli či na

večírcích přes oslavy narozenin až po sváteční večeři v rodinném kruhu. Nejčastěji zmiňovaným kritériem výběru piva ke konzumaci je mezi muži i ženami chuť a významnou roli hraje i značka. Naopak cena a reklama hrají dle respondentů méně významnou roli. Výzkumy rovněž potvrdily, že český konzument je spíše konzervativní, upřednostňuje piva domácí provenience. Muž vypije v průměru 9 půllitrů týdně, žena 2 půllitry. Trvá popularita světých piv, především výčepních, upevňuje se však pozice ležáků, a to především u příjmově silnějších skupin obyvatel. Naopak, konzumace tmavých piv zůstává spíše doménou dámské populace. "Výzkumy opět potvrdily dlouhodobý trend profi-



lu českého konzumenta piva, který trvale upřednostňuje piva českého typu a jen málo zkouší piva zahraniční," uvedl Ing. Jan Veselý, výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven. "Ukazuje se také, že roste podíl těch, kteří pivo pijí sice méně, jedno až dvě denně, ale zato pravidelně, což koresponduje s našimi záměry prosazovat umírněnou konzumaci piva," dodal Jan Veselý. "Výzkumy nepotvrdily úvahy o tom, že se dále rozšiřují nůžky mezi příjmem domácností a konzumací piva. Byť dlouhodobě v tomto ohledu rozdíl jsou, s růstem příjmů tedy klesá množství konzumace piva a mění se i vzorec jeho výběru, v letošním roce se dále neprohloubily," uvedl Mgr. Jiří Vinopal, Ph.D., vědecký pracovník Sociologického ústavu AV ČR. "Ukazuje se také, že nelze vystopovat další prohlubování jevu, o kterém jsme se domnívali, že by mohl

být trvalejší, nárůst tzv. regionálního patriotismu konzumentů piv," dodal Jiří Vinopal. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu Akademie věd ČR zkoumá v rámci projektu kontinuálního sledování českého veřejného mínění Naše společnost od roku 2004 dílčí úkol Pivo v české společnosti. Terénní šetření se uskutečnilo na vzorku 1126 dotazovaných mezi obyvateli ČR od 15 let formou osobních rozhovorů v průběhu září letošního roku. Výzkumné projekty nazvané Image piva v české společnosti, Konzumace piva v české společnosti a Některé aspekty výběru piva českými konzumenty srovnávaly dnešní situaci s předchozími třemi lety. Výzkumné zprávy s podrobnějšími výsledky lze nalézt na www.cvvm.cas.cz. Další informace naleznete na internetových stránkách Českého svazu pivovarů a sladoven www.cspas.cz. **(tz)**

INOVACE 2007, Týden výzkumu, vývoje a inovací v ČR

Ve dnech 4.-7. 12. 2007 se uskuteční tradiční nejvýznamnější tuzemská akce v oblasti inovačního podnikání. Pořádá ji Asociace inovačního podnikání ČR ve spolupráci s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, Ministerstvem průmyslu a obchodu a tuzemskými a zahraničními členy a partnery. V budově ČSVTS, Novotného lávka 5, Praha 1 se sejdou tuzemští a zahraniční odborníci, kteří v sympoziálním programu a ve výstavní části zhodnotí současný stav a další perspektivu inovačního podnikání této součásti hospodářského a sociálního rozvoje ČR.

Součástí tohoto nejvýznamnějšího tuzemského setkání jsou:

14. mezinárodní symposium INOVACE 2007

- **Plenární sekce, 4. 12. 2007**
 - Výzkum, vývoj a inovace v ČR a ve světě
- **Odborné sekce, 5. 12. 2007**
 - Konkurenceschopnost v biomedicínských technologiích, IC Biotech
 - Česko - ruská vědeckotechnická spolupráce
 - Setkání se zahraničními účastníky INOVACE 2007
- **Diskuzní fórum "Galerie inovací", 6. 12. 2007**
 - Význam inovačního vzdělávání, CIVL
 - Příprava odborníků pro oblast inovačního podnikání (projekt ČR/RF)
 - Přihlášené produkty do soutěže o Cenu Inovace roku 2007
 - Prezentace vystavovatelů (u jejich posterů)

Čtrnáctý mezinárodní veletrh invencí a inovací

Cílem veletrhu je prezentovat vše, co je součástí programu mezinárodního sympozia a 12. ročníku soutěže o Cenu Inovace roku 2007. Věřím, že i v letošním roce bude výstavní část v přízemí a čtyřech nadzemních podlažích budovy ČSVTS kvalitní a že Vám přinese řadu poznatků.

Český výzkum, a. s. - mají další výzkumně-vývojová centra

Společnost Český výzkum, a. s., podepsala akviziční smlouvy a do své skupiny získala další dvě vědecko-výzkumné základny: Inovační technologické centrum VÚK, a. s., v Panenských Břežanech u Prahy a VÚK Kovohutě, s. r. o. Předsedkyní představenstva Inovačního technologického centra VÚK, a. s., je po valné hromadě Ing. Veronika Komorousová, místopředsedkyně představenstva společnosti Český výzkum, a. s. Novým jednatelem společnosti VÚK Kovohutě, s. r. o., se stal Ing. Milan Čuboň, ekonomicko-obchodní ředitel společnosti Vítkovice-výzkum a vývoj - technické aplikace, s. r. o., která je členem skupiny Český výzkum, a. s. Společnost Český výzkum, a. s., byla založena

Dvanáctý ročník soutěže o Cenu Inovace roku 2007

V průběhu tohoto roku byla konzultována řada potenciálních přihlášek do soutěže, k datu uzávěrky bylo předáno 20 přihlášek, které posoudila komise Inovace roku. Podruhé bude vyhlášena Česko-německá inovační cena 2007. Ocenění v rámci Ceny Inovace roku a Česko-německé ceny budou předána 7. 12. 2007.

Významnou součástí INOVACE 2006 budou i dvě večerní setkání vystavovatelů a účastníků a zahraničních hostů (4. a 5. 12. vždy od 18 hodin).

V průběhu INOVACE 2007 bude fungovat Informační centrum INOVACE 2007 (služby pro novináře - tiskové zprávy INOVACE 2007, možnosti rozesílání e-mailových zpráv redakcím (inovace2007@aipcr.cz), vyhledávání v internetu) tradiční stánek Úřadu průmyslového vlastnictví s poradenstvím, stánek Českého statistického úřadu, stánek Asociace výzkumných organizací, prezentace projektů JPD 3 - CIVL a BIOTECH a dalších partnerů AIP ČR a subjektů v rámci Systému inovačního podnikání v ČR. Tiskové zprávy z jednotlivých dnů INOVACE 2007 včetně fotogalerie budou průběžně umístovány na webové stránce AIP ČR. Další informace jsou uvedeny na domovské stránce AIP ČR www.aipcr.cz.

Pavel Švejda
Asociace inovačního podnikání ČR

Přihlášené produkty do soutěže o Cenu Inovace roku 2007		
Č.	Firma	Produkt
1.	Výzkumný ústav bramborářský, s. r. o., Havlíčkův Brod	Odrůda brambor VALFI
2.	RS DYNAMICS, s. r. o., Praha 4	EXPLONIX - přenosný analyzátor explozivních látek
3.	HONEYWELL, s .r. o., Praha 4	ACC OPTIMIZER - optimalizátor pro pokročilé řízení spalování
4.	BAŤA, a. s., Zlín	Nová generace profylaktické obuvi pro diabetiky
5.	LINET, s. r. o., Slaný	Lůžko Latera
6.	ASICentrum, s. r. o., Praha 4	EM 4298-dekodér/kodér pro čtečky RFID v pásmu UHF
7.	ÚJP Praha, a. s.	Rentgenový simulátor TERASIX se systémem VirtualBeamView
8.	Clever Technologies, s. r. o., Světlice	C-PULM - endobronchiální teploměr
9.	1. LF UK, Praha 2	Multifunkční biotelemetrické zařízení k inteligentnímu on-line monitorování fyziologických parametrů člověka
10.	Lambda CZ, s. r. o., Brno	Laboratorní bioreaktor/fermentol MINIFOR nového konceptu
11.	FANA, s. r. o., Zahořavá	Izolační systém se vzduchovou mezerou
12.	FS ČVUT v Praze	Víceosý snímač rozložení tlaků a smyku
13.	inSophy, s. r. o., Praha 6	Spolehlivostní analýza technologických systémů
14.	Penta Trading, s. r. o., Praha 4	Elektroerozivní CNC hloubička PENTA CNC
15.	Optaglio, s. r. o., Řež	Kovové mikrotečky - OVDotTM
16.	Siemens Industrial Turbomachinery, s. r. o., Brno	Inovace turbinové řady SST - 300
17.	DAKO Brno, s. r. o.	Protihlukové bariéry ze sklovláknobetonu
18.	AMAGRO, s. r. o., Praha 10	Huminový koncentrát Lignohumát B
19.	ARROW line, a. s., Ostrava	Kolejový tahač vagonů CSA 110
20.	AQUA Program, s. r. o, Turnov	Infračervené topné panely

aplikace, s. r. o., (materiály, energetika, dodavatelско-инженýрské služby). Mezi odběrateli lze jmenovat firmy jako Škoda Auto, a. s., (nástrojové oceli se zvýšenou životností), Delong Industrial, a. s., (magneticky měkký materiál pro výrobu elektronových mikroskopů), Vítkovická nástrojárna VNAS, s. r. o., a Škoda JS, a. s., (výkovky pro jadernou energetiku) či Sigma Pumpy Hranice, a. s., (výkovky pro výrobu čerpadel). "Akvizicí dvou vědecko-výzkumných základen, Inovačního technologického centra VÚK, a. s., v Panenských Břežanech a VÚK Kovohutě, s. r. o., jsme významně rozšířili náš potenciál v oblasti vývoje nových materiálů a technologií. Letos navíc předpokládáme dokončení ještě jedné akvizice," uvedla Ing. Veronika Komorousová, nová předsedkyně představenstva Inovačního technologického centra VÚK, a. s. (tz)

McAfee nabízí nová zabezpečení

Společnost McAfee, Inc. (NYSE: MFE) oznámila nabídku služeb zabezpečení, které budou na retailovém trhu k dispozici pro rok 2008. Nové verze těchto služeb poskytují řešení technologií ochrany proti hrozbám. Chrání nejen počítače uživatelů, ale pomáhají jim také předejít dalším rizikům spojeným s internetovou komunikací. Společnost McAfee svoji technologii podrobně testovala v prostředí internetu. Jako první je schopna nabídnout zákazníkům proaktivní bezpečnost na 95 % často navštěvovaných webů, což je vzhledem k tomu, že čtyři z pěti návštěv webových serverů se uskuteční z vyhledávačů, právě kritická úroveň ochrany. Bezpečné vyhledávání a prohlížení webových stránek pomocí technologií společnosti McAfee přidává webovým serverům snadno srozumitelné barevné označení (červené, žluté nebo zelené), které uživatelům jasně říká, zda je příslušný server bezpečný nebo potenciálně rizikový - a to ještě předtím, než ho uživatel navštíví. Uživatelé se díky tomu mohou vyhnout malwaru (škodlivému kódu), jako je software zneužívající zranitelnosti webového prohlížeče, který může učinit počítač nepoužitelným. Stejně tak lze předejít adwaru, spamu, virům a dalším nebezpečím, hrozcícím při práci online. Společnost McAfee dále zdokonalila svoji sadu zabezpečení Total Protection. Funkce umožňující bezpečné vyhledávání a prohlížení webu byly doplněny o tzv. chráněný režim (Protected Mode), který nabízí rodičům ochranu jejich dětí. Děti, dospívající i libovolní další uživatelé pracující v tomto režimu, budou automaticky přesměrováni na bezpečnou stránku vždy, když dojde

k interakci s rizikovým serverem. Chráněný režim je nastavován pomocí hesla, což rodičům umožňuje řídit jeho fungování. Inteligentní "ochrana bez ovlivňování" umožňuje uživatelům těšit se z videa, on-line her a dalších on-line zábavních aplikací nebo spouštět prezentace v PowerPointu či další pracovní aplikace v celobrazovkovém režimu bez toho, aby docházelo k přerušení. Ochrana funguje tak, že minimalizuje potřebné zdroje počítače, inteligentně plánuje úlohy související se zabezpečením včetně aktualizací a kontroly, které provádí ve vchodném čase. Když uživatel zapne počítač poprvé, tato funkce automaticky chvilí vyčká před aktualizací bezpečnostního softwaru.

Bezpečnostní řešení příští generace od společnosti McAfee:

Sada McAfee Total Protection
Nejkomplexnější bezpečnostní produkt pro koncové uživatele, jaký je v současnosti na trhu k dispozici. V jediném balíku obsahuje veškeré bezpečnostní funkce nabízené společností McAfee. Poskytuje v reálném čase ochranu proti virům, spywaru a hackerům společně s pokročilou ochranou pomocí varování před rizikovými webovými servery McAfee SiteAdvisor™. Speciální technologie zahrnují antivirus, antispyware, obousměrný firewall, antiphishing. Kontrola softwaru pro získání práv super uživatele (Rootkit scanning) McAfee X-Ray odhaluje a odstraňuje rootkity a další škodlivé aplikace skryté v systému Windows nebo v jiných antivirových programech. Funkce Shredder ("drtič") umožňuje uživateli digitálně "rozdrtit" soubory

obsahující důvěrné informace. Poskytuje také ochranu proti online krádežím identity, nabízí ochranu proti spamu a dovoluje rodičům přidělit každému dítěti individuální nastavení, které

obsahuje například časové limity a další omezení. Obsahuje také nástroj pro analýzu obrazu, která chrání děti před prohlížením nežádoucího grafického obsahu. (tz)

Událost, od níž si lze mnohé slibovat

Tiskové prohlášení o podepsání dohody mezi českou a čínskou textilní a oděvní asociací o porozumění v oblasti ochrany duševního vlastnictví
Dne 30. října 2007 v průběhu šanghajského veletrhu "INTERTEXTILE 2007 apparel fabric" (29. 10. - 1. 11. 07) podepsala česká Asociace textilního oděvního a kožedělného průmyslu ATOK a Čínská textilní a oděvní asociace (CNTAC) dohodu o porozumění v oblasti ochrany duševního vlastnictví. Podepsání dohody je vyjádřením ochoty obou stran dodržovat a prosazovat přijatá pravidla v oblasti textilní a oděvní výroby. O podepsání smlouvy usiluje česká strana již delší dobu. ATOK společně s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR po několika měsících jednal s čínskou stranou o podrobnostech dohody. Je všeobecně známo, že v textilním a oděvním průmyslu je dodržování, resp. nedodržování těchto práv celosvětovým problémem. Proto má dohoda pro český textilní a oděvní průmysl tak velký význam. Podepsání dohody je součástí ucelené strategie rozvoje konkurenceschopnosti českého textilního a oděvního průmyslu v letech 2007-2013. Česká strana následuje své zahraniční kolegy z Německa, Rakouska a Francie, kteří obdobnou dohodou s čínskými partnery podepsali dříve a mohou již deklarovat a vyčíslit její pozitivní přínosy pro partnery na obou stranách.

Český textilní a oděvní průmysl chce tímto krokem jasně ukázat, že má

- neustálý zájem o dobré mezinárodní vztahy s partnery, které probíhají na základě tzv.Fair Trade - poctivých obchodních podmínek
- velký zájem o spolupráci s čínskými partnery jak v oblasti výměny zboží, tak i v oblasti výrobních a obchodních kooperací.



Za českou stranu podepsal smlouvu
Ing. Jiří KOHOUTEK
viceprezident a výkonný ředitel
Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu
Za čínskou stranu podepsal smlouvu
viceprezident Mr. Sun Ruizhe
China National Textile & Apparel Council

Knižka před spaním

Počítačová grafika a design
Průvodce začínajícího grafika
Tomáš Tůma

Původce zkušeného autora se nevěnuje pouze popisu jednotlivých nástrojů, ale naučí vás, jak je používat v každodenní praxi grafika. Kromě znalostí praktických postupů a technik získáte též všeobecný přehled o možnosti využití běžného softwarového vybavení k tvorbě grafických materiálů. Autor začíná od úplných základů a v tematických lekcích s praktickými postupy vás krok za krokem naučí vše, co budete skutečně potřebovat.

Jak se správně rozhodovat a řešit problémy
John Adair

Jakýkoliv vedoucí činitel má nezadatelné právo dohlížet na to, aby byla zvolena nejlepší rozhodnutí, aby problémy byly řešeny optimálním způsobem a aby nebyly kladeny překážky tvůrčím nápadům a inovacím. Jedním z kroků k tomuto cíli, je stát se mistrem v procesech praktického myšlení. Nemůžete zaručit výsledky - svou nezanedbatelnou roli v lidském konání hrají i štěstí a náhoda - ale můžete alespoň zajistit, aby se při dosahování cílů využívaly osvědčené procesy uvažování.

Francouzská výslovnost + DVD
Tomáš Cidlina

Kniha je určena zájemcům, kteří si chtějí osvojit nejdůležitější pravidla francouzské výslovnosti, naučit se správně artikulovat jednotlivé hlásky a celé francouzské věty. Podstatnou součástí publikace je DVD, které obsahuje animace, ukazující názorně, kde v ústech a jakými mluvidly hlásky tvořit, ukázky, jak vyslovují francouzští rodilí mluvčí, tréninková cvičení atd.

Právo na internetu
Spam a odpovědnost ISP
Radim Polčák

Tato publikace představuje praktický právní manuál, který aktuální praxe uživatelů internetu a poskytovatelů služeb informační společnosti žádá. Vedle čistě praktických otázek se v ní její autor kriticky zabývá i širšími souvislostmi aplikace práva jako nástroje k rozvoji moderní demokratické informační společnosti.

Mezinárodní marketingový management
Ralph Berndt, Claudia Fantapié Altobelli, Matthias Sander

Kniha se obrací na všechny, kteří se v rámci vzdělávání nebo povolání konfrontují s problémy mezinárodně orientovaného marketingu. Fundované kompendium poznatků a principů marketingového managementu na poli nadnárodních a mezinárodních trhů shrnuje marketingové plánování, controlling a organizaci.



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

Naše kavárna

Oriflame v ČR vede Mirek Kopřiva

Do čela švédské kosmetické společnosti Oriflame nastoupil s platností od 1. listopadu 2007 Mirek Kopřiva. Na pozici generálního ředitele tak vystřídal Magnuse Holm Alsterlinda, který Oriflame v České republice vedl od dubna 2004. Oriflame zaznamenal v uplynulých třech letech pod jeho vedením nezanedbatelné obchodní úspěchy a získal řadu ocenění na poli marketingové komunikace. Magnus Holm Alsterlind povede od 1. ledna příštího roku pobočku Oriflame v Polsku.

"Českou republiku opouštím s pocitem, že zde bude Oriflame v dobrých rukách. Velmi pozitivní jsou tendence růstu společnosti, vzrůstající povědomí o značce a navýšení počtu kosmetických poradců. Za uplynulé tři roky dosáhl nárůst tržeb 30 %. Jsem rád, že mohu pomyslnou štafetu předat do rukou Mirka Kopřivy, který veškeré procesy ve společnosti důvěrně zná a může ve své nové pozici zúročit své zkušenosti," řekl Magnus Holm Alsterlind. Také finanční oddělení kosmetické společnosti Oriflame získalo nové vedení v osobě Zdeňka Koukla, který jej vede od srpna letošního roku. Pozice obchodního a provozního ředitele zůstávají beze změny. Obchodní tým vede Jana Černá a provoz i nadále řídí Petr Bezděk. (tz)

Nová teorie managementu
Helmut Lang

Od počátku 90. let se svět v důsledku politických, technologických a ekonomických změn podstatně změnil. Podniky začaly na tyto proměny reagovat změnou svých strategií. Nová praxe se promítla do teorie, obzvláště do nauky o podnikovém hospodářství a managementu. V centru pozornosti předkládané učebnice je proto otázka, zda lze v důsledku nových teoretických poznatků, a jejich aplikace v praxi, hovořit o nové teorii managementu. Pozornost je zaměřena např. na problematiku managementu změn (change management), vznik strategie shareholder-value, outsourcing a offshoring, business reengineering, benchmarking, systém managementu jakosti (TGM) a balanced scorecard.

Komu je kniha určena?
Učebnice je určen zejména studentům VŠ ekonomického zaměření. Obsahuje však také řadu zajímavých příkladů strategického rozhodování v rámci podnikového řízení, a proto ji lze doporučit také pracovníkům managementu podniků.

Public Private Partnership - příležitost a výzva
Jan Ostřížek a kol.

Cílem publikace je seznámit čtenáře s kontrakty typu PPP, jakožto alternativou financování veřejných infrastruktur a služeb. Na konkrétních případech je uvedeno, jak vytvořit PPP projekt, který má šanci uspět v konkurenci s ostatními projekty. Autoři popisují, jak se vyvarovat nejčastějších chyb, a jak naopak využít výhody, které daný subjekt má.

Komu je kniha určena?
Publikace je určena nejen studentům vysokých škol, ale také zaměstnancům státní správy a odborné veřejnosti.

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



Lego naší legislativy

ČS má již 80 % bankomatů s bezpečnostním zařízením

Česká spořitelna vybavila již téměř 80 % z celkového počtu 1110 bankomatů speciálním systémem zabraňujícím kopírování karet (FDI). Jde o zařízení, které bankomat účinně chrání proti instalaci nelegálních zařízení a znemožňuje okopírovat data z magnetického proužku. Zelený plastový nástavec se instaluje přímo na vstupní otvor pro kartu a jeho přesný vzhled si klienti mohou ověřit i na obrazovce bankomatu. V současné době chrání bezpečnostní nástavec více než 850 bankomatů České spořitelny. Dokončení instalace v celé bankomatové síti plánuje Česká spořitelna do konce letošního roku.

"Bezpečnost transakcí a služeb považujeme za zcela zásadní a věnujeme tomu mimořádnou pozornost. Nástavec je dalším z mnoha opatření, kterými chráníme naše bankomaty," uvedl Jiří Vajgl, vedoucí oddělení řízení sítě bankomatů České spořitelny.

Nástavec je z průhledného plastu s integrovaným hologramem. V zadní části ho prosvěcuje přerušované světlo indikátoru čtečky. Klienti jsou o nástavci informováni také prostřednictvím tzv. bezpečnostní obrazovky na bankomatu, na které se v pravidelných časových intervalech objevuje nový fyzický vzhled vstupního otvoru pro kartu. "Lidé tedy lehce určí, zda je daný bankomat vybaven protiskimmovacím nástavcem, a dobře poznají, pokud by na bankomatu bylo nainstalováno něco navíc," dodal Jiří Vajgl. Česká spořitelna chrání klienty u svých bankomatů i řadou dalších bezpečnostních prvků. Díky softwarové úpravě se karta při vstupu do bankomatu pohybuje trhavě nebo přerušovaně, a právě tento pohyb eliminuje možnost podvodně načíst údaje z magnetického proužku. Všechny bankomaty ČS jsou navíc vybaveny čipovou technologií, která zpracovává informace pouze z čipu karty. K bezpečnosti bankomatů významně přispívá i fakt, že většina bankomatů České spořitelny je opatřena kamerovým systémem. Proti vyloupení nebo ukradení bankomatů využívá Česká spořitelna metodu speciálního barvíva, které při nedovolené manipulaci s bankomatem znehodnotí jeho obsah. (tz)

Firemní nákup a e-aukce
Jak šetřit čas a peníze
Milan Kaplan, Josef Zrník a kolektiv

Elektronizace výběru dodavatele a vyjednávání podmínek nákupu pomocí tzv. e-aukce je fenoménem posledních několika málo let, který firmám a jiným organizacím u nás ušetřil již mnoho milionů. Praxe ověřila, že elektronizace šetří nákupní zdroje a mimořádně zkracuje čas potřebný na přípravu a realizace výběrového řízení. Tato kniha představuje konkrétní a návodné příklady využití elektronického nástroje. Čtenář se srozumitelně a jasně dozví, jak k e-aukci přistupovali, jak ji realizovali a co z ní získali nákupní specialisté ocelářské nadnárodní firmy, strojírna, nemocnice, banky, stavební firmy, letecké nebo těžářské společnosti a další podniky a instituce.

Moderní marketing
Philip Kotler, Veronica Wong, John Saunders, Gary Armstrong
4. evropské vydání

Špičková publikace se komplexně a z praktického manažerského pohledu zabývá všemi důležitými oblastmi marketingového řízení. Je zcela jedinečné, že publikace je šitá na míru pro evropského čtenáře. Dívá se na praktický marketing nejen ze světového, ale zejména evropského pohledu, přináší speciální poznatky důležité pro evropský trh. Marketingoví manažeři, podnikatelé a studenti získají díky knize výborný přehled o principech, praktických nástrojích, metodách a postupech marketingového řízení - od marketingového výzkumu, současného postavení a možností marketingu, přes strategický marketing, B2B marketing a společenskou zodpovědnost a etiku marketingu až po marketingový mix, který tvoří podstatu knihy.

Umění přesvědčivé komunikace
Jak ovlivňovat názory, postoje a činy druhých
James Borg

V této velmi praktické a čtivé knížce najdete špičková pravidla, rady a příklady, jak krok za krokem výrazně zlepšit své přesvědčovací schopnosti, jak v každé situaci najít správná slova, jak rozumět řeči těla ostatních a působit svou neverbální komunikací, jak přesvědčivě jednat po telefonu a úspěšně vyjednávat, jak zacházet s různými typy lidí či co dělat, když se přesvědčování nedaří.

Vedení lidí v praxi
Zlepšete své manažerské dovednosti
Yvone Faerber, Christian Stöwe

V praktické příručce plné vynikajících návodů, rad a příkladů se dozvíte, jak zvládnout různé situace a problémy v praxi, jak pro svůj tým vybrat správné lidi, jak je maximálně motivovat, jak jim správně stanovit cíle a úkoly a jak úspěšně delegovat. Zjistíte také, jak své podřízené spolupracovníky spravedlivě a motiválně hodnotit a individuálně rozvíjet jejich schopnosti a dovednosti.

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



Sponzoring, charita, partnerství, pomoc

Nejlepší původní práce mladých ekonomů obdrží cenu F. Vencovského

Vysoká škola finanční a správní vyhlásila a financovala na podporu rozvoje vědy soutěž mladých ekonomů, která by měla založit trvalou tradici spojenou se jménem našeho předního ekonoma Františka Vencovského. Do soutěže se přihlásili s původními teoretickými statemi téměř dvě desítky ekonomů. Laureáti na cenu prof. Vencovského byli vyhlášeni 16. listopadu 2007 u příležitosti mezinárodní vědecké konference "Nové výzvy pro ekonomy v globalizujícím

Kofola stvořila PitBot

pokračování ze strany 28

"Správný pitný režim je pro nás, jako výrobce nealkoholických nápojů, důležité společenské téma. Chceme lidi vést k tomu, aby dbali na dodržování pitného režimu, poněvadž v konečném důsledku tím ovlivňují své tělesné i duševní zdraví. V tuto chvíli ale není naším cílem zahltit je dalšími obecnými informacemi, které se na ně

Tak to dělá Toyota
14 zásad řízení největšího světového výrobce
Jeffrey K. Liker

Přední americký odborník a znalec japonských systémů řízení odkrývá tajemství fenomenálního úspěchu automobilky Toyota a jejího systému "štíhlé" výroby, jeho kulturní předpoklady a východiska. Představuje soubor zásad, hodnot a přístupů, které umožňují tomuto největšímu světovému výrobcí neustále zvyšovat tržní podíl, ziskovost i jakost svých výrobků. A ukazuje, jak uplatňování souboru těchto zásad, hodnot a přístupů firmy může napomáhat při transformaci i vaší organizace - výrobní či nevýrobní - ve štíhlou, efektivní a učící se organizaci.

10 zlatých pravidel překonávání nejčastějších komunikačních bariér
Ivan Bureš - Vlasta A. Lopuchovská

Verbální komunikace byla, je i bude neefektivnějším nástrojem vytváření mezilidských vztahů. Pokud si nerozumíte s lidmi, nemůžete vybudovat ani výkonný pracovní tým, ani vás nepřijme komunita, v níž žijete. Nová kniha I. Bureše (a Vlasty Lopuchovské) z populární ediční řady "Zlatá pravidla..." se věnuje zákonitostem, pravidlům a technikám verbální komunikace a jejich aplikaci opět demonstruje na desítkách praktických příkladů.

7 návyků skutečně efektivních lidí
Zásady osobního rozvoje, které změní váš život
Stephen R. Covey
Dotisk 1. vydání

Nové vydání nejúspěšnější knihy renomovaného autora "motivační" literatury a experta na rodinnou problematiku a vedení lidí charakterizuje 7 návyků, které je třeba si osvojit, abychom jednali co možná neefektivněji, a které jsou základem pro vytvoření harmonické, cílevědomé a integrované osobnosti.

Balanced Scorecard
Strategický systém měření výkonnosti podniku
Robert S. Kaplan - David P. Norton
5. vydání

Kniha předkládá podnikům originální řešení: metodu "balanced scorecard" (BSC) neboli soubor nástrojů vytvářejících integrovaný manažerský systém, jenž zdůrazňuje vzájemnou provázanost hodnotových a naturálních kritérií. Na základě sledování a řízení výkonnosti podniku v rámci čtyř subsystémů (perspektiva finančních cílů, zákazníků a trhů, podnikových procesů, učení se a růstu, resp. perspektiva zaměstnanců) umožňuje průběžné řízení realizace celkové strategie a zajišťuje i nezbytnou zpětnou vazbu.



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

makro

**Sháníte vhodný vánoční dárek
pro vaše obchodní partnery či zaměstnance?**

Makro vám přináší širokou nabídku vánočních balíčků, ze kterých si jistě vyberete.
Vhodným dárkem také bude láhev exkluzivního vína z Vinného humidoru v Makro Stodůlky.

Přejeme vám příjemné Vánoce!

Makro – partner profesionálů



www.makro.cz