

## Bavme se o kvalitě potravin, ne o cenách

**Rozhovor s prezidentem Potravinářské komory ČR Ing. Miroslavem Tomanem, CSc.**

**Čeští potravináři jsou ve dvojím ohni. Musí obstát v tvrdém konkurenčním boji kvalitou a bezpečností své produkce, zároveň však nemohou ignorovat poptávku po levných výrobcích. Obchodníky a spotřebitele totiž zajímají nízké ceny a zaměřit jejich pozornost na jakostní a značkové zboží bude dlouhodobý a těžký, nicméně nutný úkol. Proto říká prezident Potravinářské komory ČR Ing. Miroslav Toman, CSc.: bavme se v první řadě o kvalitě, ne o cenách.**

S jakými plány jste nastoupil do vedení komory, v čem chcete vsadit na kontinuitu a kam byste potravináře chtěl dovést?

Ve funkci prezidenta působím už víc než půl roku. Za tu dobu jsem na mnoha seminářích a vystoupeních řekl, že mým cílem bylo rozhybat a zefektivnit činnost komory. Už se nám mnoho věcí povedlo. S tím souvisí i příprava nových stanov a jednacího a volebního řádu komory, jimž jsme se věnovali na podzim. Tyto stanovy schválila únorová valná hromada PK. Z nejdůležitějších změn bych jmenoval prodloužení volebního období volených orgánů, snížení počtu členů představenstva a definování přesných povinností jednotlivých orgánů včetně prezidenta. Věnovali jsme se i formulování zákona o významné tržní síle a jejím zneužití, který by měl dlouhodobě upravit neurovnaný a neřešený vztahy s obchodními řetězci. Vláda sice návrh v březnu zamítla, nicméně poslanci se jím budou dále zabývat. Věřím, že zákon projde.

Potravinářská komora se také stala členem Agrární komory ČR, samozřejmě při současném zachování vlastní subjektivity. Jsem přesvědčen, že potravinářský sektor má s Agrární komorou mnoho společného. Především je to snaha udržet na domácím trhu dostatek prostoru pro české výrobky za rozumných podmínek, jež nám umožní další rozvoj odvětví. Myslím si, že pro obě strany je výhodné, když budou shodné zájmy prosazovat společně.

**Čím získáváte členy komory a čím oni mohou obohatit činnost a prestiž své stavovské organizace?**

Je to stejné jako v každé jiné organizaci tohoto typu. Členové přibývají i ubývají, například skončením činnosti nebo sloučením firem. Potravinářská komora chce plnit funkci aktivního a úspěšného zástupce potravinářských firem

a společností. Naším hlavním cílem je zvýšení prosperity a zlepšení perspektivy celého odvětví. S tím souvisí i zmíněná úprava stanov, zlepšení funkčnosti komory. Naším členům nabízíme zastupování vůči státní správě, spolupráci na strategických dokumentech, přípravě legislativních předpisů. A naopak naši členové mohou poskytovat nejen nám, ale i státní správě, zkušenosti a informace z dodavatelsko-odběratelských vztahů, které se dají využít při změnách předpisů a legislativy.

**Mohl byste charakterizovat, s jakými výsledky uzavřeli potravináři loňský rok a jak se do nich promítlo zdražování zboží na trhu?**

Do m n í v á m se, že diskuze o růstu cen a potravinářské výrobě není jen o výdělku. Podnikání v potravinářství je stejné jako v každém jiném oboru. Musíme vytvářet přiměřený zisk, který by nám umožňoval investovat zpět do výroby, do opatření, která budou zvyšovat bezpečnost potravin. Co se týče zdražování v závěru minulého roku, šlo do jisté míry o reakci na zvyšování cen zemědělských surovin, energií, rostoucí ceny práce a nikoli o zvyšování zisků potravinářských výrobců. O vydělávání na růstu cen nemůže být ani řeč, vyšší prodejní ceny potravin se neprojeví v zisku potravinářů.

tyto aktivity podporovány jsou, v potravinářském průmyslu tomu zdaleka tak není. Co nás trápí ještě více, je, že neustále narůstají legislativní požadavky na bezpečnost potravin a objevují se stále nové a nové předpisy. Vyšetření a kontroly bereme jako prospěšnou věc, ale představují vysokou zátěž zvláště pro malé a střední podnikatele a velmi to snižuje jejich konkurenceschopnost vůči ostatním. V této souvislosti bychom ocenili zvýšení finančního podílu státu, zjednodušeně řečeno: co si stát objedná, ať taky zaplatí.

**Ziskovost ve vašem odvětví – jaká vlastně je?**

Potravinářská marže se pohybuje v jednotkách procent. Není nic neobvyklého, když se v mnoha případech počítá do jednoho procenta.

**Zemědělci pobírají miliardové dotace. Je na tom potravinářský průmysl stejně dobře?**

Loni šlo do zemědělského sektoru řádově 41 miliarda korun, letos ještě o jeden a půl miliardy více. Z toho jdou do potravinářství pouhá dvě procenta, a to zejména v rámci programu obnovy venkova. V minulosti to bylo dokonce jen jedno procento. My samozřejmě potřebujeme velké finanční prostředky na inovace, modernizace a podobně. U zemědělců

byly na jedné straně zvýšit vyváženost a pestrost nabídky jídel a na straně druhé zpříjemnit pobyt zákazníků v restauracích:

- Firma v první řadě začala používat ve všech svých restauracích nové typy fritovacího oleje s minimalizovaným obsahem trans-mastných kyselin. Tím výrazně přispěla k větší vyváženosti nabízeného jídelníčku.
- Novinkou v sortimentu McDonald's se stala káva Rainforest Alliance. Jedná se o vysoce kvalitní 100% arabiku, která je certifikovaná nezávislým sdružením Rainforest Alliance. To znamená, že je pěstovaná v souladu se zásadami udržitelného zemědělství a část výtěžku z prodeje je věnován na rozvojové programy v pěstitelských oblastech.
- V roce 2007 prošlo zásadní změnou interiéru či exteriéru pět provozoven. Cílem moderni-

**Existuje státní koncepce potravinářství? Je jasné, zda Česká republika bude výrobcem a exportérem, nebo především spotřebitelem a dovozcem potravin?**

Potravinářská výroba má u nás bohatou a dlouhou tradici. Mnozí výrobci, například Kostelecké uzeniny, Znojmia, Orion, byli známí nejen v tuzemsku, ale i za hranicemi. Souvisí s tím vysoká kvalita, jasně definovaný rámec výrobce, spotřebitel, který vyhledával jakost a značku. Na naší straně stojí tradice a schopnost vyrábět kvalitní potraviny, jež budou vyhovovat specifickým požadavkům českého konzumenta, ale rovněž kapacity a pracovní síla. Úspěchu a šanci prosadit se na domácích a světových trzích nahrává i spotřebitelská důvěra v bezpečnost potravin.

Co se týče koncepce zemědělsko-potravinářského komplexu, pokud se bude vytvářet a resort na ní bude pracovat, chceme se na ní velmi aktivně spoluúčastnit. Dosud si nejsem jist, jestli Česká republika má jasnou koncepci, která by navazovala na evropský program. Jisté je, že stát by neměl být závislý na dovozu zejména základních potravin, jako jsou mléko, mouka, cukr, maso... zvláště v době, kdy panují nestabilní cenové poměry. O potravinách se začíná hovořit jako o strategické surovině. Ztráta strategické soběstačnosti ve výrobě potravin a plná závislost na dovozu by mohly pro nás znamenat velké problémy. Ano, potraviny můžeme dovážet z jiných zemí. Otázkou však zůstává i potravinová bezpečnost zejména v zemích, kde nepanují tak přísné normy jako v ČR, a také cena. V úvahu je třeba vzít i následky pro českou ekonomiku, pokud by mělo dojít k výraznému omezení tuzemských výrobních kapacit.

**pokračování na str. 13 ►**



## Nejlepší rok v historii McDonald's ČR

Historicky nejlepší hospodářský výsledek za dobu svého podnikání v ČR dosáhla společnost McDonald's v roce 2007. Roční tržby McDonald's ČR se dostaly až na 3,2 mld. Kč, čímž poprvé překročily hranici tří miliard korun. Společnost tak zaznamenala nejvyšší meziroční nárůst za uplynulých 10 let, a to o téměř 25 %. Dramaticky se zvýšil také počet zákaznických návštěv ze 44,5 na 53,5 milionu – tedy o více než 20 %. V roce 2007 McDonald's ČR otevřel dvě nové restaurace a celková výše investic činila 180 mil. Kč. Počet zaměstnanců se meziročně zvýšil z 3700 na 3800. Podobně dynamický růst očekává McDonald's ČR i v letošním roce.



„Rekordní výsledky roku 2007 dokazují, že zájem českých zákazníků o naše služby roste,“ řekl Arnaud Burlin, generální ředitel McDonald's ČR/SR. „V posledních třech letech jsme investovali přes 450 mil. Kč zejména do modernizace prostředí našich restaurací, kvality jídel i pestrosti nabídky. Ukazuje se, že veřejnost reaguje na tyto změny velmi pozitivně. Dokázali jsme oslovit nové skupiny zákazníků a zvýšila se i frekvence jejich návštěv. Také průměrná výše útraty v našich restauracích v meziročním srovnání vzrostla.“

V roce 2007 společnost McDonald's ČR uskutečnila několik zásadních investic, jejichž cílem

bylo na jedné straně zvýšit vyváženost a pestrost nabídky jídel a na straně druhé zpříjemnit pobyt zákazníků v restauracích:

- Firma v první řadě začala používat ve všech svých restauracích nové typy fritovacího oleje s minimalizovaným obsahem trans-mastných kyselin. Tím výrazně přispěla k větší vyváženosti nabízeného jídelníčku.
- Novinkou v sortimentu McDonald's se stala káva Rainforest Alliance. Jedná se o vysoce kvalitní 100% arabiku, která je certifikovaná nezávislým sdružením Rainforest Alliance. To znamená, že je pěstovaná v souladu se zásadami udržitelného zemědělství a část výtěžku z prodeje je věnován na rozvojové programy v pěstitelských oblastech.
- V roce 2007 prošlo zásadní změnou interiéru či exteriéru pět provozoven. Cílem moderni-

zace je učinit restaurace příjemnějšími a zajímavějšími pro současné zákazníky.

- Oproti předchozím rokům, kdy se McDonald's soustředil zejména na zlepšení prostředí stávajících restaurací, loni otevřela firma dvě nové provozovny – na ruzyňském letišti a ve Vrbové Lhotě na dálnici z Prahy do Hradce Králové.

„Výsledky prvních měsíců roku 2008 ukazují, že i letos můžeme očekávat podobný růst tržeb a zájmu zákazníků,“ doplnil Arnaud Burlin. „Opět předpokládáme zvýšení tržeb přesahující deset procent. V nejbližší době navíc plánujeme otevření dvou nových restaurací, a to na novém fotbalovém stadionu SK Slavia Praha v Edenu a v Osicích na 81,5 km dálnice D11 z Hradce Králové do Prahy.“

(tz) ⇨

**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.

## Z OBSAHU

**9 Spotřební družstva razantně vstoupila do prodeje biopotravin**

**11 Fér podnikání je otevřena další z cest**

**16 Dokud slovo kvalita nezevšední všem, je stále prostor pro naši práci**

**17 Pro rok 2008 byly přijaty významné změny**

**20 Služeb zvenčí stále přibývá**

## VÍTEJTE NA WWW.

### Jak to je s premiem

Minule jsme komentovali inovovaný portál premium. Dnešní praxe nám ukazuje, co ještě přidat, čím a jak obohatit, upozornit na další možnosti tohoto média. Rádi bychom vás tedy naladili nejen tím, že přibudou dva další subjekty v roli členů – profesních uskupení, ale také tím, že se zde objeví rubrika Mediální partnerství. Zde se budete dovídat o tom, kde Prosperita a Prosperita Madam Business figurují jako mediální partneři.

**Martin Šimek, 606 615 609  
martin@prosperita.info**

Časopis Prosperita  
a příloha Prosperita Madam Business

Vydává: RIX, s. r. o.  
Sídlo vydavatelství a redakce  
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9  
IČ: 25763164  
DIČ: CZ25763164  
tel.: 284 684 212  
fax: 266 312 413, 281 973 427  
e-mail: brixix@prosperita.info  
Datum tisku: 18. dubna 2008  
Datum distribuce: 21. dubna 2008

**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

**Pavel Kačer**, redaktor  
mobil: 724 501 791, e-mail: kacerc@prosperita.info

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

**Ing. Jaroslav Růžek**, media specialista  
mobil: 724 117 071, e-mail: ruzek@prosperita.info

**Korektury:** Mgr. Pavla Rožnicková  
mobil: 606 512 112  
e-mail: roznickova.pavla@gmail.com

**Design, zlom:** Karel Švihel, mobil: 604 787 464  
e-mail: svihel@gmail.com

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

**Internetové stránky:**  
www.prosperita.info, www.madambusiness.cz  
www.premium.prosperita.info

**Příjem inzercí:** Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Placené textové materiály jsou na stránkách časopisu označeny grafickým symbolem ☞.

Bez označení jsou publikovány materiály poskytnuté redakci důvěryhodnými zdroji. Materiály označené (tz) jsou převzaté, případně redakčně upravené tiskové zprávy.

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

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

Časopis je v roce 2008 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

### S TUŽKOU ZA UCHEM

#### Pocit ztracených náhod

*Jaké to je, když něco hledáte? Vim, strašně. Zpravidla je to ve chvíli, kdy spěcháte na obchodní schůzku nebo k lékaři, a musíte tam být přesně na čas. Jenže – kde máte desky s dokumentací? Vždyť jste si je včera nachystali na stůl! Ne, jeďda, na stůl vlastně ne, sakra, kam jste je jen položili? Ale ano, musí tam být, přece... Nejsou ani na stole, ani na polici u vchodu do pracovny, ani v obýváku omylem položené na konferenčním stolku. Panebože, nesebral vám je omylem váš drahý protějšek a nechce jimi za pár minut okouzlit svého architekta? No určitě! Jeho věci, které si pečlivě chystal již před týdnem ke stěžejnímu jednání na jedno jediné místo k tomu předurčené, zůstaly ležet doma. A ty vaše přenáherně odpočívají v nepatřičném pracovním kufříku... Zatináte pěsti, srší vám jiskry z očí.*

*Bezmoc je strašná neznámá. Nenávidíte svět. Odcházíte z domova a jste tak rozrušení, že už jen pohledem zamykáte dveře, aniž byste se jich dotkli fyzicky. A ejhle – zbývá veranda, tadý jste ještě nešmejdili... No samozřejmě, vaše drahá polovička sice zapomněla ty svoje desky doma, ale ty vaše desičky, jak jinak – jsou vzorně připravené a s nočním předstihem již v úhledné tašce přímo na verandě! Jak jste jen mohli zapomenout...*

**Eva Brixí**

### NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

#### Dali nám za rámeček

Pěkných pozvánek na tiskovky jsme měli v poslední době spousty. Jako tu nejzdařilejší bych asi označila tu, která nás naplnila zvědavostí na obsah tiskovky, jež se uskutečnila 11. dubna v pátek v poledne v Praze a pořádala ji společnost Panasonic prostřednictvím agentury Mmd. Prezentovala inovované vysoušeče vlasů a další pomocníky v péči o dámskou krásu. V závěru tiskovky jsme dostávali tiskové zprávy a CD originálním způsobem – zarámované jako obrázek. Bylo to sice trochu nepraktické, zato moc pěkné. Rozverná image, prima nápad. Celkově jamí jednička. (rix)

### Osobní prodej se dynamicky rozvíjí

Asociace osobního prodeje (AOP) zveřejnila v dubnu výsledky mezinárodní socioekonomické studie zaměřené na přímý prodej ve státech Evropské unie. Závěry potvrzují, že se jedná o dynamické a stále se rozvíjející odvětví. V České republice se v roce 2007 přímému prodeji věnovaly 218 143 osoby a celkový obrat dosáhl 4,5 miliardy korun. (tz)

### MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2008

- Národní politika kvality
- Auto roku České republiky 2008
- Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
- Marketér roku
- Motocykl roku 2008
- Střechy Praha 2008
- Veletrh For Industry
- Semináře AMSP ČR
- Konference Nová Evropa
- Pojišťovna roku 2007
- Zlatá koruna 2008
- Akce společnosti I. VOX, a. s.

### Účetní a poradenská firma

#### Ing. Mojmír Průša

#### vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová příznání 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

## GTS Novera získala ocenění Firma kraje

**Celonárodní telekomunikační operátor GTS Novera byl zvolen ve čtvrtém ročníku soutěže Firma kraje nejlepší firmou Hlavního města Prahy. Soutěž, jejíž posláním je poukázat na firmy, které aktivně pracují s lidmi, podporují své zaměstnance, a tím i významně ovlivňují region, ve kterém sídlí, pořádá společnost INC Consulting.**

V hlasování desítek personálních a vzdělávacích manažerů GTS Novera zvítězila v kraji Hlavního města Prahy. Soutěž je otevřená všem společnostem působícím v České republice se sídlem v daném kraji a probíhá dvoukolovým systémem. Do prvního kola jsou automaticky nominovány významné firmy každého kraje. Přihlásit se však může jakákoliv firma. V druhém kole pak zástupci všech přihlášených společnos-

### 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
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
- Asociace českých pojišťovacích makléřů
- Svaz průmyslu papíru a celulózky
- 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
- Česká asociace petrolejářského průmyslu a obchodu
- Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest
- Hospodářská komora hlavního města Prahy
- Podnikatelský svaz pekařů a cukrářů

tí hlasují mezi sebou a volí tři nejlepší společnosti v daném kraji. Celkem se soutěže v kraji Praha zúčastnilo 144 firem.

„Každé ocenění je příjemné, ale toto ocenění nás těší obzvláště a jsme na něj patřičně hrdí. Vždyť v uplynulých letech jsme začlenili do svých struktur celkem čtyři konkurenční operátory, což znamenalo obrovský nápor především na oblast řízení lidských zdrojů. Bez aktivní práce s lidmi, naslouchání jejich připomínek a požadavků a bez jejich odpovídající motivace bychom nemohli toto dlouholeté akviziční období, během kterého jsme museli smísit celkem čtyři různé firemní kultury, úspěšně zvládnout,“ řekl Milan Rusnák, generální ředitel společnosti GTS NOVERA a.s.

(tz)

**Ať vás každý okamžitě najde!**

**premium**  
PROSPERITA.INFO

Server pro firmy i profesní organizace

www.premium.prosperita.info|

**HLEDEJ!**

**Redakční rada pracuje ve složení: Ing. Jaroslav Hába**, 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, **PhDr. Hana Vaněčková**, tisková mluvčí Modré pyramidy stavební spořitelny, a. s., **Ing. Eva Zámostná**, ředitelka společnosti Bohemia Regia, **Ing. Irena Vlčková**, vedoucí sekretariátu a pr manager Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, **Mgr. Václav Kolombo**, předseda Družstva umělecké výroby Granát v Turnově, **Ing. Marek Vích**, tiskový mluvčí a vedoucí odboru PR, Kooperativa, pojišťovna, a. s., **Mgr. Pavel Šeňl, CSc.**, odborný konzultant agentury V.I.A. PRAHA, **Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA.**, generální ředitel společnosti SINDAT, 1. místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, **Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc.**, předseda dozorčí rady, Strojirny Tatra Praha, **Bc. Marta Šnoblová**, generální ředitelka, TOP Hotel Praha, s. r. o.

# Setkání výjimečných osobností

## Vrcholí přípravy na 17. ročník konference Kvalita – Quality 2008

**Již po sedmnácté se chystáme přivítat v Ostravě ve dnech 20. – 21. května naše i zahraniční vedoucí pracovníky, špičkové manažery, profesionály a odborníky kvality, pedagogy a studenty SŠ a VŠ, aby prodiskutovali nejnovější praktické zkušenosti a neaktuálnější trendy v oblasti podnikového řízení.**

Akce je tradičně pořádána v rámci Národního programu podpory kvality 2008 a pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Samotný program konference se bude odvíjet tradičně jak na bázi plenárního jednání, tak v následujících odborných sekcích:

- ▶ **Kvalita v řízení průmyslu a stavebnictví**
- ▶ **Kvalita v dopravě**
- ▶ **Metody a nástroje managementu kvality a neustálého zlepšování**
- ▶ **Reporting společenské odpovědnosti a udržitelného rozvoje**
- ▶ **Principy excelence v podnikové praxi**
- ▶ **Lidé, zdroj kvality, znalostí a podnikových výkonů**

V současnosti již můžeme postupně nahlédnout do první pracovní verze programového rámce této konference, a už jen letmý pohled dává tušit mimořádně zajímavou „sešlost“ z tuzemska i zahraničí, zaručující vskutku kvalitní odborný zážitek, tentokrát plně v duchu přijatého mota konference „Trvalé hledání nových dimenzí kvality“.

Už dnes je možné konstatovat, že se organizátorům podařilo vskutku husarský kousek, když se pro plenární jednání podařilo zajistit řadu vynikajících osobností světového managementu kvality.

Namátkou jmenujme například charizmatickou guru z oblasti kvality a udržitelné konkurenceschopnosti paní Mifloru Gatchalian z Filipín, která se ve svém vystoupení zaměří na oblast kvality

jako životní cestu, problematiku sebehodnocení, včetně monitoringu a hodnocení některých vybraných ukazatelů na všech úrovních podniku. V rámci konference rovněž vystoupí pan José Gatchalian s orientací na oblast podnikových inovací, včetně best practice z prvních aplikací. Mimořádným zážitkem může být i vystoupení pana Marc Antoni von Roona z Holandska, který se bude zabývat kvalitou v oblasti umění s interpretací do oblastí obchodu, managementu a vůdcovství. Neméně zajímavými mohou být i vystoupení partnerů z Polska, např. přednáška profesora Stanisława Tkaczyka z Polytechniky Warszawa k vybraným aspektům kvality života a některé další.

Zajímavým „bonbonkem“ letošního ročníku bude paralelně probíhající mezinárodní workshop „Kvalita v potravinářství“, právě pod taktovkou vzácného hosta z Filipín paní Mifloru Gatchalian, která přednese úvodní referát na téma ISO 22000:2005 Systém managementu bezpečnosti potravin. Bude se jednat jak o vlastní rozbor problematiky bezpečnosti potravin v rámci celého potravinového řetězce, tak o specifika a úskalí zmiňované normy.

Moderátorkou workshopu bude Ing. Marta Mikulášková z ČSJ, v jehož rámci se můžeme těšit i na vystoupení jedné z manažerek roku, generální ředitelky společnosti CHOVSERVIS Ing. Petry Škopové, MBA na téma Zemědělství a potravinářství v ČR – podpora prodeje českých potravin.

V rámci konference se rovněž uskuteční již



Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.

tradiční neformální setkání absolventů Katedry kontroly a řízení jakosti VŠB-TU Ostrava pod odbornou garancí vedoucího katedry prof. Ing. Jaroslava Nenadála, CSc. I zde lze

očekávat řadu zajímavých odborných příspěvků z prostředí SŠ, VŠ a univerzit.

K doprovodnému programu konference bude neodmyslitelně patřit společenský večer spojený se slavnostním předáváním certifikátů a výstava firem.

To byla jen velmi stručná ochutnávka z menu pěti desítek odborných vystoupení, které nabídnou letošní ročník tradiční mezinárodní konference KVALITA – QUALITY 2008, a které budou reagovat na řadu těch neaktuálnějších témat z oblasti podnikového řízení. Uvedená skutečnost jednoznačně dokumentuje čím dál tím větší význam fenoménu kvality, nejen v podmínkách podnikového řízení, ale v podmínkách života vůbec.

Dovolte, abychom vás co nejsrdčejší pozvali k osobní účasti na tomto odborném fóru.

**prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**  
ředitelka DTO CZ, s.r.o.  
**prof. Ing. Jaroslav Nenadál, CSc.**  
vedoucí KŘJ VŠB- TU Ostrava

## Vichřice jako podnikatelské riziko

**Za poslední tři roky postihlo Českou republiku několik živelných událostí, které poznamenaly i mnohé podnikatele. Česká pojišťovna za toto období přijala více než 129 000 hlášení pojistných událostí podnikatelů. Živlem, který nejčastěji škodil, byla vichřice, na druhém místě skončila tíha sněhu a třetí byly povodně a záplavy.**

Nejvíce škod (34%) způsobil podnikatelům orkán Kyrill z jara 2007. Nejčastěji šlo o škody na střešních krytinách. V tomto případě poškozené firmy naštěstí neohrozilo přerušení provozu, protože po vichřici, která napadla Českou republiku koncem pracovního týdne, následoval víkend, během něhož firmy stihly odstranit nejhorší následky živlu. Tíha i sesuvy sněhu a námrazy ze zimy 2006 způsobiley téměř 29% všech pojistných událostí. Tuto kalamitu vzápětí doprovázely povodně na jaře roku 2006, jejichž následkem vzniklo téměř 8% všech škod. Letošní vichřice Emma zavinila 13% všech pojistných událostí, které se týkaly podnikatelů.

„V souvislosti s živelnými katastrofami, které Česká republika zažila, si již mnozí podnikatelé uvědomili, jak může jedna událost ovlivnit činnost jejich firem, případně celkovou existenci jejich podnikání. To odráží i počet sjednaných podnikatelských pojištění, který meziročně vzrostl např. v pojištění přerušení provozu o 16%,“ uvedl Radim Kavka, ředitel odboru podpory prodeje podnikatelského pojištění Čes-

ké pojišťovny. Následky živelné události mohou firmu dostat do finančních problémů, zejména dojde-li kromě škod na majetku také k výpadku výroby a provozu. O užitečnosti pojištění přerušení provozu se v nedávné době přesvědčili například majitelé nákupního centra Palladium v Praze.

Před výběrem nevhodnějšího druhu pojištění je důležité důkladně zvážit, jakými riziky je majetek nejvíce ohrožen. Pojišťovny dnes nabízejí podnikatelům pojištění, která lze většinou sestavit podle individuálních potřeb klienta. Je tedy jen na nich, jak bude jejich pojistná smlouva vypadat. „Do základní výbavy by určitě mělo patřit živelní pojištění a také pojištění pro případ odcizení,“ poradil Petr Čechura, vedoucí referátu pojištění majetku podnikatelů České pojišťovny.

Chránit je nutné samozřejmě jak věci movitého charakteru, tedy stroje, zařízení nebo zásoby, tak i cennosti, peníze a nemovitosti. Zejména podnikatelé, kterým škoda může způsobit výpadek v jejich podnikání, by dále určitě neměli zapomínat na pojištění proti riziku přerušení provozu, tj. pojištění si finanční ztráty, které jim vzniknou v důsledku přerušení provozu. Pojišťovna pak uhradí pojištěnému podnikateli ušlý zisk, o který přijde po dobu obnovy přerušeno provozu, a dále náklady, jako jsou nájemné, odpisy a mzdy, které musí obvykle platit i v době, kdy je podnik mimo provoz. (tz)

## SJEDNOCENÍ VŠECH PŮJČEK DO JEDNÉ USNADNÍ KLIENTŮM ŽIVOT

**Stále více lidí používá pro financování svých potřeb různé formy úvěrů. Jednoho dne se ovšem může stát, že jim celá administrativa začne přerůstat přes hlavu. Každá půjčka u jiného finančního ústavu, každá splátka jinak vysoká a v jiný den – kdo to má stále sledovat...**

V těchto případech přichází ke slovu konsolidace úvěrů. Jedná se o sjednocení všech stávajících úvěrů v jeden, u jedné finanční společnosti a s jedinou splátkou, která je navíc nižší, než kolik činily dříve všechny splátky dohromady. Nemluví už ani o tom, že odpadnou další zbytečné poplatky za vedení účtů u různých společností. Konsolidaci úvěrů začaly již v loňském roce nabízet některé banky a právě teď přichází se zajímavou nabídkou i společnost Cetelem. Od poloviny dubna nabízí Combi půjčku, speciální úvěr určený pro konsolidaci klasických i revolvingových úvěrů. O konsolidaci svých úvěrů prostřednictvím Combi půjčky mohou požádat klienti všech finančních institucí, tedy i ti, kteří zatím klienty Cetelemu nejsou. A jakým způsobem lze konsolidaci půjček provést? Stačí jen telefonicky kontaktovat Cetelem nebo navštívit osobně některou z jeho poboček a vyřídit vše potřebné. Klientům, kteří mají více úvěrů a rádi by je spojili do jediného, aby se zbavili zbytečné administrativy a dodatečných nákladů, nabízí Combi půjčka sjednocení stávajících úvěrů až do výše 500 000 Kč. Kromě toho poskytne klientům navíc i další peněžní prostředky minimálně ve výši 20 000 Kč, které mohou použít např. na neočekávané výdaje spojené se splacením původních úvěrů nebo na nové projekty, které plánují. Tyto dodatečné finance jsou již započteny do poskytnutého úvěru, klient tedy bude platit jen jednu splátku.

Celková výše Combi půjčky je maximálně 1 milion Kč, délka splácení se pohybuje v rozmezí 6 měsíců až 10 let v závislosti na výši částky a typu financovaných projektů. Klienti zároveň ušetří i na případných měsíčních poplatcích u různých úvěrů. S Combi půjčkou žádné měsíční poplatky neplatí, jediný náklad představuje poplatek za zpracování úvěru ve výši 1%.

Po schválení Combi půjčky převede Cetelem potřebné finanční prostředky rovnou na účet finančních společností, u kterých měl klient dosud nesplacené úvěry. Pokud si finanční společnosti naúčtují nějaké další poplatky, se kterými klient předem nepočítal a v původní kalkulaci je neuvedl, může je uhradit právě z dodatečných finančních prostředků, které od Cetelemu získá.

Podmínky pro poskytnutí Combi půjčky jsou velmi jednoduché a shodují se s podmínkami pro Osobní půjčky Cetelem. Combi půjčka je určena pro občany ČR ve věku 18-65 let. Pro stanovení výše poskytnuté částky je rozhodující také rozpočet domácnosti klienta. Cetelem má zájem nezátěžovat nadměrně rozpočty klientů, a proto sjednocuje jejich úvěry tak, aby výsledná splátka byla nižší a šetřila měsíční výdaje domácnosti. Pro nepříznivé životní situace si klienti mohou sjednat pojištění schopnosti splácet od pojišťovny Cardif Pro Vita, která bude v případě pojistné události hradit splátky úvěru za klienta. Pojištění je k dispozici ve dvou variantách, pojištění pro případ dlouhodobé nemoci, trvalé invalidity a smrti nebo pojištění rozšířené o ztrátu zaměstnání. V případě zájmu se mohou klienti pojištit současně se svým partnerem. Pro ty, pro které znamená administrace všech úvěrů a půjček značnou finanční a časovou zátěž, představuje Combi půjčka moderní a jednoduché řešení.

Více informací o Combi půjčce a podmínkách konsolidace můžete získat na telefonním čísle **844 727 727** nebo přímo v pobočkách Cetelemu.



**Zavolejte a my vám to spočítáme**

**Nezávazně a zdarma pro firmy**

Zavolejte na 800 77 77 99 a my vám zdarma a nezávazně porovnáme náklady na volání.

Ceny telefonů platí do 30. 4. 2008 a jsou podmíněny řádným užíváním tarifu Nabitto 700 po dobu šesti měsíců.

Více informací na **800 77 77 99** nebo na [www.vodafone.cz/firma](http://www.vodafone.cz/firma)

**Jde to i jinak**

Nokia 2630  
za 7 Kč

Samsung J700  
za 7 Kč

Nokia 6500  
za 2777 Kč

# Konec bariér na vnitřním trhu?



**Evropský parlament otevřel 21. února cestu k odstranění doposud přetrvávajících bariér bránících volnému pohybu zboží uvnitř Unie. Schválil totiž soubor opatření (tzv. Zbožový balíček) týkající se vnitřního trhu zboží s cílem sjednotit a vyjasnit stávající předpisy Unie pro uvádění výrobků na trh a upřesnit používání označení CE na výrobcích. Nová opatření upravují postupy týkající se uplatňování určitých vnitrostátních technických pravidel u výrobků (včetně zemědělských a rybářských produktů) zákonně uváděných na trh v jiném členském státě, koordinují provádění akreditace a dozoru nad trhem, definují společný právní rámec pro průmyslové výrobky a stanovují postup pro registraci motorových vozidel pocházejících z jiného členského státu.**

Prospěch z modernizace a zjednodušení stávajících pravidel slibuje Komise nejen podnikatelům, ale i spotřebitelům, kteří se často v mnoha omezeních a odlišných označeních nevyznají. Příčinou je, že členské státy uplatňují různé předpisy, čímž existují různé definice pro stejný výrobek, dochází ke zdvojování kontrol a zkoušení, a prohlášení o shodě pro daný druh výrobku schváleného v jednom členském státě nejsou často uznávána. Výrobcům tak mohou vznikat dodatečně různé vysoké náklady za zkušební a certifikační úkony, což je znevýhodňuje oproti těm, kteří tato pravidla nerespektují a získávají tak konkurenční výhodu.

## Technické překážky

Přestože se velkou část překážek na vnitřním trhu zboží podařilo formálně odstranit již do

roku 1992 a byly splněny všechny sliby obsažené v Bílé knize o dokončení vnitřního trhu z roku 1985, konstatovala Komise v návrhu zbožíového balíčku, že i nadále existují překážky obchodu se zbožím, které je nutné odstranit. Jedná se zejména o překážky v tzv. neharmonizované oblasti nebo v oblastech, jako jsou daně a duševní vlastnictví. Neharmonizovaná oblast představuje 25% trhu se zbožím, což ve finančním vyjádření odpovídá půl miliardě eur, harmonizovaných 75% pak 1 500 miliardám. Pokud by bylo prohlášení o shodě uznáváno, vzrostlo by dle názoru Komise HDP Unie o 1,8%. V praxi technické překážky vznikají zejména na základě vnitrostátních předpisů. Z provedených průzkumů ze strany Komise vyplývá že, 35% podniků je konfrontováno s technickými předpisy v některém jiném členském státě a přibližně 50% podniků se rozhodlo své výrobky těmto předpisům přizpůsobit. Podniky se často potýkají s nedostatkem odborných znalostí, času, lidských zdrojů a finančních prostředků k analýze technických požadavků na jiných trzích. Soubor schválených opatření přináší dvojí řešení – první zaměřené na odstranění informačních nedostatků prostřednictvím kontaktních míst, druhé na dosažení vyšší transparentnosti a účinnosti vnitřního trhu.

## Jednotná kontaktní místa

Zbožový balíček zavádí tzv. kontaktní místa pro výrobky Product Contact Points (PCP), jejichž posláním bude poskytovat informace jak výrobcům, tak i kompetentním orgánům členských států týkající se technických postupů

aplikovaných na specifický druh výrobku v daném státě, včetně požadavků na kontrolu výrobku a informace o tom, zda je v dané zemi aplikován princip uznávání o shodě, dále pak o kontaktních údajích kontrolních a certifikačních orgánů, na které se lze v těchto záležitostech obracet v jiných členských státech a o relevantních judikátech.

Kontaktní místa, spravována buď státními orgány, nebo profesními komorami či svazy (za neefektivnější se považuje využití již stávajících kontaktních míst), budou povinna odpovědět do patnácti dnů po obdržení žádosti bez poplatku, výjimečně bude možné komplexní dotazy zpoplatnit. Odpovědi na dotazy a důležité informace budou PCP umisťovat na své webové stránky. Pro sdílení informací mezi jednotlivými národními PCP, jejichž seznam bude zveřejněn v elektronickém Úředním věstníku Unie, slibuje Komise vytvořit evropskou elektronickou informační síť. Jednotná kontaktní místa by měla zamezit dvojmu testování, vyřešit jazykové bariéry a usnadnit podnikatelům splnění technických požadavků vyžadovaných v jednotlivých zemích Unie.

## Důkazní břemeno přeneseno na národní orgán

Druhé řešení se týká důkazního břemene, neboť stanoví procesní požadavky, které musejí být dodrženy, má-li být danému výrobku zamítnut přístup na trh. Doposud byl výrobce povinen prokázat, že jeho výrobek splňuje specifické požadavky stanovené jiným členským státem, nově bude tato povinnost uložena národním orgánům, které umístění výrobku na trh zamítnou. Kontrolní orgány z jiného členského státu mohou na výrobci/dovozci požadovat doplňující informace o technických vlastnostech výrobku včetně doprovodné dokumentace, doba pro jejich dodání musí činit minimálně dvacet pracovních dní (max. čtyřicet, pokud se jedná o komplexní výrobek). Členský stát musí písemně odůvodnit technické a vědecké důvody zamítnutí, hospodářský subjekt má pak právo zamítnutí rozporovat a předložit příslušným orgánům přesvědčivé argumenty.

## Označení CE

Volně obíhat mohou na vnitřním trhu výrobky s označením CE, které zaručuje konformitu nebo-li splnění veškerých příslušných směrnic Společenství, čímž lze výrobek na rozdíl od

zboží ze zemí mimo EU považovat za bezpečný. Národní označení však mohou být vedle značky CE nadále uváděna do doby, než najde Unie společné řešení. Dovozce musí na trh umístit pouze výrobek, který splňuje předepsané podmínky Společenství a musí zajistit, že výrobce zkontroloval splnění těchto podmínek a zpracoval technickou dokumentaci o splnění označení a požadované dokumenty (návod v jazyku spotřebitele, o němž rozhoduje příslušný členský stát). Nařízení začne platit od 1. ledna 2010.

## Koordinovaný dozor nad trhem

Přestože Komise usiluje o odstraňování překážek trhu, je nutné vzít v úvahu, že trh je nekompletně se vyvíjející proces charakterizovaný příchodem nových výrobků a technologií, nových forem prodeje (e-commerce), globalizačními aspekty, adaptací pracovní síly na tyto nové výzvy a zaznamenává nové bariéry, se kterými se musí vypořádat. To klade vysoké nároky na přijímání nové legislativy, tím větší, pokud hovoříme o jednotném trhu tvořeném dvaceti sedmi segmenty nebo-li národními trhy s různou absorpční kapacitou a odlišným přístupem. O to hůře se provádí dozor nad trhem, který nedokáže zajistit dostatečnou kontrolu a nechává obíhat nebezpečné výrobky přicházející ze třetích zemí bez povšimnutí, přičemž pravomoci vnitrostátních orgánů jsou omezeny na vlastní území. Z tohoto důvodu Komise do Zbožového balíčku přibrala akreditaci a spolupráci dozorových orgánů. Na unijním trhu existuje cca 1800 certifikačních orgánů (laboratoří, inspekcí apod.), jejichž posláním je udělovat certifikace výrobků před jejich uvedením na trh. Jelikož se jedná o soukromoprávní subjekty, které mezi sebou navzájem soutěží a mohly by provádět nekalé praktiky, bdí nad jejich existencí členské státy. Ale i v tomto mají členské státy nejednotný přístup, proto Komise navrhla vytvořit společný právní rámec pro udělování certifikací. Společně a více koordinovaně též plánuje zajišťovat kontrolu výrobků přicházejících ze třetích zemí. Zbožový balíček je tedy skutečně komplexním řešením, teprve však jeho implementace v praxi ukáže, do jaké míry byl jeho záměr správný. Nelze však očekávat, že zruší překážky na vnitřním trhu jednou pro vždy.

Alena Vlačihová  
CEBRE



## Správné informace pro správná rozhodnutí

s informačními a ekonomickými systémy HELIOS

Vysoce sofistikované podnikové informační a ekonomické systémy, které se Vám přizpůsobí!

Vždy Vám okamžitě poskytnou potřebné informace, na jejichž základě můžete v každé situaci správně rozhodnout. Výběr informací o aktuálním stavu Vašich zakázek, financí či procesech ve firmě bude rychlý, relevantní a upravený potřebám managementu i zaměstnanců.

Nezaručíme Vám, že čísla budou vždy potěšující, ale budou vždy přesná, objektivní a kdykoli dosažitelná.

**helios**  
powered by LCS

[www.helios.eu](http://www.helios.eu)

## Setkání a vřelá komunikace na půdě CEBRE

Česká podnikatelská reprezentace při EU uspořádala ve spolupráci se Stálým zastoupením ČR při EU pro členy české delegace v Evropském hospodářském a sociálním výboru slavnostní číši vína pod záštitou velvyslankyně Mileny Vicenové. Neformálního setkání se kromě české delegace zúčastnili zástupci českých regionů, některých kanceláří poslanců Evropského parlamentu a čeští úředníci pracující v Evropské komisi a Generálním sekretariátu Rady.

Evropský hospodářský a sociální výbor (EHSV) je konzultačním orgánem složeným ze zástupců občanské společnosti. Spolu s Výborem regionů zastupujícím místní a regionální samosprávy by měl zaručit maximální provázanost evropských diskuzí s aktéry v jednotlivých členských státech.

EHSV je složen z 344 členů rozdělených do tří skupin – zástupci zaměstnavatelů, zástupci zaměstnanců a zástupci různých zájmů (neziskový sektor). Česká delegace je složená ze 12 členů zastupujících:

- české zaměstnavatele – Vladimíra Drbalová a Josef Zbořil (Svaz průmyslu a dopravy ČR), Ivan Voleš (Hospodářská komora ČR) a Marie Zvolská (Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR);

- české zaměstnance – Helena Čornejová, Dana Štechová, Vladimír Matoušek, Josef Suchel (Českomoravská konfederace odborových svazů);

- různé zájmy – Ludvík Jírovec (Agrární komora ČR), Pavel Trantina (Česká rada dětí a mládeže), Jaroslav Němec (Arcidiecézní charita Praha) a Roman Haken (Centrum pro komunitární pomoc).

Více informací o EHSV, jeho činnosti a členech naleznete na: <http://www.eesc.europa.eu>.

V úvodním projevu zdůraznila Milena Vicenová, stálá zástupkyně ČR při EU, význam funkčního dialogu mezi státní správou, zástupci zaměstnavatelů, zaměstnanců a neziskových organizací.

**pokračování na str. 5 ►**

<p><b>premium</b> PROSPERITA.INFO</p> <p>Mapa stránek   Stát se členem   Kontaktujte nás</p>		<p>Dočtěte si na <a href="http://www.premium.prosperita.info">www.premium.prosperita.info</a> <b>HLEDEJ</b></p>	
<p><b>Cena ESG pro firmu Henkel</b></p> <p>Mínulý týden se ve Frankfurtu nad Mohanem slavnostně udělily ceny Německé asociace finančních analytiků (DVFA) a týdeníku Wirtschaftswoche za rok 2008. Ocenění ESG Award za přínos v oblasti životního prostředí, společenské odpovědnosti, podnikové správy a řízení získala mezi podniky zastoupenými v německém akciovém indexu (DAX) společnost Henkel, výrobce značkových produktů a technologií. ➔</p>	<p><b>Česká pojišťovna nabídne hypotéky</b></p> <p>Česká pojišťovna vstupuje do nové produktové oblasti. Ve spolupráci se dvěma silnými bankovními partnery – Hypoteční bankou a Raiffeisenbank začíná klientům nabízet vlastní řešení, Hypotéku České pojišťovny, která je doplněna ojedinělou nabídkou zvýhodněného pojištění a dalších finančních i nefinančních benefitů. Rozšířením spektra produktů o hypotéky naplňuje Česká pojišťovna ve svém dalším kroku svoji loni vytyčenou strategii Blíž klientům. ➔</p>	<p><b>Čistý Ticket pomůže vyprat</b></p> <p>V dnešní době je nezbytnou nutností řádně reprezentovat svou společnost a dbát tak na řadu důležitých faktorů, podle kterých si klient utvoří obrázek nejen o nás, ale o celé firmě. Řešení pro společnost, kde je dodržování „dress code“ či nošení uniform povinností, ale také pro všechny ostatní, představuje zajímavá poukázka společnosti Accor Services – Čistý Ticket. Ta slouží k úhradě praní a čištění pracovních oděvů či uniform, ale také k úhradě mycích, čistících a pracích prostředků. ➔</p>	<p><b>Efektivnější řízení rizik SOLUS</b></p> <p>Sdružení SOLUS ve spolupráci se Společností pro informační databáze, a.s. připravuje pro své členy další rozšíření služeb pro efektivnější řízení rizik u poskytovaných služeb. Členské společnosti sdružení SOLUS budou moci zjistit také to, zda žadatel o službu nepředkládá společnosti neplatné nebo odcizené doklady. Sdružení SOLUS reaguje představením nové služby na množící se případy, kdy je odcizený či ztracený doklad totožnosti zneužit pro čerpání úvěru či jiné služby. ➔</p>

# Soudní exekutoři proti – nechtějí chodit ozbrojení

**Novela zákona o policii, kterou nedávno schválila vláda České republiky, má nově omezit asistenci policie při soudních exekucích. Paragraf 20 této novely říká, že by si soudní exekutoři měli zajistit ochranu sami. To by podle Exekutorské komory ČR vedlo buď k ozbrojení soudních exekutorů a soudních vykonavatelů, nebo k najímání bezpečnostních agentur k jakémukoliv výkonu exekuce. Obě možnosti by však měly krajně negativní dopady.**

„Nemohu uvěřit tomu, že by asistence při soudních exekucích představovala pro Policii České republiky skutečnou časovou zátěž, která by stála za řeč,“ řekl JUDr. Juraj Podkonický, PhD., prezident Exekutorské komory České republiky. Exekutorská komora totiž svým členům doporučuje přivolat policii k výkonu exekuce pouze tehdy, když jsou zaměstnanci exekutorského úřadu napadeni. Předem je policie k soudním exekucím povolávána ve výjimečných případech, když je dlužník např. držitelem střelných zbraní.

Přijetí novely zákona o policii v současné podobě, která stanoví, že „Policie poskytne ochranu osobě pověřené výkonem rozhodnutí ... (která) ... si nemůže ochranu zajistit jinak ...“, však postaví soudní exekutory před dvě možnosti. Buď se ozbrojí sami, nebo si na výkon exekuce začnou najímat soukromé ochranky.

„Soudní exekutoři a jejich zaměstnanci nenosí zbraně nikde na světě, ani v Africe ne,“ pokračoval JUDr. Juraj Podkonický, PhD. Výkon soudních exekucí bez zbraní svým členům doporučuje i UIHJ (Mezinárodní unie soudních exekutorů). „Ozbrojení soudních exekutorů by v konečném důsledku zvýšilo ohrožení jich i dlužníků. Ponižilo by také výkon soudní moci

na úroveň nezákonných vymahačských agentur,“ pokračoval prezident EK ČR. Exekutoři jsou v posledních letech bohužel napadáni ve stále větší míře. Komora však i přesto nadále trvá na doporučení, aby soudní exekutor nebo jeho zaměstnanec prováděl výkon exekuce vždy bez zbraní. Ozbrojení exekutorů by totiž vešlo ve všeobecnou známost a v konečném důsledku zvýšilo brutalitu útoků. Na místo pěstí by logicky přišly na řadu stříelné a bodné zbraně. „Úkony soudního exekutora jsou považovány za úkony soudu. A soudce také nechodí ozbrojený, ale má k dispozici justiční stráž,“ argumentoval prezident Exekutorské komory ČR.

Najímání soukromých ochrank je samozřejmě možné. Otázkou ale je, kdo to zaplatí. „Náklady exekuce by mohly vzrůst až o 100% a sociální dopady na dlužníky si nedokážu vůbec představit,“ komentoval J. Podkonický druhou možnost náhrady úlohy Policie ČR.

Komplikované by také bylo právní postavení soudních exekutorů i soukromých ochrank. Museli by totiž získat oprávnění, která by jim umožňovala ochranu veřejného pořádku při provádění exekucí přímo realizovat. Např. právo použít donucovací prostředky, výzvu apod. „Soudní exekutoři dnes provádějí naprostou většinu exekucí bez jakékoliv asistence policie, a to včetně tzv. mobiliárních exekucí, které jsou potenciálně nejvíce nebezpečné. Pro případy, kdy je dlužník např. ozbrojený, nebo exekutory přímo napadne, tady ale musí zůstat možnost přivolat policii. Ochrana veřejného pořádku je její historickou úlohou a nelze ji nahradit vznikem nějakých soukromých armád, o které navíc nikdo nestojí,“ uzavřel JUDr. Juraj Podkonický, PhD.

## Navrhované znění § 20 novely zákona o policii

### § 20

#### Poskytování ochrany osobě pověřené výkonem rozhodnutí

Policie poskytne ochranu osobě pověřené výkonem rozhodnutí soudu, jiného státního orgánu nebo orgánu územního samosprávného celku za podmínky, že tato osoba

- nemůže výkon rozhodnutí provést z důvodu ohrožení života nebo zdraví, si nemůže účinnou ochranu zajistit jinak nebo jen s vynaložením značného úsilí a o poskytnutí této ochrany požádá.

## Znění § 20 novely zákona o policii navrhované Exekutorskou komorou ČR

### § 20

#### Poskytování ochrany osobě provádějící exekuci

Policejní útvary poskytnou ochranu soudním exekutorům a vykonavatelům exekutora při výkonu exekuční činnosti a osobám pověřeným výkonem rozhodnutí soudu nebo jiného státního orgánu anebo orgánu obce, nemohou-li tyto osoby z důvodu ohrožení života, zdraví nebo veřejného pořádku výkon rozhodnutí provést a požádají-li o poskytnutí této ochrany. Policejní útvary poskytnou za stejných podmínek ochranu též správci konkurzní podstaty při výkonu jeho pravomoci.

## O Exekutorské komoře České republiky a soudních exekutorech

EK ČR má sídlo v Brně. Jejími členy jsou ze zákona všichni soudní exekutoři, kteří jsou vybiráni na základě výběrového řízení požádaného



Exekutorská komora  
České republiky

komorou a jmenování do funkce ministrem spravedlnosti. Exekutoři se při výkonu své činnosti řídí exekučním řádem (zákon č.120/2001 Sb., o soudních exekutorech a exekuční činnosti) a jsou povinni na své náklady zřídit v přiděleném okrese exekutorský úřad. Výkonem exekuce pověřuje exekutora příslušný soud. Exekutor je ze zákona nezávislý na oprávněném (tj. věřiteli) i povinném (tj. dlužníkovi). Od roku 2002 je komora členem UIHJ (Mezinárodní unie soudních exekutorů) se sídlem v Paříži. Odměnu exekutora hradí vždy povinný a činí 15% z vymáhané částky do 3 milionů Kč (minimálně však 3000 Kč), resp. 10% při výši nad 3 do 40 milionů Kč, resp. 5% nad 40 do 50 milionů Kč, nad 50 milionů Kč náleží exekutorovi odměna ve výši 1%. (tz ekčr)

### ► pokračování ze str. 4

Zejména zdůraznila roli EHSV v rámci přípravy českého předsednictví v Radě EU co do přípravy stanoviska k hlavním prioritám ČR. Toto stanovisko vypracovává EHSV na požádání státu chystajícího se na předsednictví. Vladimíra Drbalová, vedoucí české delegace v EHSV a členka představenstva EHSV poukázala na letošní 50. výročí EHSV a připravované oslavy. Vyzdvihla také připravenost a zájem české delegace v EHSV napomoci s přípravou českého předsednictví.

Akce Číše vína se uskutečnila v komorních prostorách Českého centra v Bruselu, jehož týmu patří dík za pomoc a podporu podobných aktivit.

Pro více informací kontaktujte CEBRE – Českou podnikatelskou reprezentaci při EU  
tel: +32.2.2139.450, fax: +32.2.2139.451, e-mail: [cebre.europe@mail.be](mailto:cebre.europe@mail.be), URL: <http://www.cebre.cz>

(tz)

800 111 055  
[www.kb.cz](http://www.kb.cz)

MasterCard®  
Banka roku®  
2007

**KB Vám pomůže  
na startu  
vašeho podnikání**

**Poradenství pro  
začínající podnikatele**

- Efekt Start – balíček plný služeb  
jen za 117 Kč měsíčně

**KB**

Můj svět. Moje banka.

# Ochránit drobné firmy lepšími pravidly v podnikání

Březen patřil na půdě Hospodářské komory ČR tématu **Budoucnost řemesel, k němuž se scházela v tomto měsíci klubová setkání členů HK ČR v desítkách českých měst ČR. Hospodářská komora také připravila materiál definující hlavní problémy řemesel dneška. V prohlášení se mimo jiné uvádí: „Hospodářská komora České republiky sleduje se znepokojením některé vývojové tendence, které ohrožují rozvoj a stabilizaci sektoru drobného a malého podnikání, pro který je charakteristický vysoký podíl práce řemeslného charakteru. Z diskuze o budoucnosti řemesel v České republice, která se v uplynulém měsíci uskutečnila v komorové síti, vyplývá, že k mimořádně rizikovým faktorům patří zejména chronický nedostatek kvalifikované pracovní síly s potřebnými řemeslnými dovednostmi, výskyt nehlášené práce, který umožňuje obcházení systému sociálního zabezpečení a narušuje zdravé konkurenční prostředí a objektivně nevýhodná pozice drobných, malých a středních podnikatelů v ekonomické soutěži.“**

Nízký a nadále klesající počet absolventů odborných učilišť je způsoben zejména malou prestiží řemeslných profesí dané do jisté míry přetrvávajícím negativním obrazem krachů průmyslových podniků v devadesátých letech a obrazem pracovních podmínek ve výrobě z těchto dob. Alarmující je přitom očekávaný demografický vývoj, podle něhož se v následujících dvou až třech letech počet žáků nastupujících do prvních ročníků středních škol sníží o třetinu.

## Nedostatek kvalifikované síly

Druhým výrazným faktorem ovlivňujícím nedostatek pracovních sil je schopnost absorpce pracovníků některých profesí velkými, často nadnárodními firmami. Ačkoli je podle analýzy ministerstva školství v České republice vyučeno 34% kvalifikovaných dělníků a evropský průměr přitom činí zhruba 22%, poptávka po pracovní síle v ČR dlouhodobě převyšuje nabídku na pracovním trhu. Velké množství technických profesí si vyžadují právě zahraniční investice v ČR. U kulatého stolu hospodářské komory proto opět zazněla jejich kritika, HK ČR již před časem (září 2007) vyjádřila žádost o zrušení investičních pobídek, které zatěžují státní rozpočet a v rámci aktivní politiky zaměstnanosti podporují zaměstnávání osob v nadnárodních společnostech využívajících pobídky.

„Hospodářská komora navrhuje možnost podporovat formu spolufinancování odborné přípravy učňů konkrétním podnikatelským subjektem, přizpůsobit odbornou přípravu budoucích řemeslníků požadavkům praxe a podpořit

přímou angažovanost podnikatelských subjektů při formování a fungování vzdělávacích zařízení typu učňovských škol. Docházet by mělo k zajišťování praktické části výcviku ve firmách a při zakládání společných vzdělávacích center skupiny podniků v regionech. Takto aktivní firmy by měly získat cílené daňové úlevy, například slevy na pojistném, které by se mohly týkat například nákladů na stipendia učňů a na jejich výchovu a zvýhodnění příležitostné práce učňů a studentů,“ řekl prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek.

## Práce na černo

Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu (ATOK) odhaduje, že se až 1/3 spotřeby textilního a oděvního zboží dostává v ČR na trh mimo oficiální tržní systémy s tím, že se na tomto stavu významně podílí i tajné dílny vietnamských a čínských „podnikatelů“. ATOK odhaduje, že v současné době má nedeklarovaná práce v odvětví textilního a oděvního průmyslu za následek ztrátu v příjmech státního rozpočtu v řádu 1 mld. Kč ročně. Průzkum v deseti zemích Evropské unie zaměřený na oblast stavebnictví ukázal, že 10–15% hrubého domácího produktu vytvořeného ve stavebnictví vyrábí tzv. nedeklarovaná práce neboli práce na černo. Není důvod se domnívat, že může být v České republice tento podíl nižší.

Nehlášená práce se týká především sektoru služeb pro domácnosti a ve stavebnictví a v některých odvětvích zpracovatelského průmyslu, například v textilním, a zejména v oděvním

průmyslu. Narušeno je především standardní konkurenční prostředí a deformovány příslušné trhy, poškozování jsou poctiví podnikatelé dodržující etiku podnikání a právní rámec upravující sociální zabezpečení a daňové povinnosti.

Cestou k nápravě je v tomto případě podle Hospodářské komory ČR snížit ekonomickou atraktivnost nehlášené práce úpravou sazeb ovlivňujících náklady na pracovní sílu, prohlubovat liberalizaci trhu práce, učinit jej flexibilním, například umožnit regulérní využívání pracovní síly k zajištění potřeby sezonních prací s využitím pracovních smluv na dobu určitou. „Dále je třeba posílit účinnost kontrolního systému zaměřeného na odhalování nehlášené práce a uplatňování příslušných sankcí mimo jiné i prohloubením spolupráce kompetentních orgánů státní správy příslušných k provádění kontrol a k ukládání sankcí i vlastní úpravou (zjednodušením) postupů při provádění kontrol,“ sdělil prezident Hospodářské komory ČR.

## Nevýhodná pozice MSP v ekonomické soutěži

Sektor drobných, malých a středních firem má omezené možnosti a schopnosti orientace v právních normách, ztížené podmínky pro vypořádání všech administrativních povinností a horší přístup k veřejným zakázkám a například také k vědeckotechnickým poznatkům podmiňujícím jejich inovační aktivity. Z těchto důvodů je podle Hospodářské komory ČR třeba vytvářet lepší rámcové podmínky pro rozvoj drobného, malého a středního podnikání, a to včetně modernizace a zjednodušování legislativy, zlepšení přístupu drobného podnikání k informacím. Podnikatelská samospráva také požaduje zajištění přiměřené ochrany zejména drobných a malých podnikatelů v hospodářské soutěži a zlepšení přístupu tohoto sektoru firem k účasti na realizaci dodávek zboží a služeb v rámci veřejných zakázek.

Viktorie Plívová  
tisková mluvčí  
Hospodářské komory ČR

## Česko-arabská podnikatelská rada má 28 ustavujících členů

Při Hospodářské komoře ČR a Svazu průmyslu ČR byla založena Česko-arabská podnikatelská rada, která bude českým firmám asistovat při prezentaci na arabských teritoriích, pomůže jim ve vyhledávání kontaktů a poskytne služby na podporu jejich aktivit v této části světa.

Ustavující zasedání se konalo v březnu v Praze za účasti představitelů podniků a bank, jakož i zástupců ministerstva průmyslu a obchodu, ministerstva zahraničních věcí, Hospodářské komory ČR (HK ČR) a Svazu průmyslu a dopravy ČR (SP ČR). Mezi zakládající členy Česko-arabské podnikatelské rady patří řada významných podniků a exportérů. Ustavující zasedání přijalo Stanovy Česko-arabské rady a zvolilo sedmičlenné představenstvo, v jehož čele je Ing. Jiří F. Grund, který má bohaté zkušenosti s podnikáním na arabských trzích a je předsedou Česko-saúdského a Česko-libanonského hospodářského výboru. „Česko-arabská podnikatelská rada je otevřená pro další podniky a jejím hlavním cílem bude sdružovat české firmy se společným obchodním a podnikatelským zájmem na arabských trzích,“ uvedl Jiří F. Grund. Místopředsedou byl zvolen Bc. Majid Shamas Toma, projektový manažer pro oblast Blízkého východu a severní Afriky ze Svazu průmyslu a dopravy ČR. Výkonným ředitelem byl zvolen Ing. Zdeněk Kočárek, ředitel zahraničního odboru Hospodářské komory ČR.

K hlavním cílům nově vzniklé platformy patří reprezentovat české podnikatele vůči arabským teritoriím a k tomu využívat zkušenosti a autority Hospodářské komory ČR a Svazu průmyslu a dopravy ČR i podpory arabských institucí a partnerů. Rada bude také zprostředkovávat informace a poskytovat služby podnikatelům na podporu jejich podnikatelských aktivit v arabských teritoriích a v neposlední řadě také poskytovat asistenci při vyhledávání obchodních kontaktů.

pokračování na str. 11 ▶

## Experti na fúze jednali v Brně

Mezinárodní workshop věnovaný problematice fúzí za účasti sto dvaceti expertů z více než pětácti zemí celého světa proběhl počátkem druhé poloviny března v Konferenčním centru hotelu Holiday Inn v Brně. Tento dvoudenní pracovní seminář konaný pod hlavičkou Mezinárodní soutěžní sítě (ICN) organizovalu společně český Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, slovenský Protimonopolný úřad a Regionální hospodářská komora Brno. „Jsem potěšen, že vidím pohromadě tolik odborníků z mnoha zemí světa. Doufám, že vaše výměna znalostí a zkušeností bude plodná,“ uvedl při zahájení semináře předseda ÚOHS Martin Pecina.

Mezinárodní seminář o fúzích je prestižní akcí pořádanou každým rokem. Loni byl hostitelem workshopu o fúzích irský Dublin a v předloňském

roce metropole Spojených států Washington. V průběhu výroční konference ICN v roce 2007 v Moskvě český soutěžní úřad nabídl, že se tohoto úkolu ujme společně se slovenskými kolegy v roce 2008. „Uspořádání workshopu potvrzuje vzrůstající mezinárodní vážnost Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Tato akce patří k nejvýznamnějším svého druhu i v celosvětovém měřítku,“ zdůraznil předseda ÚOHS. Seminář v brněnském hotelu Holiday Inn se stal také příležitostí ke společnému pracovnímu setkání Martina Peciny s předsedkyní slovenského soutěžního úřadu Danicou Paroulkovou a s šéfem belgického antimonopolního úřadu Jacquesem Steenbergem.

Workshop byl podle názoru ředitelky mezinárodního odboru ÚOHS Kateřiny Ševčíkové úspěšný především proto, že umožnil setkání expertů z takového množství zemí celého světa a danou

problematiku. „Byla to jedinečná příležitost, kterou poskytují pouze semináře Mezinárodní soutěžní sítě,“ konstatovala K. Ševčíková. Uvedla dále, že účastníci kladně hodnotili vybrané místo konání a organizační celou akce. Ze samotné náplně workshopu vyzdvihla to, že v celém průběhu semináře byli postupně diskutovány nejen zkušenosti jednotlivých zemí, ale byla rovněž řešena tzv. hypotetická fúze. Jedná se o vymyšlený případ spojení, na kterém se „trénuje“, jak lze podle doporučení Mezinárodní soutěžní sítě takový vzorový případ řešit. Všichni účastníci byli



Předseda ÚOHS Martin Pecina (vpravo) s předsedkyní Protimonopolního úřadu SR Danicou Paroulkovou a předsedou belgického soutěžního úřadu Jacquesem Steenbergem

do hledání správného řešení aktivně zapojeni v rámci menších pracovních skupin, které se v průběhu workshopu vytvářely. (kch)

premium  
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info)

HLEDEJ

### ● KASA.cz získala certifikaci 2. stupně

Internetový obchod KASA.cz, dvojka na českém trhu, splnila jako první z českých internetových obchodníků podmínky pro získání certifikace druhého stupně, kterou uděluje Asociace pro elektronickou komerci (APEK). KASA.cz byla v rámci získání certifikace otestována pomocí metody „Mystery-shopping“ a potvrdila svoji vysokou kvalitu poskytovaných služeb. APEK je považována za nejvýznamnější autoritu v oblasti elektronického obchodu v České republice. ➔

### ● Nanotechnologie u McDonald's

Nové okenní fólie řady 3M Prestige, vyvinuté na bázi patentované nanotechnologie optického filmu, se po prvních úspěšných aplikacích v provozovnách McDonald's v náročných klimatických podmínkách Austrálie dostávají i do České republiky. V České republice byly nové okenní fólie řady 3M Prestige, které propouští vysoký podíl viditelného světla a výrazně odrazí teplo, jako první aplikovány v loňském roce v provozovnách McDonald's ve Vrbové Lhotě a v Průhoncích. ➔

### ● O budoucnosti stavebnictví

Již 4. ročník vrcholové odborné konference pod názvem FÓRUM ČESKÉHO STAVEBNICTVÍ přilákal do pražského hotelu Olympik Artemis téměř 200 domácích odborníků. Otázky vztahující se k vývoji českého stavebnictví v nejbližších deseti letech i veřejná konfrontace vizí a strategií rozpoutaly zajímavé diskuze a dle anket respondentů přímo na konferenci obdrželi organizátoři od účastníků nejvyšší hodnocení odborného programu v její čtyřleté historii. ➔

### ● Ostravské nádraží s novou grafikou

Ostravský architektonický ateliér PROJEKT-STUDIO, který navrhl rekonstrukci hlavního nádraží v Ostravě, si vybral pro oživení prosklených ploch grafiku z materiálů od společnosti 3M. Při výrobě grafiky bylo na ostravském nádraží použito nejmodernějších technologií instalovaných ve firmě SPYRON, která je autorizovaným partnerem společnosti 3M pro výrobu a aplikaci grafiky, a materiálů 3M se zárukou 3M MCS (Matched Component System) na 7 až 10 let. ➔

# Začíná největší domácí kampaň na propagaci biopotravin

**Státní podpora ekologického zemědělství se dostává do další fáze. V březnu odstartovala dosud největší státní kampaň na propagaci biopotravin. V následujících 3 letech bude do propagace biopotravin a zvýšení informovanosti spotřebitelů o ekologickém zemědělství investováno celkem 28 mil. Kč. Hlavními komunikačními nástroji budou billboardy, inzertní v tisku, ochutnávky biopotravin nebo webové stránky www.ziju-bio.cz.**

„Trh s biopotravinami má v ČR velký potenciál. V současné době asi jen 5 % spotřebitelů kupuje biopotraviny pravidelně, dalších 25 % občas. Spotřeba biopotravin na jednoho obyvatele byla v loňském roce asi 126 Kč. Odhadujeme, že po skočení kampaně se tato čísla znásobí, již v současné době je podnikání v oblasti biopotravin jednou z nejperspektivnějších podnikatelských příležitostí,“ uvedl na tiskové konferenci v dubnu v Praze ministr Petr Gandalovič. Kampaň je financována Státním zemědělským intervenčním fondem (SZIF) a Evropskou unií. „Celkově plyne z fondů Evropské unie 430 000 eur, stejnou částkou přispívá SZIF. Kampaň bude realizovat agentura Ogilvy&Mather,“ dodal ředitel SZIF Tomáš Révész.

Perspektivu podnikání v oblasti ekologického zemědělství a biopotravin dokládají také aktuální statistické údaje. Počet ekologicky hospodařících zemědělců se jen za první tři měsíce roku 2008 zvýšil téměř o 250 farem na celkový počet 1564 farmy, počet výrobců biopotravin o téměř

50 podniků na celkových téměř 300 výrobců. Výměra zemědělské půdy se za stejné období zvýšila o téměř 10 000 ha a dosáhla více než 320 000 ha, což představuje 7,6 % z celkové výměry zemědělské půdy. V průběhu roku 2008 se zvýšil také počet ekologických sadů a vinařů, výměra ekologických sadů je v současné době 1737 ha, výměra biovinic 353 ha. Podrobné údaje jsou uvedeny v tabulce.

„Stabilní dlouhodobý nárůst počtu ekologických zemědělců i výrobců biopotravin je způsoben systematickou státní podporou ze strany ministerstva i vysokou poptávkou po biopotravinách ze strany spotřebitelů. Hlavními přínosy biopotravin pro spotřebitele je absence konzervantů, reziduí chemikálií nebo geneticky modifikovaných organismů, na druhé straně mohou spotřebitelé u biopotravin ocenit vyšší obsah vitamínů, minerálů, antioxidantů a dalších zdravých prospěšných látek,“ vysvětlil ministr P. Gandalovič.

Pravidla ekologického zemědělství a výroby

biopotravin jsou jasně upravená naší i evropskou legislativou (zákon č. 242/2000 Sb., nařízení Rady (EHS) 2092/91), jejich dodržování je tak garantováno státem. Ministerstvo pověřuje k činnosti kontrolní organizace, které přímo na ekologických farmách a ve výrobních biopotravin dodržování pravidel kontrolují. Pouze pokud produkty splňují legislativní podmínky, mohou být certifikovány jako produkty ekologického zemědělství. Certifikovanou biopo-

travinu pozná spotřebitel podle národního loga „BIO“ a kódu příslušné kontrolní organizace, kterými jsou KEZ o.p.s., ABCERT GmbH a BIOKONT CZ, s.r.o. Národní logo „BIO“ je ve vlastnictví státu. Biopotraviny mohou být označeny také logem EU, jehož použití na obale biopotravin bude od roku 2009 povinné pro všechny členské státy EU.

**Petr Vorlíček**  
tiskový mluvčí MZe

## Aktuální statistické údaje

	1. 1. 2008	31. 3. 2008	Nárůst za leden–březen 2008
Počet ekofarem	1318	1564	246
Výměra zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (ha)	312 890	322 396	9 506
Podíl ekologického zemědělství na celkové výměře zemědělské půdy (%)	7,35	7,57	0,22
Výměra orné půdy (ha)	29 505	31 194	1 689
Výměra trvalých travních porostů (ha)	257 899	267 189	9 290
Výměra trvalých kultur (sady) (ha)	1 625	1 737	112
Výměra trvalých kultur (vinice) (ha)	245	353	108
Ostatní plochy (ha)	23 616	21 923	- 1693
Počet výrobců biopotravin	253	297	44

## Potraviny budou dál zdražovat

**Za potraviny platíme víc než před rokem. Do určité míry je to způsobeno využíváním zemědělských komodit k výrobě biopaliv. „Skutečnost je taková, že v Evropské unii se zatím na tuto produkci využívají jenom 3 % půdy. To by samo o sobě nemělo mít na cenu potravin velký vliv. Faktem ovšem je, že světový trh obilovin, které jsou vždy na začátku výroby potravin, velmi silně ovlivňují Američané,“ uvedl před nedávnem prezident Agrární komory ČR Jan Veleba.**

V USA, které dříve dávaly na světový trh obrovské přebytky obilovin, se nyní domácí produkce zrnin zpracovává na palivo. Pokles nabídky žene cenu zemědělských komodit vzhůru.

Ekonomická kalkulace hovoří o tom, že biopaliva zvyšují cenu vepřového masa o 8,4 %, drůbeže o 5 % a hovězího masa o 4 %. „To by samo o sobě nebylo tak mnoho. Nicméně k bi-

opalivům je třeba přičíst další položky, které ceny potravin zvyšují. Pokud trend výroby biopaliv bude pokračovat, a já si myslím, že je dán, pak lze vyvodit, že produkce biopaliv ve světě se bude trvale zvyšovat a bude zde trvalý fenomén v tlaku na ceny potravin. Toto poznání je podle mne důvodem jistého zvolnění až přehodnocování názorů na biopaliva v Evropě,“ prohlásil J. Veleba.

Vloni ceny obilovin prudce stouply, v některých případech až trojnásobně. V roce 2006 ještě tuna pšenice byla na trhu ke koupi za 2700 až 2900 korun. V roce 2007 se už za stejné množství pšenice platilo i 8000 korun. Nízké zásoby obilí ve světě naznačují, že i letošní nákupní ceny zůstanou vysoko a farmáři na obilovinách jistě neprodělají. Nová šance se otevírá českým řepářům, které postihlo zavírání velkých tuzemských cukrovarů. Ukazuje se, že v našich podmín-

kách je cukrovka velmi vhodná k výrobě biolihu.

Ceny potravin na světovém trhu v dolarech			
Komodita	rok 2005	září 2007	změna (%)
Pšenice	157	327	+ 108
Kukuřice	98	160	+ 63
Ječmen	95	185	+ 95
Sójové boby	223	348	+ 56
Máslo	2112	3750	+ 78
Sušené mléko	2250	5000	+ 122
Sýr čedar	2900	4950	+ 71

(KČR)

## Findus a nové iniciativy

Findus v současnosti nakupuje více než 60 druhů ryb v 30 zemích světa. Společnost stojí za zrodem množství nových iniciativ s cílem trvale udržitelného rozvoje. Jako příklad lze uvést spolupráci s univerzitou v Glasgow při zavádění novátorských přístupů rybolovu ve Skotsku – díky ní mohli lovci krevet lépe pochopit rybolov u ostrovů Western Isles a upravit techniky, které pomáhají zachovat stavy a zlepšit kvalitu lovených ryb.

Počet ryb různých druhů je ještě stále dostatečný. Na Islandu díky dobrému hospodaření a změnám, které komunita rybářů zavedla před několika roky, každoročně narůstá počet tresků. Společnost Findus bude nadále dbát o to, aby se zachovaly tyto nesmírně cenné přírodní zdroje pro budoucí generace. Stav volně žijících ryb považuje společnost Findus za trvale udržitelný, pokud mají osvědčení od organizace Marine Stewardship Council nebo pokud vyhovuje objektivně bezpečným biologickým limitům nezávislých organizací. (tz)



*Originál plný chuti*

Exkluzivně v makro

www.rioba.cz

# SZIF připravuje rozšíření služeb pro žadatele o dotace



**Státní zemědělský intervenční fond (SZIF) připravuje pro největší skupinu žadatelů o dotace zásadní rozšíření svých služeb, které povede ke zvýšení komfortu zemědělců při podávání žádostí.**

Na jednom společném formuláři tzv. „jednotné žádosti“, s termínem podání nejpozději do 15. 5. 2008, bude letos možno žádat o dotace v rámci následujících opatření:

- ▶ **Jednotná platba na plochu (SAPS)**
- ▶ **Národní dorovnání k SAPS (TOP-UP)**
- ▶ **Oddělená platba za cukr (SSP)**
- ▶ **Platba za pěstování energetických plodin**
- ▶ **Oddělená platba za rajčata**
- ▶ **Platba za hospodaření v méně příznivých oblastech (LFA)**

▶ **Platba za hospodaření v oblastech NATURA 2000**

▶ **Agroenvironmentální opatření (AEO) HRDP**

▶ **Agroenvironmentální opatření (AEO) EAFRD**

U této jednotné žádosti, vedle již zcela standardní možnosti získat předvyplněnou žádost na místě příslušné Zemědělské agentury (ZA), nabídne SZIF žadatelům možnost získat předvyplněnou žádost elektronicky z Portálu farmáře SZIF.

Takto získaná žádost bude obsahovat identifi-

kační údaje žadatele a vybraná data z evidence půdy (LPIS). Žadatel bude moci předvyplněnou žádost z Portálu farmáře SZIF stáhnout ve formátu PDF a dále ji na svém počítači doplnit o potřebné údaje.

Další novinkou je také možnost jednotnou žádost i některé další žádosti o dotace podat elektronicky. Nicméně vzhledem k rozsahu jednotné žádosti bude zatím nutné přílohy k žádosti doručit na SZIF poštou nebo osobně.

Výše uvedené služby pro žadatele, tj. elektronická podpora vytvoření žádosti a elektronické podání, bude možné využít i u žádosti o zařazení do agroenvironmentálních opatření a žádosti o změnu zařazení do agroenvironmentálních opatření.

Již v současnosti lze z Portálu farmáře SZIF

získat předvyplněný formulář pro vzdání se práva na odvolání proti rozhodnutí SZIF (a tím uspišit výplatu dotací). Elektronicky vyplněný formulář „Vzdání se práva na odvolání“ může žadatel v případě, že jej opatří zaručeným elektronickým podpisem, podat elektronicky, a to zasláním na elektronickou podatelnu SZIF (podatelna@szif.cz) nebo ho může standardně zaslat poštou nebo doručit osobně.

Výše avizované služby budou pro žadatele k dispozici na Portálu farmáře SZIF od 15. dubna 2008. Podrobnější informace o těchto nových službách pro žadatele budou zveřejněny ve stejném termínu na webových stránkách SZIF (www.szif.cz) a na Portálu farmáře SZIF.

(tz szif)

## AgroConsult Bohemia nyní pod křídly GE Money

Společnost GE Money koupila začátkem března 100% podíl v konzultantské společnosti AgroConsult Bohemia. Cílem této akvizice je posílení vzájemné spolupráce při poskytování služby EU Servis. Tato služba nabízí novým i stávajícím klientům GE Money Bank komplexní poradenství při získávání a správě dotací, a to včetně přípravy návrhu struktury financování předkládaných projektů. GE Money Bank tak nadále posiluje svou pozici v sektoru zemědělství a otevírá nové příležitosti pro sektory ekologie a lehký průmysl.

„Je to výborná zpráva pro naše klienty i společnost AgroConsult Bohemia. GE Money Bank a AgroConsult Bohemia jsou významnými partnery českých zemědělců a úzké spojení poradenství s financováním je tak zcela logickým krokem,“ řekl Mojmir Severin, ředitel společnosti AgroConsult Bohemia. „GE Money bude nadále podporovat zvyšování kvality služeb, které AgroConsult Bohemia poskytuje svým klientům,“ doplnil Radomil Štumpa, ředitel komerčního bankovníctví GE Money Bank.

GE Money Bank považuje služby spojené s poradenstvím za přirozenou součást nabídky moderní banky klientům. EU Servis poskytuje zájemcům o veřejnou podporu informace o možnostech financování jejich investičních i neinvestičních záměrů prostřednictvím dotací ze Strukturálních fondů a dotací ze státního rozpočtu. Součástí služby EU Servis je také nabídka financování potřeb prostřednictvím produktů GE Money Bank.

Společnost AgroConsult Bohemia s.r.o. působí v oblasti poradenství v rámci českého

zemědělství již sedm let. V současné době má více než 800 klientů z řad předních zemědělských subjektů. Od roku 2007 vypracovala společnost AgroConsult Bohemia v rámci Programu rozvoje venkova více než 317 projektů v celkovém objemu více než 2,26 mld. korun. Společnost má k dnešnímu dni 10 zaměstnanců a spolupracuje s řadou expertů z jednotlivých oborů. Hlavní sídlo firmy se nachází v Českých Budějovicích a její dvě pobočky jsou v Kyjově a v Humpolci.

(tz)

## Logo značky KLASA na obalech výrobků napomáhá jejich lepšímu prodeji

Podle průzkumu, který letos v lednu realizoval Státní zemědělský intervenční fond mezi držiteli ocenění KLASA, se téměř tři čtvrtiny respondentů domnívají, že značka KLASA má pozitivní vliv na zvýšení prodeje jejich výrobků; 42% výrobců dokonce může potvrdit zvýšení prodeje výrobků se značkou KLASA v průměru o 10%.

Průzkum mezi držiteli značky KLASA měl za cíl zhodnotit dopad kampaně na podporu kvalitních potravin se značkou KLASA na samotné výrobce těchto potravin. Na 87% držitelů značky KLASA považuje kampaně za zdařilou. Oceňují zejména TV reklamu, sales promotion a billboardy.

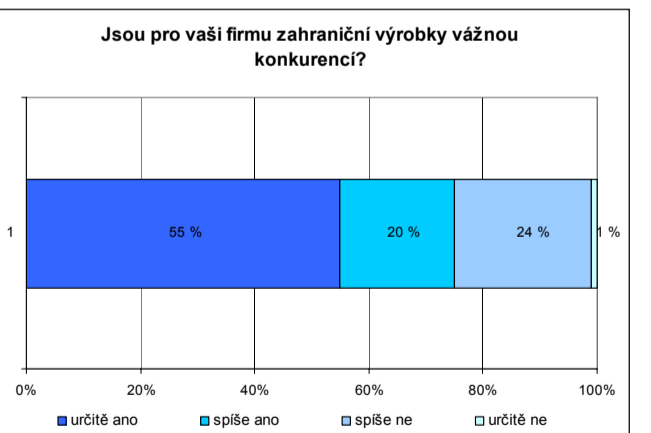
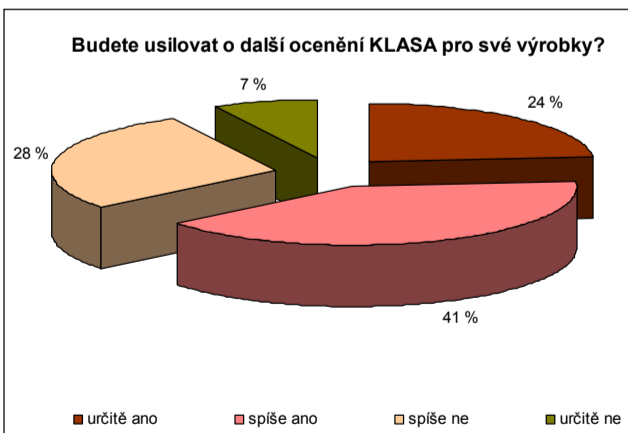
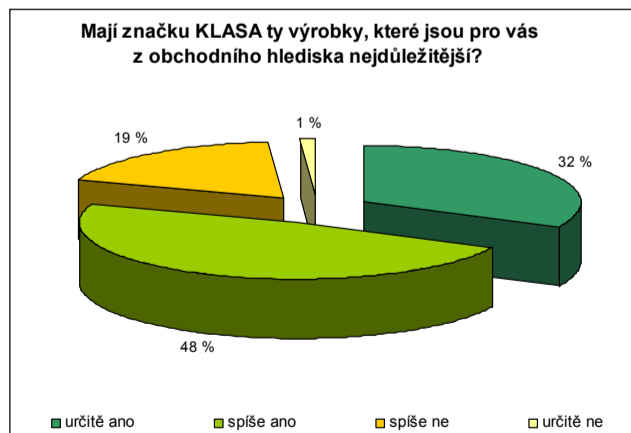
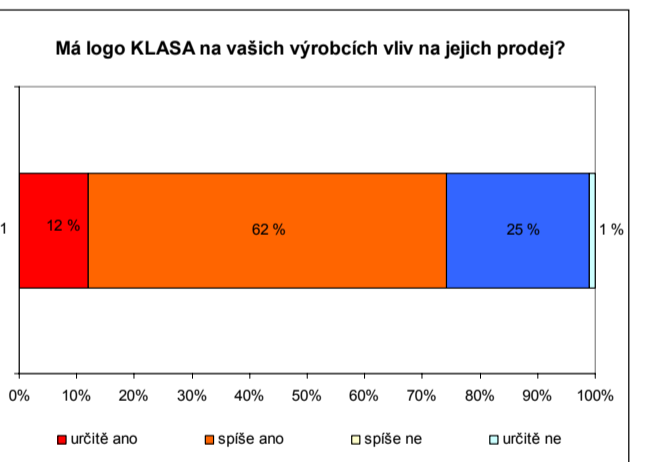
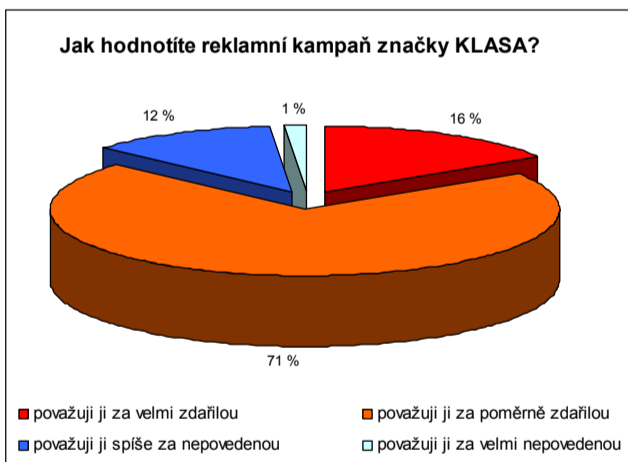
Téměř tři čtvrtiny držitelů značky KLASA deklarují, že logo značky KLASA má pozitivní vliv na prodej takto označených výrobků. Přes 40% respondentů uvedlo, že se díky ocenění KLASA zvýšily prodeje jejich výrobků o 10%.

Kromě posunu prodeje pomáhá značka KLASA výrobcům také ve zvýšení prestiže jejich výrobků a lepší image firmy. Průzkum rovněž sledoval, pro jaký typ výrobků chtějí producenti potravin

získat ocenění KLASA. Zhruba 80% z nich uvedlo, že se jedná o výrobky, které jsou pro ně z obchodního hlediska nejdůležitější. Na 65% výrobců, jež už ocenění KLASA pro své výrobky mají,

bude usilovat o značku KLASA i pro své další výrobky. Naproti tomu třetina výrobců o značku KLASA pro své výrobky žádat nebude.

(tz szif)



[Mapa stránek](#)

[Stát se členem](#)

[Kontaktujte nás](#)

Dočtěte si na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info)

[HLEDEJ](#)

**Dvacetiprocenní nárůst tržeb už dvanáctým rokem**

Společnost Aquasoft dosáhla v uplynulém roce tržeb ve výši 153 milionů korun. Meziročně tak tržby stouply o 20%. Potvrdily to hospodářské výsledky za rok 2007. Aquasoft dosahuje stabilního meziročního nárůstu tržeb okolo 20% od samého počátku své existence, tedy od roku 1996. Petr Franc, generální ředitel Aquasoftu, považuje toto tempo za optimální. „Dvacetiprocenní nárůst je dostatečně dynamický a současně i dobře zvládnutelný,“ dodal.

**Prodejní rekord Opel 24 hodin**

S vidinou slev a mimořádně výhodných nabídek zavítaly do tuzemských dealerství Opel stovky zájemců o nový automobil. Mimořádně výhodná nabídka non-stop kampaně „Opel 24 hodin“ se odrazila v prodeji celkem 522 automobilů Opel – takové množství nových vozů jedné značky se během jediného dne v České republice dosud nikdy neprodalo! Tuzemské zastoupení značky Opel proto požádalo o oficiální registraci tohoto výkonu a jeho zápis do České knihy rekordů!

**TECHAGRO, ANIMAL VETEX, SILVA REGINA 2008 v novém rekordu**

Desátý mezinárodní veletrh zemědělské techniky TECHAGRO, devátý mezinárodní veterinární veletrh ANIMAL VETEX a desátý mezinárodní lesnický a myslivecký veletrh SILVA REGINA se uskuteční od 6. do 10. dubna 2008 v Brně a budou opět rekordní! Po úspěchu předešlého ročníku, který byl doposud největší ve své historii, mohou organizátoři s potěšením konstatovat, že pomyslná magická hranice statistiky 2006 byla překonána.

**Úspěšná strategie Škody Auto**

V roce 2007 skupina Škoda Auto úspěšně pokračovala ve své expanzivní politice. I přes stagnaci západoevropského trhu dokázala značka navýšit objemy prodeje a potvrdila svou stabilní pozici ve středoevropském regionu. Dále kontinuálně expandovala na nových trzích a v závěru roku vstoupila v pořadí na již stý světový trh a dosáhla nejlepších prodejních výsledků v historii, které se odrazily také v rekordní úrovni hospodářských výsledků.



# Spotřební družstva vstoupila razantně do prodeje biopotravin

**Čím dál častěji se ptáme sami sebe: co jíst, kdy jíst, v jakém množství, co a jak kombinovat, jaké potraviny nakupovat, kde, v jakých prodejnách, za jaké ceny... Otázek vyvstává více, než bychom dokázali odhadnout. Je logické, že výrobci a obchodníci nás při tom nenechávají v klidu; naopak – servírují nám řadu příležitostí, které pro nás mohou být vodítkem k tomu, abychom utráceli více, ale za kvalitnější obživu. Anebo abychom se alespoň namlsali a začali přemýšlet, jak upravíme, byť zvolna, náš životní styl, k němuž programy bio stravování mohou významně napomoci.**

Biopotraviny můžeme dnes nakoupit v mnoha družstevních prodejnách. O jakou strategii podnikání jde, mi vysvětlil v rozhovoru Ing. Zdeněk Juračka, předseda Svazu českých a moravských spotřebních družstev:

**Hitem českého trhu se stávají biopotraviny. Včas jste rozpoznali blížící se trend. Nakupujete od domácích výrobců a dodáváte do prodejen spotřebních družstev. Proč jste šli zrovna do bio programu?**

Prodej biopotravin je již dlouholetým celosvětovým trendem, přednosti a výhody biopotravin jsou zřejmé. Správně uvádíte, že jsme nástup tohoto trendu v České republice včas rozpoznali. To, že naše republika ale ještě v nedávné době v tomto směru výrazně pokulhávala za zeměmi západní Evropy, dokládá řada průzkumů a odborných analýz. Nicméně situace se velmi rychle mění a bio je dnes nejrychleji rostoucím segmentem v kategorii potravin. A to je tím hlavním důvodem, proč se prodej biopotravin stal jednou z významných složek naší obchodní strategie.

Stalo se tak samozřejmě po provedení analýz v našich prodejnách – sledovali jsme nejen trendy v nabídce dodavatelů, ale i ve vývoji poptávky našich zákazníků. Víte, že v mnohých prodejnách ve větších vesnicích či malých městech je poptávka po bioproduktu vyšší, než ve větších městech?

**Co od této orientace očekáváte? Zvýší se tím věrnost části klientely, přitáhne to nové zákazníky, zejména mladší, kteří dbají o životní styl, zlepší to image prodejen COOP?**

Jsem rád, že i spotřební družstva vstoupila razantně do prodeje biopotravin. Loni jsme představili náš projekt na Zemi živitelce, kdy jsme se na to systematicky připravili, zavedli jsme vlastní chráněnou značku BioCOOP a u firmy Wanzl objednali pro tento prodej speciální regály. Momentálně nabízíme 50 trvanlivých a 20 čerstvých biopotravin v celkem 372 prodejnách COOP. Sortiment neustále rozšiřujeme a obnovujeme, s tím, že preferujeme české dodavatele. A to je, myslím, úspěch, který u nás nemá obdoby – počtem zapojených prodejen jej ani nikdo další v této republice nemůže replikovat.

A hodláme jít ještě dál, naším záměrem je zavést prodej biopotravin celkem až na třetinu všech našich prodejen, tj. zhruba na 1000 prodejen. Naše očekávání jsou v tomto směru vysoká. Zcela správně svou otázkou naznačujete, že jde i budování nového obrazu prodejen COOP. Mohu k tomu jen dodat, že pracujeme intenzivně na tom, abychom tyto kvantitativní i kvalitativní záměry postupně naplňovali.

**Čím se vlastně liší bio jablko od toho, co si pěstují na zahradě, přesněji řečeno, co tam silou vůle roste samo, protože nemám čas jabloně postříkovat, prořezávat větve, včas sbírat napadené plody...**

Dalo by se i říci, že v ničem. Protože, jak je patrné, nepoužíváte pro produkci svých výpěstků chemii, necháváte vše na libovůli přírody. Ale chyba lávky. Bio jablko se liší od vašeho v tom, že je přísně kontrolováno, že nebylo jakkoliv kontaminováno, že nedošlo k záměně s konvenční potravinou ať již při produkci, skladování, distribuci anebo při samotném prodeji konečnému spotřebiteli. A že to kontrolní orgány u nás myslí s kontrolami v tomto ohledu vážně, o tom nemůže být pochyb. Jak vlastně můžete vědět, že to vámi vypěstované jablko nevyrostlo z kontaminované půdy a vůbec, že je zdravotně nezávadné? Pro biopotraviny platí přísné hygienické a zdravotní předpisy. Shrneme jen, že bioprodukt je surovina rostlinného nebo živočišného původu nebo hospodářské zvíře získané v ekologickém zemědělství podle předpisů Evropských společenství. Biopotravina je vyrobena ze suroviny pocházející z kontrolovaného ekologického zemědělství.

**Biopivo nebo biohovězí jsou dražší než pivo a hovězí. Myslíte, že lidé budou utrácet za zdravější potraviny stále více? Co je dnes pro průměrnou českou rodinu únosné?**

A věříte, že ano, že lidé budou utrácet za zdravější potraviny stále více peněz? Ale jen někteří. Zjednodušíme-li to, máte to jako s nadstandardním pokojem v nemocnici anebo penzionem s pečovatelskou službou. Náročnější zákazník si připlácí s vědomím toho, že jde skutečně o něco výjimečného, o něco, co mu více prospívá, co

více prospívá jeho zdraví. Tento trend je celosvětový a očekávám, že se k němu přikloní i stále větší počet českých a moravských domácností. Je zajímavé, že i venkovské obyvatelstvo kupuje biopotraviny. Možná, že je to takový návrat, vzpomínka na venkovské produkty. Naši snahou bude tento trend podporovat. Jednak expanzí na další prodejny, jednak pečlivým výběrem sortimentu, jeho úpravou, cenovou nabídkou, logistikou atd. Čili dělat všechno pro to, aby naše nabídka biopotravin byla v určitém rozsahu únosná i pro rodiny s průměrnými příjmy. Je však samozřejmé, že tento sortiment je a bude i v budoucnu primárně a pravidelně vyhledáván jen relativně malou skupinou našich zákazníků.

**Vaše nákupna Coop Centrum se do odvětví bio vrhla velkoryse. Vyhledávají v prodejnách, které tímto zbožím zásobuje vaše nákupní centrála, tento druh potravin spíše ženy než muži, anebo se to dá zatím těžko poznat?**

Na tato detailní hodnocení je ještě poměrně brzy. Nicméně lze předpokládat, že nakupujícími tohoto druhu potravin jsou převážně ženy. Jak taky jinak. Jednak, my muži, vám rádi tuto aktivitu v rámci každodenních starostí přenecháme, už k vám tak nějak patří. A je to dobře. A taky si myslím (a to ne škodolibě), že díky přirozené větší „utrácivosti“ žen se nám může lépe dařit, tržby za biopotraviny mohou růst rychleji.

**Je o vás známo, že si nejvíce pochutnáte na klasických „chlapských“ pamlskách – třeba na šťavnatých klobáscích a odleželém guláši. Většina bio nabídky však putuje na regály prodejen z říše rostlinné. Zůstane u toho, anebo podpoříte více třeba uzenářské speciality?**

Sortiment padesáti biopotravin prodávaných v prodejnách COOP zahrnuje kompletní nabídku základních potravin tak, aby z nich bylo možné připravit chutný bio oběd či večeři. V nabídce se najdou také zdravé svačiny pro děti či mléčné výrobky na snídání. Je velmi pozitivní, že dodavatelé přicházejí stále více s novými a inovova-



Ing. Zdeněk Juračka, předseda Svazu českých a moravských spotřebních družstev

nými výrobky, v poslední době pak především s výrobky respektující zdravý životní styl. Jsem přesvědčen o tom, že i dodavatelé potravin živočišného původu – uzenářských specialit apod. rozšíří svoji nabídku právě o biopotraviny. A že to bude i něco z těch gurmánských specialit a že i já si budu na nich moci pochutnat. Tady se svými kolegy z nákupních centrál a samotných spotřebních družstev sázím především na regionální a místní dodavatele, ke kterým máme tradičně velmi blízko a kteří mají a vždy budou mít u nás dveře otevřené, samozřejmě i pokud jde o nabídku kvalitních bioproduktů včetně uzenářských specialit.

**Některé bio produkty je možné věnovat jako atraktivní pozornost při různých výročních – počítáte rovněž s dárkovým balením? Čaje, bylinky, čokoláda, sušenky, káva...**

Nabídka a vlastní prodej biopotravin vyžaduje mimořádnou péči. Vysokou úroveň techniky a technologie provozu. K tomu patří i vysoký standard poskytovaných služeb. A jednou z nich je nabídka dárkového balení. Je to vynikající nápad a myslím si, že některé vysoce kvalitní výrobky si poskytování této služby plně zaslouží. Nabídka biopotravin v dárkovém balení však ještě není na takové úrovni, jakou bychom očekávali. Jsme si toho vědomi a bude naší snahou ve spolupráci s dodavateli rozsah hezký zabalených biopotravin rozšiřovat.

ptala se Eva Brixí

## Cestovní ruch na jaře se spoustou novinek

**Již 8. ročník tradiční konference Hospitality & Tourism Summit (dříve HORECA Summit) se s platností od letošního roku trvale přesouvá do jarního termínu a uskuteční se již 13. května 2008 v kongresovém centru TOP Hotelu v Praze.**

Hospitality & Tourism Summit 2008 zachová osvědčenou strukturu a těsně naváže na loňský programově velmi úspěšný ročník, který se konal koncem října v Brně. Na jeho organizaci opět spolupracují Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR s Vysokou školou hotelovou v Praze, časopisem Food Service a společností Blue Events (dříve INCOMA Consult) a jeho program je kolektivním dílem vzniklým především ve spolupráci s AHR ČR, AKC ČR, CBA a vydavatelstvím COT, s významnou podporou CzechTourism.

V úvodním bloku poskytne Summit informace

o perspektivách a trendech hospitality sektoru ve světě (s příspěvkem na toto téma vystoupí švýcarský odborník a charismatický řečník Stephan Sigris) nebo o současných podmínkách podnikání v hotelnictví a gastronomii v Čechách pod tlakem rostoucí konkurence (z pohledu zkušeného oborového praktika Viliama Sivka). Následující část „best practices“ přinese zkušenosti podnikatelů z různých regionů ČR a představí mj. originální projekt pro prodloužení turistické sezony v období masopustu či případovou studii, jak provozovat čtyřhvězdičkový penzion na malém městě.

Opolední diskusní sekce se bude věnovat osvědčeným tématům, jako je například spolupráce různých subjektů v regionech při rozvoji cestovního ruchu (návaznost na loňský úspěšný kulatý stůl složený ze zástupců státní správy

a místní samosprávy a podnikatelů v hospitality sektoru) nebo využití evropských fondů při revitalizaci regionů. Představí však i některé novinky, např. workshopy s podtitulem „Kdy končí vzdělávání a začíná trénink“ pod gescí AHR a se zastoupením četných odborníků z praxe, kteří se budou věnovat velmi konkrétním příkladům toho, co se může stát, když personál hotelu či restaurace nedělá to, co by měl.

Novinkou letošního ročníku bude zvláštní pojetí obědové přestávky, která se stane přímou součástí odborného programu. Zkušenosti hoteloví praktici velmi dobře vědí, že kvalitní snídání je jedním z nejdůležitějších předpokladů spokojenosti hostů s ubytovacím zařízením. Kuchaři Top Hotelu ve spolupráci s AKC proto v rámci oběda představí všem účastníkům nápady „jak se také může snídat“.

Vyvrcholením celodenního programu bude slavnostní večer spojený s udělováním Ceny J. Vašaty časopisem Food Service. Ten letos proběhne ve skutečně „Západním“ stylu, a pokud to počasí umožní, nabídne i zpestření v podobě grilování a živého vaření pod širým nebem.

Součástí programu podvečera bude soutěž barmanů Pražská vodka Cup 2008, a protože 13. květen je současně dnem 10. výročí dne koktejlů, bude to nepochybně večer konzumačně bohatý.

**více informací a on-line registrace: [www.horeca21.cz/summit](http://www.horeca21.cz/summit)**

**Kontakt: Barbora Krásná ([barbora.krasna@BlueEvents.eu](mailto:barbora.krasna@BlueEvents.eu)) či sekretariát konference ([Info@BlueEvents.eu](mailto:Info@BlueEvents.eu), tel: (+420) 251 117 521)**

(tz)

# V.I.A. PRAHA, a.s. – jistá cesta k evropským dotacím

**Cestu pro evropské peníze můžete podniknout na vlastní pěst, bez potřebné přípravy, znalostí a vybavení. Nebo si najmete spolehlivého, ostříleného partnera a poradce, který vás na cestu skvěle připraví a bezpečně vás provede spleťtými uličkami domácí i unijní administrativy. Zkuste uhodnout, která volba vás zaručeně dovede k milionovým dotacím a která znamená jistý návrat s prázdnou?**

Poradenská společnost V.I.A. PRAHA, a.s. se problematice dotací z Evropské Unie věnuje od počátku jejich příchodu do České republiky. Za tu dobu se stala vynikajícím specialistou na evropské peníze s téměř stoprocentní úspěšností získávání dotací pro své klienty.

Možná vám začátek článku připadá jako slogan z reklamního letáku. Ale pozor – zábraky se nedějí nikde a jednoduchá řešení nepadají bezpracně do klína nikomu. Společnost V.I.A. PRAHA se může chlubit stoprocentní úspěšností také proto, že si své klienty pečlivě vybírá. Důvod je jednoduchý. Odměna VIA PRAHA je především vázána na to, že její klienti skutečně podporu získají.

„Nejdůležitější je, aby měl klient skutečně vážný zájem rozvíjet vlastní firmu a při podnikání využít v maximální možné míře podporu z EU. To platí nejenom pro podnikatele, ale i pro municipality. Tento zájem je základním předpokladem k poskytnutí bezúplatné vstupní konzultace. Jejím cílem je zjistit, zda má záměr, se kterým přichází zájemce, šanci na úspěch. V případě, že tomu tak není, je mu často navrženo jiné řešení, které může být přínosnější jak celkovým efek-

tem, tak i šanci na získání dotace. Pokud VIA PRAHA vyhodnotí tuto fázi pozitivně, navrhne uzavření smlouvy,“ uvedla ředitelka společnosti JUDr. Ivana Aušová.

Kdo vlastně míří do kanceláře V.I.A. PRAHA v Bělohorské ulici? „Vedle obcí, které mají projektové záměry zaměřené na rekonstrukce veřejné infrastruktury, budov, náměstí či na úspory energií, rozvoj cestovního ruchu a infrastruktury pro podnikání, přicházejí se svými návrhy projektů v oblasti inovací, turizmu, vzdělávání zaměstnanců, pořízení strojů a výrobních technologií podnikatelé ze zpracovatelského průmyslu a zemědělství. Proto, abychom úspěšně realizovali tak různorodé spektrum projektových záměrů, máme vybudován silný tým zkušených specialistů, kteří mají jak odbornou kvalifikaci, tak bohaté zkušenosti z podnikatelské a manažerské praxe i z práce ve státní správě,“ vysvětlil specialista na projektové řízení a služby Public Affairs V.I.A. PRAHA Mgr. Pavel Šeřl.

Zatímco před osmi lety přicházeli zájemci o dotace minimálně informováni a s nedůvěrou i velmi mlhavou představou jak dotace z EU

získat, je současná situace diametrálně odlišná. Města, obce, kraje i podnikatelé si dobře uvědomují, že obdržet evropské peníze je reálné a čas na jejich získání je limitovaný rokem 2013. „Zájem je obrovský. Například v operačním programu Praha Adaptabilita bylo registrováno v první výzvě 1175 projektů za téměř 6,8 mld. Kč, a rozpočet výzvy přitom činí 840 mil. Kč. Obdobný zájem je i mimo Prahu,“ doplnila Mgr. Martina Hřebejková, která ve V.I.A. PRAHA odpovídá za realizaci služeb klientům v oblasti dotací EU.

Poradenských firem, které dnes nabízejí pomoc při získávání evropských dotací, jsou v ČR stovky. Od velkovýroben projektových žádostí s „dělňáky“ projektanty u „pásu“, kteří produkují unifikované výrobky, až po individuální poradce. Kam patří V.I.A. PRAHA a čím se odlišuje od své konkurence?

„Samozřejmostí je vysoce kvalifikovaný, profesionální a individuální přístup. V poskytovaných službách se odlišujeme především bezúplatnou vstupní konzultací, tím, že odměnu za úspěch nám klient platí až v momentu, kdy reálně uspěl, a také tím, že naše služby ekonomického a organizačního poradenství jsou podpořeny servisem v oblasti government relations, public affairs a public relations, které jsou nezbytným předpokladem úspěchu projektu,“ uvedla JUDr. Ivana Aušová.

**Pavel Kačer**

## Komerční banka a financování podnikatelů a malých firem

Komerční banka zaznamenala v loňském roce výrazný nárůst financování podnikatelů a malých firem. Kromě příznivých podmínek české ekonomiky přispěly k tomuto růstu průběžné úpravy parametrů podnikatelských úvěrů a zjednodušení přístupu k úvěrům drobným podnikatelům. Komerční banka tak potvrdila svoji vedoucí pozici na trhu v segmentu podnikatelů a malých a středních firem.

V loňském roce došlo v meziročním srovnání k nárůstu objemu poskytnutých úvěrů podnikatelům a malým firmám o 33 %. Cesta k úvěrům pro stávající klienty byla výrazně zjednodušena, když na podzim loňského roku Komerční banka zvýhodnila podmínky pro získání klienty velmi oblíbeného Profi úvěru. Stávající klienti banky mohou získat podnikatelský úvěr bez předkládání jakýchkoliv finančních výkazů pouze po předložení identifikačních dokladů, což urychluje proces vyřizování úvěru a zvyšuje jeho dostupnost. V současné době je 80 % všech Profi úvěrů poskytováno tímto zjednodušeným způsobem. Maximální výše úvěru, který lze touto cestou získat, je až 1 milion korun v případě krátkodobého Profi úvěru a 0,5 milionu korun v případě střednědobého Profi úvěru se splatností až 3 roky.

Profi úvěr patří k velmi oblíbeným produktům a využívá jej již více než 20 tisíc klientů Komerční banky z řad podnikatelů a malých firem. Drobní podnikatelé a malé firmy vyžadují především rychlé úvěry, kterými mohou operativně řešit nesoulad příjmů a výdajů, financovat pohledávky nebo nákup zásob. Možnost získat úvěr rychle, jednoduše a s minimálními nároky na administrativu je tak pro klienty při výběru vhodného typu financování rozhodující a odráží se mimo jiné v průměrné výši úvěru, o něž podnikatelé v bance žádají. Tyto částky se pohybují již v řádech statisíců korun. V loňském roce dosáhla například průměrná výše nově poskytnutých Profi úvěrů přibližně 250 tisíc korun.

Komerční banka zaznamenala také výrazný růst objemu dalších typů podnikatelských úvěrů, jako např. standardní investiční úvěr či úvěr na oběžné prostředky. Objem všech podnikatelských úvěrů čerpaných klienty ze segmentu podnikatelů a malých firem meziročně vzrostl o 28 %.

„Výsledky loňského roku potvrzují, že se KB vydala správným směrem, když se rozhodla hledat cesty, jak zpřístupnit podnikatelské úvěry co nejširší skupině klientů z řad podnikatelů. Také rok 2008 přinese novinky co se týká parametrů a procesu poskytování úvěrů a potvrdí tak současný trend,“ uvedl Zdeněk Mojžíšek, výkonný ředitel pro Marketing a business development.

**(tz)**

## Primaska a BYZNYS Win – dobré spojení

Společnost Primaska Consult, která se zabývá mimo jiné poradenstvím v oblasti daní, auditorskou činností a outsourcingem ERP, začala využívat možnosti podnikového informačního

systému BYZNYS Win. Ten splnil náročné požadavky zejména díky provázanosti jednotlivých modulů, propracované účetní likvidaci, zamezení neoprávněných oprav účetních dokladů, přizpůsobení

informačního systému představám uživatele, definici speciálních uživatelských menu a celkovou stabilitou systému bez ohledu na velikost zpracovávaných datových základny.

**(tz)**

## 1. VOX, a. s. – INVESTICE DO VZDĚLÁNÍ SE VYPLATÍ!

**IFRS – aneb jaké změny nás čekají do budoucna?**

TERMÍN: 6.–7. 5. 2008

PŘEDNÁŠÍ: Doc. Ing. Lenka Krupová, Ph.D.  
KÓD: 826200 CENA: 4490 Kč

**Klíčové momenty reformy veřejných financí pro vrcholový management**

TERMÍN: 13. 5. 2008

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jiří Nekovář (Komora daňových poradců ČR – prezident)  
KÓD: 834800 CENA: 2190 Kč

**Účetní výkazy – ekonomická interpretace pro manažery**

TERMÍN: 14.–15. 5. 2008

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Iona Heligrová  
KÓD: 811900 CENA: 3490 Kč

**Přeměny obchodních společností – právní, účetní a daňová problematika v roce 2008**

TERMÍN: 15. 5. 2008

PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Pavel Pravda, Ing. Jana Skálová  
KÓD: 827600 CENA: 2690 Kč

**Aktuální daňové problémy – první zkušenosti z reformy**

TERMÍN: 19. 5. 2008

KÓD: 825400 CENA: 1990 Kč

**MZDOVÝ AUDIT® aneb interní prověrka mzdového účetnictví – tipy a rady od profesionálů**

**Vzdělávací program s mezinárodní certifikací IES**

TERMÍN: 19.–23. 5. a 28.–30. 5. 2008

PŘEDNÁŠÍ: Odborný lektorský tým  
KÓD: 829400 CENA: 4990 Kč (včetně 19% DPH a slevy ve výši 980 Kč při účasti na celém cyklu)

Více informací o celé produktové nabídce najdete na [www.vox.cz](http://www.vox.cz), tel. 226 539 670.



## POMÁHÁME VÁM PODNIKAT

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest pomáhá v České republice investovat tisíci společnostem. Tím však naše služby nekončí.

Můžete se na nás spolehnout při:

- expanzích
- rozvoji výzkumu
- hledání nemovitostí pro podnikání
- získávání dodavatelů v regionu
- podpoře zaměstnanců
- rozvoji spolupráce se školami
- čerpání investičních pobídek
- čerpání evropských dotací z Operačního programu Podnikání a inovace
- vyjednávání se samosprávou

# Penzijní připojištění – argument pro firmy

## se stává neodmyslitelnou součástí motivačních balíčků pro zaměstnance

**Příspěvky zaměstnavatelů na penzijní připojištění a další finanční produkty hrají v současnosti mezi zaměstnaneckými benefity prim. Korporátní klienti jsou v případě spojení na důchod silným tahounem celkové poptávky trhu a plně využívají všech ekonomických výhod, který tento typ zaměstnaneckých výhod nabízí.**

Za loňský rok počet klientů, kterým zaměstnavatel přispívá na penzijní připojištění, vzrostl o 64 528. Ke konci roku 2006 získalo příspěvek zaměstnavatele 842 075 osob, k 31. 12. 2007 to byli již 906 603 klienti penzijního připojištění. Příspěvek zaměstnavatele tak získává téměř ¼ z celkem připojištěných osob. Rostoucí tendenci vykazuje i průměrná výše příspěvku zaměstnavatele, která za poslední rok vzrostla na současných 515 Kč, a převyšuje tak úroveň vlastního průměrného příspěvku klienta. Výše uvedené skutečnosti potvrzují předpoklady penzijních fondů, že spolupráce se zaměstnavateli bude v nejbližší budoucnosti hlavním motorem poptávky po penzijním připojištění.

### Penzijní připojištění nadále daňově uznatelným nákladem

Příspěvek zaměstnavatele na penzijní připojištění je daňově uznatelným nákladem od roku 2000. Od ledna 2008 platí schválená daňová reforma. Díky ní zůstává penzijní připojištění i nadále daňově uznatelným nákladem. Vlivem reformy došlo ke sloučení limitu pro osvobození příspěvku zaměstnavatele na životní a penzijní připojištění zaměstnanců a jeho stanovení na pevnou částku ve výši 24 000 Kč/rok u jednoho zaměstnavatele.

### Produktové balíčky ziskávají u zaměstnavatelů na oblibě

Poskytovatelé penzí se v poslední době stále

častěji odklánějí od pouhé nabídky produktů směrem k poskytování komplexních služeb včetně poradenství a souvisejícího servisu. Mezi zaměstnavateli jsou navíc velmi oblíbené tzv. produktové balíčky obsahující několik produktů, často cenově zvýhodněných. V České pojišťovně byla také z tohoto důvodu v lednu letošního roku vytvořena obchodní jednotka Zaměstnanecké výhody, jejímž hlavním úkolem je propojit nabídky životního pojištění České pojišťovny a penzijního připojištění Penzijního fondu ČP pro zaměstnavatele a zaměstnance.

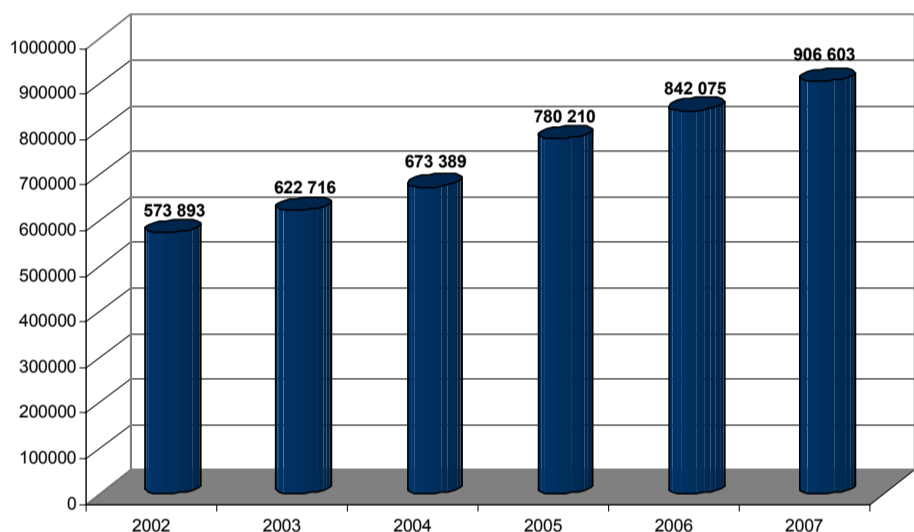
### Státní podpora zaměstnaneckých benefitů

Rozvoj zaměstnaneckých benefitů a rostoucí počet zaměstnavatelů zapojených v nabízených výhodách vedou k diskuzím nad využitím a zlepšením podmínek pro tuto formu péče o zaměstnance. Zejména produkty penzijního připojištění a životního pojištění, jež jsou nástroji

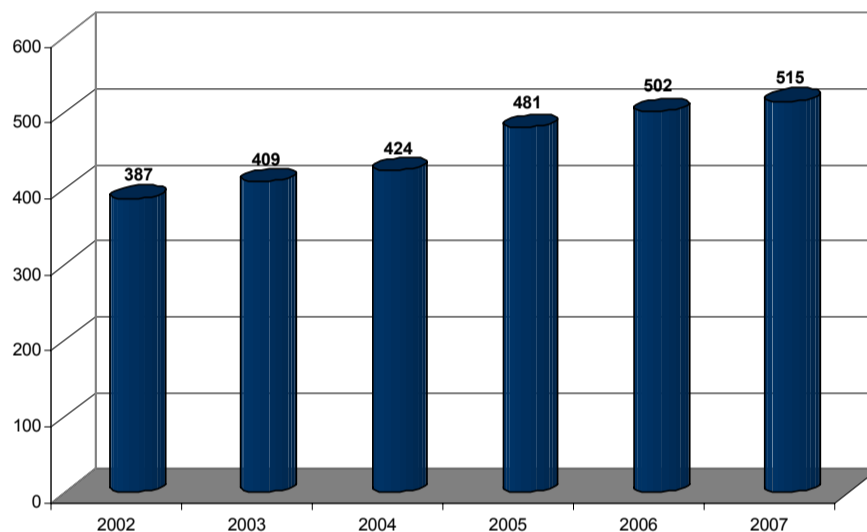
k vytváření dlouhodobých dobrovolných úspor, vykazují rostoucí míru důležitosti v souvislosti se stále akutnější potřebou důchodové reformy. Zaměstnanecký benefit ve formě příspěvku na penzijní připojištění totiž představuje jeden z nejjednodušších způsobů, jak motivovat ekonomicky aktivní občany k účasti v systému dobrovolného spoření na důchod. A zejména pro mladé klienty, kteří jsou pro penzijní fondy hlavním potenciálem budoucnosti, je příspěvek od zaměstnavatele primární motivací k tomu, aby zahájili spoření. Také proto je součástí navrhované reformy penzí vedle jiného i reforma trhu penzijních fondů. Aby penzijní fondy neztratily pro klienty na přitažlivosti, mělo by se jednat zejména o pravidelné valorizace státního příspěvku, otevření možnosti nabízet různé investiční profily či rozšíření daňových úlev.

**Tomáš Matoušek, generální ředitel Penzijního fondu České pojišťovny**

Počet klientů s příspěvkem zaměstnavatele (trh)



Průměrný příspěvek zaměstnavatele na trhu (v Kč)



## Fér podnikání je otevřena další z cest

**Od začátku dubna získali spotřebitelé nový způsob řešení svých právních sporů. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR a spotřebitelskými organizacemi odstartovalo pilotní projekt, který umožní úspěšně řešit spory mezi spotřebiteli a podnikateli mimosoudní cestou. Ministerstvo předpokládá, že pomocí mediace a arbitráže by se měly ročně vyřešit zhruba tři tisícovky sporů.**

Ve většině sporů, které dnes spotřebitelé vedou, se jedná o reklamační řízení. Pokud se spotřebitel a prodejce nedohodnou, může v současné době spotřebitelský spor vyřešit pouze soud. Tato cesta je však obvykle zdoluhavá a finančně nevýhodná. Náklady na soudní řízení totiž často přesahují hodnotu sporu, což obvykle spotřebitele odradí od toho, aby řešení hledal u obecného soudu. Rychlejší a levnější forma řešení drobných sporů, která je obvyklá ve většině evropských států, v České republice doposud chyběla.

„Nový systém využívá existující legislativu, a nebylo tedy nutné měnit zákony, ani zřizovat nové instituce. Předpokládáme, že mimosoudní řešení konkrétního sporu nebude trvat déle než dva měsíce, tedy výrazně méně, než je průměrná doba řízení u soudu. Přidanou hodnotou tohoto projektu tedy může být také snížení zátěže obecných soudů,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Martin Říman. „Systém nebude fungovat úplně zdarma, ale náklady budou výrazně nižší než u klasického soudního řízení. Což je důležitý motivační prvek pro obě strany sporu, zákazníka i podnikatele,“ doplnil ministr.

V první a druhé fázi nebude ani jedna ze stran sporu platit žádné poplatky. Pokud se spor dostane do třetí fáze, arbitráže, zaplatí navrhovatel poplatků rozhodčímu soudu ve výši 800 Kč. Podle předpokladů ministerstva do této fáze dospěje maximálně třetina sporů. I tak ale budou náklady na mimosoudní řešení sporu relativně nízké, protože se sníží náklady na zastupování a dojíždění, neboť řízení může proběhnout písemně. Zcela pak odpadnou náklady na odvolací řízení, protože o arbitráži rozhoduje rozhodčí soud pouze v jednom stupni.

„Dnešní stav, kdy mimosoudní řešení spotřebitelských sporů v podstatě neexistuje, zvýhodňuje nepoctivé podnikatele a podnikatele prodávající nekvalitní zboží či služby. Pokud se budou zákazníci moci dovolat se svých práv jednoduší a účinnou cestou, bude to ku prospěchu nejen jejich, ale také všech solidních podnikatelů. Proto považujeme tento projekt za velmi důležitý,“ uvedl prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek. „Zkušenosti ze zahraničí ukazují, že správně nastavený systém mimosoudního řešení sporů významně kultivuje podnikatelské prostředí,“ dodal.

Systém mimosoudního řešení spotřebitelských sporů je založen na dobrovolné účasti obou stran, a pokud dospěje až do fáze arbitráže, je plnou náhradou soudního řízení.

### Jednotlivé fáze mimosoudního řešení spotřebitelského sporu

#### Kontaktní místo – podání informací:

Hospodářská komora ČR a spotřebitelské organizace mají v celém procesu funkci

zprostředkovatele informací o alternativních možnostech, kterými může poškozený spor řešit, tedy prostřednictvím tzv. mediace nebo rozhodčího řízení. Spotřebitel, případně podnikatel, se bude moci obrátit na kontaktní místa Hospodářské komory ČR nebo spotřebitelských organizací, a to poštou, osobně do protokolu, elektronicky. K tomuto účelu bude sloužit formulář, v němž bude možno popsat svoji stížnost spolu s informací, zda preferuje mediaci, nebo rovnou arbitráž. Pracovník kontaktního místa doručí stížnost druhé straně, která bude mít 15 dnů na vyjádření.

#### Mediace – smírčí řízení:

Ve chvíli, kdy se obě strany shodnou na řešení sporu prostřednictvím tzv. mediace (je bezplatná), určí si nezávislého mediátora, který se obě strany bude snažit dovést k dohodě. Mediační dohoda bude sepsána do závazné smlouvy, která projevuje reálnou vůli stran a je právně vymahatelná.

#### Arbitráž – rozhodčí řízení:

V případě neúspěšné mediace může kterákoliv ze stran požádat o rozhodčí řízení, které se bude konat u Rozhodčího soudu při HK ČR a AK ČR. O rozhodčí řízení nakonec jedna nebo druhá strana může požádat již ve chvíli podání stížnosti a k jeho zahájení pak bude potřeba souhlasu obou zúčastněných stran. Řízení může proběhnout také elektronicky. Výsledkem řízení bude nález rozhodce, který je po uplynutí lhůty k plnění soudně vykonatelný – je tedy zajištěna rychlá vymahatelnost práva.

(tz)

#### ► pokračování ze str. 6

Česko-arabská podnikatelská rada má podporu Rady arabských velvyslanců v Praze a Všeobecné unie arabských obchodních komor, jakožto nejvyšších orgánů arabských obchodních komor, stejně tak jako i ministerstva průmyslu, ministerstva zahraničních věcí a zastupitelských úřadů ČR v arabských zemích. Vznik této nové instituce přivítal i doyen arabských velvyslanců v ČR princ Mansoor Al Saud, velvyslanec Království Saúdské Arábie. Jedním z hlavních důvodů ustavení Česko-arabské podnikatelské rady bylo i to, že její předchůdkyně, Česko-arabská obchodní komora (ČAOK), ztratila kredit a důvěru oficiálních arabských partnerů a nachází se v neutěšené situaci. To, že novou platformu vytvořily dvě největší podnikatelské organizace, je pro české členy a arabské partnery zárukou solidnosti a efektivit. Seznam všech zakládajících členů bude k dispozici na webových stránkách Hospodářské komory ČR ([www.komora.cz](http://www.komora.cz)) a Svazu průmyslu ČR ([www.spcr.cz](http://www.spcr.cz)).

#### Seznam zakládajících členů:

2N Telekomunikace, a.s., AZAS INVEST a.s., Arkov.cz, BLOCK a.s., CIRRUS CZ, a.s., ČSOB a.s., MZ Liberec, Eltodo a.s., FANS, a.s., GEMA ART GROUP a.s., Grund a.s., CHEIRÓN a.s., Chemoprojekt a.s., Lázně Luhačovice, a.s., Linet, spol. s r.o., NOVITEX Fashion a.s., OMNIPOL a.s., PROKOP INVEST, a.s., Sigmaintest, spol. s r.o., STROJEXPORT P.T.A s.r.o., Step Trutnov a.s., Strojimport a.s., SYBERA ENTERPRISES, s.r.o., Škodaexport a.s., UNIS spol. s r.o., Vítkovice a.s., Hospodářská komora ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR

(tz hk ČR)

# Rok 2007 byl pro české pivo rekordní, stejně tak byli úspěšní i naši sladaři

**Pomalou jsme si zvykli na to, že výstav piva v České republice i výroba sladu v posledních letech neustále rostou. Nejsou to již dvojciferná čísla jako před několika lety, ale pivovary a sladovny přesto produkují stále více. Je to dáno především rychle se rozvíjícím exportem, který především u piva výrazně napomáhá tomu, že řada pivovarů zvyšuje meziročně výrobu. Sladovněm pomáhá rostoucí poptávka ze strany českých pivovarů i zájem v zahraničí.**

České pivovary vyprodukovaly loni 19 897 330 hl piva, což je nejvyšší výstav v dosavadní historii. Ve srovnání s rokem 2006 bylo vyrobeno o 109 925 hl piva více, tedy o téměř 0,6 %. Nejvíce piva, 8 915 tisíc hl, vyprodukovaly pivovary Plzeňského Prazdroje, a. s., s pivovary v Plzni, Velkých Popovicích a Nošovicích, jejichž výstav tvoří 44,8 % celkové produkce pivovarů v České republice. Následují Pivovary Staropramen, a. s., s pivovary v Praze na Smíchově a v Ostravě s produkcí 3 207 440 hl, které tvoří 16,1 % českého výstavu piva, a třetí byl Budějovický Budvar, n. p., kde se uvařilo 1 253 048 hl piva, a podíl na produkci českého pivovarství činí 6,3 %. Následují pivovary Starobrno, a. s., s pivovary v Brně a Znojme, PMS Přerov s pivovary v Hanušovicích, Litovli a Přerově, DRINKS UNION, a. s., a Královský pivovar Krušovice, a. s.

## V cizině naše pivo chutná

Podobně i vývoz českého piva byl rekordní a činil 3 591 803 hl, což bylo ve srovnání s rokem 2006 o 56 103 hl více, tedy nárůst téměř o 1,6 %. Nejvíce českého piva exportovaly pivovary Plzeňského Prazdroje, dále Pivovary Staropramen a Budějovický Budvar. Až na malé výjimky všechny naše pivovary svou produkci exportují. Tradičně největší objemy Český chmel – archiv ČSPS putují do Německa, na Slovensko a do Velké Británie, ale výrazně vzrostl i export do Ruska nebo např. do Finska. Česká republika, která objemem exportu piva v roce 2004 předstihla USA, je v současnosti jeho devátým největším exportérem na světě a podle prognóz odborných pivovarských kruhů by měla v roce 2012 být již na sedmém místě.

Za velmi cenné lze považovat to, že i u nás přes výrazné změny v životním stylu pivo udrželo svou popularitu a společnost je obecně

vnímá jako velmi významný fenomén, který napomáhá image České republiky v zahraničí. Nejen pro svou historii, tradici, ale i trvale vysokou kvalitu. U vývozu považujeme za důležité, že se daří české pivo uplatňovat i v zemích dříve tomuto nápoji zaslíbených, kde však v posledních letech jeho spotřeba stagnuje, nebo dokonce klesá, jako je to např. v Německu či Velké Británii. V této souvislosti nelze než souhlasit s názory expertů, kteří považují za stále perspektivnější teritoria země především na východ od naší hranice.

## Nealko šplhá výš a výš

Positivně se na celkové produkci piva projevuje fenomén posledních let, kterým je pokračující „spanilá jízda“ spotřeby nealkoholického piva u nás. Pro mnoho řidičů, kteří zcela pochopitelně respektují přísnější zákony v oblasti silničního provozu, se nealkoholické pivo stalo logickou alternativou nápoje, který mají rádi. Za úspěchem nealkoholického piva stojí nejen rozšiřující se nabídka tohoto nápoje na trhu, ale i jeho nezpochybnitelná kvalita a její stálé zlepšování. V loňském roce se v 21 českém pivovaru, který nabízí 23 značky, vyrobilo rekordních 497 334 hl piva bez alkoholu a další pivovary se na jeho výrobu chystají. Jen dodejme, že meziroční nárůst produkce činí 169 000 hl neboli více než 51 %. Za posledních osm let se výroba nealkoholického piva více než zčtyřnásobila.

Relativně velmi konzervativní domácí trh piva zaznamenává přes určitou stagnaci v konzumaci některé změny. Především se zdá, že potenciál růstu se do určité míry vyčerpal u výčepních piv, i když jejich produkce představuje stále nejvyšší podíl, a to 57 % celkového výstavu. Postupně roste popularita ležáků, tedy „jedenáctek“ a „dvanáctek“, jejichž podíl stoupl za posled-

ních 7 let z 34 na 38 %. Segment ostatních piv, kam řadíme vedle speciálních piv i piva nealkoholická a některá další, již přesáhl 0,5 %. Rozhodující část produkce a spotřeby piva tvoří světlé pivo, přes 96,5 %, tmavá a polotmavá piva potom 3,4 % a zbytek jsou piva řezaná.

## Sudy ustupují

Postupně, již zmíněné, změny v životním stylu se ve svém důsledku projevují i v jevu, který je charakteristický pro vyspělé země.

Zatímco ještě v roce 2000 převažovaly ve výstavu celkem sudy jako nejčastější obal piva, v loňském roce již obalům dominovalo pivo stáčené do lahví s podílem 48,9 % a v sudech bylo distribuováno 44,3 %. Je to důsledkem rostoucího pocitu exportu, kde převažují lahve.

Trvale roste obliba piva v plechovkách. Pozice ostatních druhů používaných obalů, jako jsou cisterny, PET lahve nebo minisoudky, je slabší a nejmarkantněji se to projevuje právě u obalů z umělých hmot.

Obecně lze konstatovat, že české pivovarství má před sebou další období růstu především díky příležitostem, které nabízí export.

## Slad je nezaměnitelná komodita

Podobně jako naše pivovary i sladovny, obchodní i pivovarské, pokračovaly v růstu produkce a v loňském roce vyrobily 527 549 t sladu, což je nejvíce v historii. Ve srovnání s rokem 2006 je to o 6 255 t neboli o 1,2 % více. Ze 36 činných sladoven jsou největším producentem českého sladu obchodní sladovny sdružené ve společnosti Sladovny Soufflet ČR, a. s., se sladovny v Nymburce, Kroměříži, Hodonicích, Prostějově, Vrahovicích a Litovli, jejichž výroba činila 324 703 t, což je přes 61 % produkce všech sladoven v České republice. Následují sladovny v Plzni a Nošovicích patřící pod Prazdroj, a. s., které vyrobily 113 602 t sladu, což je přes 21 % objemu sladu vyrobeného v ČR, jsou nejvýznamnějšími pivovarskými sladovny u nás. Třetí jsou Českomoravské sladovny, a. s., které vyrobily 24 139 t sladu

a jejichž podíl na trhu dosahuje necelých 5 % české výroby sladu.

V této souvislosti si připomeňme názory odborníků, kteří tvrdí, že i přes nepříliš příznivé klimatické podmínky se podařilo z našeho sladovnického ječmene vyrobit velmi kvalitní slad. I když na světových trzích existuje velká konkurence, právě dosažená kvalita sladu je tím nejvýznamnějším faktorem, který ovlivňuje poptávku po této komoditě. Pochopitelně ruku v ruce s rostoucí poptávkou po českém pivu u nás i ve světě a se zájmem pivovarů v zahraničí. Sladovníci očekávají, že tento příznivý trend bude pokračovat i v dalších letech.

Bližší pohled na export sladu ukazuje, že v uplynulém roce bylo vyvezeno 224 746 t neboli 42,6 % celkové produkce sladu, který směřoval do více než 20 významných teritorií. Vývoz byl ve srovnání s rokem 2006 o necelých 36 000 t nižší, i tak je však dosažený výsledek třetí nejvyšší v historii. K důležitým importérům českého sladu patří tradičně Polsko, Rumunsko a také Německo. Největší nárůsty objemů českého sladu byly zaznamenány u exportu do Japonska a Velké Británie. Český slad putuje nejen do tradičních evropských destinací, ale i na Kubu, do Vietnamu, na Sri Lanku či do USA.

Také si připomeňme, že české sladovny vyrábějí z 98 % slad českého typu, zbytek tvoří slad mnichovský, diastatický, karamelový a barevný a dále je menší množství pšeničného sladu.

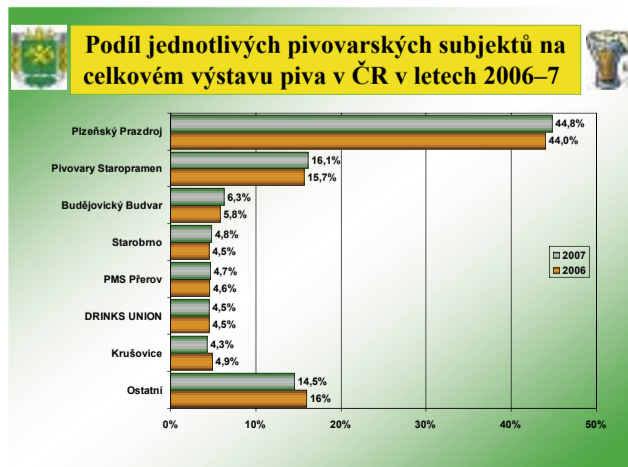
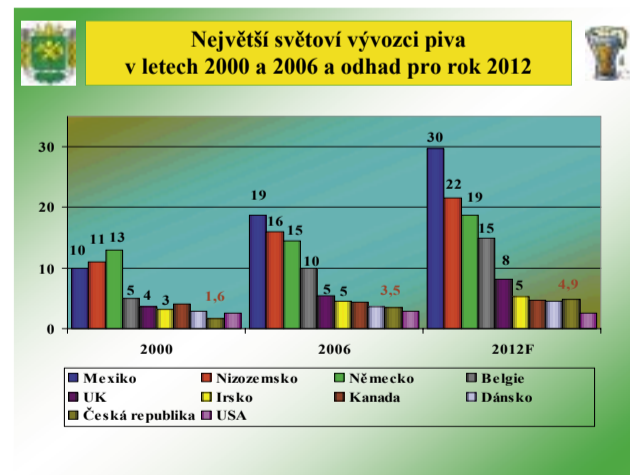
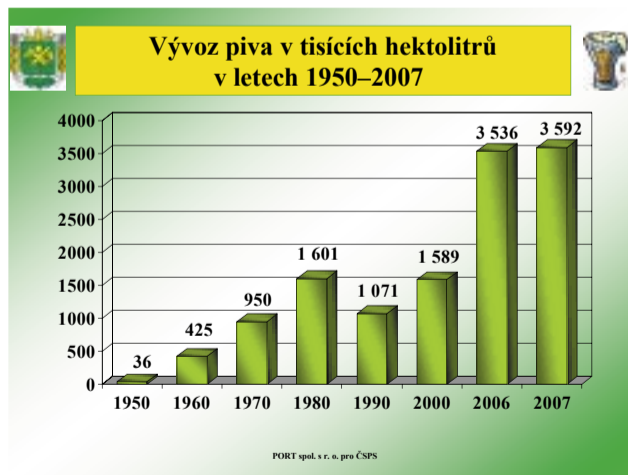
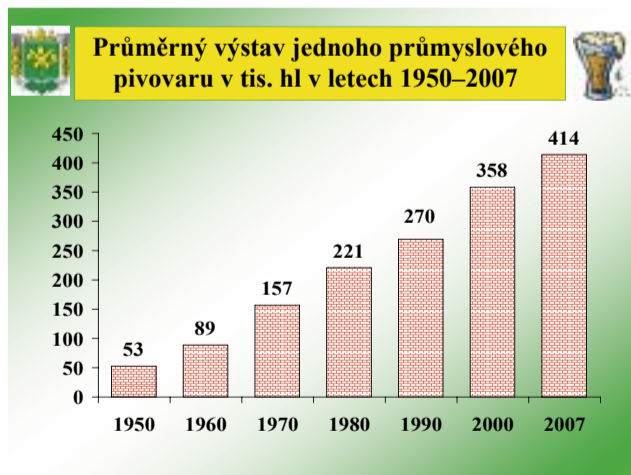
## Máme 400 značek

České pivovarství a sladařství zaznamenalo v posledních letech řadu velmi solidních výsledků. Nepochybujeme také o tom, že nabídka českého piva bude trvale pro spotřebitele atraktivní a české pivo bude chutnat doma i v zahraničí stále více. Vždyť nabídka přibližně 400 značek piv k dobrému napití jednoznačně inspiruje.

**další informace naleznete na internetových stránkách Českého svazu pivovarů a sladoven [www.cspas.cz](http://www.cspas.cz)**

Ing. Jan Veselý

Český svaz pivovarů a sladoven



# Firmám je nejvíce nakloněna

## Městská část Praha 9, komunikuje rychle

**Přesně a nejrychleji dokáže odpovědět občanům na jejich dotaz Městská část Praha 9. Ukázal to průzkum společnosti Factum Invenio, který proběhl začátkem dubna jako součást velkého porovnávacího žebříčku 206 obcí z rozšířenou působností a 22 správních obvodů Prahy s názvem MĚSTO PRO BYZNYS.**

Přestože zákon dává radnicím lhůtu na odpověď až 15 dní, úředníci z Prahy 9 dokázali poslat zpětnou reakci již 20 minut po odeslání e-mailu s dotazem týkajícího se zahájení podnikání. Pozitivní skutečností je, že během prvního dne zareagovaly na testovací otázky desítky radnic.

„Posouzení informační otevřenosti je jedním z 50 kritérií, podle kterých budeme společně s organizátory žebříčku MĚSTO PRO BYZNYS porovnávat obce v následujících měsících. Vedle fiktivního dotazování ještě radnice obešleme stručných dotazníkem a na názor se zeptáme také více než 11 tisíc podnikatelů v jednotlivých městech,“ uvedl ke vzniku průzkumu generální ředitel Factum Invenio Jan Herzmann. „Právě propojení tří typů průzkumu s daty nejen Českého statistického úřadu, ale i dalších institucí, dělá z tohoto projektu ojedinělou záležitost,“ dodala za vyhledavatele Eva Hanáková z týdeníku Ekonom.

Do porovnání jsou automaticky zařazeny všechny obce s rozšířenou působností v ČR (206 měst) a v rámci Prahy bude samostatně vyhodnoceno 22 pražských správních obvodů. Velký žebříček bude vedle podpory podnikání ze strany regionálních správ porovnávat také podnikatelské prostředí, situaci na pracovním trhu, atraktivitu lokality a cenové podmínky dané oblasti. Cenu týdeníku Ekonom NEJLEPŠÍ MĚSTO PRO BYZNYS získá vítězné město koncem října. Na projektu se organizačně podílí agentura Bison & Rose ve spolupráci s Hos-

podářskou komorou ČR. Partneři projektu jsou Stavby silnic a železnic a developerská společnost Lordship. „Skutečnost, že podnikatelé dostanou do ruky určitý návod, jak vstřícné či nepružné jsou konkrétní radnice, velmi vítáme. Je na čase si uvědomit, že regiony a obce významně dotvářejí podnikatelské prostředí a mohou chuť do podnikání značně ztrpčit nebo na druhou stranu jej i zpříjemnit,“ řekl viceprezident Hospodářské komory ČR a prezident HK hl. města Prahy Petr Kužel. Soutěž vznikla jako reakce na současnou potřebu monitorovat regionální iniciativu a ukázat, jak se místní správy podílí na zlepšení podnikatelského prostředí. „Nechceme jen sestavovat pouhé žebříčky, ale upozornit na vývoj jednotlivých lokalit a společně přispět k lepší podnikatelské náladě,“ doplnila Soňa Kotrbová, manažerka projektu z Bison & Rose. Potřeba lepšího poznání měst a obcí se stala také důvodem podpory ze strany partnerů žebříčku. „Chceme do budoucna mnohem více spolupracovat s jednotlivými městy a obcemi a zapojit je do našich menších projektů. V České republice dosud chyběla podobná akce pro municipality, která by vyhodnotila podmínky pro podnikání,“ komentoval partnerství generální ředitel firmy Stavby silnic a železnic Martin Borovka. Ředitel společnosti Lordship Estates Jonathan Jackson k tomu dodal: „Naše investiční projekty v regionech často odkládáme z důvodu nedostatečného rozvoje místních služeb a podnikatelských

možností obecně. I tak v regionech vidíme obrovské možnosti, proto jsme se stali partnerem kvalitního a nezávislého výzkumu.“

Podnikatelé i veřejnost najdou další informace o žebříčku a podmínkách podnikání na webových stránkách [www.mestoprobyznys.cz](http://www.mestoprobyznys.cz).

### Výsledky:

1. Městská část Praha 9
2. Karviná
3. Humpolec
4. Šlapanice
5. Lipník nad Bečvou
6. Padov
7. Jilemnice
8. Český Krumlov
9. Kraslice
10. Nový Bydžov

(tz)

### ► pokračování ze str. 1

**Jste spokojen s kvalitou potravin? Dočkáme se potravin s ještě lepšími vlastnostmi, po nichž bychom například netloustli?**

Všichni vědí, snad s výjimkou některých novinářů, že důležitá je především kvalita, a nikoli cena potravin. I náš rozhovor začal o cenách a ziskovosti v potravinářském průmyslu, nezačali jsme se nejprve bavit o kvalitě. Kdybychom věnovali tolik času jakosti potravin jako cenám, tak bychom dnes byli někde jinde. Chci zdůraznit, že všechny potraviny, které se prodávají na českém trhu, jsou zdravotně nezávadné. Většina potravin je kvalitní, ale orientace na co nejnižší cenu vede k používání náhražek. Kupříkladu některý „sýr“ ani neviděl mléko, obsahuje rost-

## Nová pošta pro obce

V dubnu spustila Česká pošta zcela novou službu - **Elektronickou úřední desku pro obce**. Každá obec má ze zákona povinnost vlastnit elektronickou úřední desku, na které musí uveřejňovat všechno, co má na úřední desce „papírové“. Ne každá obec má ale vlastní www stránky a ne každá se chystá je provozovat. Česká pošta právě pro ně vytvořila novinku v podobě zmíněné Elektronické úřední desky.

Akreditovaným správcem této vývěsky je [www.centralniadresa.cz](http://www.centralniadresa.cz). Samotnou elektronickou vývěsku pak lze najít přímo na [www.evo.centralniadresa.cz](http://www.evo.centralniadresa.cz).

Papírové dokumenty lze vyvést dvojím způsobem. Klient může Poště zaslat dokumenty rovnou a Pošta se postará o jejich zveřejnění, anebo si může prostor na Centrální adrese pronajmout a dokumenty si zpracovávat vlastními silami.

(tz)

## Klimatický balíček je krok špatným směrem, říkají podnikatelé

Na pracovním setkání v malostranském Pálffy Paláci v Praze se nedávno setkali zástupci zaměstnavatelských a podnikatelských organizací s poslanci Evropského parlamentu, Senátu PČR, Úřadu vlády, Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a CEBRE – České podnikatelské reprezentace při EU, aby diskutovali o lednovém návrhu energeticko-klimatického balíčku a připravovaném „zákonu“ o malých a středních podnicích (Small Business Act). Setkání se krátce zúčastnil i ministr průmyslu a obchodu Martin Říman a komisař pro podnikání a průmysl Günter Verheugen.

V rámci diskuze se většina přítomných shodla na tom, že v případě emisních povolenek a podílu obnovitelných zdrojů se Evropská komise vydala špatným směrem. Navrhovaná opatření mohou přinést pozitivní výsledky a u veřejnosti jsou přijímána dobře, nicméně nejsou založena na dostatečně propracovaných hodnoceních dopadu. Kdyby Evropská unie nespojovala průmysl omezení, mohl by se zaměřit na investice do inovací a nových technologií a dosáhl by ve střednědobém horizontu za nižší cenu podstatně lepších výsledků. Průmysl i energetické firmy si se všemi omezeními nakonec poradí, nejvíce na úpravu doplatí spotřebitel.

Poslanci EP přislíbili, že budou od Evropské komise vyžadovat důkladnou analýzu dopadů návrhu klimaticko-energetického balíčku. „Podpora poslanců EP je pro nás velmi důležitá. Opatření navrhovaná v energeticko-klimatickém balíčku Komise budou mít výrazné negativní dopady na český průmysl i ekonomiku této země. Evropská unie se vydala špatnou cestou. Systém emisních povolenek se neosvědčil, podvázá rozvoj celé Evropy. Nesmíme dovolit, aby se v zájmu nějakých ideologií přijímala takto drahá a neefektivní řešení,“ řekl prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslav Míl.

Zuzana Krejčířiková (ČEZ, a.s.) poukázala na

skutečnost, že Evropská komise začíná při přípravě legislativy často od konce – v případě celého balíčku, a tedy i například v případě separace a ukládání CO<sub>2</sub> (CCS), nemá dosud spočítané náklady a dopad, nejsou vyjasněny otázky financování, a přitom je již předložen návrh závazné právní úpravy.

Prezident Hospodářské komory ČR Jaromír Drábek zmínil provázanost obou diskutovaných témat, neboť cílem Small Business Act je zvýšit konkurenceschopnost evropských MSP a jedna z oblastí SBA se přímo environmentální výzvou z pohledu MSP zabývá. „Klimaticko-energetický balíček musí přistupovat k problematice energetické účinnosti tak, aby nezpůsobil zbytečnou zátěž pro evropské podniky, a zároveň nesnižoval jejich konkurenceschopnost ve světě,“ řekl J. Drábek.

Komisař Günter Verheugen podpořil podnikatele a zaměřil se na jejich postavení v globálním světě. Konkurenceschopnost Evropy je podle G. Verheugena možné dosáhnout jedině vysokou kvalitou. „Pokud nemůžeme být s našimi výrobky a službami levnější, musíme být kvalitnější. A právě to je výzva pro podnikatele k investicím do inovací,“ uvedl. Ministr průmyslu a obchodu Martin Říman zmínil často obtížnou pozici ČR na evropských jednáních, kdy není obtížné hájit vyhraněnou pozici, ale sehnat pro ni spolehlivé spojence mezi ostatními členskými státy.

Pozvání čelních představitelů zaměstnavatelských organizací – prezidenta Svazu průmyslu a dopravy Jaroslava Míla, předsedy Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR Jana Wiesnera a prezidenta Hospodářské komory ČR Jaromíra Drábka – na pracovní setkání přijali poslanci Evropského parlamentu Jana Bobošíková, Jan Březina, Oldřich Vlasák, Jan Zahradil a Vladimír Železný, místopředseda Výboru pro záležitosti EU Senátu PČR Miroslav Škaloud a náměstek místopředsedy vlády pro evropské záležitosti Marek Mora. (tz)

Nechte své peníze vydělávat!

Nyní úrok až 2,65 %

Spořicí účet pro podnikatele s výhodnějším úročením

Nenechte své volné peníze zahálet na běžném účtu. Využijte ČSOB Spořicí účet pro podnikatele, na kterém své peníze zhodnotíte a zároveň je budete mít kdykoli k dispozici. V ČSOB vám navrhne řešení, které zohlední potřeby vaší firmy a pomůže dalšímu rozvoji vašeho podnikání.

Zvýhodněná úroková sazba platí po dobu jednoho roku při založení spořicího účtu v českých korunách do 30. 5. 2008.



[www.csob.cz](http://www.csob.cz)

Infolinka 800 300 300

ČSOB Spořicí účet pro podnikatele

# Silný argument pro firemní klientelu

**Jste rozčilení? Musíte nechat opravit ještě dnes dveře? Hedáte kontakt na nejbližšího truhláře? Známi zrovna nemohou nikoho doporučit? Možná pomohou Zlaté stránky – stačí na internetu nebo ty v knižní podobě. Ten, kdo s nimi pracuje soustavně, by neváhal. V dnešní době totiž nemusíte nosit plnou hlavu jmen a telefonních čísel, ani mít vše, co je důležité, v diáři či mobilu. Úplně postačí vědět, kde hledat, je-li to potřeba. To by potvrdil ne jeden odborník na práci s informacemi, ale také Luboš Čipera, výkonný ředitel pro marketing, business development a vnější vztahy společnosti Mediatel, spol. s r.o., kterému jsem položila několik otázek vztahujících se k podnikání, ale zejména k novému produktu:**

**Mediatel daleko více než kdy jindy cílí na firemní klientelu. Čím je to dáno?**

Zlaté stránky byly vnímány pouze jako telefonní seznam, který užívají především domácnosti. Výzkumy ale prokazují, že značka Zlaté stránky v jakékoli své podobě (tedy tištěné či internetové) je využívána více než třemi miliony uživatelů měsíčně pro vyhledávání služeb, partnerů či kontaktů, což je velmi silný argument právě pro firemní klientelu. Prokazujeme, že investice do inzerce ve Zlatých stránkách má své místo v komunikačním mixu.

**Co všechno od vás dnes podnikatel, ať již živnostník či velká korporace, může získat? Čím jste partnersky zajímaví?**

Pro každý segment máme připraveny produkty, které nejlépe odpovídají jeho potřebám. Zaměřujeme se nyní vedle regionálních Zlatých stránek na specializované průvodce v různých oborech, jako je například stravování, ubytování či zdravotnictví. Potřeby komunikace a prezentace malých podnikatelů a živnostníků, kteří poskytují své služby na menším území, než je kraj, pokrývají nově vydávané Místní infostránky. Spolupracujeme na jejich přípravě s místními

samosprávami a podporujeme projektem Místní hrdina. Pro velké korporace připravujeme nabídku vždy na míru. Naši poradci ji se zákazníkem konzultují a navrhnou nejoptimálnější řešení.

**Nastartovali jste nový typ služeb – mobilní platformu. Co si pod tím můžeme představit? Jak a komu mobilní reklama pomůže především?**

Mobilní reklama je nové, velmi rychle se rozvíjející inzertní médium. Věříme, že tato oblast bude zažívat podobný boom, jako tomu bylo a je u internetu. Nabídka služeb jiných než hlasových stále roste a možnost přístupu k informacím nezávisle na tom, kde se pohybují, je velmi atraktivní. Dalším důvodem naší víry v mobilní inzerci je možnost velmi kvalitního zacílení reklamy na koncového uživatele. Zlaté stránky nabízí prezentaci na mobilech v rámci standardního inzertního balíku. Zákazník tedy uzavře jednu smlouvu a podle vybraného programu získá prezentaci v knize, na internetu i na mobilu.

**Tištěné Zlaté stránky jsou jedna strana mince – ta druhá je jednoznačně internet a právě zmíněná mobilní komunikace. Jaká je vaše**

**vize do budoucna – jak kombinovat tři druhy médií, aby efekt cílení byl dokonalý?**

Jak jsem již říkal, cílem Zlatých stránek je nabídnout najednou prezentaci ve všech médiích. To umožní na jedné straně naplnit naši vizi vůči uživatelům, která říká, že Zlaté stránky jsou přístupné „Kdykoli, Kdekoli a Jakkoli“, a na druhé straně dává inzerentům jistotu, že zasáhnou svou inzercí všechny uživatelské segmenty. Pro toho, kdo bude chtít cíleně komunikovat na specifický segment, nabídneme v jednotlivých médiích další samostatné produkty.

**Snažíte se vždy zaujmout – nejen vtipnou reklamou, ale specializovanými produkty. Budete některý z nich směřovat třeba na ženy?**

Příkladem může být nově zaváděný průvodce Zdravotnictví a Wellness, který bude součástí Zlatých stránek a bude obsahovat užitečné informace a kontakty ve vybraných oborech.

**Jaké oblasti podnikání jsou nyní nejvíce vnímavé vaší nabídce – ať jde „o knižní“ stránky či elektronické vyhledávání informací?**

Díky rozšíření Zlatých stránek do rychle se rozvíjejících médií je zájem o inzerci „širokoúhlý“, je tedy těžké jmenovat konkrétní obory. Naopak náš zvýšený zájem o určité obory je patrný z nově představovaných specializovaných průvodců.

**Mnoho firem se poučilo – z vysoce sofistikovaných produktů a služeb přecházejí na nej-**



Luboš Čipera, výkonný ředitel pro marketing, business development a vnější vztahy společnosti Mediatel, spol. s r.o.

**jednodušší, aby je okamžitě dokázal každý pochopit. Jak je tomu v Mediatelu?**

Strategie MEDIATELU je v této oblasti jednoznačná. Vzhledem k širokému rozsahu zákaznické základny musí být produkty velmi jednoduché a srozumitelné. Opouštíme dřívější těžko vysvětlitelné kombinace inzertních formátů a přicházíme s jasnou nabídkou. Tomu odpovídá i již zmiňovaný trojitý zásah při uzavření jedné smlouvy.

děkuji za odpovědi  
Eva Brixl

## Zvýšila se bezpečnost a komfort práce v ČSOB Leasing

**Společnost ORBIT oznámila úspěšné zakončení sedmiměsíčního projektu centralizace dat v ČSOB Leasing. Součástí projektu byla i migrace uživatelů na všech pobočkách v České republice. V současnosti již všichni zaměstnanci pracují s centrálně doručovanými aplikacemi a daty.**

„Centralizace dat i aplikací je pro nás cestou ke zvýšení flexibility a bezpečnosti IT při současném snížení nákladů na jeho provoz,“ řekl Tomáš Rosí, CIO ČSOB Leasing. „Navíc jsme všem firemním uživatelům zajistili spolehlivější chod aplikací. Zdánilivě protikladné požadavky se nám podařilo úspěšně skloubit díky řešení ORBITU.“

„Velmi nás těší, že můžeme ohlásit úspěšné završení projektu v tak významné finanční instituci, jakou je ČSOB Leasing,“ uvedl Martin Hudeček, ředitel společnosti ORBIT. „Vítězství ve výběrovém řízení a následná úspěšná realizace je oceněním naší vize „Dopřejte si jiný přístup“.“

Centralizované řešení, jehož základem jsou servery s technologií Citrix Presentation Server 4.5, přineslo společnosti ČSOB Leasing značnou úsporu nákladů vynakládaných doposud na údržbu koncových stanic. Výrazně totiž zpomaluje jejich morální stárnutí. Díky zjednodušení celého prostředí současně šetří

náklady na jeho správu. Mezi další přínosy patří zvýšení standardizace pracovišť a urychlení konsolidace databází a IT systémů v centrále společnosti.

Řešení rozšiřuje možnosti vzdáleného připojení uživatelů do systému, a tím výrazně zvyšuje jejich mobilitu a flexibilitu. S klíčovými aplikacemi lze pracovat on-line i mimo prostředí ČSOB Leasing za stejných podmínek jako v případě připojení skrze vnitro-firemní síť. Řízení vzdáleného přístupu zajišťuje řešení Citrix Access Gateway.

Centralizace rovněž vyřešila otázku vysokých nároků tiskových úloh na přenosovou kapacitu

firemní WAN sítě. Technologie ThinPrint .print Server Engine v kombinaci s tiskovými servery SEH výrazně snižuje zátěž na datových komunikačních linkách díky inteligentní kompresi přenášených dat.

Celková bezpečnost a stabilita centralizovaného prostředí je posílena dalšími nástroji. Řešení AppSense Management Suite zajišťuje dohled a kontrolu nad výkonem serverů, blokuje spuštění nepovolených aplikací a umožňuje nastavit samoopravné procesy. ORBIT GuardControl pak nepřetržitě monitoruje celý systém a upozorňuje na vznik případných poruch.

(tz)

V minulém vydání Prosperity jsme přinesli rozhovor o zajímavě pojatém projektu nové ekologické papírny, která vyrůstá v Zábřehu. Protože jde skutečně o ojedinělou stavbu, navíc doprovázenou řadou diskuzí, přinášíme pro ty, které informace zaujaly, další její fotografii s kontaktem na společnost WANEMI CZ.

**Kontakt:**  
WANEMI CZ a.s.  
Nemile 159  
789 01 Zábřeh  
www.wanemi.cz

# Linet investuje 400 milionů korun do výroby nemocničních lůžek

**Společnost Linet, přední světový výrobce nemocničních lůžek, odstartovala výstavbu nové výrobní haly v Želevcích u Slaného. Do expanze, která rozšíří kapacitu výroby ze stávajících 45 tisíc na 80 tisíc lůžek ročně, Linet investuje celkem 376 milionů korun. Zhruba dvě třetiny z této částky půjdou na nákup nových moderních technologií.**

Po důkladných analýzách se vedení firmy rozhodlo postavit novou výrobní halu v České republice. Tato varianta se ukázala jako nejefektivnější vzhledem k vysokým logistickým nákladům spojeným s přepravou objemných lůžek a také proto, že hlavními trhy Linetu jsou především tradiční členské státy Evropské unie.

„Linet masivně investuje do výzkumu a vývoje a sází na nejmodernější technologie. Je to tedy přesně ten typ společnosti, pro kterou má Česká republika ideální podnikatelské prostředí – spolehliví zaměstnanci, dobrá infrastruktura a velký potenciál pro výzkum a vývoj,“ uvedla Alexandra Rudyšarová, pověřená řízením agentury CzechInvest, s níž Linet na rozšíření produkce spolupracuje.

„Zvýšení výrobní kapacity umožní Linetu uspokojit zvyšující se poptávku po špičkových českých produktech zdravotnické techniky na světových trzích a zajistí plynulé plnění stále náročnějších objednávek. Obrat Linetu roste posledních pět let meziročně téměř o pětinu, od roku 2003/04 se zvedl celkem o 86 %. Vzhledem k tomu, že tento trend chceme udržet i v budoucnosti, jsou investice do rozšíření kapacit nezbytností,“ zdůvodnil ředitel Linetu Zbyněk Frolík právě probíhající investiční akci.

Nová výrobní hala, jejíž zkušební provoz by měl začít letos v listopadu, téměř zdvojnásobí dosavadní výrobní kapacitu. Produkce ale bude pokračovat i ve stávajících prostorách dokončených v roce 2003. Práce na nové hale odstartovaly na podzim 2007. V současné době probíhá schvalování stavebního povolení na zahájení samotné výstavby haly.

Celková zastavěná plocha nového závodu zasetého pod terén dosáhne 10 tisíc m<sup>2</sup>, a téměř se tak vyrovná stávající budově o rozměrech 14 500 m<sup>2</sup>. V současné době probíhá takzvaná dynamická simulace výrobních procesů do roku 2013, při které se zjišťuje, kolik nových strojů, lidí a plochy bude firma potřebovat.

„Agentura CzechInvest s Linetem spolupracovala už před pěti lety, kdy společnost zakládala technologické centrum. Tehdy Linet získal podporu z Rámcového programu na podporu technologických center a center strategických služeb, jehož cílem je pomáhat společnostem, které v České republice investují do výzkumu a vývoje,“

připomněla Alexandra Rudyšarová.

„Budeme investovat, vytvářet zisk a exportovat, naše výrobky mají vysokou přidanou hodnotu, proto žádáme o dotaci formou investiční pobídky. Ta by měla dosáhnout výše 40 % investované částky,“ vysvětlil Bořivoj Fix z controllingu Linetu.

„Nový závod se stal nezbytností pro udržení pozice Linetu na světových trzích. Masivní zahraniční expanze zejména prostřednictvím rozšiřující se sítě dceřiných společností Linetu a nárůst dalších odběratelů v nových obchodních teritoriích kladou stále větší nároky na plynulost a rychlost dodávek,“ konstatoval ředitel marketingu Tomáš Kolář. Export je přitom pro Linet životně důležitý, protože mimo Českou republiku směřuje 86 % produkce.

„Chceme dále zvyšovat podíl na našich tradičně silných trzích – v západní Evropě, na Středním východě a v Latinské Americe. Plánujeme také vstup na americký trh, zde se však počítá i s výrobou našich lůžek,“ dodal.

V ostrém provozu nové haly najde práci zhruba 60 nových zaměstnanců. „Řešíme problémy jako každá strojírenská firma. Jsem však přesvědčen, že kvalitní personální politikou dokážeme najít dostatek kvalitních zaměstnanců

a motivovat je,“ uvedl Tomáš Kolář. „Chceme se zaměřit i na efektivní využití stávajících pracovních sil, takže nárůst počtu zaměstnanců by se měl projevit hlavně v obchodních a technických profesích,“ doplnil ještě.

Zvýšení počtu pracovních sil a rozšíření výrobní plochy přinese i lepší zázemí pro zaměstnance Linetu. „Nová budova bude kompletně vybavena klimatizací, v projektu se počítá s rozšířením prostor pro závodní stavování a v samotné výrobní části zřídíme oddechové koutky pro pracovníky,“ vyjmenoval některé plánované inovace Jiří Kolář, personální ředitel Linetu.

(tz)

## Více o společnosti Linet

Linet je jedničkou na českém trhu a v oboru nemocničních lůžek patří mezi pět největších firem na světě. V obchodním roce 2006/07 exportoval 86 % produkce do 75 zemí světa. Největšími odběrateli jsou státy Evropské unie. Obrat společnosti se 460 zaměstnanci dosáhl v tomto obchodním roce celkem 1,66 miliardy korun, aktuální obchodní rok končí 31. 3. 2008 přinese pravděpodobně další zvýšení obratu. Ročně se v Linetu v Želevcích u Slaného vyrobí přes 33 tisíce lůžek, dále pak široký sortiment matrací, patientských stolků a zdravotnického nábytku.

více na [www.linet.cz](http://www.linet.cz)

## Zlínská univerzita otevírá vědeckotechnický park za čtvrt miliardy

**Superčisté laboratoře s prostředím odpovídajícím aseptickému operačnímu sálu i špičkově vybavené kanceláře nabízí od konce března inovativním podnikům Vědeckotechnický park Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Škola do jeho stavby investovala 225,8 milionu korun, více než polovinu prostředků získá zpět z evropského programu Prosperita. Ten je součástí Operačního programu Průmysl a podnikání. Park vznikl rekonstrukcí brownfieldu několik desítek let staré budovy, kterou Tomáš Baťa původně postavil jako internát pro své studenty. Samotné stavební práce přišly na 155 milionů korun.**

Slavnostního přestřižení pásky při otevření nového parku se zúčastnil ministr průmyslu a obchodu Martin Říman, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest Alexandra Rudyšarová, rektor Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně Ignác Hoza a prorektor UTB pro strategii a rozvoj a prezident mezinárodní společnosti Polymer Processing Society Petr Sába. Kromě Vědeckotechnického parku vzniká v rekonstruované budově i Centrum pro transfer technologií.

„Vědeckotechnický park nabídne 5600 m<sup>2</sup> kanceláří, laboratoří a specializovaných pracovišť, které budou využívat výzkumníci až dvou desítek soukromých podniků a samozřejmě i univerzity,“

vysvětlila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest, která má v České republice na starosti rozdělování příslušných dotací z Evropské unie. „Univerzita získala na založení vědeckotechnického parku od Evropské unie podporu z programu Prosperita, který pomáhá vytvářet zázemí pro inovativní podnikání. Do rozpočtu stavby parku Unie přispěla 142 milionů korun.“

„Prioritní jsou podniky zabývající se vývojem plastů, technologií jejich zpracování i vývojem výrobků pro konečné spotřebitele. Další prioritou je potravinářství. Oba tyto obory mají významné místo v průmyslu Zlínského kraje a ve výzkumu na univerzitě, a proto jsme si je vybrali,“ sdělil rektor Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně Ignác Hoza.

„Jakmile bude park plně obsazený, bude v něm podle našich odhadů pracovat kolem 100 lidí. Zatím se nám tu už zabydlují dvě firmy, s dalšími máme podepsané předběžné smlouvy,“ představila první úspěchy Jindřiška Ondráčková, ředitelka Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. „Otevření Vědeckotechnického parku předcházet výzkum mezi dvěma stovkami místních podniků, ve kterém jsme zjišťovali, co přesně by společnosti z regionu u nás mohly využít.“

pro více informací navštivte: [web.uni.utb.cz](http://web.uni.utb.cz)

(tz)

## Studenti pro nové automobily

**Západočeská univerzita v Plzni bude spolupracovat na vývoji nových vozů s jedním z největších automobilových výrojců v České republice společností MBtech Bohemia s.r.o. Ta je součástí koncernu DAIMLER AG a jeho Mbtech Group. Rámcovou dohodu o spolupráci v závěru března ve Vědeckotechnickém parku 6th River v Plzni podepsali představitelé Univerzity a české pobočky Mbtech. Studenti a pracovníci univerzity tak dostanou v rámci nového projektu MBtech Academy možnost podílet se na vývojových aktivitách jedné z nejvýznamnějších automobilových společností světa.**

„Zahraniční i domácí investoři na České republice oceňují především talentované odborníky, kteří jim přinášejí nové myšlenky a originální řešení. Bez toho by CzechInvest ostatně nemohl jen v minulém roce pro Českou republiku získat 28 center pro výzkum a vývoj,“ upozornila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „Jedním z cílů agentury CzechInvest je přispívat k silnějšímu propojení vzdělávacího systému s představami soukromých podniků. Tato smlouva je ideálním příkladem takového oboustranně výhodného spojení.“

„Společnost MBtech Bohemia s univerzitou spolupracuje už od května 2007. Teď bude naše kooperace oficiální. Studenti mnoha technických směrů univerzity tak budou mít možnost v průběhu svého hlavního studia získávat praktické znalosti přímo ve vývoji vozidel,“ vysvětlil proděkan pro spolupráci s praxí Fakulty strojní Západočeské univerzity v Plzni Jaromír Horák.

„Spolupráce se Západočeskou univerzitou v Plzni má dva dlouhodobé cíle – podporovat studenty technických oborů a současně je získávat pro spolupráci s naší společností,“ přiznal Hartmut Tresp, jednatel mateřské MB-technology GmbH.

Zázemí pro vznikající MBtech Academy poskytne Vědeckotechnický park 6th River. Studenti jak technických, tak netechnických fakult Západočeské univerzity dostanou možnost během studia vykonávat praxi u společnosti MBtech a psát své diplomové práce v rámci vývojových projektů společnosti. Díky spolupráci si budou moct zlepšit i své jazykové nebo komunikační a prezentační dovednosti. Šanci dostanou studenti bakalářských, magisterských i doktorských studijních programů.

(tz)

## Biomedica otevřela novou výrobu léčiv

**Společnost Biomedica, výrobce léčiv, potravinových doplňků a kosmetických přípravků, otevřela v březnu novou výrobu léčiv za 63 miliony korun. Biomedica prostřednictvím agentury CzechInvest úspěšně zažádala o dotaci z evropského programu INOVACE a na projekt získá 46 % z uvažovaných nákladů, což představuje téměř 24 miliony korun.**

Za použití nejnovějších technologií společnost Biomedica zmodernizovala budovu v Technologickém parku Hořátek, a to včetně výstavby vstupního vestibulu, a především nového skladu. Vytvořila tak zcela nový komplex výroby, skladování a expedice svých produktů.

„Nová technologie je pro naši společnost významným přínosem, protože umožňuje průběžnou analýzu výrobních procesů v reálném čase. Výrobní proces je tak trvale monitorován, což markantně zvýší kvalitu výroby a sníží náklady,“ řekl k přínosu projektu ředitel společnosti Biomedica Jaroslav Říha.

„Společnost Biomedica čerpá dotaci již na druhý projekt, který v rámci Operačního programu Průmysl a podnikání realizuje. Využitím evropských programů si může dovolit zavádět nejmodernější technologie, a zvyšovat tak svoji konkurenceschopnost ve vysoce tržním prostředí farmaceutického

průmyslu,“ dodala Alexandra Rudyšarová, pověřená řízením agentury CzechInvest.

Operační program Průmysl a podnikání podporoval rozvoj malých a středních podniků, rozvoj podnikatelského prostředí, podnikání v průmyslu a průmyslových službách, zvyšování konkurenceschopnosti české průmyslové produkce, výzkum a vývoj v průmyslu a zvyšování efektivnosti využití energie. Současným cílem je snaha o vyčerpání maximální částky, kterou mohou podnikatelé získat, jedná se zhruba o 10 miliard korun.

Společnost Biomedica v roce 2005 získala ze stejného operačního programu dotaci 5 milionů korun na výrobu bikarbonátových kartuší, konkrétně se jednalo o program ROZVOJ.

Společnost byla založena v roce 1991. Od počátku své existence vyrábí unikátní výrobky podle vlastních receptur. Většina výrobků, kterými jsou léčiva, potravinové doplňky a kosmetické přípravky, obsahuje rostlinné extrakty, silice či vitaminy. Společnost rozšířila svoji činnost také o obchodování se surovinami pro farmaceutický a kosmetický průmysl. Od roku 1997 rozvíjí své obchodní kontakty nejen v Evropě, ale i v Asii, Americe a Oceánii.

V roce 2007 přesáhl počet zaměstnanců společnosti 80 osob.

(tz)

# Dokud slovo kvalita nezevšední všem, je stále prostor pro naši práci

Zdá se vám, že některé výrazy bombardují váš slovník nadměrně? Jestli je mezi nimi slovo kvalita, pak jste možná již hodně nadčasově uvažujícími typy. Podle odborníků na kvalitu v těch nejrozmanitějších souvislostech se totiž tento výraz u nás užívá stále málo a rovněž praxe má co dohánět. Má-li nás slůvko kvalita posouvat k dokonalosti, ať ve firmách, či práci státní správy, v osobním životě, nebo v aktivitách souvisejících s politickou scénou, reprezentací naší země v zahraničí nebo při relaxaci nad záhonem růží a při sklizení jablek, musíme se stále učit k němu získávat vztah. Prostor pro osvětu je velký. Více však odborný pracovník Národního informačního střediska podpory kvality David Kubla:

Kolikrát za den vyslovíte nebo napíšete slovo kvalita? Asi se to dá těžko odhadnout. Nezevšednělo vám toto slovíčko?

Nikdy jsem to nepočítal... určitě nezevšednělo. Spíš mám někdy pocit, že bychom ho měli vyslovovat častěji a více nahlas, protože je stále spousta lidí a organizací, kterým slovo kvalita moc neříká. Dokud slovo kvalita nezevšední všem, je zde stále prostor pro naši práci.

Národní informační středisko podpory kvality funguje osmým rokem. Jak byste charakterizoval uplynulé období? Čeho se práce střediska týkala především?

Za dobu své existence Národní informační středisko podpory kvality urazilo velkou cestu především do povědomí veřejnosti, a to nejenom odborné. Právě zakotvení ve společnosti nám pomáhalo překonávat období, kdy jsme museli doslova bojovat o existenci. Aavšak stále není vyhráno. Podařilo se vytvořit informační základnu pro podnikatele a veřejnost na internetových stránkách www.npk.cz. Realizovat řadu aktivit k podpoře konkurenceschopnosti, např. v oblasti podpory certifikace, vydávání publikací, vypisování projektů podpory jakosti. Do historie vešlo každoroční vyhlášení Národní ceny kvality ČR a podpora dalších významných ocenění v oblasti kvality, realizace Programu Česká kvalita zaměřeného na podporu prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb. Naše středisko se výrazně podílí a prakticky zahájilo v ČR realizaci programů zvyšování kvality ve veřejné správě. Podařilo se podporovat akce celostátního významu z oblasti kvality, spolupráce s ČNI. Na tyto činnosti jsou úzce navázány PR aktivity, které tvoří také významnou část naší práce při informování o programech Národní politiky kvality.

Tým, který reprezentujete, je, jak jste připomenul, začleněn do projektu Národní politika kvality – jeho poslání je jasné, mnohokrát jsme o tom v Prosperitě informovali. Každý projekt se však vyvíjí, co nového budete řešit letos?

Národní politika kvality vstupuje do další etapy svého působení, změny reagují na vývoj nejen v České republice, ale i v Evropě. Letos byla Radou kvality ČR přijata nová strategie Národní politiky kvality na období let 2008–2013. Strategie staví na výsledcích analýzy z působení Národní politiky kvality v posledních letech a ze zkušeností s prosazováním myšlenek kvality. Cílem je spoluvytvářet v ČR prostředí, ve kterém

je kvalita trvalou součástí všech oblastí života u nás, nit vede cestou udržitelného rozvoje.

I v letoším roce budeme podporovat růst konkurenceschopnosti českých firem, podporovat aktivity vedoucí k zvyšování kvality práce organizací veřejného sektoru, podporovat a rozvíjet programy Národní ceny kvality ČR, program Česká kvalita, podporovat aktivity přispívající k trvale udržitelnému rozvoji kvality života v ČR a společenské odpovědnosti organizací, a tedy především naplňovat nově přijatou strategii NPK.

Přistoupili jste také k inovaci názvu – místo slova jakost se začalo používat slovo kvalita. Proč?

Ano je to tak, jde to ruku v ruce s trendem doby a hlavně změna vychází z doporučení ČNI. „Jakost“ bude nahrazena výrazem „kvalita“. V souvislosti s tímto bych rád upozornil na změnu některých zažitých názvů – nově tedy již Rada kvality ČR, Národní politika kvality nebo Národní cena kvality ČR.

Na webových stránkách uvádíte, že Národní informační středisko podpory kvality slouží

zdarma pro veřejnost. Mohl byste to upřesnit? Znamená to například, že bude-li zajímat manažerku, která je na mateřské dovolené, ale připravuje se na další kariérní postup, cokoliv, co souvisí s kvalitou, může si vyžádat konzultaci a přijít načerpat vědomostí?

Národní informační středisko podpory kvality (NIS-PK) plní mimo jiné funkci informačního centra pro veřejnost a tou je poskytnout kvalifikované informace. Na našich internetových stránkách najdou zájemci aktualizované informace z nejrůznějších oblastí kvality zpracované především formou databází. Přístup do těchto databází je bezplatný. Na stránkách najdete kontakty i přímo na pracovníky NIS-PK. Samozřejmě vám rádi poradíme nebo vám doporučíme ty správné odborníky.

A co živnostník, který má firmu s pěti zaměstnanci a rád by získal informace o tom, jak svou živnost dovést na špičku kvality a úspěchu – rovněž se na vás může obrátit a také nic neplatí?

Vědět, jak dovést svoji živnost na špičku kvality a úspěchu, tak bychom se sešli asi k rozhovoru na další téma... Nicméně existuje spousta nástrojů a programů, které tu cestu, kterou si musí podnikatel sám najít, mohou výrazně zpříjemnit. Jak již jsem řekl, informace jsou bezplatně přístupné všem. Máte možnost zde získat bezplatně publikace, nahlédnout do nabídky odborných akcí, zúčastnit se Konzultačního střediska statistických metod. Na internetových stránkách najdete Národní registr certifikovaných organizací, databázi Certifikačních a inspekčních orgánů, databázi Poradenských a vzdělávacích subjektů, Informace o Programu Česká kvalita,



David Kubla

tiskové zprávy NPK, informace o Národní Ceně kvality ČR, mnoho kontaktů, aktuální vydání Národního programu kvality atd.

Kvalita je v mnohém spjata s řízením kolektivů, lidí, procesů. Většina vysokých škol na tuto disciplínu pamatuje. Nechystáte se s některou navázat užší komunikací?

I v této oblasti spolupracujeme s vysokými školami, vždyť na vašich stránkách o tom čtenáři také již našli nejednu zmínku, každoročně pořádáme v říjnu a listopadu soutěž pro žáky základních, středních a vysokých škol „Poznej kvalitu – vyhráj kvalitu“. Publikace, na jejichž vydávání se podílejí vysokoškolští pedagogové, často slouží nejenom na vysokých školách jako podklady ke studiu. Vysoké školství má své reprezentanty i v Radě kvality ČR, je zde zastoupena Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, která mimochodem získala nejedno ocenění v programech Národní ceny kvality ČR.

za řadu zajímavých informací poděkovala  
Eva Brixl

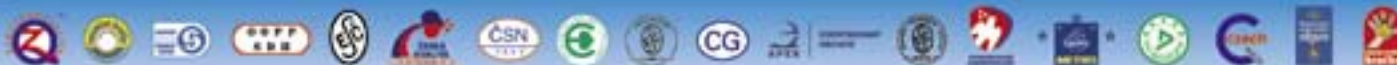


## Víte, jak se nespálit při výběru zboží a služeb?

Vybírejte produkty označené logem Programu Česká kvalita. Získáte jistotu, že:

- Výrobek (služba) je kvalitní
- Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna  
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.
- Kvalita je průběžně kontrolována  
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.
- Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou  
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.
- Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky  
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží řídicí výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, státních orgánů, Rady ČR pro jakost a České společnosti pro jakost.
- Více informací najdete na [www.ceskakvalita.cz](http://www.ceskakvalita.cz)

ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediální partneři >>>

24

Radiožurnál  
ČESKÝ ROZHLAS

Prosperita

EURO FIRMA

Podnikatel

Q



# Pro rok 2008 byly přijaty významné změny

## Národní cena kvality České republiky – již po čtrnácté

Národní cena kvality ČR (dále též Cena) vstupuje v roce 2008 do 14. roku své existence. Přinesla řadu pozitiv, ale i negativa. Bylo na místě zamyslet se, jak pokračovat dál. Rada kvality ČR proto uložila realizátorovi (Sdružení pro Cenu ČR za jakost) upravit zásady Ceny tak, aby byl respektován současný vývoj v oblasti kvality jak v podnikatelském, tak i veřejném sektoru v ČR. Základní informaci o novém přístupu k udělování Národní ceny uvádím v následujícím textu.

### 1995 – Vznik Ceny České republiky za jakost

K vytvoření programu Ceny České republiky za jakost v roce 1995 přispěla existence obdobných ocenění ve světě, především Národní ceny za kvalitu Malcolma Baldrige v USA a Evropské ceny za kvalitu. Především zkušenosti z USA, kdy účast v programu ceny přinesla špičkovým americkým firmám nebývalé ekonomické výsledky, se staly motivačním i odborným podkladem pro vznik české ceny.

Cena přišla v době, kdy české podniky byly více konfrontovány s konkurenčním prostředím nejen ve světě, ale i na domácím trhu. Program měl za cíl veřejně ocenit podniky, které systematicky zlepšovaly úroveň všech svých činností a dosahovaly tak výsledků, které by jim umožňovaly v tvrdém konkurenčním prostředí dosahovat vynikajících výsledků.

### 1997 – Harmonizace s Modelem excellence EFQM

V roce 1997 byl model české Ceny v plném rozsahu harmonizován s modelem Evropské ceny. Jako základní metody jsou využívány sebehodnocení a benchmarking. Proces sebehodnocení nabízí podniku příležitost poznávat silné stránky i oblasti pro zlepšování. Poznávat, co znamená užívání modelu ve firmě, a určovat, jak daleko na poli kvality všech svých činností firma došla, jak daleko v budoucnu musí dojít, a zároveň umožňuje srovnání s konkurencí. Benchmarking umožňuje porovnávat dosažené výsledky s výsledky nejlepších firem v oboru i mimo něj.

### 2001 – Usnesení vlády č. 806/2001 o Národní ceně ČR za jakost

V roce 2000 přijala vláda svým usnesením Národní politiku podpory jakosti a ustavila Radu ČR pro jakost (dále též Rada). O rok později, tedy v roce 2001, vláda svým usnesením č. 806 o Národní ceně České republiky za jakost jako součástí Národní politiky podpory jakosti vyslala veřejnosti jasný signál své podpory tomuto programu. Na základě tohoto usnesení se vyhláše- vatel programu stala Rada, organizátorem z pověření Rady Sdružení pro Cenu České republiky za jakost.

### 2006 – Vstup organizací veřejného sektoru

Celé jedenáctileté období existence Ceny je poznamenáno malým zájmem firem o získání tohoto ocenění. I když průzkumy, které provedlo SCJ spolu s ČVUT Praha, ukazují, že firmy si sice velice cení získání Ceny, a modelu EFQM jako významného nástroje zlepšování, ale ve

velké většině nepřekročily v oblasti péče o kvalitu svých produktů a činností hranice požadavků norem ISO 9000.

Principy řízení kvality dosud uplatňované v podnikatelském sektoru se časem začaly v ČR uplatňovat také ve veřejném sektoru.

Na zvýšenou potřebu sledovat a řídit kvalitu také v tomto sektoru reagovala Rada ČR pro jakost a rozhodla o změnách, které by umožnily v rámci programů Ceny oceňovat i organizace tohoto sektoru.

**Základní změnou bylo přijetí zásady, že Cena je udělována ve dvou sektorech, podnikatelském a veřejném.**

- Podnikatelský sektor – podle modelu EFQM
- Veřejný sektor – podle modelu CAF a modelu EFQM

### Národní cena kvality ČR – 2008

Cena bude nadále udělována ve dvou sektorech, podnikatelském a veřejném. Došlo ke změně názvu Ceny (název Národní cena ČR za jakost se mění na Národní cena kvality ČR) a ke změnám v oceňování organizací veřejného sektoru na základě dohody Rady kvality ČR a MVČR.

### Národní cena kvality ČR – veřejný sektor

Dohoda mezi Radou kvality ČR a Ministerstvem vnitra ČR

Tato dohoda představuje důležitý mezník ve vývoji programů Ceny. Sladuje programy Národní ceny kvality ČR s cenami MV za kvalitu ve veřejné správě (CMV)

### Bylo dohodnuto:

#### U modelu CAF:

**Model CAF je třístupňový, postupový**

První (bronzový) a druhý (stříbrný) stupeň CAF (u organizací řízených ministerstvem vnitra) bude realizovat ministerstvo vnitra.

Organizace, které získají stříbrný stupeň (40 a více bodů), se mohou v následujícím roce přihlásit do programu Národní ceny kvality ČR v modelu CAF.

### Model CAF – START

Je určen pro organizace veřejného sektoru, které nejsou řízeny ministerstvem vnitra, ale mají zájem se o Cenu ucházet. Jeho podmínky jsou plně sladěny s podmínkami Ceny za kvalitu Ministerstva vnitra ČR.

Model je určen pro začínající a pokročilejší organizace. Je rovněž postupový.

#### Stupně ocenění:

- První (bronzový) stupeň – získá organizace, která dosáhla hodnocení 25–39 bodů
- Druhý (stříbrný) stupeň – získá organizace, která dosáhla hodnocení 40 a více bodů
- Organizace, které získají stříbrný stupeň (40 a více bodů) se mohou v následujícím roce přihlásit do programu Národní ceny v modelu CAF.

### Model Ceny klasický (podle Modelu excellence EFQM)

Model EFQM je vyřazen z metod, za které lze získat ocenění MVČR. Toto ocenění je udělováno Radou kvality ČR jako Národní cena kvality ČR ve veřejném sektoru.

#### Stupně ocenění:

- Oceněný finalista – organizace dosáhla více jak 50 bodů
- Vítěz Ceny – nejlepší z oceněných finalistů.



Ing. Pavel Ryšánek, vedoucí Národního informačního střediska podpory kvality

Dosáhnou-li dva nebo více uchazečů stejného bodového hodnocení v dané kategorii, mohou cenu získat všichni tito uchazeči.

### Platí:

**Nejvyšším oceněním v modelu CAF je Národní cena kvality ČR (zlatý stupeň z pohledu CMV)**

### Národní cena kvality ČR – podnikatelský sektor

Zavádí se hodnocení podle modelu EFQM ve dvou dílčích modelech.

### Start model

Tento model je určen pro začínající, především malé a střední organizace, které projeví zájem o práci s modelem excellence EFQM. Nemají ani dosti prostředků, ani dosti zkušeností k tomu, aby začaly model uplatňovat a vypracovaly podle něj samostatně sebehodnotící zprávu.

Vypracování sebehodnotící zprávy s použitím START MODELU znamená v tomto případě odpověď na soubor strukturovaných otázek, které pokrývají celý model EFQM. Hodnocení se provádí metodou RADAR.

### Stupně ocenění

- První stupeň – získá organizace, která dosáhla hodnocení 200–300 bodů.
- Druhý stupeň – získá organizace, která dosáhla hodnocení více jak 300 bodů.

### Model Ceny (klasický – dle Modelu excellence EFQM)

Devítikriteriální model, každé kritérium je doplněno řadou subkritérií. Subkritéria vyvolávají řadu otázek, které by se měly v průběhu hodnocení vzít v úvahu. Systém hodnocení se nemění.

Organizace účastníci se programu Ceny a používající tento model mohou získat jedno z následujících ocenění:

- První stupeň – získá organizace, která dosáhla hodnocení 200–300 bodů.
- Druhý stupeň – získá organizace, která dosáhla hodnocení 3012–400 bodů.
- Třetí stupeň – Oceněný finalista – získá organizace, která dosáhla více jak 400 bodů.
- Čtvrtý stupeň – Ocenění „Vítěz Ceny“ získá nejlepší z finalistů. Dosáhnou-li 2 nebo více uchazečů stejného bodového hodnocení v dané kategorii, mohou Cenu získat všichni tito uchazeči.

**Cena je udělována ve 2 kategoriích, do 250 a nad 250 zaměstnanců.**

### Společné zásady

- Do soutěží o modely START se organizace mohou přihlašovat průběžně během celého roku, o udělení ocenění se dohodne SCJ s žadatelem.
- Pro modely klasické (dle Modelu excellence EFQM) platí jednorozhodný cyklus udělování Ceny, podání přihlášky do 15. 2., udělení ocenění vítězům v listopadu v rámci „Měsíce kvality“.

### Postupy hodnocení:

Posuzuje se sebehodnotící zpráva a následuje vždy hodnocení na místě.

### Postup:

- Sebehodnotící zpráva (žadatel)
- Posouzení zprávy (skupina hodnotitelů SCJ)
- Informace pro žadatele (hodnotitelé)
- Hodnocení na místě (hodnotitelé)
- Rozhodnutí o ocenění (JURY jmenovaná Radou kvality ČR)

### Předpokládané přínosy nového postupu

- Větší zainteresovanost organizací veřejného sektoru
- Získání nezávislého posudku od zkušených hodnotitelů (zpětná zpráva)
- Větší spravedlnost – důraz na hodnocení na místě
- Organizace, která se rozhodne s modelem Excellence EFQM nebo modelem CAF pracovat, vypracuje „počáteční“ sebehodnotící zprávu, získá informaci o svých silných stránkách a oblastech pro zlepšování. Realizací zlepšovacích opatření a následným hodnocením jejich přínosů „vylepšuje“ průběžně svoji sebehodnotící zprávu a nemusí zpracovávat zprávu novou. Tímto postupem (trvalým zlepšováním) může dosáhnout až na mety nejvyšší
- Větší motivace firem – i za mírný pokrok lze získat ocenění
- Zviditelnění na trhu (slavnostní předávání ocenění představiteli státu)
- Možnost srovnávání s konkurencí (benchmarking)
- Zlepšené ekonomické výsledky organizací (podnikatelský sektor)
- Zlepšení služeb občanům (veřejný sektor)

### Větší zájem o nová pravidla

Rada ČR pro jakost předpokládá zvýšený zájem jak podnikatelské veřejnosti, tak i organizací veřejného sektoru o takto nově koncipovaná pravidla udělování Ceny. 14. ročník Ceny vyhlásil předseda Rady ČR pro jakost RNDr. Ing. Szurman na slavnostním večeru ve Španělském sále Pražského hradu 12. listopadu 2007.

Ing. Pavel Ryšánek, vedoucí Národního informačního střediska podpory kvality



# Na webu nový e-learningový kurz

**Podrobný návod na to, jak posílit šanci na úspěch v tendrech vypisovaných Světovou bankou, nabízí nově webové stránky Exportní akademie agentury CzechTrade. Od minulého týdne zde funguje nový vzdělávací e-learningový kurz s názvem „Jak vypracovat nabídku pro projekt financovaný Světovou bankou“ (v angličtině „How to Make a Bid for the World Bank Project“). Cílem tohoto produktu realizovaného pod hlavičkou Exportní akademie CzechTrade je seznámit české firmy s typy projektů Světové banky a dát zájemcům základní představu o tom, co je nutné udělat pro vypracování konkurenceschopné nabídky.**

„K realizaci kurzu, který je ojedinělý i v rámci celosvětové sítě zástupců Světové banky, mě inspirovali sami exportéři,“ uvádí autor kurzu Tomáš Rousek, který plní v CzechTrade roli styčného důstojníka mezi českým podnikatelským sektorem a Světovou bankou. „Ukázalo se totiž, že pro projektové manažery a potenciální vedoucí nabídkových týmů v podstatě neexistuje žádná jednoduchá přehledná pomůcka, která by jim pomohla zorientovat se v problematice,“ vysvětlil T. Rousek. „A protože nabídkové do-

kumentace jsou vesměs v angličtině, rozhodli jsme se připravit také e-learningový kurz v tomto jazyce. Tak si budou moci exportéři osvojit i příslušnou terminologii,“ dodal.

Produkt je určen také těm podnikatelům, kteří dosud s velkými mezinárodními tendry zkušenosti neměli. Předpokladem je alespoň základní znalost problematiky výběrových řízení v ČR, exportní potenciál a podnikání v jednom ze dvou typů do-



dávek pro Světovou banku – dodávky zboží či poskytování konzultačních činností.

Grafické ztvárnění kurzu je výsledkem práce studia Kontis. Kurz je rozdělen do sedmi lekcí, kterými provádí účastníky animovaná postavička zkušeného exportéra Johnnyho Smarta. Absolvování lekce trvá přibližně 10 minut, přičemž lekce se dá zastavit a její pasáž se může zopakovat.

Kurz vznikl v agentuře CzechTrade v rámci projektu OPPP – rozvoj služeb zástupce pro Světovou banku (PSLO), který je spolufinancován Evropským fondem pro regionální rozvoj a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR.

**kurz najdete na [www.exportniakademie.cz](http://www.exportniakademie.cz)**

(tz)

## Exportní veletrh CzechTrade letos přinesl několik novinek

V březnu připravila agentura CzechTrade pod hlavičkou Exportní akademie pro své klienty další ročník Exportního veletrhu. Příležitost poradit se o svých exportních záměrech s řediteli 31 zahraniční kanceláře CzechTrade využilo celkem 213 firem na téměř tisícovce konzultací. Letošní novinkou byla skutečnost, že po prvních dvou dnech, kdy akce probíhala v pražském hotelu Pyramida, dostali podnikatelé možnost setkat se s odborníky CzechTrade také v Brně v rámci 34. mezinárodního potravinářského veletrhu Salima. Největší zájem projeví o využití služeb zahraničních kanceláří CzechTrade ve východní Evropě, Rusku a Číně.

Účastníci si pochvalovali skvělou organizaci akce, která má podle nich rok co rok stoupající tendenci. Velmi kladně hodnotili také fundovanost přítomných ředitelů zahraničních kanceláří. Přípomínky byly zaznamenány snad jen k občasnému „sklouznutí“ termínu konzultace.



Premiérově získali manažeři možnost informovat se o nové službě CzechTrade „Design pro Export“, která má firmám pomoci zvýšit díky investicím do průmyslového designu jejich

konkurenceschopnost na světových trzích. Dvě třetiny účastníků uvedly, že mají do budoucna o tuto službu zájem.

(tz ct)

## Do Etiopie a Jižního Súdánu

V oblasti subsaharské Afriky má naše republika tradičně velmi silné vazby. O tom, že mají čeští podnikatelé co nabídnout tomuto regionu také dnes, svědčí účast v belgicko-česko-řecké obchodní misi do Etiopie a Jižního Súdánu, která vznikla za spolupráce tří zástupců Světové banky pro privátní sektor (PSLO) v těchto zemích. Za českou stranu ji koordinoval Tomáš



Rousek, styčný důstojník pro projekty Světové banky z agentury CzechTrade. Podle jeho slov bylo hlavním úkolem mise, do které se zapojili celkem 54 účastníci (z toho 9 českých), navázat obchodní kontakty v Etiopii a Jižním Súdánu. „Chtěli jsme zájemcům ulehčit vstup na náročný subsaharský trh zprostředkováním kontaktů na nejvyšší úrovni pomocí sítě PSLO a poboček Světové banky v Addis Abebě a Jubě. Akce byla také podporována Evropskou centrálou Světové banky v Paříži, Ministerstvem zahraničních věcí Etiopie a ambasádami Belgie, Řecka a ČR v Etiopii,“ dodal T. Rousek.

Obchodní ředitel firmy Kopus Kolín, Jiří Vavrouch, misi zhodnotil slovy: „Do Etiopie jsme odjžděli s rámcovou představou o potenciálu trhu sub-saharské Afriky a vracíme se s plány na konkrétní spolupráci s konkrétními subjekty v zemi. Tak si představujeme správný výstup z obchodní cesty, která má umožnit firmám vstup na zahraniční trh.“ Další ze zúčastněných firem, Ingea, získala například konkrétní představy o možnostech vypracování studií proveditelnosti pro etiopský a súdánský trh.

Program mise zahrnoval spoustu jednání na



nejvyšší úrovni, mimo jiné s ministry energetiky, hornictví či turistiky a národního dědictví. Nejvíce však na účastníky zapůsobilo dvouhodinové diskuzní fórum s premiérem Etiopie Melesem Zenawim, které se stalo 7. března také stěžejním tématem hlavní večerní zpravodajské relace etiopské televize. Prezentace pro Evropskou komisi EU v Etiopii byla uspořádána speciálně pod záštitou CzechTrade.

(tz)

### Kontakt: CzechTrade

Česká agentura na podporu obchodu

Dittrichova 21, 128 01 Praha 28

Tel.: 224 907 500, Fax: 224 907 503

E-mail: [info@czechtrade.cz](mailto:info@czechtrade.cz)

[www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)



FYZIKÁLNÍ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

[www.euroservis.cz](http://www.euroservis.cz)

### SEMINÁŘE 1. POLOLETÍ 2008

Datum	Název semináře
4/24/08	KOD 08 Práce s textem AJ, Fondy EU - 1.skupina
4/24/08	TS MPO - Španělsko a Portugalsko ( i ZK)
4/28/08	KOD 08 - práce v Sinpro - 1. a 2. skupina
4/29/08	KOD 08 - práce v Sinpro - 3. a 4. skupina
4/30/08	KOD 08 Minimum o EU (Doporučený modul)
04-05.2008	Praha - Specifika podnikání na Ukrajině ( i ZK, bude potvrzeno)
5/5/08	KOD 08 - Techniky řešení problému (Doporučený modul)
5/6/08	KOD 08 - Řízení změny (Doporučený modul)
5/7/08	KOD 08 - Transakční analýza (Doporučený modul)
5/12/08	KOD 08 - Řešení krizových situací (Doporučený modul)
5/13/08	KOD 08 - Presentation skills (Doporučený modul)
5/14/08	KOD 08 Rétorika 1.skupina (Doporučený modul)
5/15/08	KOD 08 Rétorika 2.skupina (Doporučený modul)
5/15/08	EK Praha - Jak úspěšně exportovat do Turecka, severní Afriky a na Blízký východ
5/15/08	TS MPO - Bělorusko
5/21/08	Praha - Mezinárodní doprava
5/27/08	Praha - seminář ve spolupráci s AOP (Asociace obranného průmyslu) - možnosti exportu
5/28/08	Praha - Zákony o výběrových řízeních v zemích EU
5/29/08	TS MPO - Polsko ( i ZK)
6/3/08	Praha - Brand Management
6/4/08	Praha - Factoring a forfeiting - metody financování zahraničního obchodu
5.6.2008	Praha - Specifika podnikání na Ukrajině ( i ZK)

#### Vysvětlivky:

KME	Pražské semináře Kurz minimum exportéra v regionech ČR
KOD	Kurz obchodní diplomacie pro OEU
EK	Exportní konference s účastí odboru Exportní Akademie
TS	Teritoriální seminář

### Servis CzechTrade

Referenční číslo:	Země určení:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	E-mail:	Popis poptávky
POCZ200852501	Belgie	23. 03. 2008	22. 06. 2008	<a href="mailto:Alexandr.Sagatovsky@ambelgium.be">Alexandr.Sagatovsky@ambelgium.be</a>	Firma má zájem o spolupráci s výrobcem magnetických hlav. →
POCZ200852520	Pákistán	23. 03. 2008	22. 06. 2008	<a href="mailto:tanvir@allawasaya.com">tanvir@allawasaya.com</a>	Firma má zájem o jedlé oleje a semena, dále o textilní stroje. →
POCZ200852521	Pákistán	23. 03. 2008	22. 06. 2008	<a href="mailto:apta5@hotmail.com">apta5@hotmail.com</a>	Firma má zájem o elektrotechnické výrobky, sklo, elektroniku, parfémy, kosmetiku, oděvy a kameninu. →
POCZ200852524	Pákistán	23. 03. 2008	22. 06. 2008	<a href="mailto:asadwahid@pakchery.com">asadwahid@pakchery.com</a>	Firma má zájem o náhradní automobilové součástky a autodíly. →
POCZ200852530	Izrael	24. 03. 2008	23. 06. 2008	<a href="mailto:admir@netvision.net.il">admir@netvision.net.il</a>	Firma Admir Technologies je dovozcem a dodavatelem široké škály geosyntetických produktů pro geotechnická řešení v různých aplikacích stavebního inženýrství. →

### Další poptávky na [www.premium.prosperita.info](http://www.premium.prosperita.info)

**HLEDEJ**

# Značka AB se před pár lety excelentně vrátila na náš trh



Neznám člověka, který by nepoužíval kosmetické přípravky. Na trhu je značné množství nejrůznějších značek – od světově proslulých až po domácí tradiční, které užívaly už naše babičky, až po ty úplně nové, které zkouší chytit další příležitost za pačesy. Značkou, která se nedávno excelentně vrátila na náš trh, je značka AB. Českému zákazníkovi se představila v širokém spektru možností, univerzální i jako hodně specializovaná, pro ženy, muže i děti. S novými recepturami, ve vynikající kvalitě, s báječnými vlastnostmi. Zatím bez televizní reklamy, se střídáním marketingem. Rozvážně a jistě kráčí naproti tomu, co je pro spotřebitele užitečné. Více však již Pavel Král, jednatel společnosti AB Cosmetics s.r.o.:

**Jak byste rekapituloval rok 2007 z pohledu uplatnění značky AB na českém trhu?**

Značka AB a vůbec celá naše firma prošla v roce 2007 poměrně náročným stabilizačním procesem a v tomto procesu stabilizace a dnes už i rozvoje na trhu budeme pokračovat i v roce letošním.

Z pohledu ředitele společnosti mohou říci, že cíle, které byly pro rok 2007 vytyčeny, byly také splněny. Tím pádem považují rok 2007 za velmi úspěšný.

**Svým způsobem jste navazoval na vaši předchůdkyni – ona před pár lety pohnula vzpomínkami na uvedená dvě začáteční písmenka abecedy v konkurenčním prostředí kosmetických výrobců a dovozců u nás. Není však složité zahájit, ale pokračovat... Co jste udělal jako první, když jste vzal na sebe zodpovědnost za uplatnění AB Kosmetiky v České republice?**

Souhlasím s vámi, moje předchůdkyně skutečně pohnula vzpomínkami na písmenka AB a odvedla velmi dobrou práci, mým úkolem bylo na její práci navázat a společnost dále rozvíjet.

Moje první kroky po nástupu do vedení společnosti se dají rozdělit do tří fází. První krok spadá do oblasti personalistiky, musel jsem si vytvořit v krátké době kolem sebe v podstatě

nový tým lidí, který by byl schopen pokračovat v nastoleném trendu a dále rozvíjet značku AB. Tento důležitý krok se nám podařilo zvládnout v poměrně krátké době, tým máme velmi kvalitní a práci tohoto týmu lidí hodnotím velmi vysoko.

Druhým krokem bylo nalezení správných prodejních a distribučních kanálů, což v praxi znamenalo najít ty neoptimálnější cesty, jak naše zboží nabídnout konečným spotřebitelům. Třetím krokem bylo, a stále je, prodávat a nabízet spotřebitelům ty výrobky, o které mají skutečně zájem.

**S jakými obchodními zkušenostmi jste vstupoval do tak složitého boje?**

Do vedení společnosti AB Cosmetics s.r.o. jsem nastoupil po 15 letech praxe v oblasti FMCG a se zkušenostmi s prací u takových společností, jako jsou SCA Hygiene Products, Moulinex – Krups a Timex CZ. U všech těchto společností jsem měl možnost prakticky poznat a seznámit se s komplexní problematikou obchodu nejenom v ČR ale i v několika evropských zemích. Při svém nástupu do společnosti AB Cosmetics s.r.o., jsem tedy velmi dobře věděl, na jakém trhu a v jakých podmínkách se společnost nachází a jaké jsou její reálné možnosti uplatnění a rozvoje.



- nový sortiment
- nové – atraktivní obaly
- vysoká kvalita našich výrobků.

Tyto tři stěžejní prvky, společně s maximální orientací na koncového zákazníka, jsou našim pevným základem pro další upevnění pozice značky na trhu, pro růst její oblíbenosti.

**A jaké jsou tedy reakce na stále se rozšiřující sortiment a pěkné obaly?**

Tak, jak jsem již naznačil, naše společnost uvedla v loňském roce na trh několik desítek nových výrobků a mezi nejuspěšnější uvedené řady patří pánská řada AB For Men, dále řada výrobků spadající do sortimentu intimní hygieny – AB Intim Care a také naše poslední novinka v oblasti pleťové kosmetiky, řada AB Myoliift.

Všechny tyto novinky vnímá náš koncový zákazník jako potřebné, kupuje je, a nejen proto, že se přesvědčil o jejich vysoké kvalitě, nebo proto, že ho nadchly atraktivní obaly. Jsou totiž i za velmi přijatelné ceny.

**Co je před vámi v roce 2008 jako největší výzva?**

Vaším čtenářům to řeknu velmi rád – největší výzvou je pro naši společnost a rok 2008 spokojený zákazník. Zní to možná až příliš prostě. Věřte však, že i za takovou jedinou větou bude i přes dosažené úspěchy ještě hodně práce. Budeme ji však dělat s chutí a plným nasazením. Rovněž s přáním, aby kosmetika AB přinášela zákazníkům hodně užítka a potěšení.

připravila Eva Brixí ⇨

**Úklidové služby**



Díky statisícům ověřených kontaktů najdete na [www.zlatestranky.cz](http://www.zlatestranky.cz) okamžité řešení všeho, co právě potřebujete. Stačí jeden klik a můžete si vybírat.

**Zlaté stránky si teď můžete prohlížet i ve Vašem mobilu.**

**Stačí zaslat SMS s textem ZS na číslo 724 12 22 12.**

**Více na adrese [mobilni.zlatestranky.cz](http://mobilni.zlatestranky.cz)**

**Zlaté stránky**  
Specialista na kontakty

# Služeb zvenčí stále přibývá

**Aktivita, která netvoří jádro firemního byznysu, je dobré poptávat zvenčí. Tzv. sourcing proto využívá stále více společností. Jeho význam roste natolik, že se z něj stává jeden z klíčových strategických nástrojů. Pečlivý výběr dodavatele a ochota sdílet s ním důležité informace zvyšují konkurenceschopnost podniku na trhu. Vyplývá to z průzkumu, který provedla síť poradenských společností KPMG.**

Průzkum však zároveň poukázal na některé nedostatky, kterými by se společnosti na obou stranách měly zabývat, pokud nechtějí ztrácet čas, peníze a svoji dobrou pověst – firmy neumějí dostatečně přesně měřit užitek z těchto služeb a podceňují význam lidského faktoru.

## Sourcing patří do firemní strategie

Globalizace, rostoucí konkurence a rychlý ekonomický vývoj tlačí firmy k větším výkonům, snižování nákladů a zlepšování kvality a efektivnosti poskytovaných služeb. Řada společností proto přehodnocuje své obchodní modely.

Díky všem těmto vlivům se zájem o služby zvenčí zvyšuje. Řídící pracovníci již začínají věřit tomu, že rozhodování o sourcingu do jejich života patří a zaslouží si strategický přístup.

„Rychlý vývoj sourcingu a jeho zařazení mezi klíčové strategické nástroje přináší veliký potenciál pro všechny, kteří tuto službu správně uchopí,“ uvedla Eva Racková, partnerka společnosti KPMG Česká republika odpovědná za oddělení Řízení rizik a poradenské služby.

Existují však i určité nedostatky, především v chabém využívání metod sloužících k měření výsledků zajišťovaných služeb. Stejně tak by byl třeba pečlivější přehled o nákladech, které firma na sourcing vynaloží. „Pokud má sourcing zůstat mezi hlavními strategickými nástroji firmy, bude muset celé odvětví učinit velký krok vpřed,“ upozornila Eva Racková.

## Sourcing přináší užitek...

Na 87% respondentů průzkumu považuje tvrzení, že téměř 50% sourcingových projektů není úspěšných, za zjednodušené, nebo nepřesné. Podle vlastních zkušeností pouze u 14% respondentů se obchodní a finanční ukazatele výrazně lišily v negativním slova smyslu od očekávání, se kterými do sourcingového projektu šli.

Většina společností se domnívá, že sourcing pozitivně přispívá k celkovému úspěchu jejich podnikání. Celých 89% společností proto plánuje zachovat, popřípadě ještě zvýšit množství outsourcovaných služeb. Sourcing jim pomáhá zlepšovat obchodní cíle v řadě oblastí – kvalitě, nákladech, dodávkách, inovacích a schopnosti reagovat na vnější podněty.

## ...ale firmy ho nedokáží dostatečně změřit

Výzkum ukázal, že ne všichni dokáží maximálně využít výhod, které sourcing přináší. Konkrétně polovina respondentů si myslí, že jejich dodavatelé služeb nedokáží dostatečně pružně reagovat na změny v jejich podnikání. Pouze 47% firem věří, že poskytovatelé sourcingu přinášejí do jejich podnikání nové zkušenosti. Někteří poskytovatelé si tento problém uvědomují.

Přestože mnoho společností hodnotí vztahy s poskytovateli služeb kladně, často nedokáží přesně určit užitek, který jim z sourcingu plyne. Kolem 42% firem věří, že využití

sourcingu pro určité činnosti pomohlo jejich finančním výsledkům. Jen 27% je ale přesvědčeno, že to zlepšilo jejich konkurenceschopnost. „Problémy jak definovat a přesně změřit výhody, které sourcing přináší, jsou velmi závažné. Zlepšení finanční výkonnosti podniku a jeho konkurenceschopnosti jsou totiž často hlavními motivy, proč se firmy pro sourcing rozhodují,“ doplnila Eva Racková, partnerka společnosti KPMG Česká republika.

## Kontrola výsledků většinou chybí

Firmy se domnívají, že se jim sourcing určitých procesů vyplácí, zvyšuje jejich finanční výkonnost, hodnotu pro majitele firmy a konkurenceschopnost. Přesto zhruba polovina z nich nepoužívá formální strategické kontroly toho, jaký mají z sourcingu užitek. „Zhruba 72% společností využívajících sourcing nemá stanovená kritéria pro měření úspěchu či neúspěchu dodávaných služeb, popřípadě tato kritéria nesdílejí s dodavateli těchto služeb,“ podotkla ještě Eva Racková.

„Měření obchodních přínosů je obtížné, a proto převládá tendence neměřit je vůbec,“ potvrdil například jeden z dotazovaných.

Výše uvedené nedostatky však vytváří velký prostor jak zvýšit přínos sourcingu pro firmy. Je ale třeba, aby klienti nastavili hodnotící kritéria, která se budou týkat přínosu pro inovace, obchod, konkurenceschopnost, spokojenost koncového zákazníka i dalších klientů, přístupu zaměstnanců či zvýšení produktivity.

## Klienti zapominají hlídat náklady

Dalším problémem, na který výzkum KPMG International ukázal, je, že mnohé společnosti nehlídají své náklady vynaložené na výběr poskytovatele sourcingu. „Každá třetí společnost neevviduje své náklady, které musí vynaložit při výběrovém procesu na dodavatele služeb. A to přesto, že mnoho firem sahá po sourcingu právě proto, aby své náklady snížilo a efektivitu zvýšilo,“ řekla ještě Eva Racková, partnerka společnosti KPMG Česká republika.

## Pracovní tým je důležitější než technologie

Často podceňovaným problémem je i význam lidského faktoru. Pouze 12% firem, které využívají služby zvenčí, uvádí, že problémy se sourcingem souvisejí s technologiemi. A 60% naopak uvádí, že problémy souvisejí vždy nebo téměř vždy s lidmi, kteří se účastní projektu. Tuto zkušenost potvrzují i poskytovatelé služeb. Výběr dodavatele se obvykle příliš zaměřuje na technickou stránku věci. Přitom to jsou hlavně lidé, zaměstnanci, odborníci, kteří tvoří klíčový faktor odlišující jednotlivé konkurenční dodavatele.

## O výzkumu

- ▶ Průzkumu se zúčastnili jak poskytovatelé služeb, tak firmy, které sourcing využívají.
- ▶ Průzkumu se celkem zúčastnili představitelé 650 firem z 32 zemí světa.
- ▶ Dotazovaní byli zástupci mnoha různých oborů.
- ▶ Téměř polovina z těchto společností dosahuje ročního obrátu přes miliardu dolarů.

(tz)

## Aktivní hospodaření s pracovním kapitálem přinese telekomunikačním firmám hotovost a ušetří náklady

**Aktivní hospodaření s pracovním kapitálem v posledních letech pomáhá telekomunikačním firmám při identifikaci nových zdrojů příjmů, ruku v ruce se zlepšením provozní a finanční výkonnosti. To vede k vyššímu nárůstu tržeb, silnějším rozvahám a ke zlepšení cash flow. Přesto nedávná studie společnosti Ernst & Young ukázala, že většina operátorů má stále nemalé rezervy v oblasti peněžních příjmů a úspor nákladů.**

Tato studie hodnotila a analyzovala hospodaření s pracovním kapitálem 15 evropských telekomunikačních operátorů s největšími tržbami. Ukázalo se, že výše čistého pracovního provozního kapitálu v období 2000–2006 výrazně poklesla napříč celým odvětvím. „Toto zlepšení nastalo v důsledku snížení úrovně pohledávek, jež částečně kompenzovalo zhoršení závazků při značném poklesu výše zásob. Celkem 11 operátorů z 15 vykázalo zkrácení cyklu oběhu provozního kapitálu i kratší obrotový cyklus peněz (cash-to-cash),“ sdělil Brian Welsh, partner společnosti Ernst & Young Praha pro telekomunikační průmysl.

Studie rovněž odkryla velkou nerovnoměrnost ve výsledcích operátorů. „I když částečně lze tyto rozdíly vysvětlit odlišnými obchodními modely a normami chování v jednotlivých zemích, domníváme se, že přesto ještě existují značné rezervy v řízení cash flow a využívání rezerv většiny operátorů,“ upozornil Petr Knap, partner Ernst & Young Praha pro poradenské služby v telekomunikačním průmyslu. „Navzdory úsilí, jež vyvíjejí, se i českým společnostem stále ještě nabízí možnosti obrovského zlepšení při uplatnění koncepčního přístupu. Obvykle se dá očekávat plný pozitivní dopad realizace zlepšení v oblasti nákladů a výnosů během 12–24 měsíců po

spuštění programu hospodaření s pracovním kapitálem,“ dodal.

Účinná strategie hospodaření s pracovním kapitálem by se měla soustředit na fakturaci, podmínky a inkasování pohledávek a platební termíny závazků, neboť v této oblasti obvykle bývá možnost zlepšení nejvýraznější. To se týká například i nastavení motivace pro zkrácení obrotového cyklu peněz, vyjednávání změn platebních podmínek zákazníka i dodavatele či zlepšení dostupnosti dat pro fakturaci.

V delším časovém horizontu bude hospodaření s pracovním kapitálem stále více záviset na schopnosti operátorů vytvořit žádoucí rovnováhu mezi úrovní provozní a peněžní výkonnosti na jedné straně a potřebou zlepšit služby zákazníkům a posílit vztahy s dodavateli na straně druhé.

K dosažení plně účinnosti komplexního přístupu k hospodaření s pracovním kapitálem je třeba především uplatnit nejlepší postupy v hlavních oblastech řízení kapitálu vázaného obchodními vztahy (spolu s návazným úkolem nalézt, přizpůsobit a zkvalitnit řešení uznávané jako nejlepší praxe) a dále věnovat plnou pozornost hospodaření, změně chování a posilování kompetencí v rámci organizace.

## Hlavní závěry

- Částky v rozmezí 10,2–19,3 miliard eur byly zbytečně vázány v pracovním kapitálu, což odpovídá 3–5,4% tržeb.
- Analýza peněžního potenciálu rovněž ukázala, že každá složka provozního kapitálu v sobě skrývá možnosti zlepšení, přičemž polovinu z nich tvoří závazky, 40–45% pohledávky a 5–10% představují zásoby.
- Další úspor provozních nákladů v částce 0,5–1 miliardy eur (odpovídající 0,15–0,5% tržeb) lze dosáhnout optimalizací procesů. Nicméně realizace těchto úspor může vyžadovat další kapitálové investice.
- Pohled na účinnost provozního kapitálu z perspektivy záruky výnosů může napomoci identifikovat oblasti potenciálního úniku výnosů.

autor: Miloš Krmáček



## Převodní ceny a riziko

**Podle globálního průzkumu o převodních cenách, který firma Ernst & Young uskutečňuje každé dva roky, se 87% z celkového počtu 850 dotazovaných nadnárodních společností domnívá, že převodní ceny představují při sestavování účetní závěrky riziko. Vzhledem k vývoji účetního výkaznictví totiž vzrostly i zákonné požadavky na tuto oblast.**

„Minimalizace rizika převodních cen je klíčovou oblastí, kterou se zabývá přímo vedení společností a jejich auditové výbory. Dochází ke stále užší spolupráci celních a finančních úřadů včetně přeshraniční spolupráce a zavádění nových předpisů. Nadnárodní společnosti chtějí mít jistotu, že převodní ceny jsou v souladu s daňovými předpisy,“ uvedl Libor Frýzek, vedoucí oddělení daňového poradenství Ernst & Young v České republice.

Míra vnímání rizik spojených s převodními cenami se v jednotlivých odvětvích výrazně liší. Na 53% respondentů v telekomunikacích, 48% respondentů ve farmaceutickém a 45% respondentů v biotechnologickém průmyslu odpovědělo, že problematika převodních cen pro ně představuje největší finanční riziko.

Více než polovina respondentů (53%) uvedla, že náklady na dodržování daňových předpisů týkajících se převodních cen vzrostly. To představuje významný nárůst oproti roku 2005, kdy pouze 29% dotazovaných mateřských společností připustilo růst nákladů na finanční výkaznictví v důsledku vývoje právních předpisů.

Převodní ceny představují nejvýznamnější problém pro 76% farmaceutických společností, což představuje 19% nárůst ve srovnání s rokem 2005. Tyto společnosti jsou s téměř dvojnásobnou pravděpodobností vystaveny daňovému doměrku převodních cen v porovnání s ostatními odvětvími. Respondenti z farmaceutických mateřských společností připustili, že 56% kontrol převodních cen od roku 2003 skončilo doměrkem.

(tz)

# Nejvíce financí šlo do Prahy, ale dotace mířily i do Jihomoravského kraje

Konsorcium UniCredit Bank a České pojišťovny vyplatilo v loňském roce přes 28 miliard korun příjemcům dotací z fondů EU a státního rozpočtu. Z hlediska objemu poskytnutých prostředků si nejlépe vedla Praha, která získala přes 3 miliardy korun, daleko za ní nezástal Jihomoravský kraj, kam směřovalo 2,8 miliardy. Každá z těchto oblastí čerpala přibližně 10 % z celkové vyplacené částky.

„Postavení Prahy v rámci čerpání je v porovnání s ostatními kraji specifické, neboť výsledná částka je výrazně ovlivněna čerpáním finančních prostředků na projekty v oblasti dopravní obslužnosti celostátního významu,“ uvedl Zdeněk Jana, ředitel Evropského kompetenčního centra UniCredit Bank.

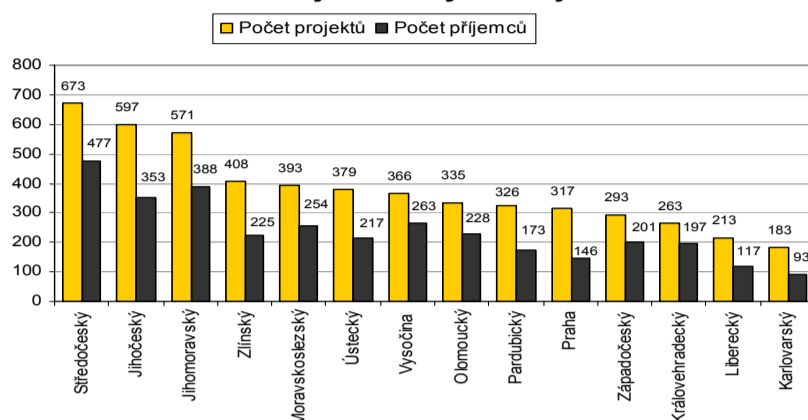
Dobře si vedly i další regiony, například Olomoucký kraj, Středočeský kraj a Moravskoslezský kraj čerpaly přes 2,5 miliardy. Naopak pod celorepublikovým průměrem byly Karlovarský kraj, kraj Vysočina a Královéhradecký kraj.

V roce 2007 bylo 3 332 příjemcům celkem proplaceno 5317 projektů. Průměrná výše poskytnutých finančních prostředků na jeden projekt byla zdaleka nejvyšší v Praze (necelých deset milionů), nejnižší naopak v Jihočeském kraji (tři miliony).

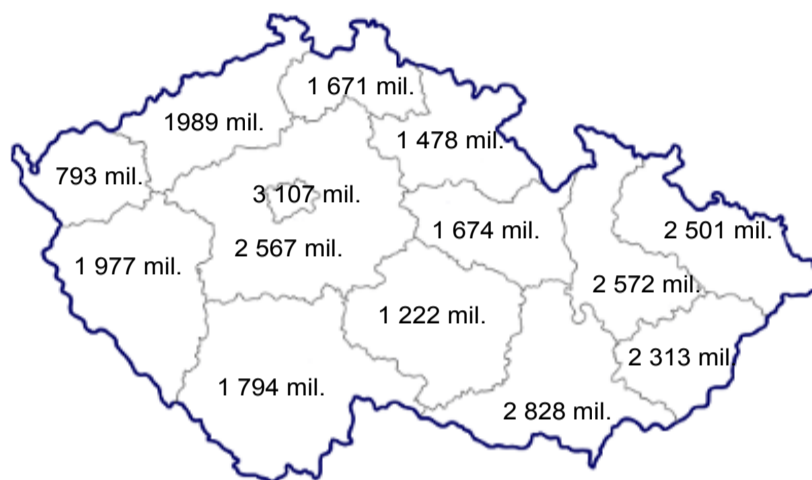
Konsorcium UniCredit Bank (dříve HVB Bank) a České pojišťovny zajišťuje výplaty prostředků státního rozpočtu a strukturálních fondů Evropské Unie úspěšným žadatelům o dotace od začátku roku 2007 na základě výběrového řízení Ministerstva financí ČR z června 2006.

(tz)

Dotace v jednotlivých krajích



Výše proplacených dotací



## Kooperativa začala nabízet nové komplexní rizikové životní pojištění VARIO

Se zcela novým produktem životního pojištění vstoupila na trh od dubna Kooperativa – druhá největší pojišťovna českého trhu. Uvádí na trh VARIO – komplexní rizikové životní pojištění za běžné pojistné. Produkt je na Českém trhu naprosto unikátní, a to jak množstvím, tak i variabilitou pojištěných rizik. Záleží jenom na klientovi, jaká pojištění si zvolí a jak vysoké pojistné částky. Díky tomu lze pojistnou smlouvu nastavit přesně podle požadavků klienta a podle jeho aktuální životní situace.

**V rámci jedné pojistné smlouvy lze pojistit tato rizika:**

- smrt,
- vážná onemocnění,

- pracovní neschopnost,
- pobyt v nemocnici,
- plnou invaliditu s výplatou důchodu,
- plnou invaliditu způsobenou úrazem s výplatou důchodu,
- smrt následkem úrazu,
- trvalé následky úrazu s progresivním plněním,
- tělesné poškození způsobené úrazem,
- pracovní neschopnost v důsledku úrazu,
- pobyt v nemocnici v důsledku úrazu

Pojištění je, co se týče rizik ohrožujících život a zdraví, zcela komplexní a je rovněž velmi variabilní – klient může kdykoli během trvání pojištění požádat o zrušení nebo sjednání doplňkových pojištění nebo o změnu sjed-

naných pojistných částek.

Nejnižší vstupní věk pojištěného je 15 let, nejvyšší vstupní věk je 74 let. Minimální pojistná doba je 1 rok. Pojištění se sjednává maximálně do věku 75 let pojištěného. Maximální výše pojistného není stanovena, minimální výše pojistného činí 2400 Kč ročně.

Pojistné je možno platit ročně (1x za 12 měsíců), pololetně (1x za 6 měsíců), čtvrtletně (1x za 3 měsíce) nebo měsíčně. Při čtvrtletním, pololetním a ročním placení pojistného se poskytují následující slevy z pojistného:

(tz)



## Pojišťovna roku

Málokdo si připouští, že je potenciálně neustále vystavován rozličným rizikům, ohrožením a nebezpečím. A málokdo cíleně vyhledává ten nejspolehlivější způsob, jak minimalizovat případné důsledky nastalé škody, pohromy či neštěstí, tedy uzavřít adekvátní pojištění. Pojištění je povětšinou vnímáno spíše jako nutné zlo, ovšem jenom do té doby, než zažijeme šok ze škody.

Ocenit pojišťovny, které se opravdu umějí zhostit svého poslání na vysoké úrovni, je smyslem ankety Pojišťovna roku. Těmi nejpovolanějšími hodnotiteli v této anketě jsou již poosmé pojišťovací makléři. Proč jsou nejpovolanější? Protože již z povahy své profese vybírají pro klienty nevhodnějšího pojistitele, a navíc i podle zákona jsou povinni provádět analýzu dostatečného spektra pojistných produktů, aby byli schopni klientům doporučit to, co je pro uspokojení jejich pojistných potřeb a zájmů nevhodnější.

Snahou pořadatele ankety, jímž je Asociace českých pojišťovacích makléřů, je dosáhnout maximální objektivnosti hodnocení a zároveň stimulovat co největší počet pojistitelů k aktivní účasti. Cílem je postupně vybudovat základ budoucí jednotné vrcholné společenské akce celého českého pojistného trhu, jaká je obvyklá v řadě evropských zemí s oceněním dalších významných subjektů.

S touto vizí byla pro osmý ročník ankety opět pozměněna pravidla. Na základě souhrnu od všech hodnotitelů (registr dnes již zahrnuje na 560 pojišťovacích makléřů, převážně právnických osob) budou vyhlášeny: Pojišťovna roku 2007 v neživotním pojištění, Pojišťovna roku 2007 v životním pojištění a Pojišťovna roku 2007 – specializovaný pojistitel a u každé z nich také řada dílčích kategorií, a rovněž Pojistný produkt roku.

**Vypisovatel soutěže:** Asociace českých pojišťovacích makléřů

**Manažer akce:** U-INVEST a.s.

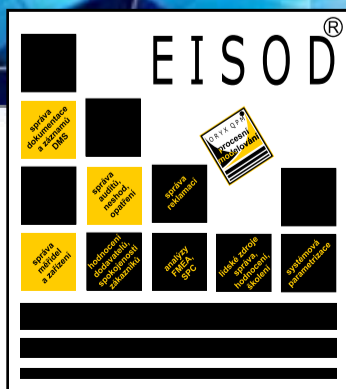
**Partneři:** Atradius Credit Insurance N.V., Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Česká pojišťovna a.s., Evropská Cestovní Pojišťovna, a.s., Generali Pojišťovna a.s., Komerční úvěrová pojišťovna EGAP, a.s., Kooperativa pojišťovna, a.s., Maxima pojišťovna, a.s., Pojišťovna České spořitelny, a.s., Triglav pojišťovna, a.s., QBE pojišťovna, a.s., Wüstenrot - stavební spořitelna, a.s.

**Partnerské společnosti:** Autobox.cz, Botanic.cz, Dotaceonline.cz, Golf Brothers s.r.o., Intrum Justitia, s.r.o., Peshop.cz, S9 COMPANY s.r.o., SmartLife s.r.o., Stone de Witt, a.s., TSP DATA, a.s.

(tz)

# Ušetřete až 80%

administrativních činností



Informační podpora managementu a systému řízení společnosti

- managerské informace on-line
- nástroj efektivního a účinného řízení
- optimalizace procesů – procesní řízení
- efektivní správa firemní dokumentace
- výrazné snížení režijních nákladů
- efektivní a přínosné ISO

Objednejte si prezentaci ZDARMA! Přesvědčíme Vás!

Telefon: +420 377 638 475

Email: prezentace@eisod.com

www.eisod.com, www.ipm-plzen.cz

# Dvouciferný růst má vypovídací hodnotu

## informace jsou jasné a dosti optimistické

**Česká leasingová a finanční asociace oznámila výrazný růst objemu obchodu, počtu smluv a také výrazné tempo růstu v nebankovním finančním sektoru za rok 2007.**

V loňském roce došlo k výraznému růstu finančních služeb poskytovaných investořům i spotřebitelům nebankovními finančními institucemi – leasingu strojů, zařízení a dopravních prostředků o 14,9%, leasingu nemovitostí o 6,4%, factoringu o 21%, spotřebitelských úvěrů o 30,3% a úvěrů či splátkových prodejů pro podnikatele o 53,9%. V případě leasingu movitých věcí jde o dvouciferný růst poprvé od r. 2001, v případě factoringových společností a nebankovních poskytovatelů finančních produktů pro domácnosti byly potvrzeny výrazné růstové tendence z minulých let. Vyplývá to ze Zprávy o stavu a vývoji leasingového, nebankovního úvěrového a factoringového trhu v r. 2007 zveřejněné 4. března na tiskové konferenci ČLFA v Praze.

Leasingové společnosti sdružené v ČLFA vloni předaly do leasingového užívání stroje, zařízení a dopravní prostředky v celkové

pořizovací ceně (bez DPH) 122,7 mld. Kč a nemovitosti za 11,9 mld. Kč. Nebankovní společnosti sdružené v ČLFA, které poskytují finanční produkty pro domácnosti, poskytly spotřebitelské úvěry v souhrnné výši téměř 48 mld. Kč. Členské společnosti ČLFA kromě toho poskytly také úvěry a splátkové prodeje pro podnikatele v souhrnné výši 18,7 mld. Kč. Factoringové společnosti postoupily vloni pohledávky celkem za 127 mld. Kč.

Vloni došlo i k podstatnému nárůstu uzavřených obchodů. Bylo uzavřeno 163 876 leasingových smluv, 1 533 697 nových spotřebitelských úvěrů a 38 201 nebankovní úvěr pro podnikatele.

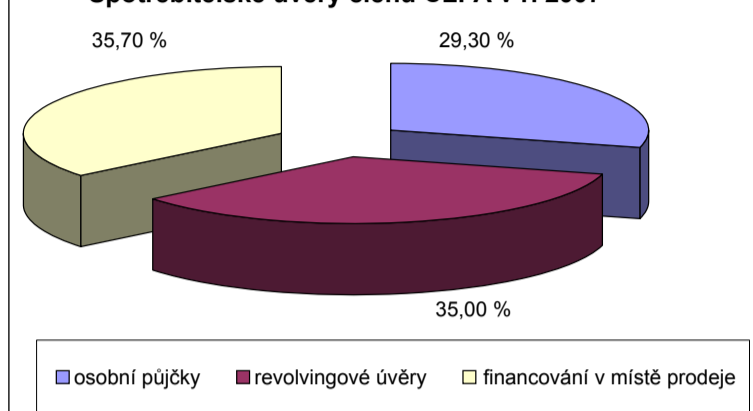
V leasingu movitých věcí v roce 2007 převládal leasing dopravních prostředků (přes 70% celkového objemu leasingu). Účetní hodnota všech leasovaných věcí dosáhla loni 240 mld. Kč.

„Leasingový, nebankovní úvěrový a factoringový trh se vloni rozvíjel v příznivých makroekonomických podmínkách podporu-

jících investice i růst výdajů domácností, zdůraznil předseda představenstva ČLFA Martin Kofroň. „Tyto segmenty finančního trhu podpořily loňský ekonomický růst České republiky. Je třeba podtrh-

nout, že téměř jedna třetina všech movitých investic v české ekonomice byla pořízena díky leasingu,“ sdělil ještě. (tz)

**Spotřebitelské úvěry členů ČLFA v r. 2007**



**Pořadí členských společností ČLFA podle výše vstupního dluhu při financování všech komodit a u všech finančních produktů v r. 2007**

Rank	Společnost	vstupní dluh v mil. Kč
01.	ČSOB Leasing, a.s.	20 145,63
02.	UniCredit Leasing CZ, a.s. */	13 350,60
03.	CETELEM ČR, a.s.	11 350,00
04.	VB Leasing CZ, s.r.o.	10 523,66
05.	ŠkoFIN s.r.o.	10 302,00
06.	GE Money Multiservis, a.s.	9 294,00
07.	SG Equipment Finance Czech Republic s.r.o.	9 154,42
08.	Home Credit a.s.	8 321,84
09.	sAutoleasing, a.s. **/	6 468,38
10.	IMMORENT ČR, s.r.o.	6 212,61
11.	Mercedes Benz Financial Services Česká republika s.r.o.	6 024,79
12.	GE Money Auto, a.s.	6 021,89
13.	Deutsche Leasing ČR, s.r.o.	5 277,67
14.	CREDIUM, a.s.	4 924,12
15.	Provident Financial, s.r.o.	4 582,00
16.	Raiffeisen-Leasing, s.r.o. ***/	4 354,75
17.	ESSOX, s.r.o.	4 153,61
18.	Immoconsult Czechia s.r.o.	3 350,91
19.	Santander Consumer Finance a.s.	3 234,83
20.	S MORAVA Leasing, a.s.	3 040,00

\*/ včetně výsledků RLCZ a UniCredit FSL – leasingy realizované pracovníky UniCredit Leasing CZ, a.s.

\*\*/ včetně výsledků sAutoúvěr, a.s.

\*\*\*/ včetně údajů Raiffeisen-Leasing Real Estate s.r.o.

**Pořadí členských společností ČLFA podle objemu vstupního dluhu v leasingu movitých věcí v r. 2007**

Rank	Společnost	vstupní dluh v mil. Kč	PC v mil. Kč
01.	ČSOB Leasing, a.s.	16 229,20	19 671,17
02.	UniCredit Leasing CZ, a.s. */	10 691,70	13 870,80
03.	VB Leasing CZ, s.r.o.	9 632,74	10 971,71
04.	ŠkoFIN s.r.o.	7 668,00	10 054,00
05.	SG Equipment Finance Czech Republic s.r.o.	7 641,15	8 496,47
06.	Mercedes Benz Financial Services Česká republika s.r.o.	5 599,08	6 287,46
07.	Deutsche Leasing ČR, s.r.o.	5 277,67	5 749,10
08.	sAutoleasing, a.s. **/	4 558,43	5 514,06
09.	CREDIUM, a.s.	3 919,11	5 215,02
10.	LeasePlan ČR, s.r.o.	3 037,98	3 037,98
11.	SCANIA FINANCE Czech Republic, s.r.o.	2 252,00	2 461,00
12.	ALD Automotive s.r.o.	2 118,17	2 505,44
13.	S MORAVA Leasing, a.s.	2 100,00	2 631,00
14.	Oberbank Leasing spol. s r.o. ***/	1 916,00	2 304,50
15.	Raiffeisen-Leasing, s.r.o.	1 907,78	2 182,67
16.	UNILEASING, a.s.	1 637,00	2 052,00
17.	GE Money Auto, a.s.	1 558,55	2 278,46
18.	ING Lease (C.R.), s.r.o. ****/	1 521,45	1 543,44
19.	PSA FINANCE Česká republika, s.r.o.	1 417,24	2 145,89
20.	IMPULS-Leasing -AUSTRIA s.r.o.	1 315,54	1 493,05

\*/ včetně výsledků RLCZ a UniCredit FSL – leasingy realizované pracovníky UniCredit Leasing CZ, a.s.

\*\*/ včetně výsledků sAutoúvěr, a.s.

\*\*\*/ včetně výsledků společnosti Oberbank Bohemia Leasing, s.r.o.

\*\*\*\*/ včetně HYPMAR-HK, s.r.o.

PC – souhrn pořizovacích cen leasovaného majetku bez DPH

**Pořadí členských společností ČLFA podle vstupního dluhu v podnikatelských úvěrech poskytnutých v r. 2007**

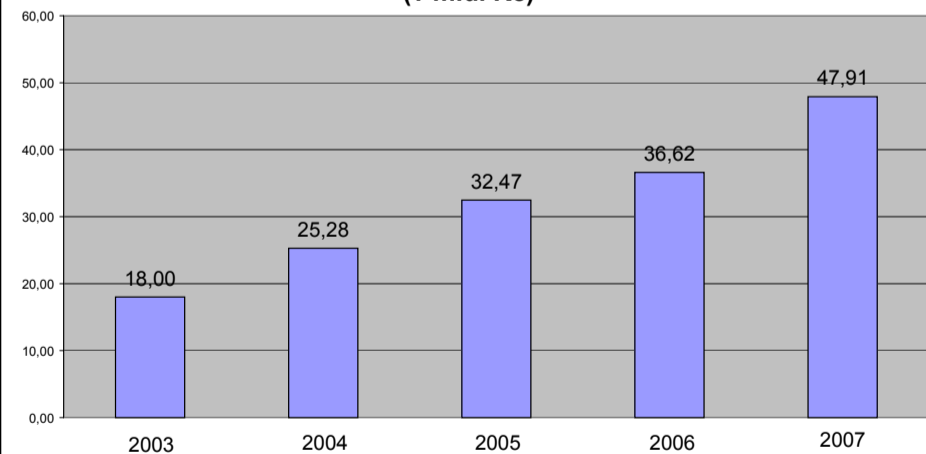
Rank	Společnost	vstupní dluh v mil. Kč
01.	ČSOB Leasing, a.s.	2 838,62
02.	IMMORENT ČR, s.r.o.	1 950,31
03.	ŠkoFIN s.r.o.	1 708,00
04.	Immoconsult Czechia, s.r.o.	1 662,00
05.	SG Equipment Finance Czech Republic s.r.o.	1 499,27
06.	GE Money Auto, a.s.	1 451,74
07.	UniCredit Leasing CZ, a.s. */	1 040,20
08.	sAutoleasing, a.s. **/	920,13
09.	S MORAVA Leasing, a.s.	879,00
10.	VB Leasing CZ, s.r.o.	825,76
11.	CREDIUM, a.s.	731,97
12.	Santander Consumer Finance a.s.	604,39
13.	ESSOX, s.r.o.	500,42
14.	Mercedes-Benz Financial Services Czech Republic, s.r.o.	408,97
15.	GMAC, a.s.	243,00
16.	Raiffeisen-Leasing, s.r.o.	237,70
17.	Východočeská leasingová, s.r.o.	232,94
18.	Toyota Financial Services Czech, s.r.o.	171,30
19.	D.S. Leasing, a.s.	166,72
20.	Oberbank Leasing spol. s.r.o. ***/	119,50

\*/ včetně výsledků RLCZ a UniCredit FSL – leasingy realizované pracovníky UniCredit Leasing CZ, a.s.

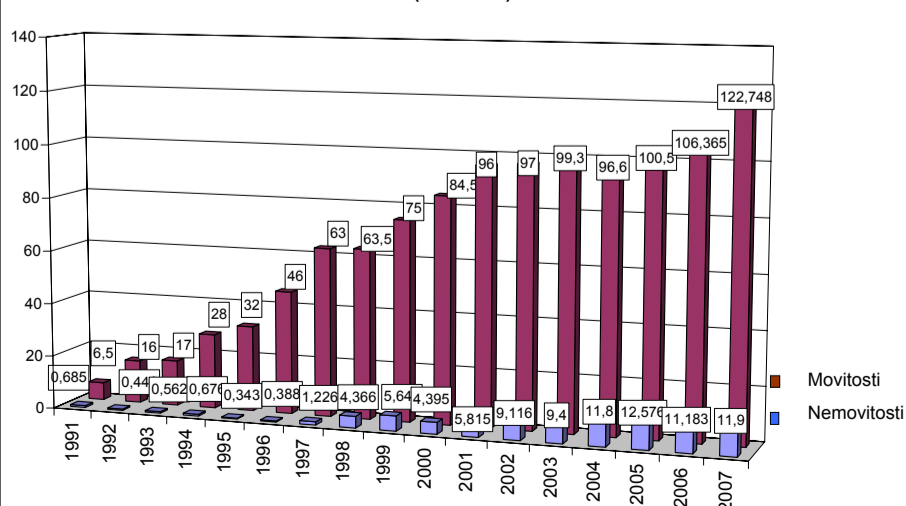
\*\*/ včetně výsledků sAutoúvěr, a.s.

\*\*\*/ včetně výsledků společnosti Oberbank Bohemia Leasing, s.r.o.

**Vývoj nebankovních spotřebitelských úvěrů členů ČLFA (v mld. Kč)**



**Růst leasingových obchodů členů České leasingové a finanční asociace (v mld. Kč)**



# Leasing, úvěry a factoring v roce 2007

## Vyčerpávající informace čísel a tabulek

**Vývoj ekonomiky vytvářel v roce 2007 pro nebankovní finanční produkty nabízené členy České leasingové a finanční asociace (ČLFA) příznivé prostředí. Leasing, nebankovní úvěry i factoring byly nabízeny v podmínkách pokračující (stupňující se) ekonomické konjunktury, která podporovala poptávku po těchto produktech.**

HDP se loni meziročně zvýšil o 6,6 %. Odpovídajícím způsobem se zvýšily investice i výdaje domácností. Pozitivně působily i relativně nízké úrokové sazby, i když v průběhu roku došlo ke zvýšení repo sazby ČNB z 2,75% v červnu na 3,50% koncem listopadu. Výraznější dopady na vývoj nebankovních finančních produktů v průběhu roku 2007 neměl růst inflace z 1,3% v lednu na 5,4% v prosinci (průměrný růst činil 2,8%). Pozitivně působil růst spotřebitelské poptávky. Podpořil ji mj. pokles nezaměstnanosti, která v průběhu roku 2007 klesala a na konci období dosáhla 6 %.

Ve druhé polovině roku 2007 poptávku po některých nebankovních finančních produktech, zejména po finančním leasingu, ovlivnily změny daňových zákonů provedené zák. č. 261/2007 Sb., o stabilizaci veřejných rozpočtů.

### Vývoj leasingu movitých věcí

(poprvé od roku 2001 byl dosažen dvouciferný růst trhu)

Členské společnosti ČLFA financovaly loni prostřednictvím leasingu stroje, zařízení a dopravní prostředky v souhrnu pořizovacích cen (bez DPH) 122,75 mld. Kč. Proti roku 2006 to představuje u největších patnácti společností zvýšení o 14,94 %. Protože podíl členských společností ČLFA na našem trhu leasingu movitých věcí je dlouhodobě 97%, lze dovést, že v ČR byly v roce 2007 financovány leasingem stroje, zařízení a dopravní prostředky za více než 126 mld. Kč.

Celková částka (vstupní dluh) poskytnutá v roce 2007 členskými společnostmi ČLFA do leasingu movitých věcí dosáhla 101,75 mld. Kč.

V uplynulém roce nepokračoval růst podílu operativního leasingu na celkovém leasingu movitých věcí z předchozích let. V roce 2007 dosáhl 12,5% (v roce 2006 14%, v roce 2005 12%, v roce 2004 8%).

I nadále v leasingu movitých věcí u nás dominuje leasing silničních vozidel. Proti předchozím letům se sice v roce 2007 snížil podíl leasingu osobních aut (na 24,5% z 29% v roce 2006), zvýšil se však podíl leasingu lehkých užitkových aut (na 19,9% z 18,2% v roce 2006) a nákladních automobilů (na 23,3% z 22,6% v roce 2006). Podíl nových osobních aut na jejich celkovém leasingu dosáhl v minulém roce 83% (82% v roce 2006, 86,4% v roce 2005). Postupně roste i podíl leasingu strojů a zařízení (na 24% z 23,3% v roce 2006).

Členské společnosti ČLFA uzavřely vloni 163 731 smluvu o leasingu strojů, zařízení a dopravních prostředků (proti 156 933 smlouvám uzavřeným v roce 2006) – z toho 140 183 smluvy o finančním leasingu a 23 548 smluv o operativním leasingu. Kromě toho bylo v roce 2007 nově poskytnuto 1464 vozidla do správy vozových parků zajišťované členy ČLFA. V roce 2007 se dále zvýšila průměrná pořizovací cena movité věci financované leasingem.

Koncem roku 2007 probíhaly leasingy strojů, zařízení a dopravních prostředků na základě aktivních 489 658 leasingových smluv uzavřených se členy ČLFA (z toho činil počet aktivních smluv o operativním leasingu 46 898 a počet smluv o správě vozových parků 1726).

Účetní hodnota všech strojů, zařízení a dopravních prostředků v leasingovém užívání dosáhla na konci roku 2007 téměř 200 mld. Kč. Pohledávky z uzavřených smluv o leasingu movitých věcí dosáhly na konci loňského roku 2007 v souhrnu téměř 158 mld. Kč.

### Vývoj leasingu nemovitostí

(mírný růst po loňském poklesu)

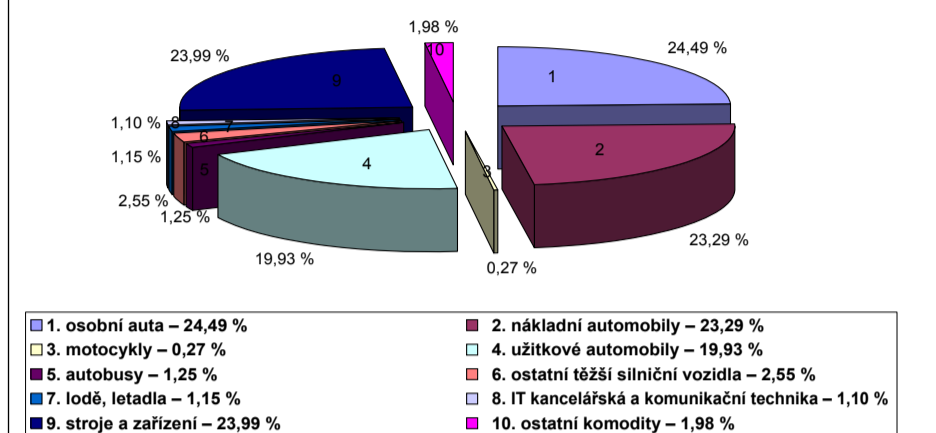
V roce 2007 byly do leasingového užívání poskytnuty nemovitosti v celkové pořizovací ceně 11,9 mld. Kč. Proti roku 2006 to znamená růst o 6,4 %. Meziročně došlo ke zvýšení počtu nemovitostí předaných do leasingu, poklesla však průměrná cena nemovitosti pořízené pro účely leasingu.

Do finančního leasingu bylo v roce 2007 předáno 115 nemovitostí, do operativního leasingu 30 nemovitostí (v roce 2006 bylo předáno do finančního leasingu 84 nemovitostí, do operativního leasingu 9 nemovitostí). Kromě toho bylo loni uzavřeno dalších 57 smluv na leasing nemovitostí, které však nebyly do konce roku předány do užívání (aktivovány). Pořizovací cena nemovitostí, které budou předány na základě těchto smluv do finančního leasingu, činí 6,6 mld. Kč, cena nemovitostí pro operativní leasing 1,8 mld. Kč.

Stejně jako v minulých letech byly v roce 2007 leasovány především prodejny a průmyslové objekty. V roce 2007 převedlo nemovitosti do leasingového užívání 15 členů ČLFA. Loni také poskytly členské společnosti ČLFA do leasingu nemovitostí celkem 11 mld. Kč (vstupní dluh).

Na konci roku 2007 bylo v leasingovém užívání 637 nemovitostí, z toho 203 v operativním leasingu. Jejich účetní hodnota po odpisech za rok 2007 přesáhla 45,8 mld. Kč.

Zaměření leasingu movitých předmětů v ČR v r. 2007 podle komodit



### Vývoj nebankovního trhu spotřebitelských úvěrů

(zvýšení úvěrů pro domácnosti téměř o třetinu)

V roce 2007 došlo k dalšímu podstatnému zvýšení objemu prostředků poskytnutých nebankovními společnostmi prostřednictvím spotřebitelských úvěrů. V roce 2007 je poskytovaly 23 členské společnosti ČLFA (včetně řady leasingových společností, které je poskytují dodatkem k leasingovým produktům).

Celkem členské společnosti ČLFA vloni poskytly úvěry pro osobní potřebu ve výši 47,91 mld. Kč, což představuje zvýšení proti roku předchozímu o 30,3 %. Při zohlednění skutečnosti, že v roce 2006 nebyly mezi členskými společnostmi ČLFA 2 loňští poskytovatelé spotřebitelských úvěrů (Provident Financial, s.r.o. a PROFICREDIT Czech, a.s.), došlo reálně ke zvýšení objemu spotřebitelských úvěrů o 15,7 %.

Spotřebitelské úvěry členů ČLFA byly vloni poskytovány ve formě osobních půjček (14,06 mld. Kč – 29,3% z celkového objemu spotřebitelských úvěrů), revolvingových úvěrů (16,76 mld. Kč – 35%) a financování v místě prodeje (17,09 mld. Kč – 35,7%).

V roce 2007 uzavřely členské společnosti ČLFA celkem 1 533 697 smluv o spotřebitelských úvěrech (492 998 osobních půjček, 329 198 revolvingových úvěrů a 711 501 úvěrovou a splátkovou smluvu v rámci financování v místě prodeje). Proti roku 2006 došlo k vzestupu počtu úvěrových smluv o 305 253.

Pohledávky z běžících smluv o spotřebitelských úvěrech dosáhly na konci minulého roku 63 mld. Kč.

### Vývoj podnikatelských úvěrů a splátkových prodejů pro podnikatele

(poloviční nárůst v důsledku diversifikace finančních produktů nebankovních společností)

V roce 2007 poskytla 31 členská společnost ČLFA úvěry a jiné neleasingové finanční pro-

dukty pro podnikatele (finanční služby pro koncové zákazníky, bez financování skladů) v celkové výši (vstupní dluh) 18,69 mld. Kč. Proti roku 2006 tak došlo ke zvýšení objemu úvěrů pro podnikatele o 53,9% v případě vedoucích patnácti společností. Podnikatelům poskytli členové ČLFA celkem 38 201 úvěrů a splátkový prodej – o 11 771 více, než v roce 2006.

Pohledávky z podnikatelských úvěrů a splátkových prodejů pro podnikatele uzavřených členskými společnostmi ČLFA činily na konci roku 2007 přes 33 mld. Kč.

### Vývoj factoringového trhu

(růst o pětinu potvrdil dlouhodobé tendence)

V roce 2007 došlo, podobně jako v předešlých letech, k dalšímu růstu objemu factoringových obchodů. Na členy Asociace factoringových společností ČR byly loni 2007 postoupeny pohledávky celkem za 127,1 mld. Kč (z toho na factoringové společnosti, které jsou zároveň členy ČLFA, připadá 112,9 mld. Kč). Proti roku 2006 to znamená nárůst o 21 %.

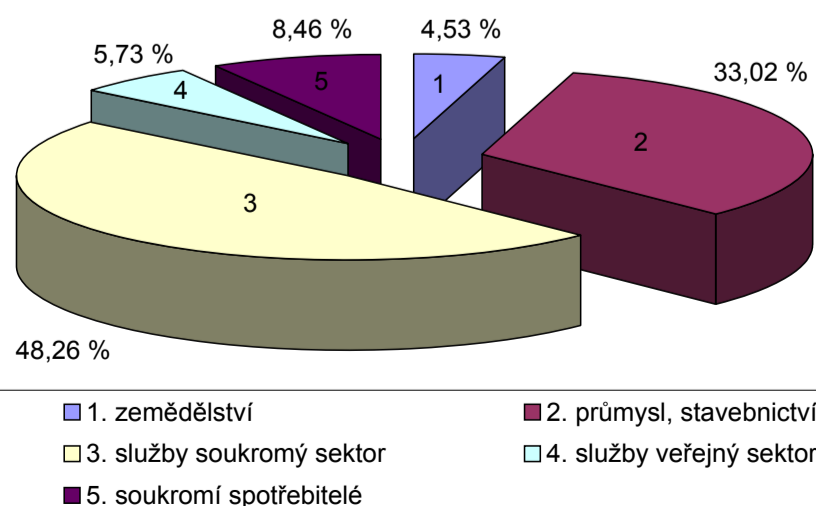
Vedoucím produktem na českém factoringovém trhu byl vloni nadále regresní factoring (75,5%), podíl bezregresního factoringu dosáhl 24,5 %. Proti předchozímu roku poklesl v roce 2007 mírně podíl tuzemského factoringu (z 82,6% na 80,3%), zvýšil se podíl exportního factoringu (ze 14% na 17,2%), poklesl podíl importního factoringu (z 3,4% na 2,5%). Objem prostředků poskytnutých členy AFS ČR (vstupní dluh) dosáhl k 31. prosinci 2007 částky 22,677 mld. Kč.

### Významné zapojení členů ČLFA do našeho finančního trhu

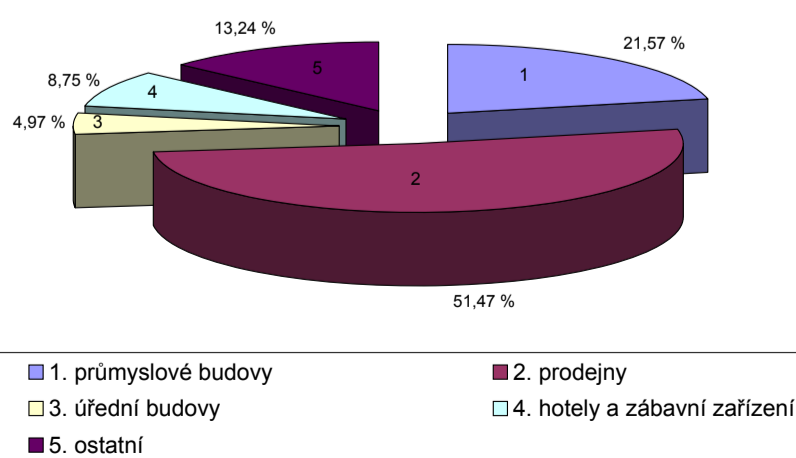
V roce 2007 poskytly členské společnosti ČLFA leasingem, factoringem, úvěry pro spotřebitele i podnikatele (vstupní dluh) přes 200 mld. Kč.

(tz člfa)

Leasing movitých věcí členů ČLFA v r. 2007 podle podnikatelského zaměření zákazníků



Zaměření leasingu nemovitostí v ČR v r. 2007 podle povahy pronajaté nemovitosti



# ČSOB Leasing posílil své postavení a v řadě ukazatelů kraluje svému oboru u nás

Společnost ČSOB Leasing stanula podle údajů České leasingové a finanční asociace (ČLFA) opět v čele leasingového trhu a dále zvýšila svůj náskok před konkurencí z minulých let. Je nepřetržitě jedničkou leasingového trhu již od roku 2001. Společnost svým loňským rekordním obratem ve výši 25,2 miliardy korun a 16% meziročním růstem výrazně upevnila své postavení v čele leasingového trhu a udržela si více než 15% podíl na rostoucím leasingovém trhu.

ČSOB Leasing si dlouhodobě drží i postavení jedničky nebo přední postavení také ve financování jednotlivých komodit. Společnost je lídrem ve financování nákladních automobilů, strojů a zařízení s 18% podílem na trhu financování těchto komodit. Nejvíce však vzrostl obrát v komoditě užitkových automobilů – o 33 %, celkově objem financování dopravní techniky vzrostlo o 22 %. ČSOB Leasing

výrazně posílil své místo i v oblasti financování ojetých automobilů a dostal se na pozici trojky na trhu. Významný posun společnost zaznamenala rovněž v oblasti produktů operativního leasingu, kde se posunula z pátého na třetí místo s více než 7% podílem na trhu.

Podle metodiky vykazování ČLFA dosáhl celkový objem nových leasingových obchodů společnosti ČSOB Leasing hodnoty 19,7 mil-

iardy korun, v úvěrech pak hodnoty financování ve výši 3,9 miliardy korun, celkem tedy 23,6 miliardy korun. ČLFA vykazuje výsledky svých členů podle součtu pořizovacích cen u předmětů pořízených leasingem a součtu financovaných částek u spotřebitelských úvěrů, vždy podle data předání předmětu zákazníkům do užívání. ČSOB Leasing u všech produktů uvádí své výsledky jako součet pořizovacích cen financovaných předmětů.

Obchody společnosti ČSOB Leasing rostou rychlejším tempem než obchody hlavních konkurentů na leasingovém trhu. V loňském roce dle údajů ČLFA zvýšil náskok před

leasingovou dvojkou, společností Unicredit Leasing, o 1,2 miliardy korun (o 15 %) a před společností ŠkoFIN o 2,4 miliardy korun (o 22 %).

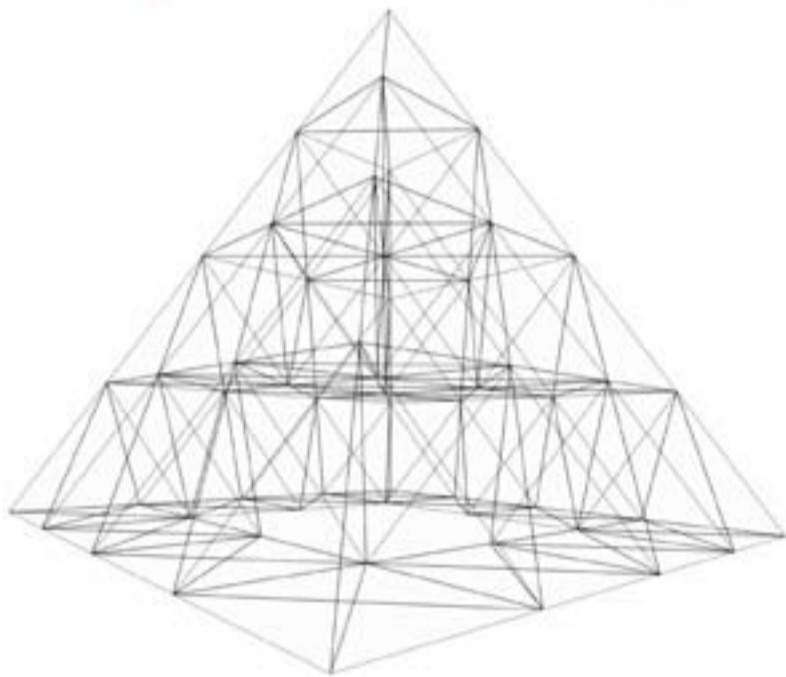
„Součástí strategie naší společnosti je udržení čelního postavení v oblasti financování nákladních automobilů, strojů a zařízení a další dynamický rozvoj především v oblasti financování nových a ojetých vozů a v operativním leasingu. Údaje za loňský rok dokazují, že se nám daří vytyčenou strategii naplňovat,“ komentoval výsledky generální ředitel ČSOB Leasing Karel Bouček.

(tz)

## Prosperita

Prosperita? Především!  
Nic jiného neřeším.

### Pojďte s námi výš



#### Časopis Prosperita a příloha Prosperita Madam Business

Prosperita představuje na trhu moderní informační médium pro podnikatele a manažery, firmy a profesní uskupení; součástí je příloha Prosperita Madam Business cílená na ženy podnikatelky a manažerky. Letos oslaví 10. rok existence. Měsíčník v tištěné podobě je a vždy byl adresně distribuován. Již 4. rokem si časopis mohou zájemci stahovat z internetu v kvalitním formátu PDF včetně všech inzerátů. Tuto možnost nabídla Prosperita jako jedna z prvních v ČR.

Otiskneme-li komerční prezentaci či klasickou inzerci v Prosperitě či Prosperitě Madam Business, automaticky je zdarma zveřejněna také v elektronické podobě.

Inzerují u nás takto nadnárodní společnosti i menší české rostoucí firmy.

Pokud nás ještě neznáte, vyžádejte si ukázkové číslo a schůzku s námi.

Vydavatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9  
Telefon: +420 602 618 008, Fax: +420 266 312 413  
info@prosperita.info, www.prosperita.info



## ŠkoFIN pestře

Společnost ŠkoFIN je jasnou jedničkou na trhu financování automobilů, dle výsledků statistik ČLFA (České leasingové a finanční asociace) za rok 2007, a to i po svém 15letém působení na českém trhu. ŠkoFIN navíc opět obhájil druhé místo v žebříčku firem poskytujících operativní leasing a velmi dobře si vedl i v úvěrech podnikatelům. Společnost ŠkoFIN uzavřela v roce 2007 nové smlouvy v hodnotě 12,706 miliard korun (33 146 nových smluv).

ŠkoFIN se soustřeďuje především na financování automobilů, a jak ukazují nejnovější statistiky České leasingové a finanční asociace, je v této oblasti nejlepší na trhu. Financování od ŠkoFINu stále přitahuje největší pozornost nejen díky výhodným značkovým nabídkám, ale i prostřednictvím nových doprovodných služeb pro klienty.

Nejzajímavější formou financování byl v uplynulém roce pro zákazníky ŠkoFINu opět finanční leasing, a to především leasing osobních vozů. Objem 4,814 miliard korun odpovídá celkem 12 917 leasingovým smlouvám. Druhou nejvyužívanější službou se stal finanční leasing lehkých užitkových vozů kategorie N1, kdy při objemu 2,838 miliardy korun byla uzavřena celkem 5301 nová smluva, což je o 21 % více než v roce 2006. Tento nárůst znamenal také výrazné zvýšení podílu finančního leasingu lehkých užitkových vozů kategorie N1 na celkovém objemu nových leasingových obchodů, a to z 21 % na 28 %. ŠkoFIN navíc předčil meziročním nárůstem o 33 % v objemu nového financování lehkých užitkových vozů kategorie N1 prostřednictvím finančního a operativního leasingu meziroční nárůst dosažený v tomto segmentu všemi členy ČLFA, který činil 26 %.

ŠkoFINu se stejně jako v předchozím roce dařilo v oblasti operativního leasingu. Objem nových obchodů se meziročně zvýšil o 8 % na 2,367 miliardy korun, přičemž počet nových smluv dosáhl 5708. Trh v oblasti operativního leasingu vykazuje soustavný růst. ŠkoFINu se stále daří držet krok a navyšovat svůj podíl.

Podle předpokladů se potvrdil rostoucí zájem o financování úvěrem, a to jak mezi zákazníky podnikateli, tak i v segmentu spotřebitelských úvěrů. Počet nových smluv vzrostl o 33 % – celkem na 2,544 miliardy korun, z čehož úvěrové financování podnikatelů tvořilo 1,708 miliardy korun. U spotřebitelských úvěrů byl zaznamenán nárůst 66 %, a to z 502 milionů korun financované hodnoty v roce 2006 na 836 mil Kč v roce 2007.

ŠkoFIN je již tradičně spolehlivým partnerem pro více než 300 prodejních míst autorizovaných partnerů koncernové sítě VW AG v oblasti financování. ŠkoFIN v roce 2007 ztratil produkt financování skladových vozů a uvedl na trh zcela nový produkt.

pokračování na str. 31 ►



# Přes internet u nás nakupují hlavně muži z měst a s vyššími příjmy

**Z mezinárodní studie Barometr Cetelem 2008, která srovnává názory a postoje spotřebitelů v evropských zemích, vyplývá, že Češi vnímají svou situaci optimisticky. I když většina Čechů očekává zvýšení svých výdajů, chystají se zároveň i více spořit.**

Češi věří internetu – téměř čtvrtina (24%) jich nakupuje jak na webových stránkách kamenných prodejen, tak v čisté internetových obchodech. Jsou tak v těsném závěsu za Itálií (27%) a přibližují se průměru evropských zemí (28%).

## Dobrá nálada v Evropě

Jak ukázal letošní Barometr Cetelem, v Evropě narůstá optimismus a v České republice vládne setrvalě dobrá nálada. „Češi hodnotí svou situaci obecně stále dobře. Se známou 5,2 z 10 se v roce 2007 umístili lépe než evropský průměr. Kromě tradičně optimistických zemí nás ovšem předhlo Slovesko a Rusko,“ uvedl ing. Václav Horák, generální ředitel společnosti Cetelem. V roce 2008 očekává většina Evropanů zvýšení svých výdajů. Vedou Češi spolu s Maďary, 85% z nich (o 9% více než v předchozím roce) předpokládá, že jejich výdaje narostou. O 10% více Čechů než loni však zároveň chce i zvýšit své úspory. Počet respondentů v České republice, kteří předpokládají zvýšení svých úspor, vzrostl na 32%. Vedle Slovenska je Česká republika jedinou zemí, kde se projevil v záměrech spořit výrazný meziroční nárůst.

Vzhledem k tomu, že Evropané očekávají zvýšení svých výdajů, obávají se poklesu své koupěschopnosti. Jejich nákupní záměry pro rok 2008 klesají a ve srovnání s předchozím rokem mají zvýšený zájem pouze o 3 oblasti – rekonstrukce bydlení, potřeby pro kutily a mobilní telefony. Češi plánují v roce 2008 více utracet především za rekonstrukce bydlení, nákup nemovitostí, automobilů a počítačového vybavení. Největší po-

kles zájmu naopak výsledky studie zaznamenaly v případě mobilních telefonů a elektrospotřebičů.

## Češi věří internetovým obchodům a nakupují zde téměř vše

„V letošním vydání se Barometr Cetelem zaměřil na internet,“ doplnil Václav Horák a zároveň dodal: „Internet se stává fenoménem moderní doby, neslouží již pouze jako prostředek komunikace nebo jako zdroj informací, stává se i významným místem obchodu.“ Zatímco v roce 2006 bylo k internetu připojeno 29% českých domácností, v roce 2010 by to měla být již téměř polovina (47%). Nicméně díky připojení k internetu v zaměstnání má nyní přístup k vysokorychlostnímu internetu již více než polovina české populace (53%). Podobně jako v ostatních zemích Evropy nakupují v České republice na internetu nejčastěji muži ve věku do 35 let, z velkých měst a s vyššími příjmy.

Výsledky studie Barometr Cetelem ukázaly, že již čtvrtina Čechů (24%) uskutečnila alespoň jeden nákup na internetu. Přibližujeme se tak průměru evropských zemí, který dosahuje 28%. Češi mají zároveň ze všech sledovaných zemí největší důvěru v internetové obchody – v čisté internetových obchodech nakupuje 74% respondentů z České republiky, což je nejvyšší výsledek ze 13 sledovaných zemí.

V nákupech na internetu vede v České republice na rozdíl od ostatních evropských zemích tzv. bílá a černá technika, tedy domácí spotřebiče a spotřební elektronika, za nimi následuje oblast volného času a cestování, která je oblíbená v celé Evropě.

Pro rok 2008 plánují Češi utracet on-line nejvíce za svou zábavu – vede oblast kultury (knihy, CD, vstupenky) a oblast volného času a cestování. Tři čtvrtiny Čechů platí své on-line nákupy na dobírku, platby kartou nejsou v porovnání se zeměmi západní Evropy příliš rozšířené a preferuje je pouze 21% nakupujících na internetu. Relativně velký podíl on-line nákupů si Češi požívají na úvěr (9%, 3. místo v Evropě).

Studie Barometr Cetelem vychází z průzkumu evropského trhu, který zjišťuje náladu a postoje Evropanů a který provádí agentura GfK. Průzku-

mu se zúčastnilo více než 10 tisíc spotřebitelů, minimálně 500 v každé zemi. Analýzy a prognózy vývoje zpracovala výzkumná a poradenská společnost BIPE.

Ve vydání pro rok 2008 byla studie rozšířena o novou zemi – Srbsko a celkem nyní zahrnuje již 13 evropských zemí – Belgie, Českou republiku, Francii, Itálii, Maďarsko, Německo, Polsko, Portugalsko, Rusko, Slovensko, Srbsko, Španělsko a Velkou Británii. Česká republika se studie Barometr Cetelem zúčastnila již počtvrté.

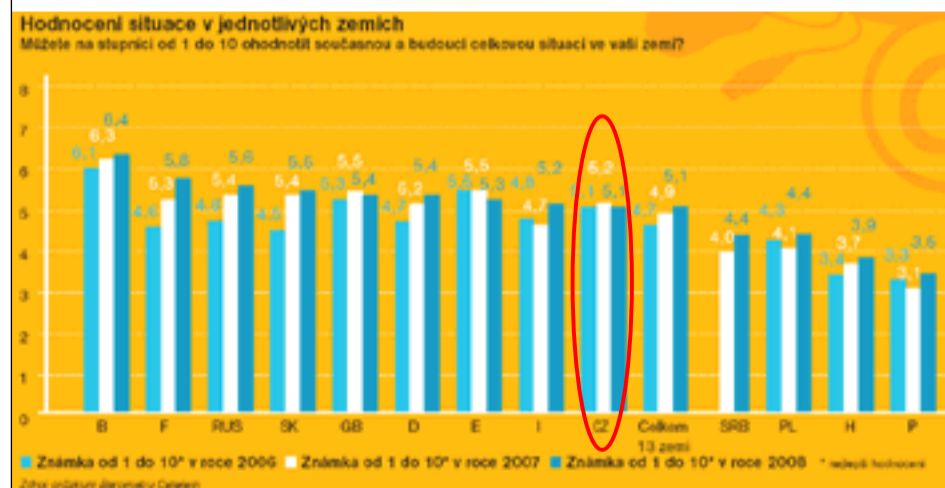
(tz)

## ...i když očekávají zvýšení výdajů

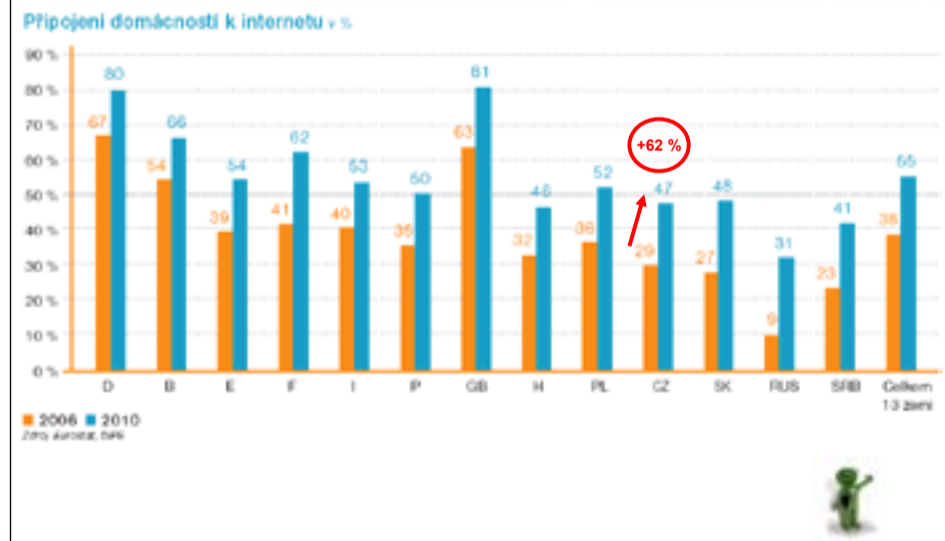


Nárůst výdajů očekávají nejvíce Češi a Maďari (85%), více utracet bude ale celá Evropa

## Optimizmus v Evropě roste, v ČR stabilně dobrá nálada



## Připojení evropských domácností k internetu rychle roste



## Češi chtějí více spořit...



Pouze Češi a Slováci plánují výraznější zvýšení svých úspor – nárůst úspor předpokládá o 10% více českých spotřebitelů

## Kolik spotřebitelů nakupuje na internetu?



# Českým domácnostem unikají peníze okny

**Nejvíce peněz za energii uniká českým domácnostem starými nebo nekvalitně vyměněnými okny. Vyplyvá to z výsledků snímkování termokamerami, jež pracovníci RWE prováděli v průběhu zimních měsíců zákazníkům, kteří se zaregistrovali na portálu www.setrimenergii.cz.**

„Problém s únikem tepla v prostoru oken naši pracovníci zdokumentovali u 68 % snímkových budov. Pokud by lidé únikům zamezili, mohli by ušetřit až tisíce korun ročně,“ uvedl Tomáš Varcop, člen představenstva RWE Transgas zodpovědný za rezort Národní obchod.

Dalšími slabiny, které výrazně přitěžují účtům za energie v českých domácnostech jsou vstupní dveře (35 %) a fasáda (32 %). Tepelné úniky u podezdívek a základů zaznamenali pracovníci RWE pouze u 12 % objektů. Češi si tedy budují své domy na pevných a kvalitních základech. Překvapujícím zjištěním se může zdát fakt, že pouze u 5 % domů byly identifikovány problémy s únikem tepla přes střechy.

Termografická měření RWE pomohla odhalit kromě běžných úniků také mnohé závažnější problémy. Za zmínku stojí například špatně utěsněné otvory ve zdi po demontáži plynových kamen waw, o nichž majitel nemovitosti nic netušil. Otvor po kouřovodu byl zaslepen pouze sádrokartonem, takže se na snímku fasády výrazný únik tepla ztvárnil jako rudě zářící kotouč.

Nepříjemným zjištěním pro majitele jednoho domu byl také objev poměrně rozsáhlé praskliny v čelní obvodové zdi. Problémům se nevyhnuly ani novostavby. U jednoho nového domu termosnímky odhalily velké rozdíly v kvalitě instalovan

vaných oken. Naměřené hodnoty u některých oken přesvědčily majitele, aby zjištěnou situaci řešil reklamací.

„U jednoho zákazníka jsme objevili velice špatně izolované vikýře. Majitel domu potvrdil, že místnost stále intenzivně vytápí, teplo se v ní však neudrží, a nevěděl proč. Až snímek jasně ukázal, kudy teplo uniká. Po bližším zkoumání se zjistilo, že konstrukce vikýřů je pravděpodobně vytvořena pouze ze sádrokartonu a venkovních palubek,“ řekl Martin Chalupský, tiskový mluvčí RWE Transgas.

Zjištěné výsledky provedeného snímkování nevyznívají pro česká obydlí příliš dobře. Zcela bez závad bylo minimum navštívených objektů, pouhé 2 %. „Majitelé většiny domů, u nichž jsme nějaký problém s úniky tepla zaznamenali, už dnes vědí, kudy jim utíkají peníze. Před příští topnou sezónou mají dostatek času zjištěné závady odstranit a snížit své náklady na energie,“ poznamenal Varcop.

O snímkování rodinných domů termokamerou je mezi lidmi velký zájem. Tepelné měření v hodnotě 2500 Kč považují za dobrou investici. Potvrdily to nejen návštěvy u zákazníků RWE, ale také marketingový průzkum. „V době vzrůstajících nákladů na energie se jedná o účinný nástroj jak si prověřit kvalitu zateplení nemovitosti.

Vzhledem ke zjištěnému zájmu uvažujeme, že snímkování nabídneme jako jeden z nových produktů pro naše zákazníky,“ poznamenal Tomáš Varcop.

„Snímkování termokamerou je jednou z možností jak snadno a relativně spolehlivě odhalit slabá místa, kterými uniká teplo z domu nebo bytu do okolí. Termokamera v první řadě odhalí zjevné vady v konstrukci způsobené například vlhkostí, špatně zvoleným materiálem a konstrukcí nebo nekvalitní prací řemeslníků,“ uvedl Miroslav Hořejší, šéfredaktor portálu TZB-info.

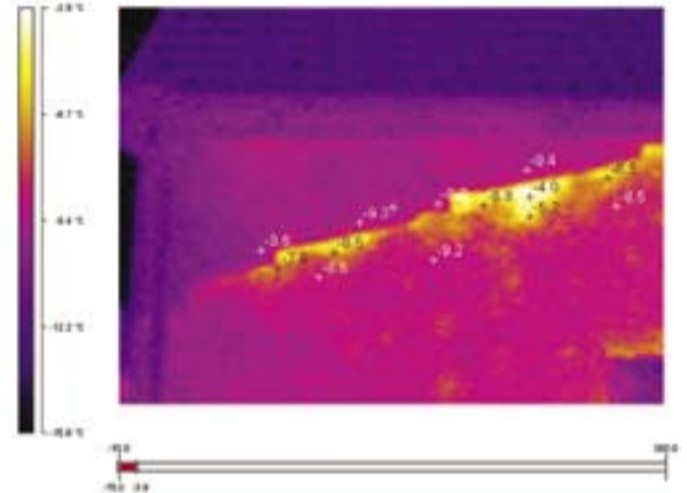
Podle něj lze snímkování doporučit například u novostaveb při podezření, že dům nemá požadované tepelné izolační vlastnosti nebo že nebyly použity předepsané materiály. „Snímky z termokamery mohou pomoci také těm, kteří koupili dům a chtějí znát jeho skutečný stav z hlediska tepelné izolačních vlastností,“ dodal Hořejší.

Snímkování termokamerou (termografická měření) nabídla skupina RWE svým zákazníkům v rámci kampaně Šetřím energii. Výškolení pracovníci RWE navštívili v průběhu zimních měsíců čtyři stovky zákazníků a nasnímali jejich obydlí. Každý obdržel protokol o termogra-

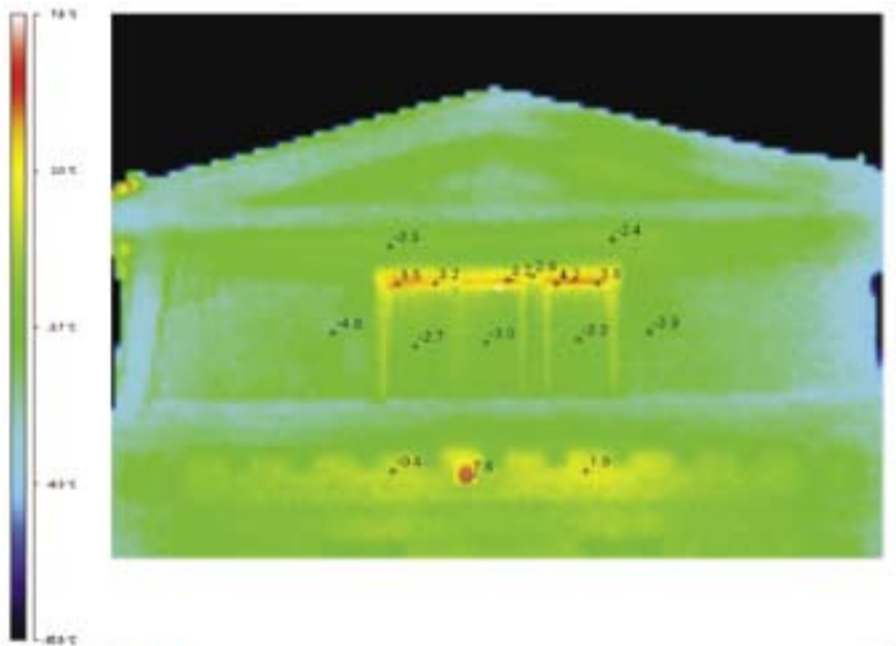
fickém měření se čtyřmi snímky a zhodnocením účinnosti zateplení posuzovaného objektu.

## Základní informace o způsobu termografického měření

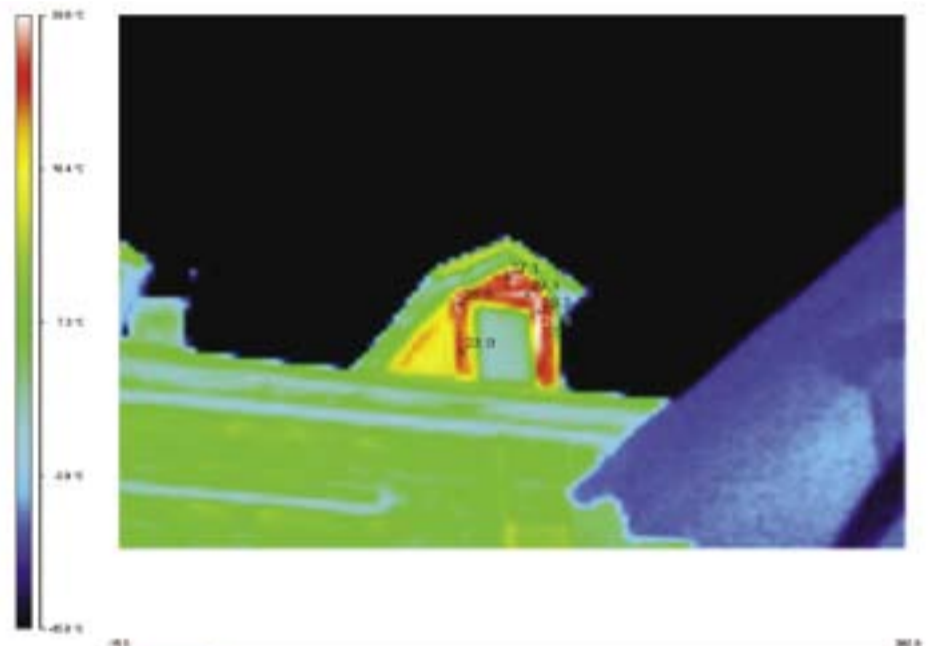
Termografická měření byla provedena diagnostickou termokamerou Fluke Ti20, která umožňuje měření v rozsahu teplot od -10 do 350 °C. Teplotní citlivost termokamery je 0,2 °C, rozlišení detektoru je 128 x 96 pixelů. Výsledné termogramy byly zaznamenány spolu s datovými údaji do paměti termokamery Fluke Ti20 a potom byly přeneseny do počítače, kde byly zpracovány pomocí programu InsideIR. Termogramy indikují kritická místa stavební konstrukce s možnými energetickými ztrátami objektu.



Prasklina: zřetelně viditelná prasklina v obvodovém zdivu domu.



Kouřovod: špatné utěsnění oken a otvoru po kouřovodu.



Vikýř: značný prostup tepla kolem celé plochy okna a nedostatečná izolace celého vikýře.

## Facility management ušetří náklady i starosti

Náklady na provoz a údržbu jakékoliv budovy se neustále zvyšují. Jejich úroveň přitom vedle rostoucích cen energií ovlivňují i takové pro někoho možná zdánlivé maličkosti, jako je způsob využití prostor, optimální využívání všech technologií v budově či zajištění kvalitních služeb v objektu. Dosáhnout optimální výše provozních nákladů, a přitom zajistit kvalitu poskytovaných služeb je úkolem facility managera.

Definice facility managementu (FM) jako poměrně mladého oboru se až do loňského roku poměrně různily. Vše ale upřesnila právě vloni přijatá evropská norma FM, jejímž cílem je sjednotit chápání tohoto oboru ve všech zemích Evropské unie. „Facility management představuje integraci činností v rámci organizace k zajištění a rozvoji sjednaných služeb, které podporují a zvyšují efektivnost její základní činnosti. Dotýká se každého uživatele budovy, optimalizuje zázemí pracovníků a prostředí ve všech prostorách objektů, sjednocuje plánování a řízení správy majetku a všech podpůrných služeb,“ popsal jeden z duchovních otců tohoto oboru u nás Ondřej Štrup.

### Čím dřív, tím lépe

Výše nákladů na provoz budovy je možné nejlépe ovlivnit již ve fázi projektování, kdy se řeší uspořádání jednotlivých prostor, jejich vybavení a následné využití. Řada projektantů, investorů a developerů nahlíží na projekt ze zcela jiného pohledu než právě facility manager, který bude mít za úkol po realizaci budovy zajistit její pokud možno bezproblémový provoz.

Jak může být takový facility manager prospěšný už při projektování objektu? Je to jednoduché. Investor má například přehled o technologiích na trhu, zná jejich cenu a dovede si spočítat, na kolik ho přijde pořízení si těchto technologií. „Nemá ale představu o tom, jaké náklady s sebou ponese jejich údržba, tedy revize, odborné zkoušky, kontroly a jiné servisní činnosti,“ pokračoval Ondřej Štrup. Úkolem facility managera je tedy doporučit takovou technologii, která má nejlepší poměr mezi pořizovací cenou a provozními náklady.

### Rozhoduje i výběr vhodných dodavatelů

Dalším faktorem, který ovlivňuje výši

provozních nákladů, je výběr vhodných dodavatelů.

Zde bývá často jediným hodnotícím kritériem cena, která nemusí vždy zahrnovat požadovaný rozsah činností. Tyto jsou následně účtovány jako služby nad rámec smlouvy nebo objednávky a původně odsouhlasené náklady se tak opět zvyšují. Před samotným výběrem dodavatele je tedy nutné znát potřeby objektu a sestavit přesný rozsah činností, které mají být ve stanovených termínech a kvalitě provedeny. Facility manager by měl tomuto tématu věnovat skutečně maximum času, neboť kromě potřeb objektu musí respektovat i potřeby nájemníků, případně dalších návštěvníků, kteří se v objektu mohou pohybovat. Důležité je ještě jedno upozornění. Každý majitel objektu by měl dbát na to, aby se spravoval přesně podle potřeb jednotlivých technologií a aby se materiály řádně udržovaly. Zničit podlahu nevhodným mycím prostředkem je velmi jednoduché, vrátit ji do původního stavu prakticky nemožné.

### Developeři na připomínky slyší

Zatímco ještě před několika lety se developeři bránili řešit správu objektu v okamžiku, kdy teprve vznikala na papíře, dnes už je situace i v tomto směru zcela jiná. Některé firmy si dnes přípravu projektu nedovedou bez facility managera ani představit. „Při realizaci našich projektů spolupracujeme s facility managerem pokud možno hned od prvních projektových dokumentací,“ řekl mluvčí jedné z největších českých developerských firem Sekyra Group Radek Polák.

O tom, že facility management postupně opouští pole čistě teoretických diskuzí a uplatňuje se stále více v praxi, svědčí i účast tohoto oboru na Stavebních veletrzích v Brně. Na nich se poslední léta hovoří pravidelně například o úsporách energií, v poslední době ale přibývají i diskuze na téma dalších úspor v provozu objektů, kde má právě facility management svou parketu. Nejinak tomu bude i na letošních Stavebních veletrzích, které se uskuteční ve dnech od 22. do 26. dubna na tradičním místě, tedy brněnském Výstavišti. (tz)

# Strategickým cílem společnosti TPCA je být atraktivním zaměstnavatelem

**Společnost TPCA dosahuje velmi vysokých standardů ve všech hlavních oblastech své činnosti, kterými jsou Lidé, Výroba, Náklady a Životní prostředí. V souladu s firemním principem Kaizen – neustálé zlepšování – chce firma tyto standardy ještě zvyšovat a dále potvrzovat svoji pozici mezi nejlepšími průmyslovými podniky v zemi.**

Strategickým cílem firmy je být atraktivním a pečujícím zaměstnavatelem, který vytváří podmínky pro dlouhodobé zaměstnávání místních lidí. V dnešní době vysoké soutěživosti na trhu práce nestačí pouze nabízet konkurenceschopné mzdy, ale je třeba zajistit perspektivu profesního růstu, atraktivní benefity, bydlení, zdravotní péči, mimopracovní aktivity a další. Motem firmy je slogan Úspěch firmy záleží na spokojenosti zaměstnanců.

## Ženy tvoří pětinu zaměstnanců

Ke konci roku 2007 zaměstnávala TPCA celkem 3564 osoby. Poměr žen ve výrobě představuje nyní více než pětinu celkového počtu zaměstnanců. Věkový průměr se pohybuje kolem 27 let. Poměr agenturních zaměstnanců je okolo 10 %. Naprostá většina kmenových zaměstnanců jsou občane České republiky.

Hlavním principem výrobního systému Toyota je skutečnost, že zvyšování kvality a zlepšování výrobních procesů není pouze věcí inženýrů a specialistů, ale podílejí se na něm všichni zaměstnanci. TPCA má dva nástroje pro systematické zapojování dělníků do zlepšování výroby. Prvním je Kaizen – systém na podávání zlepšovacích návrhů, a druhým jsou tzv. Kroužky kvality, řešící složitější problémy.



## Kaizen

Zaměstnanci v TPCA podávají zlepšovací návrhy, které jsou rozděleny do čtyř hlavních kategorií: Bezpečnost práce, Ekologie, Kvalita a Náklady. Zaměstnanec, který vymyslí zlepšovací návrh, tzv. Kaizen, jej zaregistruje u nadřízeného. Přijaté návrhy jsou vyhodnoceny, a pokud se zlepšovací návrh realizuje a prokáže se jeho přínos, je jeho autor odměněn. V minulém roce bylo zaregistrováno 3198 Kaizenů a jejich autorům vyplaceno 1 080 747 Kč.

## Kroužky kvality

Kroužky kvality jsou dobrovolné týmy dělníků, kteří si sami vyberou problém z výroby a pod dohledem zkušených poradců řeší jeho odstranění a navrhnou nápravná opatření. Kroužky kvality fungují ve všech továrnách Toyoty a v loňském roce byly zavedeny i v TPCA. Během prvního roku fungování se projektu zúčastnily celkem 53 týmy

a nejlepší z nich jel prezentovat své výsledky na celosvětový kongres kroužků kvality do Japonska. Pro letošní rok se již registrovalo 225 zaměstnanců, kteří vytvořili 50 týmů.

## Školení

V TPCA zaměstnanci absolvují celou řadu školení a průběžně si zvyšují kvalifikaci. Od školení základních pracovních dovedností, povinných kurzů, kterými jsou například svářečský, jeřábnický kurz či kurz ovládnání vysokozdvizného vozíku, přes počítačové nebo jazykové kurzy až po specializovaná školení vycházející z know-how výrobního systému Toyota. Jen počítačové kurzy navštívilo v loňském roce přes 200 zaměstnanců.

TPCA nabízí svým zaměstnancům dlouhodobý růst. Strategií podniku je obsazovat vedoucí funkce zaměstnanci z nižších pozic. Mnoho dělníků se tak vypracovalo až na pozice mistrů a jen v loňském roce bylo povýšeno přes 800 zaměstnanců. K největším posunům došlo u dělnických pozic.

## Odměňování

TPCA patří mezi nejlépe odměňující průmyslové firmy v ČR. „Tuto pozici si chceme udržet i nadále,“ sdělil personální ředitel Vadim Petrov. V letošním roce vzrostou tarifní mzdy o sedm procent. Průměrná mzda ve výrobě stoupne ze současných 23 100 korun na 26 200 korun. Další změnou je zvýšení maximální hranice firemního bonusu ze současných pěti na osm procent. „Chceme tak více motivovat zaměstnance ke splnění společných firemních cílů,“ přiblížil důvody zvýšení variabilní složky odměňování Vadim Petrov.

## Benefity

V loňském roce firma zavedla flexibilní benefitový systém nazvaný Z-konto, jenž rychle získal na oblibě. Z-konto je virtuální účet, na který firma měsíčně posílá určitý počet bodů, a zaměstnanec si sám určí, na jaké benefity body použije. Jeden bod má hodnotu jedné koruny a i na nejnižší dělnické pozici zaměstnanec dostává okolo tří tisíc bodů, tedy tři tisíce korun, měsíčně. Firma dá ročně na Z-konto přes 150 milionů Kč a zaměstnanci Z-kontem hradí penzijní připojištění, stavební spoření, nájemné v městských bytech, hypotéky a také leasing automobilů. Jenom v loňském roce si zaměstnanci pořídili okolo tří set nových vozů. Na základě podnětů od zaměstnanců byla nabídka benefitů od letošního roku ještě rozšířena.

## Zdraví

TPCA podporuje zdravý životní styl zaměstnanců. Vedle prevence, jako je například očkování proti chřipce, vyšetření zraku či sluchu, a konzultací spojených s měřením BMI se zaměřuje i na aktivní odpočinek zaměstnanců. V TPCA také odstartovala dlouhodobá kampaň na odvykání kouření a v přípravné fázi je projekt nadstandardní zdravotní péče.

## Bydlení

Těžištěm sociálního programu TPCA jsou městské byty v Kolíně, určené pro zaměstnance auto-

mobily. Město v loňském roce dokončilo a předalo firmě všech plánovaných 850 bytů a i díky tomu vzrostl počet zaměstnanců bydlících do 30 km od závodu na 70 %. Firma umožňuje hradit část nájemného z benefitového programu Z-konto, případně jej použít i na financování vlastního bydlení pomocí hypotéky. Pro dočasné bydlení má TPCA smluvní ubytovny.

## Mimopracovní aktivity

TPCA podporuje sportovní aktivity zaměstnanců ať už akcemi organizovanými přímo automobilkou, nebo tím, že finančně zajišťuje různé turnaje organizované zaměstnanci, například turnaje ve fotbale, šachu, šipkách, volejbalu a další. Do první kategorie patří mimo jiné štafetový běh Ekiden, ve kterém se ženský tým TPCA probojoval až na celosvětové finále pořádané v Japonsku, kde se umístil na velmi dobrém sedmém místě.

Pro podporu sportovních, ale i společenských aktivit lidí z TPCA je určen Sponzoring pro zaměstnance. Jde o program, jehož prostřednictvím zaměstnanci žádají o příspěvek na akce v místě svého bydliště. Firma na tyto projekty rozdělí každý měsíc 50 000 Kč.

## Vztahy s odbory

V TPCA působí odborová organizace OS KOVO. Založena byla nedlouho po vzniku firmy, v listopadu roku 2004. „Dobré vztahy s odborovou organizací považujeme za jeden z hlavních úkolů personálního oddělení. Dosavadní spolupráci hodnotíme jako velmi úspěšnou,“ komentoval vztah s odbory personální ředitel Vadim Petrov.

## Výroba a kontrola nákladů

Výroba v TPCA je založena na výrobním systému Toyota Production System, který je v automobilovém průmyslu synonymem efektivity. „Ve výrobě pracujeme na neustálém zlepšování kvality. V roce 2007 vyrobila TPCA celkem 308 478 vozů. Podobného výsledku chce firma dosáhnout i v letošním roce.“

Právě neustálé zlepšování výrobních postupů, zejména pak zvýšení automatizace a snížení prostojů, umožnilo překročit hranici 300 000 vyrobených aut. V dubnu loňského roku vyrobila TPCA půlmiliónový vůz. „Letos očekáváme překročení hranice milionu vyrobených vozů od zahájení výroby v únoru 2005. Důležitý milník naší historie přijde na podzim,“ prozradil Jiří Černý, viceprezident TPCA pro výrobu.

## Pracovní prostředí

Aktivity na zlepšování pracovního prostředí míří do těchto oblastí: zlepšování odpočinkových zón, snižování hlučnosti a prašnosti, prevence úrazů a ergonomie. V loňském roce bylo například vysazeno v areálu závodu okolo 30 tisíc stromů a vytvořeno několik venkovních odpočinkových zón se stromy a lavičkami. Reflexní nátěr na střeše výrobních hal snižuje horko v provozech, nejhlučnější stroje byly zvukově odcloněny a v lakovně vznikla zimní zahrada pro zaměstnance.

## Hospodářské výsledky

V roce 2005 dosáhl obrát firmy 18 miliard korun. O rok později již dosahoval 49,4 miliardy korun. Podle předběžných, neauditovaných výsledků měla v roce 2007 automobilka TPCA



obráť 51,3 miliardy korun. V letošním roce se tu zaměří na vylepšení systému kontroly a snižování nákladů, aby si udrželi vysokou konkurenceschopnost.

## Ochrana životního prostředí

Toyota i PSA Peugeot Citroen jsou firmy, které dbají na ochranu životního prostředí. Je to součástí jejich globální filozofie, kterou v ČR naplňují prostřednictvím TPCA. Důležitým pilířem ochrany životního prostředí je vedle šetrné výroby i vzdělávání zaměstnanců v zásadách snižování objemu odpadů a jejich recyklace nebo šetření s energiemi a vodou.

Zlepšením roku se stalo snížení produkce kalů na firemní čistířce přidáním dalšího procesu čištění a následným zpracováním kalů v kalolisu, díky kterému došlo ke snížení produkovaných odpadů. Dalším významným projektem je recyklace vyřazených plastových dílů na speciální drť, která dále slouží k výrobě plastových odpadkových košů. Díky těmto a dalším projektům



firma dosáhla významných opatření ve všech oblastech: množství produkovaných odpadů na vyrobený vůz kleslo z předloňských 15,6 kg na loňských 12,9 kg, spotřeba energie na jeden vůz klesla o necelých 8 % a spotřeba vody dokonce o desetinu. Emise těkavých organických látek se snížily z 24 g / m<sup>2</sup> na 13,8 g / m<sup>2</sup>.

V roce 2008 se TPCA zaměří na ochranu přírody prostřednictvím rozšiřování ekologického myšlení. Jednou z prioritních oblastí grantového programu Partnerství pro Kolínsko budou právě projekty šetrné k životnímu prostředí. Aktivity se však chystají i v areálu továrny. „Na vybraných budovách chceme aplikovat tzv. fotokatalytické nátěry, které chemickou reakcí na bázi oxidu titaničitého (TiO<sub>2</sub>) čistí ovzduší od nečistot,“ řekl k připravovaným projektům Jiří Černý, viceprezident TPCA pro výrobu. Na střeše automobilky se také objeví první solární panely, jež budou sloužit k ohřevu užitkové vody.

(tz)

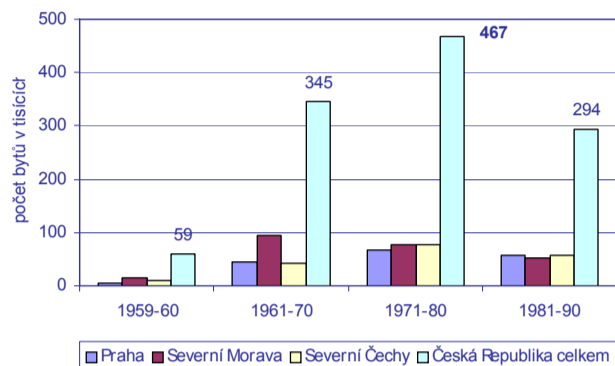


# Druhý život paneláků a 350 mld. Kč

Panelová sídliště, která jsou tak typická pro české město, už mají nejlepší léta za sebou. Pokud mají byty sloužit dobře, nebo dokonce lépe, než když byly nové, a to si přejí všichni jejich obyvatelé, potřebují opravit a zmodernizovat. Problém je, kde jednotlivci, sdružení vlastníků a bytová družstva, získají na revitalizaci dostatek potřebných finančních prostředků. Nejen ministerstvo pro místní rozvoj, ale i některé bankovní domy vycházejí těmto požadavkům vstříc a dovolují lidem potřebné investice do bydlení dále neodkládat.

Panelové domy se v ČR začaly stavět od konce padesátých let s tím, že největší rozmach zaznamenaly v letech 1971 až 1980. Domy byly projektovány s životností 30–40 let a v současnosti je již téměř 700 tisíc panelových bytů v ČR starších 35 let.

## Základní fakta



Zdroj: MMR ČR

### GRAF č. 1 – Výstavba panelových domů v jednotlivých letech v ČR celkem a ve vybraných krajích s nejhustší výstavbou

„Přes omezenou životnost panelových domů nikdo nepředpokládá jejich demolice, neboť tato varianta by byla rozhodně nákladnější a sociálně méně únosná než oprava,“ uvedla Marta Caisová, manažerka sektoru Bytové domy společnosti GE Money. Ze 700 tisíc nejstarších panelových domů byla dosud opravena a zateplena jen asi čtvrtina. Opatření a zanedbaný stav panelových domů v zemi vyžadují nyní investice ve výši zhruba 350 miliard korun. Stát se snaží tyto rekonstrukce podporovat a má pro ně připraveno několik dotačních titulů. Nejvýznamnějším z nich je program PANEL Státního fondu rozvoje bydlení. Jedním z důvodů státní podpory je i to, aby na panelových sídlištích zůstal zachovaný mix obyvatel a nedošlo k sociálnímu vyloučení nízkopříjmových skupin. Důsledky takového vyloučení můžeme pozorovat např. ve Francii. Na druhou stranu by nám nepokoje takového rázu hrozit neměly, protože v zemích západní Evropy nikdy nedošlo k tak masivní výstavbě tohoto typu a panelová sídliště zde byla od začátku koncipována jako obydlí pro přistěhovače.

### Největší nedostatky panelových domů

„Za největší nedostatky panelových domů se považují poruchy obvodového pláště a vnitřních konstrukcí. Hlavní důvody současných nedostatků je třeba hledat již ve výstavbě, kdy docházelo velmi často k nesprávné montáži,“ konstatovala Marta Caisová. Samo projektové řešení domu bylo od začátku chybné a k tomu se v průběhu času přidala zanedbaná údržba a stárnutí domů. Každý důvod má zhruba třetinovou váhu.

Při hledání postupů, jak ideálně prodloužit životnost domu, je třeba vycházet ze současného stavu každého jednotlivého objektu. Samozřejmě by prioritou při regeneraci mělo být zvýšení bezpečnosti, a to jak pro obyvatele v domě bydlící, tak pro všechny obyvatele v okolí, aby nebyli ohrožováni např. odpadávajícími kusy omítky, balkonů atd. Každý dům má jiné potřeby, byl postaven jinou metodou a v jiné době, proto by regeneraci měla předcházet důkladná analýza a návrh komplexního řešení modernizace. Postupné opravy sice zabrání možnému havarijnímu stavu, ale vyjdou drahé. Zbytečně se zaplatí některé práce dvakrát kvůli tomu, že na sebe logicky navazují, a tudíž dochází k jejich opakování nebo k nahrazování některých stavebních prvků jinými v době kratší, než by odpovídalo jejich životnosti.

## V Praze nové kanceláře

Společnosti IMMORENT ČR a Sparkassen Immobilien AG v dubnu v Praze na Pankráci slavnostně otevřely první část nového administrativního centra. Rozsáhlý komplex s názvem Gemini nabídne celkem 38,6 tisíce m<sup>2</sup> kancelářských ploch. V první fázi je jich připraveno přes 17,5 tisíce m<sup>2</sup>. Díky vysoce efektivnímu řešení prostoru poskytnou výborné pracovní podmínky. Vybudováno bylo také 221 parkovací místo. Investorem a majitelem komplexu za necelé 2 miliardy Kč je rakouská investiční společnost Sparkassen Immobilien AG. Developerem projektu je IMMORENT ČR. Obě společnosti jsou součástí skupiny Erste. Realizace 1. etapy stavby v místě bývalého autobusového nádraží Pankrác trvala 18 měsíců.

### Přístup vlastníků k bytovému fondu

Přístup vlastníků se mění. Už to není ten případ, kdy se o mě a „můj“ dům staral jakýsi imaginární vlastník skrývající se pod různými zkratkami typu OPBH, SBD atd., ale jsme to my, kdo v domě bydlíme, kdo rozhoduje o tom, jaké opravy se budou provádět nebo kdy se bude modernizovat. „Jedním z důkazů tohoto vývoje v myšlení je stoupající počet bytů v osobním vlastnictví. Vlastníci bytů si uvědomují, že musí tvořit fond oprav, což jsou právě ty prostředky, o jejichž uplatnění pak rozhodují,“ řekla Marta Caisová.

Uvědomují si, že takový minimální příspěvek do fondu oprav je 20 korun na metr čtvereční a chtějí-li se pustit do modernizace domu, pak je to minimálně 25–30 korun. Na druhou stranu díky provedené modernizaci získá jejich byt vyšší hodnotu a ještě profitují z kvalitnějšího bydlení. Dalším dlouhodobým trendem bude přesun správy domů k profesionálům. Tento trend bude markantní hlavně ve velkých městech, protože obyvatelé domů se budou chtít ve stále větší míře věnovat svým koníčkům, než aby sháněli zámečníka na opravu vchodových dveří, do kterých opět někdo zastrčil sírku.

„Komplexní regenerace panelového domu se dá provést za zhruba 300 tisíc korun na byt,“ vypočítala Marta Caisová. Cena se samozřejmě liší regionálně, podle dodavatele a v neposlední řadě odráží skutečný rozsah prací. Pod pojmem komplexní regenerace se myslí zejména oprava statických poruch domu, zateplení fasády, výměna oken a revize vnitřních rozvodů. Oprava nebo rovnou výměna výtahů je počítána zvlášť, neboť se týká pouze některých domů. U výtahů se dá velmi hrubě počítat s částkou 100 tisíc korun na každé patro domu.

Další finanční potřeby se vztahují k regeneraci vnitřního vybavení bytu. Nahrazení umakartového jádra zděným vede v žebříčku nejčastějších bytových úprav. Druhým na žebříčku jsou přestavby kuchyní. Zde se dá cena velmi těžko odhadnout, neboť zde více než kde jinde záleží na představách majitele bytu a jeho nárocích.

### Zkušenosti s revitalizací

Díky velké poptávce po renovacích panelových domů a celkovému stavebnímu boomeru vznikly desítky až stovky firem zabývajících se jak opravami, tak poradenstvím. V takovém množství je pak velmi těžké se orientovat, ale o to důležitější je zaměřeni na kvalitu. Investor, v tomto případě bytové družstvo nebo společenství vlastníků, by měl vždy hledat firmu s referencemi a v ideálním případě by takový dodavatel měl být certifikovaný.

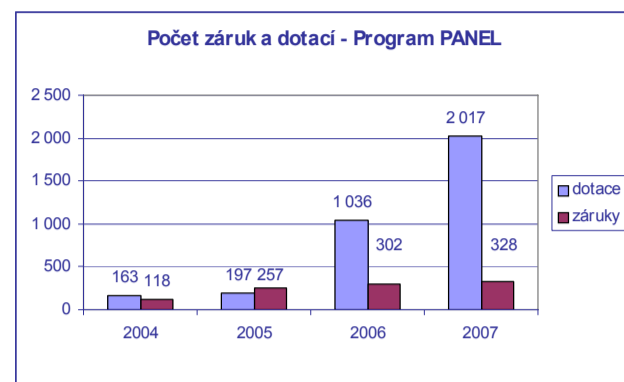
Modernizovaný panelový dům nabízí obdobnou kvalitu bydlení jako byty v novostavbách. Modernizovaný v tomto případě znamená zateplený s novými okny, střechou a stoupačkami. „Možnosti financování jsou v zásadě dvě, a to financování z vlastních zdrojů a financování ze zdrojů cizích. Objem vlastních prostředků vystačí většinou pouze na opravy menšího rázu nikoli na komplexní modernizaci. Pokud se rozhodnete pro kompletní renovaci, pak je nezbytné sáhnout po úvěru, a to buď po bankovním, nebo dodavatelském,“ poznamenala Marta Caisová.

Stát, který stavěl panelová sídliště, se nyní snaží alespoň částečně podporovat jejich regeneraci pomocí programu PANEL. Tento program nabízí bytovým družstvům a společenstvím vlastníků úrokovou dotaci ve výši 2% ročně na úvěry od bank. Příjem žádostí na Českomoravskou záruční a rozvojovou banku byl obnoven 2. 4. 2008. PANEL dále obsahuje záruku za úvěry na rekonstrukce domů. Tuto záruku však již většina bank nepožaduje, protože jejich důvěra ve společenství vlastníků a bytová družstva se zkušenostmi roste, a úvěry proto poskytují i nezájistně.

### Technické informace:

- flexibilní plocha na každém podlaží dovolující jak halové uspořádání, tak uzavřené kanceláře
- efektivní dělení kanceláří s modulem 1,35 m
- světlá výška kancelářských prostor a chodeb 3,0 m
- individuální regulace teploty v každé místnosti
- otevíratelná okna ve všech prostorech
- plně přístupná zdvojená podlaha včetně podlahových krabic pro kabeláž
- optické kabely, ISDN telefonní linky
- zálohové zdroje elektrické energie
- přístupy kontrolované magnetickou kartou
- elektronické detektory kouře s automatickým samohasicím systémem
- 8 výtahů v každé budově

## Program PANEL



Zdroj: CMZRB

PRŮMĚRNÁ VÝŠE : ZÁRUKA 4 mil. Kč A DOTACE 1,6 mil. Kč

### GRAF č. 2 – Vývoj počtu záruk a úrokových dotací z programu PANEL

Všechny podpory, které poskytuje český stát, musí být v souladu s EU, takže se nedá jednoduše rozlišit mezi národní a evropskou podporou. Kromě programu PANEL jsou tu „Podpory v oblasti bydlení financované Ministerstvem pro místní rozvoj“. Pro rok 2008 to jmenovitě jsou Podpora výstavby technické infrastruktury, Podpora výstavby podporovaných bytů, Podpora regenerace panelových sídlišť a Podpora oprav domovních olovených rozvodů. Kromě posledně jmenované jsou příjemci podpory vždy obce. Příjem žádostí pro letošní rok byl ukončen 31. 3. 2008.

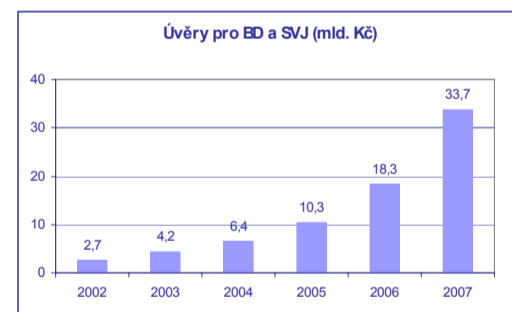
„Přímou z podpor EU je to pak Integrovaný operační program, oblast intervence 5.2 Zlepšení prostředí v problémových sídlištích, ve kterém je pro období 2007–2013 připraveno 226 milionů euro k čerpání,“ sdělila Marta Caisová.

### Úvěry rok od roku rostou

Na trhu je široká nabídka produktů. Od roku 2002 vidíme výrazný nárůst v počtu úvěrů a očekáváme, že tento trend bude pokračovat i nadále. Vlastníci domů si uvědomují, že nelze pouze donekonečna odstraňovat nejhorší vady na domech. Dobře vědí, že modernizace přinese jak úsporu v podobě nižších plateb za energii, tak zvýšení kvality bydlení a v neposlední řadě i zvýšení hodnoty nemovitosti. I v době velkého hladu po bytech je zřetelná zvýšená poptávka po těch, které se nalézají v již regenerovaných domech.

## Vývoj trhu úvěrů

### Bytová družstva a Společenství vlastníků jednotek



Zdroj: Centrální registr úvěrů, ČNB

Odhad GE Money Bank

ROK 2007: PROFINANCOVÁNO 33,7 mld. Kč

### GRAF č. 3 – Vývoj trhu úvěrů bytovým domům v letech 2002–2008

„GE Money Bank připravila pro společenství vlastníků jednotek a bytová družstva program Renovace Plus, kterým lze financovat jak rekonstrukci různého stupně komplexnosti, tak i nákup bytového domu v privatizaci,“ uvedla Marta Caisová. Až třicetiletá splatnost úvěru umožňuje snížit splátky na minimum. Provedení komplexní regenerace domu se tak stává široce dostupné. Úvěr je účelový, tzn. na bydlení, a je možné k němu získat dotaci z programu PANEL. Kromě toho nabízíme možnost načerpat až 15% z celkové výše úvěru na běžný účet žadatele bez prokázání dokladů. Tyto prostředky majitelé domů nejčastěji využívají na zpětné vyplacení nákladů vlastníků bytových jednotek, kteří si s předstihem sami zajistili některé úpravy. Součástí programu Renovace Plus je dále výhodný běžný účet a další finanční nástroje určené k zhodnocování volných finančních prostředků.

(kčr)

(tz)

# Staneme se zemí montážních hal?

## ČR nemusí být skladiště a místo pro kompletaci výrobků z cizích států

Zásady spolupráce sociálních partnerů s odbornými školami

**Odbornou konferenci věnovanou problematice nedostatku zaměstnanců technických profesí v českém průmyslu se zřetelem na energetické hospodářství uspořádal 21. února v Praze Český svaz zaměstnavatelů v energetice. Jak mj. uvedl v úvodu Ing. Jaroslav Neužil, výkonný ředitel ČSZE, bez kvalitních pracovníků klesá kvalita výroby, podnik či firma se nemůže rozšiřovat, je ohrožena její konkurenceschopnost.**

Ladislav Havel, zástupce ředitele odboru elektrotechniky MPO, ve svém vystoupení zdůraznil, že situace v odborném školství od učilišť až po vysoké školy je vážná, zmenšuje se počet mladých lidí, kteří se chtějí učit nebo studovat technické obory. Situace bezpochyby souvisí s jejich „prestíží“ ve společnosti. Je třeba zvýšit atraktivnost a postavení technických povolání. V energetice se plánuje výstavba nových zdrojů, je však otázka, kdo je bude stavět a provozovat, komu budou dnešní energetici za pár let předávat své zkušenosti.

### Nedostatek technických odborníků se může prohlubovat

Ministerstvo průmyslu a obchodu se v této věci angažuje, o čemž svědčí mimo jiné dopis ministra Martina Římana ministerstvu školství věnovaný právě problematice nedostatku studentů technických profesí.

Předseda Hospodářského výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR Oldřich Vojtěch upozornil na skutečnost, že žáci, kteří nyní končí základní školu, se ve firmách a dalších společnostech uplatní za pět až deset let, takže se nedostatek odborníků na všech úrovních může dále prohlubovat. Přitom je zájem o studia na humanitních oborů a nedostatek ve sféře odborného školství. Ke změně tohoto nepříznivého stavu musí přispět všichni. Z pohledu státní správy se to týká jak ministerstva školství a ministerstva průmyslu a obchodu, tak i ministerstva práce a sociálních věcí. Je proto třeba v tomto případě do modelu volného trhu rozumně zasáhnout ve prospěch technických profesí. O. Vojtěch dále uvedl, že v minulosti mělo každé učiliště zaměstnavatelského partnera. Dnes jsou tyto vztahy narušeny, je však třeba se k nim po-

stupně vracet. Ze strany podnikatelské sféry je přitom zájem o hlubší vztahy s odbornými učilišti a školami, příkladem v tomto může být Ústecký kraj. Pokud jde o jejich financování, pak by mělo být vícezdrojové, ne formou darů, ale zařazením vynaložených prostředků do nákladů. Na závěr zdůraznil, že když budujeme nové, tak bychom neměli bourat to staré, co bylo dobré.

### Energetici a školy

Člen představenstva ČSZE Oldřich Životský poté seznámil přítomné se zásadami spolupráce členských subjektů svazu s odbornými školami sdruženými v Českém svazu zaměstnavatelů v energetice. Na něj navázal Oldřich Černý, který hovořil o naplňování těchto zásad v praxi, konkrétně v SOUE v Plzni. Projekt Národní soustava kvalifikací ve vazbě na národní soustavu povolání a význam sektorových rad přiblížil Jiří Strádal, hlavní manažer projektu. O roli a budoucnosti sektorových rad hovořil Jaromír Janoš ze společnosti TREXIMA. Činností sektorových rad v praxi se zabýval Jiří Pelllar z akciové společnosti ČEZ. UNIV2, projekt uznávání vzdělání, charakterizovala Jana Bydžovská, hlavní manažer projektu, NÚOV. Význam školských asociací pro sociální partnerství zhodnotili Jan Mareš ze SŠE a stavební Chomutov a Markéta Pražcová z AVOS. Spolupráci ČEZ s odbornými školami představila Marie Duchová a na závěr charakterizoval postoj MŠMT k odbornému školství Martin Mach, ředitel odboru odborného školství MŠMT.

### Jde o statut průmyslově vyspělého státu

Na závěr konference bylo účastníky schváleno Memorandum, ve kterém se mimo jiné uvádí:

Současné aktivity energetických společností začíná velmi negativně ovlivňovat nedostatek zaměstnanců s technickým vzděláním, a to jak s vysokoškolským vzděláním a vzděláním zakončeným maturitní zkouškou, ale také zaměstnanců s výučním listem. Tento jev, který se kontinuálně prohlubuje, je charakteristický téměř pro všechny průmyslové obory.

Účastníci konference považují tento stav za velmi vážný, ohrožující růst ekonomického potenciálu České republiky a snižující vědeckotechnické možnosti země.

Historicky je doložené, že nositelem technického pokroku jsou zejména absolventi technických studijních oborů. Rozvoj národních ekonomik nezajistí sebedokonalejší tržní prostředí, ale především výzkum, vývoj a výroba technicky dokonalého zboží s vysokou přídavnou hodnotou.

Pokud soudobý nedostatek technicky vzdělaných zaměstnanců nebude rychle a radikálně řešen, přestane mít Česká republika statut průmyslově vyspělého státu a stane se zemí skladištních a montážních hal pro kompletaci výrobků z cizích států. Současně se bude snižovat technická vzdělanost populace a postupně bude klesat konkurenceschopnost českého průmyslu na světových trzích spolu s negativními dopady do sociální oblasti.

Konference ocenila aktivity MPO a Hospodářského výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR a zároveň doporučila k řešení uvedených problémů zpracovat materiál, jehož výstupem bude rámcový návrh systémových opatření... Výsledky práce této skupiny budou postoupeny Hospodářskému výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a Ministerstvu školství, mládeže a tělovýchovy ČR. Současně budou zveřejněny v odborném tisku.

### Zásady spolupráce členských subjektů svazu s odbornými školami sdruženými v ČSZE

Vzájemná spolupráce mezi členskými subjekty a odbornými energetickými školami v rámci ČSZE bude realizována v těchto oblastech:

#### Personální oblast

1. Školy budou pro členské subjekty i na základě jejich požadavků připravovat a zajišťovat:

- absolventy se středním a vyšším odborným vzděláním v profesích potřebných pro elektroenergetiku a teplárenství,
- další vzdělávání zaměřené na udržení, prohloubení a zvýšení kvalifikace zaměstnanců v rozsahu profesních oborů

#### 2. Členské subjekty:

- prostřednictvím Sektorové rady pro energetiku vyjadřovat své požadavky na obsah výuky oborů profesního zaměření na elektroenergetiku a teplárenství
- po vzájemné dohodě jmenují své zaměstnance do odborných komisí příslušných škol, zejména do komisí pro ukončování studia a ověřování výsledků dalšího vzdělávání

- podle možností zajistí z řad svých zaměstnanců externí odborné lektory pro výuku ve vzdělávacích programech, které bude příslušná odborná škola pořádat.

#### Materiální oblast

1. Pro zajištění odborné výuky budou členské subjekty poskytovat příslušným odborným školám:

- nepotřebné materiálové zásoby v cenách vzájemně výhodných,
- vyřazený materiál za zůstatkovou cenu, resp. bezúplatně, bude-li to možné.

2. Členské subjekty budou příslušným odborným školám materiálně i metodicky pomáhat při výrobě učebních pomůcek a zařízení pro praktickou výuku žáků i studentů.

#### Výrobně-technická oblast

- Příslušné odborné školy budou v rámci praktické vyučování nabízet energetickým společnostem volné výrobní a montážní kapacity.
- Členské subjekty budou vytvářet na svých pracovištích podmínky pro zajištění praktické výuky žáků a studentů příslušných odborných škol.
- Pro zajištění praktické výuky budou členské subjekty nabízet odborným školám vhodné práce.

#### Vzdělávací a projektová oblast

- Členské subjekty budou podporovat soutěže dovednosti žáků příslušných odborných škol a vhodnou formou propagovat vítěze těchto soutěží.
- Uplatňovat po vzájemné dohodě s příslušnou odbornou školou požadavky na úpravu školních vzdělávacích programů.
- Členské subjekty a odborné školy budou vzájemně spolupracovat při realizaci projektových záměrů, zejména s dotacemi EU.

#### Organizační oblast

- Členské subjekty a příslušné odborné školy budou uzavírat „Rámcové dohody o spolupráci“, jako účelnou formu vzájemné spolupráce členů ČSZE.
- Členské subjekty v rámci sponzorských programů budou podporovat:
  - zkvalitnění odborné výuky učňů a studentů středních odborných škol (členů ČSZE)
  - organizování odborných stáží a sportovních, kulturních a dalších vhodných akcí souvisejících s účelnými aktivitami příslušných odborných škol.
- Členské subjekty se po dohodě s odbornými školami budou podílet na propagaci odborného vzdělávání, zejména s využitím sdělovacích prostředků, výstavních a prezentačních akcí atd.

valná hromada Českého svazu zaměstnavatelů v energetice



## Firmy nabídnou zájemcům ze zahraničí několik tisíc volných míst

Svaz průmyslu a dopravy ČR zjišťoval, jak budou členské podniky Svazu využívat zelené karty. Bleskové šetření, které proběhlo v polovině března, se zaměřilo na odhad potřeb zaměstnávání zahraniční pracovní síly v bezprostřední budoucnosti.

Na anketní otázky odpovědělo 146 respondentů, šlo převážně o podniky ze segmentu SME (malých a středně velkých firem). Odpovědi se obecně týkaly zaměstnávání cizinců, tedy nikoli jen cizinců ze „třetích zemí“, kterým je určen program zelených karet.

Z odpovědí vyplývá, že respondenti budou celkem v horizontu jednoho až dvou let potřebovat pro obsazení volných míst na pět tisíc cizinců, z toho 3,5 tisíce pracovníků se střední či vyšší kvalifikací (např. lakýrníků, řidičů, seřizovačů, mechaniků, elektromechaniků, elektroniků, mechatroniků, konstruktérů, ale i top-managementu), zbytek pak pro pozice nekvalifikovaných pracovníků.

Pro střednědobý horizont (cca 5 a více let) zatím odhadují potřebu 2,5 tisíce kvalifikovaných pracovníků ročně, nekvalifikovaných pracovníků pak asi 1500.

Z geografického hlediska by dali respon-

denti přednost zájemcům ze zemí s jazykovou příbuzností, kulturně a hodnotově blízkých České Republice (Slovensko, Polsko, Bulharsko, Srbsko, Rusko, Ukrajina) a eventuálně z dalších zemí EU. Některé firmy by uvítaly pracovníky z dalších teritorií, kde mají své aktivity, např. z Koreje, Jemenu, Indie, Latinské Ameriky apod.

Na otázku, jak firmy postupují, pokud chtějí už dnes získat pracovní sílu ze zahraničí, zhruba polovina respondentů odpověděla, že využívají služby specializovaných firem (převážně osvědčených agentur), a to jak českých, tak zahraničních.

Značná část zaměstnavatelů, kteří v anketě odpovídali, si zajišťuje zahraniční pracovníky sama (např. vysokoškolačky) nebo prostřednictvím svých obchodních nebo jiných vhodných kontaktů v příslušných zemích. Pouze někteří respondenti uvedli, že využívají při náborech místní tisk nebo jiná média. Několik zaměstnavatelů se pokusilo zorganizovat nábor pracovníků přímo, bez prostřednictví agentur, ale setkalo se s administrativními překážkami na české straně.

Karel Petřelka Svaz průmyslu a dopravy ČR

# Soutěž Zlatá koruna se rozrostla

Za účasti náměstka ministra financí Milana Šimáčka a finančního arbitra České republiky Františka Klufy se v dubnu v Praze konala tisková konference k 6. ročníku soutěže Zlatá koruna. Přítomni byli dále Pavel Uzel, předseda představenstva společnosti OVB Allfinanz, a.s., která je generálním partnerem soutěže a Pavel Doležal, ředitel soutěže Zlatá koruna. Záštitu nad letošním ročníkem soutěže převzal ministr financí ČR Miroslav Kalousek.

V soutěži Zlatá koruna se nehodnotí banky, pojišťovny nebo jiné finanční ústavy, ale jejich produkty, které nabízejí zákazníkům. Má tedy mnohem blíže k spotřebitelům, hlavně proto, že jim usnadňuje orientaci a rozhodování při konkrétním nákupu finančních produktů a služeb.

Stejně jako v uplynulých ročnících byl ze strany finančních společností i letos o účast v soutěži velký zájem. Do patnácti soutěžních kategorií přihlásila 61 finanční společnost celkem 179 produktů. Do soutěže o hlavní cenu Novinka roku byly přihlášeny 73 produkty, což je téměř o polovinu více než loni, kdy byla tato

## 20 finančních produktů nominovaných do hlasování o Cenu veřejnosti

Produkt	Společnost	Tvar SMS zprávy
Allianz Rytmus	Allianz pojišťovna	ZK 1
ATRAKTIV úvěr 3,7% p.a.	Českomoravská stavební spořitelna	ZK 2
Aviva EasyLife	Aviva životní pojišťovna	ZK 3
ČSOB Elektronické bankovníctví	Československá obchodní banka	ZK 4
ČSOB Studentské konto Plus	Československá obchodní banka	ZK 5
eKonto	Raiffeisenbank	ZK 6
eMAX – spořicí účet	mBank	ZK 7
Gaudeamus 2	Komerční banka	ZK 8
konto Genius Active	GE Money Bank	ZK 9
Max Internetbanking PS	Poštovní spořitelna	ZK 10
MAZLIČEK – pojištění pro psy	Česká pojišťovna	ZK 11
mKonto – osobní účet	mBank	ZK 12
Mojebanka	Komerční banka	ZK 13
Penzijní přípojištění AXA	AXA penzijní fond	ZK 14
PERSPEKTIVA	Kooperativa pojišťovna	ZK 15
Postřirový účet – program Klasik	Poštovní spořitelna	ZK 16
Program Student+	Česká spořitelna	ZK 17
Přímé bankovníctví eBanky	eBanka	ZK 18
SERVIS 24	Česká spořitelna	ZK 19
Spořicí účet ING Konto	ING Bank	ZK 20

cena vyhlášena poprvé. Produkty přihlášeny do soutěže hodnotí jako v minulých ročnících Finanční akademie, nezávislá porota složená z ekonomických odborníků, publicistů a zástupců akademické sféry.

## Rekordní účast v hlasování o Cenu veřejnosti

Velmi atraktivním se letos stalo hlasování o Cenu veřejnosti. Do finálového kola postoupilo 20 produktů s nejvyššími nominacemi. V tomto druhém kole je možné kromě internetu hlasovat i prostřednictvím SMS zpráv. Hlasování o Cenu veřejnosti bude ukončeno 21. května.

## Novinkou letošního ročníku je vyhlášení Ceny podnikatelů

Novinka, kterou představil ředitel Zlaté koruny Pavel Doležal, umožňuje podnikatelům, aby sami zvolili nejoblíbenější produkty, které jim banky a ostatní finanční společnosti nabízejí.

„Rozšířením soutěže o tuto hlavní cenu chceme obrátit větší pozornost k produktům pro malé a střední podniky, které tvoří významnou součást celkové nabídky na našem trhu. Cena podnikatelů je reakcí na to, že jsme dosud neměli možnost konfrontovat názory odborníků z Finanční akademie, kteří tyto produkty v soutěži Zlatá koruna hodnotí, s názory samotných jejich uživatelů. Chyběl tu jistý protipól, jakým je Cena veřejnosti u produktů pro běžné klienty. Protože i v segmentu produktů pro malé a střední podniky je dnes konkurence velice silná, mohou být výsledky tohoto hlasování pro trh zajímavou informací,“ vysvětlil Pavel Doležal.

V této nové anketě mohou podnikatelé odevzdávat své hlasy na internetových stránkách www.zlatakoruna.info do 21. května 2008.

## Další novinkou je rozšíření počtu členů Finanční akademie

Do letošního roku měla Finanční akademie, která produkty přihlášené do Zlaté koruny hodnotí, kolem stovky členů. Letos se jejich počet zvýšil na 260. Finanční akademie má od letošního roku také nového předsedu, kterým se stal finanční arbitř ČR František Klufa.

## V květnu se uskuteční Finanční fórum Zlaté koruny

První Finanční fórum Zlaté koruny se konalo

loni a přitáhlo k sobě mimořádnou pozornost. Letos 6. května se uskuteční další Finanční fórum Zlaté koruny na téma Hypoteční krize – globální problém globálních trhů.

## Partneři soutěže Zlatá koruna

**Generální partner:** OVB Allfinanz, a.s.  
**Partneři:** CK Fischer, World Class, Audi, ČT 24, Ipsos Tambor, Top Hotels Group, Open University, Bomton, Intermundo Cigars.  
**Hlavní mediální partneři:** MF Dnes, iDnes.  
**Mediální partneři:** FinExpert.cz, Osobní finance, Finance.cz, Kurzy.cz, Peníze.cz, Měsíc.cz, Podnikatel.cz, České noviny.cz, Finanční noviny.cz, Prosperita, Newton media.

**Odborní partneři:** Finanční arbitř České republiky, Česká asociace pojišťoven, Asociace českých pojišťovacích makléřů, Asociace penzijních fondů, Asociace finančních a investičních zprostředkovatelů, Asociace hypotečních makléřů, Česká leasingová a finanční asociace, Bankovní registr klientů informací, Nebankovní registr klientů informací, SOLUS, Unie společností finančního zprostředkování a poradenství, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Hospodářská komora České republiky, Unie malých a středních podniků.

**Pořadatel soutěže:** pdMEDIA s.r.o.

## S jednou letenkou do Tchaj-peje

České aerolinie přistoupily k další významné spolupráci – s China Airlines, díky které nabídnou cestujícím plnohodnotné spojení České republiky s Tchaj-wanem. Od neděle 30. března obě společnosti zahájily tzv. code-shareovou spolupráci na lince z Prahy do Tchaj-peje s přestupem ve Frankfurtu. Tato vzájemná dohoda umožní cestujícím pořídit let z Prahy do tchajwanského hlavního města na jedinou letenku.

Díky nové spolupráci si cestující budou moci také načítat míle na účet svého věrnostního programu i za lety u partnerské letecké společnosti a na všech pravidelných linkách obou společností čerpat bonusové letenky. Členové věrnostních programů cestující v třídě Business a držitelé zlatých a platinových karet budou moci navíc využívat letištní salonky v Praze i Tchaj-peji.

První code-shareový let na této nové pravidelné lince se uskutečnil 30. března z Tchaj-peje do Frankfurtu a dále do Prahy. Z Prahy let pod společným označením Českých aerolinií a China Airlines odstartoval poprvé 31. března 2008 do Frankfurtu a pak dál do Tchaj-peje.

Sdílená linka bude létat pravidelně z Prahy v 7:20 hodin ráno s přiletem do Tchaj-peje v 6:25 následujícího dne tchajwanského času. Z Tchaj-wanu pak bude pravidelně odlétat ve 23:15 hodin s přiletem do Prahy v 10:30 následujícího dne. Cestující budou moci spojení využívat čtyřikrát týdně, a to v pondělí, středu, pátek a sobotu. Úsek z Prahy do Frankfurtu zajistí České aerolinie letounem Airbus A320, návazný let z Frankfurtu do Tchaj-peje pak China Airlines strojem Airbus A340.

“České aerolinie velmi oceňují spolupráci s China Airlines, jedním z hlavních asijských dopravců. Věříme, že zde existuje obrovský potenciál na cestování mezi Tchaj-pejí a Prahou, jak za obchodem tak i na dovolenou,” řekl viceprezident pro marketing a vývoj produktu Českých aerolinií Petr Pištělák. Vrchní viceprezident pro marketing China Airlines Su-Chien Hsieh ke spolupráci uvedl: „Věříme, že codesharová spolupráce Českých aerolinií a China Airlines poskytne nejen dobrou příležitost obyvatelům Tchaj-wanu poznat krásy Prahy, ale také pohodlnou leteckou přepravu českým cestujícím přes Tchaj-pej do Asie.“

## CLICK4SKY.com není kanibalem Českých aerolinií

Také národní letecký dopravce, společnost ČSA, se rozhodl obsadit low-cost trh nabídkou cenově výhodných letenek. Vytvořil novou značku CLICK4SKY, která má za sebou teprve první týdn ostrého provozu. Byli jsme zvědaví, jak se projekt ujal, i na další chystané novinky. O tom jsme hovořili s předsedou představenstva CLICK4SKY.com Janem Kaše.

**Jaké jsou první zkušenosti s novou značkou click4sky.com? V čem se potvrdila očekávání a co vám přineslo největší překvapení?**

První zkušenosti jsou nad očekávání dobré. Za první měsíce pilotního provozu využilo služeb CLICK4SKY.com několik desítek tisíc zákazníků.

Zároveň se potvrdila hypotéza, že koncept může fungovat bez kanibalizace současných zákazníků Českých aerolinií, pro které je prioritou celá škála nabízených služeb naproti pouze cenovému aspektu v rámci CLICK4SKY.com.

Překvapením pro nás byl vysoký zájem o některé destinace, které doposud nebyly nízkonákladovými dopravci nabízeny. Další dobrou zprávou pro nás byl vysoký zájem cestovních agentur pořídit se s námi na tomto novém nízkonákladovém projektu.

**Ceny některých letenek jste začali nabízet**

**za polovic. Co vás k tomu vedlo a lze očekávat, že v této obchodní politice budete dále pokračovat?**

Vedl nás k tomu právě překvapivě vysoký zájem zákazníků o vybrané typy destinací. Vyšli jsme tedy maximálně vstříc preferencím klientů. Cílem je samozřejmě nabídkou uspokojit ještě více zákazníků a obecně platí, že díky zavedení nové výhodnější ceny je pro nás efektivnější prodat tři letenky s marží 100 než jednu letenku s marží 200.

**Neukazuje se, že jednotná cena letenek, od níž vaši předchůdci už ustoupili, není krok špatným směrem?**

Hlavní konkurenční výhodou CLICK4SKY.com byla garantovaná cena, která zahrnuje veškeré poplatky a taxy, a je tedy od počátku pro klienta konečná. I v této nové cenové nabídce je tento hlavní koncept zachován.

Obě nabídky komunikujeme potenciálním klientům odděleně, to znamená, že by pro ně cena letenky vždy měla být srozumitelná. Navíc pro jednotlivé destinace je dlouhodobě nabízena vždy pouze jedna cena a tak tomu bude i do budoucna. Klienti tak vždy budou vědět, že do této konkrétní destinace poletí za tuto konkrétní cenu.



Předseda představenstva CLICK4SKY.com Jan Kaše

**Bude značka CLICK4SKY.com rozšiřovat počet destinací?**

CLICK4SKY.com sleduje dlouhodobě zájem zákazníků. Během roku proto podle předběžných analýz počítáme s možností počet destinací rozšiřovat.

**Ačkoli firemní klientela není tahounem low cost trhu, má o produkt click4sky.com zájem? V čem by pro ni mohl být atraktivní?**

Firemní klientela je primární cílovou skupinou pro České aerolinie. Pro CLICK4SKY.com jsou cílovou skupinou fyzické osoby z řad nízkonákladových zákazníků. I z nabízeného produktu je zřejmé, že nabídka není pro firmy relevantní. Toto jednoznačné zaměření na konkrétní cílovou skupinu zůstává pro CLICK4SKY.com i nadále v platnosti.

**Můžeme se do budoucna těšit na podobná příjemná překvapení, jako je nabídka letenek za polovic?**

Nejde o nabídku za polovic, takže ani do budoucna se žádné slevy nechystají. Jak jsem již řekl, na základě analýz jsme přistoupili k dlouhodobé změně ceny pro vybrané destinace. Pokud v budoucnu bude podobný krok na základě preferencí zákazníků a situace na trhu výhodné učinit, pak ho uděláme. Ale stále platí, že to bude krok dlouhodobý. Pro každou destinaci bude vždy pouze jedna, jednotná cena.

ptal se Pavel Kačer

## Marketér roku 2007

Soutěž Marketér roku 2007, kterou každoročně vyhlašuje Česká marketingová společnost, je v plném proudu. V rámci konání veletrhu Reklama, Polygraf se sešlo na společném zasedání čestného předsednictva a hodnotitelské komise letošního ročníku. Předsedající prof. Gustav Tomek (předseda hodnotitelské komise a viceprezident ČMS) a doc. Jitka Vysekálová (předsedkyně čestného předsednictva a prezidentka ČMS) přítomné seznámily s termíny uzávěrky a podmínkami soutěže, jejíž slavnostní závěr a vyhlášení výsledků

proběhne 21. května 2008 v Praze.

Přihlášky do soutěže se přijímají do 15. dubna na kontaktní adrese

Česká marketingová společnost  
Novotného lávka 5 116 68 Praha 1  
tel/fax 221 082 395  
e-mail: info@cms-cma.cz  
www.cms-cma.cz



(tz)

# O Koncertu pro dárcce krve

**Zralý krásný hlas sopranistky Mariny Vyskvorkiny, průzračné hlásky dětského sboru Jitro a orchestr Virtuosi di Praga pod taktovkou Oldřicha Vlčka měli možnost slyšet a vidět posluchači 18. března večer ve Smetanově síni Obecního domu v Praze. Konal se tam totiž pod záštitou a za osobní účasti předsedy Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky Ing. Miloslava Vlčka Koncert pro dárcce krve.**

Každý den je potkáváme na ulici, v dopravním prostředku, v nákupním centru... Stovky a tisíce bezejmenných. Zajímat se o ně mnozí začnou až ve chvíli, kdy je potřebují. Řeč je o dárcích krve. Právě na nich závisí životy mnohých z nás.

Krev hraje v současné medicíně nezastupitelnou a stále rostoucí roli nejen při úrazech a operacích, ale doživotně jsou na ni odkázáni lidé léčení umělou ledvinou, se zhoubnými onemocněními krve, vyrábí se z ní i léky pro nemocné s poruchami srážlivosti krve, obranyschopnosti, při léčbě popálenin. Věda zatím nenašla způsob, jak krev uměle vyrobit.

Všechny tyto závažné skutečnosti si uvědomilo i několik sponzorů a mediálních partnerů, kteří se rozhodli podpořit právě Koncert pro



Moderátor večera Marek Eben s Mgr. Hanou Kadečkovou, tiskovou mluvčí Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra a prof. Pavlem Klenerem, kteří ocenili pěti dárců za největší počet odběrů.

dárcce krve. O to větší dík patří zejména hlavnímu partnerovi UniCredit Bank a Zdravotní pojišťovně ministerstva vnitra, která byla partnerem večera. ZPMV nabízí pro své pojištěnce – dárcce krve a kostní dřeně – speciální balíček

s mnoha bonusy. Podrobnosti lze najít na webových stránkách pojišťovny [www.zpmvcr.cz](http://www.zpmvcr.cz). Byla to právě tato pojišťovna, která bez zaváhání kývla na spolupráci s pořadající agenturou Fidelity PR Services.



## NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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

### Webové programování v ASP.NET 2.0

Autor: Marco Bellinaso

Překlad světového bestselleru představuje praktické využití ASP.NET v každodenní praxi. Výklad vychází se stanoveného základu a propracovává se až k výsledku, a to pomocí řady návrhů a řešení aplikovaných v každém kroku vývoje webových aplikací. Naučíte se tak profesionálním postupům tvorby jednotlivých prvků webového portálu pomocí ASP.NET – s přihlašovaním, redakčním systémem, diskuzním fórem či internetovým obchodem.

### Komodity

Autor: Mark Shipman

Komodity. Ano, materiál jako zlato, olej, cukr a bavlna. Asi si říkáte, že to zrovna není moc sofistikované, ani moderní a ani překvapivé. Ale vězte, že opak je pravdou. Navzdory fenomenálnímu a dobře zachycenému současnému růstu cen oleje a příbuzných produktů, budete překvapeni, když se dozvíte, že inflaci regulované ceny surovin jsou na svých nejnižších hodnotách od roku 1930.

### Průvodce s mapou: Paříž, Krakov, Řím, Londýn

Novou řadou praktických cestovních průvodců jsou formátem malé publikace s rozkládacími mapami francouzského vydavatelství Gallimard. Ocení je především příznivci městské turistiky. Poskytují kompletní turistický a informační servis k vybraným evropským městům, která patří mezi nejkrásnější. Čtenář a cestovatel v nich najde jak informace a data o historii a památkách, tak i praktické rady o dopravě, otevíracích dobách.



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

### Řešení problémů a rozhodování

**Jak přinutit problémy, aby pracovaly ve váš prospěch**

Autor: Jiří Plamínek

Řešíte? Rozhodujete? Nebo snad dokonce

odpovídáte za to, aby se řešení opravdu uskutečnilo? Potom držte v rukou správnou knihu. Obsahuje pečlivě vybrané techniky, které spolehlivě fungují v praxi, stejně jako přehled nejoblíbenějších chyb, jichž se pravidelně dopouštíte. Je doslova nabitá praktickými příklady z českého prostředí, provokativními paralelami a úvahami o nečekaných souvislostech.

### Nenechte se šikanovat kolegy

**Mobbing – skrytá hrozba**

Autor: Lenka Svobodová

V praktické a čtivé příručce české autorky se dozvíte, jak se bránit mobbingu, tedy systematickému, cílenému, opakovanému a často i protiprávnímu zásahu do pracovního a soukromého života člověka ze strany kolegy či kolegů. Kniha také radí, jak mobbingu předcházet, co by měl udělat šéf, co se stane, když se mobbingu nechá volný průběh, zda může za mobbing i oběť či jak mohou pomoci kolegové.



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

### Daňové teorie

**S praktickou aplikací**

Autor: Jan Široký a kol.

Druhé vydání úspěšné publikace přináší některá nová témata, popř. rozšíření již dříve zpracovaných témat, a to s ohledem na současné realie České republiky. Mají vysoce příjmové skupiny obyvatel platit větší procento daně ze svých příjmů než méně majetní lidé? Je tzv. rovná daň opravdu „rovná“? Napomáhají „ekologické daně“ skutečně ochraně životního prostředí? Nejen na tyto otázky naleznou čtenář v předkládané publikaci odpovědi.

### Inovace nástrojů ekonomiky a managementu organizací + CD

Autor: Eva Kislingerová a kol.

Dnešní svět je v trvalém pohybu. Mění se po stránce politické, hospodářské, technologické a kulturní. Kvalitativně nové prostředí znamená mj. i změnu podmínek pro fungování podniků, které v zájmu vlastního přežití musí tyto proměny nejen vnímat, nýbrž především na ně také pružně reagovat. Publikace se zabývá nejen otázkami, jak se mění prostředí pro

fungování podnikové sféry, ale především novými nástroji a metodami, které mohou přispět k životaschopnosti a výkonnosti podniků v dlouhém časovém horizontu.

### NAŠE KAVÁRNA

**Petr Dvořák se stal novým ředitelem marketinku T-Mobile**

Novým výkonným ředitelem marketingu společnosti T-Mobile se stal Petr Dvořák (1972). V nové pozici jej schválilo představenstvo společnosti. Dvořák byl vedením divize marketingu pověřen koncem února, kdy byl oznámen odchod jeho předchůdce Jiří Dvorjančanského na pozici marketingového ředitele T-Mobile Deutschland. Dvořák působí v T-Mobile od roku 2001; předtím pracoval pro společnost Nestlé a Lybar. V T-Mobile zastával různé pozice v divizi marketingu: začínal jako brand manažer značky Twist, poté se stal ředitelem marketingu pro rezidenční segment a naposledy zastával post ředitele oddělení Category & Product Management. (tz)

### LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

**Průměrný dlužník v bankovním registru má 2,5 úvěru**

Na každého z 4,7 milionů lidí evidovaných v bankovním úvěrovém registru připadá průměrně 2,5 úvěru. Oproti roku 2003 tak má každý dlužník banky v průměru o jeden úvěr více. Průměrný dluh činí 176 tisíc Kč. Vyplyvá to z ročních statistik Bankovního registru klientských informací (BRKI), který zahrnuje téměř 100% bankovního retailového trhu. Na každého dlužníka evidovaného v Nebankovním registru klientských informací (NRKI), který obsahuje data leasingových a splátkových společností, připadá průměrně 1,5 spotřebitelského úvěru či leasingu.

„Nárůst počtu úvěrů na hlavu je vzhledem k již pětileté historii bankovního registru samozřejmý, avšak sám o sobě nevypovídá nic špatného o stavu zadlužování českých domácností. Banky v registrech mnohem častěji sledují růst celkového zadlužení klientů a výši jejich měsíčních splátek. Předlužení se totiž stává stále častějším důvodem nesplácení u klientů, kteří nesprávně odhadli své možnosti,“ vysvětlil Petr Kučera, výkonný ředitel společnosti CCB – Czech Credit Bureau, která v Česku organizuje Bankovní a Nebankovní registr a zajišťuje jim technický servis.

Mezi bankovními úvěry jsou zahrnuty jak

klasické úvěry typu hypoték nebo úvěrů ze stavebního spoření, tak i například kreditní karty, kontokorenty nebo povolené debety. Celkově je již v Bankovním registru evidováno 11,9 milionů úvěrových smluv. Nejčastěji zastoupené jsou osobní úvěry (33%), kontokorenty (21%) a úvěry ze stavebního spoření (11%). V Nebankovním registru je celkem evidováno 1,7 milionů smluv, přičemž nejčastějším typem úvěru u leasingových a splátkových společností jsou účelové spotřební úvěry (52%), finanční leasing (22%) a splátkové kreditní karty (19%).

Celkový objem úvěrů evidovaných v Bankovním registru dosáhl ke konci loňského roku 827,5 miliard korun, na každého z 4,7 milionů dlužníků bank tak připadá průměrný dluh 176 tisíc korun. Na celkovém objemu bankovních úvěrů se největší měrou podílí hypotéky (47%) a úvěry ze stavebního spoření (26%). Celkový objem úvěrů evidovaných v Nebankovním registru dosáhl 200 miliard korun, na každého z 1,1 milionu dlužníků evidovaných v registru tak připadá průměrný dluh 182 tisíc korun. Největší podíl z celkového objemu úvěru evidovaných v Nebankovním registru připadá na finanční leasing (76%) a spotřební úvěry (18%).

„S rostoucí zadlužeností roste i zájem klientů o svou úvěrovou historii. Zatímco v roce 2006 požádalo o výpis z Bankovního nebo Nebankovního registru okolo 26 tisíc lidí, loni to už bylo téměř 40 tisíc lidí, což představuje nárůst o více než 50%,“ doplnil Petr Kučera.

Počet dotazů bank na nové klienty do Bankovního registru vzrostl meziročně o 28%. Celkem banky v roce 2007 učinily do registru více než 2,5 milionu dotazů, přičemž v 83% byl žadatel o úvěr v úvěrovém registru nalezen. Do Nebankovního registru uskutečnili jeho uživatelé z řad leasingových a splátkových společností za loňský rok 412 tisíc dotazů. Členové NRKI nyní v registru nalézají 64% žadatelů o úvěr, což je o téměř 50% více než ke konci roku 2006. (tz)

### SPONZORING, CHARITA, POMOC

**Stravenky Ticket Restaurant přispěly dětem**

Již pátým rokem stravenky Ticket Restaurant společnosti Accor Services přispívají na sbírkové konto Pomozte dětem!. Zasláním stravenek Ticket Restaurant a dalších poukázek Ticket Benefits a Ticket Čistý) byla letos nashromážděna celková částka 397 939 Kč, která bude převedena na konto Pomozte dětem!. Symbolický šek předali zástupci společnosti během slavnostního sbírkového večera, který byl jako již pravidelně vysílán na Velikonoční pondělí Českou televizí. Během pětiletého partnerství již stravenky přispěly celkovou částkou více než 1,7 milionu korun. (tz)

### ► pokračování ze str. 24

Produkt Flexiúvěr doplnil své portfolio úvěrových, leasingových a factoringových služeb tak, že v současné době kompletně pokrývá veškeré provozní a investiční potřeby obchodní sítě. O konkurenceschopnosti a spokojenosti obchodníků s těmito produkty svědčí každoročně se zvyšující objemy financování. Na konci roku 2007 ŠkoFIN financoval potřeby obchodníků v celkové hodnotě 4,413 miliardy korun, což odpovídá meziročnímu nárůstu o 13%.

I přesto, že se loni společnost ŠkoFIN rozhodla ukončit spolupráci s neautorizovanými obchodníky, financování ojetých vozů rozhodně neopouští. Naopak bude v rámci přehodnocení obchodní strategie zaměřovat své veškeré interní zdroje a energii na podporu prodeje a financování nových i ojetých vozů v síti autorizovaných obchodníků koncernu Volkswagen Group.

V roce 2007 došlo ke změnám ve struktuře společnosti, konkrétně ke sloučení dvou dceřiných společností poskytujících operativní leasing – ŠkoLEASE a ŠkoFIN Fleet Services – pod značku ŠkoFINu. ŠkoFIN díky fúzi rozšířil škálu produktů nabízených pod jednou střešou, což mu kromě jiného umožní pružně reagovat také na změny přinášené daňovou reformou. (tz)

www.volkswagen.cz, infolinka: 844 555 599



## Volná cesta k většímu komfortu.

Dejte přednost pohodlí. Ke všem vozům Volkswagen Transporter a Caddy nyní můžete mít klimatizaci, komfortní paket výbav a mobilní navigaci za 10 000 Kč pro Transporter a 15 000 Kč k vozům Caddy. Navíc využijte Volkswagen úvěr od ŠkoFINu „Dejte 19% – stát Vám vrátí 19%“ vytvořený speciálně pro užitkové vozy Volkswagen, který Vám nabízí atraktivní financování se všemi dostupnými daňovými výhodami.

Tak neváhejte a najděte si tu nejkratší cestu k nám.



**Užitkové  
vozy**