

S kreditní kartou AURA další výhody

Společnost Cetelem rozšířila od října 2008 svůj věrnostní Klub AURA o nové obchodní partnery. Do současného portfolia spolupracujících firem přibyl například prodejce oken a dveří, jazyková agentura nebo autopůjčovna. Držitelé kreditních karet AURA tak mohou využít slev a výhod a ušetřit i tisíce korun.

„Od října jsme připravili pro držitele kreditních karet AURA atraktivní slevy u nových partnerů,“ uvedla ředitelka Správy marketingu a komunikace Ing. Gabriela Pithartová. Klub AURA nabízí klientům zajímavé slevy na vstupenky, nákupy CD či kosmetiky, na předplatné časopisů nebo na zájezdy. Stačí, aby klient u obchodníka zaplatil, v některých případech pouze předložil kreditní kartu, a okamžitě tak využil benefitu. Klienti mohou u nových partnerů využít například slevy ve výši 30% při nákupu plastových, dřevěných či hliníkových oken a dveří u společnosti VEKRA. Jazyková škola Skřivánek nabízí členům Klubu AURA 8% slevu na jazykovou výuku a 7% slevu na překladatelské služby. Držitelé kreditních karet AURA si mohou pronajmout vozidlo s 10% slevou u autopůjčovny Alimex. (tz)

Kvalita výrobku nekončí a ani nezačíná pouze výrobkem samým, ale jedná se o kvalitu celého procesu, či spíše všech firemních procesů

Nad všeobecným pojmem kvalita se zamýšlí v rozhovoru pro náš časopis Ladislav Drážný, ředitel závodu Continental Teves v Jičíně

Těžko by se daly spočítat řádky, které jsme v Prosperitě za uplynulé roky věnovali pojmu kvalita. Nevychloubáme se, naopak, snažíme se být i v tomto případě pokorní. Neboť i my děláme chyby. Ne záměrně, ale objeví se. Ne nadarmo se také říká, že kdo nic nedělá, nic nezkazí.

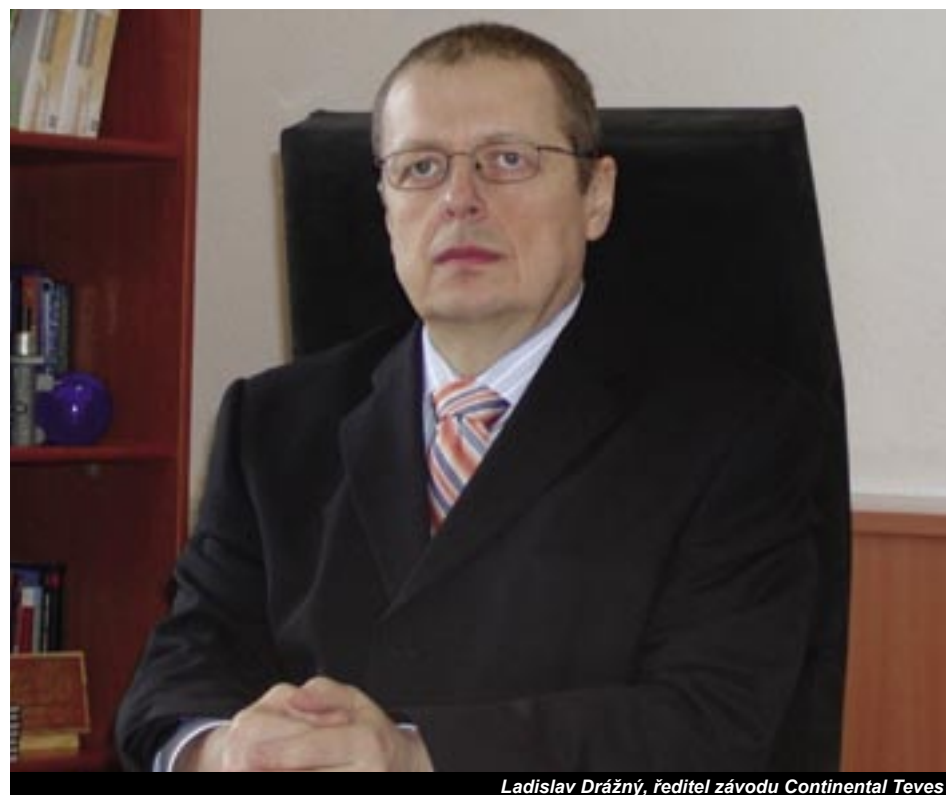
Není snad po ruce příklad žádné firmy, odkud by odcházely schválně špatné výrobky či kde by poskytovali nehodnotné služby. Každý, kdo to s podnikáním myslí vážně, se snaží dělat vše co nejlépe, i když ne vždy se to musí podařit. Ve snaze vyniknout, zaujmout, být na špičce konkurence můžeme v poslední době pozorovat stále více uchazečů o prvenství. Ostatně Listopad – Měsíc kvality v ČR, období a projekt, jež každoročně vyzvedávají ty nejlepší z nejlepších a snaží se motivovat další, je příležitostí, jak kvalitě ještě lépe porozumět. Je to totiž kategorie konání, která vede jak firmy, tak organizace k tomu, aby si do hloubky vyjasnily své poslání, své cíle. Aby jejich zaměstnanci, spolupracovníci, partneři, a samozřejmě vrcholový management chápali, co je jejich prvořadou povinností, přejí-li si na trhu a ve společnosti uspět. Být jedničkou totiž není jen tak.

Filozofii obdobných úvah se pokusil předložit v našem rozhovoru Ladislav Drážný, ředitel závodu Continental Teves. Společnost, již vede, totiž léta patří na scénu kvality. Zde jsou jeho zkušenosti a názory:

Vaše společnost proslula mnohými aktivitami, které mají bytostný vztah ke kvalitě. Proč jste se zaměřili právě na ni?

Hovoříme-li o kvalitě, pojďme si nejdříve definovat, co si pod tímto pojmem představít. Myslíme si, že v posledních deseti či dvaceti letech zde došlo k určitému posunu. Kvalita jako jakost produktu se zdá překonanou. Ale, je zde jakási ale... Řekněme spíše tedy, že „stará“ definice již nemusí poskytnout odpověď kompletní. Spokojený zákazník zůstává prvořadým cílem a úkolem celé problematiky zabezpečování kvality. Kvalita našich výrobků a služeb je tudíž nejvyšší prioritou. Musíme však kvalitu skutečně chápat v celé její komplexnosti. Kvalita výrobku opravdu nekončí a ani nezačíná pouze výrobkem samým,

Zjištěné chyby využíváme jako šance pro poučení, a tím podporujeme trvalý vztah plný důvěry, vedoucí k zabezpečení společného úspěchu.



Ladislav Drážný, ředitel závodu Continental Teves

ale jedná se o kvalitu celého procesu, či spíše všech firemních procesů. Samozřejmě, s tímto základním cílem souvisí to, co nazýváme spokojený zaměstnanec, spokojené okolí, které chápe firmu v regionálním významu jako přínosnou, „spokojené“ správní orgány, pozitivní přínosy firmy do problematiky ochrany životního prostředí a života regionu vůbec. Zjednodušíme to a řekněme, to co by měla dělat sociálně zodpovědná firma. Vše souvisí se vším, budeme-li volně parafrázovat známé rčení.

Takže Continental Teves chápe „kvalitu“ jako harmonický celek, kde jednotlivé prvky na sebe zcela zákonitě působí a nefunkčnost jednoho z prvků může ohrozit celkový výsledek.

Continental se stal také významným podporovatelem projektu Národní politiky podpory kvality, určitě nejde o pouhé zviditelnění firmy...

Věřím, že naše okolí nás takto nevnímá a ani my podporu projektu Národní politiky podpory

kvality rozhodně takto nechápeme. Systémy managementu jsou ve firmě CT vytvořeny na základě jasně definovaných požadavků, kterými jsou především trvalý ekonomický úspěch, spokojenost všech našich zákazníků a komplexní pojetí kvality v celém chodu závodu CT. V souladu s těmito požadavky je kladen také velký důraz na zabezpečování ochrany životního prostředí, ochrany a bezpečnosti našich zaměstnanců. Tyto jasně definované cíle a požadavky jsou každodenně naplňovány všemi pracovníky firmy. Jejich zapojení v řídicích procesech, zabránění chybám, je nejvyšší prioritou ve všech výrobních a obchodních procesech firmy. Zjištěné chyby využíváme jako šance pro poučení, a tím podporujeme trvalý vztah plný důvěry, vedoucí k zabezpečení společného úspěchu. Proto i naše chápání podpory NPPK je vloženým přesvědčením, že tak jako toto chápání pomohlo nám, může při správném začlenění od celkových manažerských aktivit organizace přinést maximální užitek všem zainteresovaným stranám, a to jak v národním, tak i nadnárodním měřítku.

Kvalita jako jakost produktu se zdá překonanou.

A pokud se tato pozitiva dostaví, a ta je třeba ve všech oblastech pečlivě vyhodnotit a sledovat, jsou sama dostatečnou motivací pokračovat v další etapě nikdy nekončícího procesu zlepšování systému řízení a vlastního chodu firmy.

V oblasti managementu kvality se má každá firma co učit – je to pravděpodobně nikdy nekončící kategorie. Vy jste postoupili poměrně daleko, jaký je přínos?

Kvalita dnes skutečně není věcí úzkého okruhu odborníků, ale prostupuje, či spíše musí prostupovat celou firmou, všemi procesy. Nastavení základních standardů systému založených na jasných principech, jako je celková bezpečnost produktu, ochrana životního prostředí, bezpečnost práce a péče o zaměstnance tvoří základ naší úspěšnosti. A firmě se dle mého hlubokého přesvědčení tento přístup nejenom ekonomicky vyplácí. Aktivní a zároveň efektivní zapojení celého managementu závodu, tedy pracovníků na všech stupních řízení, a realizace, jasně definování kompetenčních rozhraní, informačních toků, pocit sounáležitosti každého pracovníka s činností závodu, stanovená pravidla při výchově a vzdělávání pracovníků, výchova pracovníků k radosti z úspěchu nejenom jednotlivce, ale hlavně závodu jako celku jsou dalšími prvky, které standardizují řízení našeho závodu.

Na základě těchto a dalších standardů jsme schopni dokládat potřebné objektivní důkazy. Již v předchozí otázce jsme zmiňovali komplexnost chápání pojmu kvality, takové je i její chápání v našem závodě.

Management kvality je velice obsáhlý pojem, jeho obsah se prolíná do všech činností podniku, a přitom není vždy hned „vidět“. Co bylo podnětem k tomu, abyste byli stále dostatečně motivováni?

Tato otázka je v přímé souvislosti s tím, co bylo řečeno dříve. Z našeho pohledu „hnacím prvkem“ je úspěch firmy – myslím především ekonomický, který zase závisí na úspěchu u zákazníka, na kvalitě a efektivitě procesů a v neposlední řadě i na tom, jak nás vnímá okolí.

pokračování na str. 8 ►



www.itczlin.cz

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

INSTITUT PRO TESTOVÁNÍ A CERTIFIKACI, a. s. Zlín

Certifikovaný podle ČSN EN ISO 9001

- POSUZOVÁNÍ SHODY VÝROBKŮ S PLATNOSTÍ V ČR, EU
- CERTIFIKAČNÍ ZNAČKY PRO BEZPEČNÉ A KVALITNÍ VÝROBKY
- CERTIFIKACE SYSTÉMŮ (ISO 9001, ISO 14001, HACCP, ISO 22000, OHSAS 18001, ISO/TS 16949)
- ZKOUŠENÍ, KALIBRACE, ÚŘEDNÍ MĚŘENÍ, TECHNOLOGICKÉ KONZULTACE



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

- 5** Typickým klientem je pro nás spíše malá nebo střední společnost
- 7** Prosazují ze všech sil model skutečného zdravotního pojištění
- 14** Levnější technické normy zatím uspěly
- 21** ...proč by se na čas měly přibrzdit naše úvahy o vstupu do eurozóny
- 25** Profesionalita, serióznost a vstřícnost jsou hodnoty, které nebereme jako klišé

VÍTEJTE NA WWW.

Čekáme na vaše náměty

Jestlipak sledujete, co všechno se lze dovědět z tiskových informací, které vám servírujeme na našem portále premium.prosperita.info? Pod záložkou aktuality najdete zprávy týkající se profesních uskupení, tedy svazů komor, asociací, sdružení, a pod záložkou aktuality zase běžná tisková sdělení o firmách, zajímavostech z podnikatelského a manažerského prostředí, legislativy apod. Informační servis premia se postupně bude zdokonalovat, věříme, že budete spokojeni. Nebráníme se vašim námětům a nápadům.

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: 7. listopadu 2008
Datum distribuce: 10. listopadu 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: kacex@prosperita.info

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

Ing. Jaroslav Růžek, media specialist
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 inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

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

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

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

Neaktivní šedý čas

Ten zimní čas jako by nás utvrdil v tom, že se máme chovat jako medvědi brtníci. Venku se jakoby dříve stmívá a my si nalháváme, že už přichází ten pravý televizní večer místo toho, abychom si svěže uvědomili, že je teprve pozdní odpoledne nebo jak krásně jazyk český označuje – podvečer. Místo, abychom byli aktivní a obtěžovali všechny své kolegy našimi úžasnými nápady, sklízíme pracovní stůl a myšlenkami začínáme lenošit, zkrátka postaru. Vůbec se mi to nelíbí. Jenže nevím, jak to změnit. Příroda si dá holt těžko poroučet. A kulový blesk také ještě neumíme chytit. A tak – kdybyste náhodou přišli na to, čím povzbudit člověka v mlhavém šeru, kdy si mylně nalhává, že si potřebuje odpočinout, napište. Energii žhavé koule si přece nenecháme zmizet před očima...

Eva Brixí

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Na Místního hrdinu

Jednoduchou, ale prima pozvánku jsme dostali na tiskovku, která předcházela galavečeři Místní hrdina – vyhlášení výsledků soutěže o Místního hrdinu, již uspořádala společnost Mediatel. Vše se odehrálo 6. listopadu 2008 v Kapli Sacre Coeur v Praze a my oceňujeme jasné a stručné sdělení s přízvukem otazníků týkajícího se vítěze. Grafika kartiček nepřehlūšovala obsah pozvání, spíše jasně zobrazovala vše potřebné, co ke klasické informaci náleží. Dáváme číslo jedna.

(rix)

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.
- Znojemský hrozen
- Linux Expo
- CFO Forum
- Svět v pohybu – konference Mobile & Wireless Solutions
- Svět reklamy 2008
- Auto roku 2009 v ČR
- Data Storage Workshop 2008
- Marketing Challenge Forum
- Setkání s významnými ženami českého byznysu

Účetní a poradenská firma Ing. Mojmír Průša vám nabízí:

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

Dvě konference do jedné

Organizátoři konference Hospitality & Tourism Summit (společnost Blue Events, Vysoká škola hotelová v Praze a Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR) se v rámci příprav 9. ročníku tohoto odborného a společenského setkání špiček českého hotelového a gastronomického trhu a dalších provozovatelů služeb v sektoru cestovního ruchu rozhodli učinit zásadní změnu. V zájmu odborné veřejnosti, která často oprávněně kritizuje určitou inflaci konferencí na trhu, se dohodli s Asociací hotelů a restaurací ČR o spojení výročního Summitu s tzv. letní konferencí AHR zaměřenou na gastronomii.

Hospitality & Tourism Summit tak povýší na dvoudenní event se společenským večerem, který se bude konat ve dnech 9.–10. 6. 2009 v Interhotelu Olympic v Praze. Ambicí této akce je vytvoření co nejširší platformy pro diskusi aktuálních problémů v odvětví cestovního ruchu, obdobně jako je tomu v případě Retail Summitu – vrcholové konference organizované agenturou Blue Events ve sféře maloobchodu.

(tz)

Dveře k 150 miliardám korun

Během září a října letošního roku vyhlásily řídicí orgány jednotlivých operačních programů 38 výzev na 144,05 mld. Kč. Do 31. srpna 2008 bylo schváleno 1745 projektů s hodnotou přes 46 mld. Kč.

České řídicí orgány jednotlivých operačních programů pravidelně vyzývají veřejnost k podávání projektů, které umožňují čerpat evropské finance formou výzev k předkládání projektových žádostí. V září a říjnu jich bylo zveřejněno 38 a žadatelům nabízí čerpání 144,05 mld. Kč (583,1 mil. eur).

Stále pokračuje schvalování předložených projektů. Podle údajů monitorovacího systému MSC bylo k 31. srpnu 2008 mezi 1745 schválených projektů rozděleno přes 46 mld. Kč (1862 milionů eur). Další 7637 předložených projektů, které usilují o čerpání více než 178 mld. Kč (7211 milionů eur), právě prochází vyhodnocením.

Od začátku programového období 2007–2013 bylo vyhlášeno 358 výzev k předkládání projektů na čerpání peněz z evropských fondů. Celkové množství prostředků, které v jejich rámci mohou předkladatelé získat, přesáhlo 12 mld. eur.

„Každý, kdo chce finanční podporu získat, musí v rámci tematicky zaměřených výzev předložit svůj projekt. Ten by měl popsat, jakou činností se žadatel bude zabývat a jakou měrou tím přispěje ke zlepšení ekonomiky nebo společenského prostředí. Závazný projekt také zajistí, že dotace budou využity účelně a nedojde k jejich zneužití,“ uvedl ministr Jiří Čunek.

Mezi roky 2007–2013 má do České republiky přitéct celkem 26,69 mld. eur. Dosud uveřejněné výzvy z tohoto objemu prostředků pokryly v druhém roce programového období již skoro polovinu.

(tz)

Ať vás každý okamžitě najde!

premium
PROSPERITA.INFO

Server pro firmy i profesní organizace

www.premium.prosperita.info|

Portál
Představuje
jednoduchou
elektronickou
křížovátku kontaktů
a základních
informací.

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: ředitelka externí a interní komunikace Modré pyramidy stavební spořitelny, a. s., Ing. Eva Zámotná, 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 Šefl, CSc., odborný konzultant agentury V.I.A. PRAHA, Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA., generální ředitel společnosti SINDAT, I. místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc., předseda dozorčí rady, Strojirny Tatra Praha, Bc. Marta Šnobllová, generální ředitelka, TOP Hotel Praha, s. r. o.

První nejlepší v Evropské soutěži za společenskou odpovědnost

Společnost M.C.TRITON, organizátor Evropské soutěže za společenskou odpovědnost, oznámila na slavnostním vyhlášení výsledky lokálního kola soutěže – 3 lokální vítěze, jež postoupili do mezinárodního kola. V něm se utkají se zástupci z 12 evropských zemí. Mezinárodní kolo proběhne v Praze 5. února 2009 za účasti Vladimíra Špidly, člena Evropské komise, který nad ním převzal záštitu.

Vítězi lokálního kola České republiky jsou (v abecedním pořadí)

Microsoft, s.r.o.

Plzeňský Prazdroj, a.s.

Vodafone Czech Republic, a.s.

Společnost Microsoft inovativním způsobem propojuje CSR aktivity s využitím vlastních nejmodernějších technologií, např. snahou umožnit co největšímu množství lidí přístup k internetu a ICT. Snaží se zvýšit počítačovou gramotnost, zaměřuje se na modernizaci vzdělávacích systémů a bezpečnost dětí na internetu. Pořádá studentskou soutěž Imagine Cup podporující inovativnost a business.

Lokální CSR aktivity Plzeňského prazdroje patří dle vyhodnocení ve skupině SabMiller k nejlepším. Mají praktické cíle typu varovat veřejnost před nezodpovědným pitím, omezit výdaje energie při výrobě piva, recyklace atd. Velmi propracovaný je systém zapojení ovlivněného okolí do rozhodovacího procesu, iniciativa Prazdroj lidem umožňuje rozhodovat o podpoře komunitních projektů prostřednictvím internetu i DMS. V rámci CSR aktivit využívají ve firmě inovativní technologie (příkladem je eliminace a další využití CO₂).

Hlavní myšlenkou všech aktivit společnosti Vodafone je dělat věci jinak. Firma otevřeně deklaruje svou ambici hrát „férovou“ hru (příkladem je jednoduchost smluv pro zákazníky). Ve většině aktivit se snaží využít technologie, které firma sama nabízí, např. GSM/GPS centra pro nevidomé, dárcovské SMS atd.

Slavnostního vyhlášení se v prostorech kavárny Jedličkova ústavu „Ta kavárna“ zúčastnili i zástupci odborné poroty: ministryně Vlády České republiky pro lidská práva a národnostní menšiny – Džamila Stehlíková, profesor veřejné a sociální politiky na Institutu sociologických studií Fakulty sociálních věd Karlovy univerzity Martin Potůček a výkonná ředitelka Fóra dárců Pavlína Kalousová. Dalším z porotců byl olympionik Imrich Bugár.

„Společenská odpovědnost je v M.C.TRITON postavena jednak na celkové podnikatelské filozofii, jednak na třech specifických nástrojích jejího posilování – profilování cílových zákaznických skupin, produktové strategii a aktivním členství v organizacích podporujících etiku v podnikání,“ uvedl Luděk Pfeifer, partner M.C.TRITON. „Při organizování soutěže jsme sledovali dvě hlavní ambice. První z nich je představit české manažerské veřejnosti nejmodernější trendy v CSR, akcentující inovativnost a strategický přístup. Druhou ambicí bylo přivést do mezinárodního kola nejlepší z projektů realizovaných na českém trhu a podpořit tak dobré jméno lokálního managementu v EU. Ze své poradenské praxe v oboru CSR (strategie a měření efektivnosti CSR) víme, že je čím se pochlubit.“

Do užšího výběru se dostaly tyto firmy (v abecedním pořadí): Citibank, Česká spořitelna, Henkel, Komerční banka, Microsoft, Plzeňský Prazdroj,

Poštovní spořitelna, Severočeské doly Chomutov, Telefonica O2 Czech Republic a Vodafone.

Podrobnosti o Evropské ceně za společenskou odpovědnost firem

Jedná se o první mezinárodní soutěž hodnotící společenskou odpovědnost firem v ČR. Její unikátnost spočívá kromě mezinárodního rozměru také ve způsobu hodnocení společenské odpovědnosti

firem. Cílem je podporovat systematický, strategický a dlouhodobý přístup firem ke společenské odpovědnosti, ne pouhé náhodné a jednorázové charitativní aktivity. Posláním soutěže je prosazování konceptu CSR v kontextu Zelené knihy Evropské unie „Promoting a European framework for corporate social responsibility“, přijaté v roce 2001 na území členských států EU.

Soutěž má dvě kola – první národní, z něhož postoupí tři nejúspěšnější účastníci do druhého mezinárodního kola, ve kterém se poměří s ostatními kandidáty ze zemí EU. Firmy měly šanci v soutěži představit své úspěšné CSR projekty realizované v roce 2007.

Organizátorem soutěže v České republice je největší česká poradenská společnost M.C.TRITON a odborným partnerem je občanské sdružení Fórum dárců. Záštitu nad lokálním kolem soutěže pak poskytla Džamila Stehlíková, ministryně Vlády České republiky pro lidská práva a národnostní menšiny. Záštitu nad mezinárodním kolem soutěže převzal Vladimír Špidla, člen Evropské komise. Transparentnost a integritu lokálního kola soutěže zajistila nezávislá společnost Det Norske Veritas (www.dnv.com).

veškeré podrobnosti o soutěži jsou k dispozici na www.mc-triton.cz/csr2008 nebo na tel.: +420 224 362 406 (tz)



Jste na nákupech

A přesto nezmeškáte jedinou pracovní povinnost

Vodafone letos naděluje celý internet v mobilu na 6 měsíců zdarma. Vše, co k práci potřebujete, tak můžete nosit s sebou, kamkoli chcete.

Více informací a aktivace do konce ledna na 800 77 77 00 nebo na www.internetdomobilu.cz

Jde to i jinak



O společnosti M.C.TRITON

Hlavním předmětem podnikání společnosti působících pod značkou M.C.TRITON je manažerské poradenství, vzdělávání a interim management – služby manažerů na dobu určitou. Do této skupiny patří M.C.TRITON, spol. s r.o., s reprezentací ve Vídni, M.C.TRITON Slovakia, spol. s r.o., a M.C.TRITON Bulgaria, spol. s r.o. Nejdéle působící firmou v oboru je M.C.TRITON na českém trhu (od roku 1990).

M.C.TRITON pomáhá svým klientům prostřednictvím chytrých řešení rychle implementovaných do praxe.

Společnost M.C.TRITON se stala Firmou roku 2008 hlavního města Prahy a Štikou českého byznysu za rok 2007 v oborovém žebříčku v sekci vzdělávání.

Společný hlas 23 milionů firem je nepřeslechnutelný

Přesně 638 hlasujících zástupců podniků ze zemí Evropské unie (20 z České republiky) a 17 nehlasujících pozorovatelů ze zemí mimo EU se 14. října 2008 sešlo v Bruselu na historicky prvním "Evropském parlamentu podniků", který zorganizovala Asociace evropských obchodních a průmyslových komor – Eurochambres. Klíčovým tématem jednání bylo „Podnikání bez bariér“.

„Pro politiky je snadné opominout jednoho podnikatele, zvláště malého nebo středního. Když se ale v rámci Evropského parlamentu podniků sejde sedm set podnikatelů, kteří reprezentují 23 milionů společností celé Evropy, pak je jejich společný hlas nepřeslechnutelný. Zákonnodárci čeští i evropští musí pak jejich zájmům věnovat řádnou pozornost a úzce s nimi spolupracovat při hledání řešení společných problémů,“ řekl k závěrům summitu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Záměrem celého setkání bylo zmírnit „demokratický deficit“, který mají evropské instituce vůči podnikům a umožnit podnikatelům hlasovat o tématech vztahujících se k podnikatelské komunitě. Podnikatelé strávili odpoledne v jednací síle Evropského parlamentu a potvrdili svou schopnost účinně se podílet na legislativním procesu tím, že hlasovali o 11 otázkách, včetně 2 souvisejících s finanční krizí.

Jak vyplynulo z výsledků hlasování, podnikatelé velmi podporují návrhy týkající se společného konsolidovaného základu daně z příjmů právnických osob (62%), komunitárního patentu (90%) a zahrnutí analýzy dopadů na malé a střední podniky do všech legislativních návrhů (81%). „Hospodářská komora České republiky požaduje, aby bylo u navrhované legislativy prováděno efektivní hodnocení jejího dopadu na podnikatele,“

uvedl v této souvislosti prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Podnikatelé rovněž vyjádřili vůli pomoci vzdělávacím institucím ve svých regionech vyvinout vzdělávací programy, které by odstranily nedostatky ve vzdělání a podpořily podnikatelské záměry.

K odhlasovaným návrhům prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel uvedl: „Vyzýváme českou vládu, aby urychlila přijetí komunitárního patentu během českého předsednictví,“ a dodal, že „Hospodářská komora České republiky je připravena stát se prostředníkem podnikatelů a univerzit při rozvoji vzdělávacích programů.“

Probíhající finanční krize byla hlavním tématem diskuzí mezi účastníky a také jejich hlasování naznačovalo, že dopady krize se již začínají šířit celou podnikatelskou komunitou. Dvě třetiny podniků potvrdily, že v důsledku současné finanční krize očekávají nutnost výrazných úprav svých investičních strategií. Polovina zúčastněných uvedla, že zpřísnění podmínek při poskytování úvěrů v posledních měsících na jejich podniky výrazně dolehlo.

Kromě finanční situace ovšem podnikatelé diskutovali i další klíčová témata, se kterými se v dnešní době Evropa potýká, jako je mezinárodní obchod, změny klimatu a demografické změny.

K tématu podpory přístupu malých a středních podniků (MSP) na nové trhy přes 90% evropských MSP uvedlo, že nevytváří vůbec. Většina MSP přítomných na summitu (90%) byla jasně pro zvrácení tohoto trendu a přála by si větší roli EU v této oblasti, jako doplněk role již plněné členskými státy.

V případě evropské imigrační politiky založené na ekonomických potřebách, jako například navržený systém modrých karet, se podnikatelé vyjádřili v jejich prospěch, čímž dali najevo potřebu koherentní imigrační politiky založené na ekonomických potřebách. Firmy trpí nedostatkem odborníků v EU, kteří by zaplnili díry na pracovním trhu. Především obor informačních technologií a věda se potýkají v posledních letech s nedostatkem „mozků“, což ohrožuje jejich konkurenceschopnost na evropském i světovém trhu.

Struktura účastníků Evropského parlamentu podniků pokrývala zástupce mikropodniků (0–9 zaměstnanců) z 19%, malých podniků (10–49 zaměstnanců) z 33%, středních (50–249 zaměstnanců) z 26% a velkých podniků (více než 250 zaměstnanců) z 22%. Podniky rovněž reprezentovaly různé sektory, aby tak bylo dosaženo co nejdemokratičtějšího výsledku: 49% ze sekundárního sektoru (výroba), 48% z terciárního (služby) a 3% ze sektoru primárního (zemědělství). Průměrný rok založení hlasujících společností byl 1971. Nejstarší společnost byla založena v roce 1817, nejmladší v roce 2008. Průměrný obrát zúčastněných podniků byl 59 961 199 EUR (v rámci eurozóny).

Hlasování podnikatelů bylo na summitu předneseno francouzskému předsednictví Evropské unie a bude dále předáno dalším evropským i národním institucím.

Jednání zahájil předseda Evropského parlamentu Hans-Gert Pöttering, který osobně tuto akci zařídil. Evropský parlament podniků podpořily také Evropská komise, francouzské předsednictví a Evropský hospodářský a sociální výbor.

Tato akce byla uspořádána u příležitosti 50. výročí EUROCHAMBRES ve spolupráci s její sítí národních obchodních a průmyslových komor. EUROCHAMBRES – Asociace evropských hospodářských a průmyslových komor reprezentuje přes 19 milionů podniků v Evropě prostřednictvím členů ze 45 zemí a evropské sítě 2000 regionálních a místních komor.

Další významnou akcí EUROCHAMBRES bude kongres, který se uskuteční ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR v Praze ve dnech 14.–15. května 2009.

(tz hkčr)



autor: Miloš Krmáček

Na této stránce přinášíme záměrně dvě tiskové zprávy, které informují o významném jednání českých podnikatelů na půdě Bruselu. Je to z toho důvodu, abychom prezentovali váhu, jakou je třeba přisuzovat komunikaci o dění v podnikatelském prostředí (na mezinárodní úrovni).

Čeští podnikatelé v Evropském parlamentu

Více než šest set podnikatelů debatovalo a následně hlasovalo 14. října v Evropském parlamentu o současných problémech evropské, ale i světové ekonomiky. Historicky první akci nazvanou Evropský parlament podniků uspořádalo sdružení obchodních a průmyslových komor EUROCHAMBRES s cílem upozornit na „demokratický deficit“ podnikatelů v konzultačním procesu legislativy EU. Evropští podnikatelé se vyjadřovali k otázkám, které souvisejí s aktuálním děním v podnikatelském prostředí. Českou republiku reprezentovalo 20 podnikatelů, kteří se před hlasováním v Evropském parlamentu setkali na pracovní snídani pořádané CEBRE se zástupci evropských institucí, Stálého zastoupení ČR při EU a podnikatelských organizací.

Evropského parlamentu podniků se zúčastnilo celkem 638 hlasujících podnikatelů ze zemí Evropské unie a 17 nehlasujících pozorovatelů ze zemí mimo EU. „Za dobu svého předsedání jsem během plenárního

zasedání ještě tolik účastníků v tomto sále neviděl,“ řekl s potěšením a kapkou sarkazmu předseda Evropského parlamentu Hans-Gert Pöttering. Během tří odpoledních zasedání – Podnikání bez bariér, energetika a klimatické změny a Podnikatelská Evropa, hlasovali podnikatelé celkem o 9 legislativních návrzích a potvrdili tak svou schopnost účastnit se legislativního procesu EU.

Jak vyplynulo z výsledků hlasování, podnikatelé značně podporují návrhy týkající se společného konsolidovaného základu daně z příjmů právnických osob (500:37), komunitárního patentu (508:52) a zahrnutí analýzy dopadu na malé a střední podniky do všech legislativních návrhů (434:74). První dva návrhy si kladou za cíl usnadnit podnikání na vnitřním trhu EU a odstranit tak překážky bránící plynulému obchodu. Náklady na dnešní evropský patent v šesti zemích EU činí 22 tisíc eur, v případě přijetí komunitárního patentu se náklady na platnost patentu ve všech zemích Unie sníží. Analýza dopadu má za cíl vyvarovat se další

administrativní zátěže a negativních důsledků přijímané legislativy.

Překvapivě dopadly výsledky hlasování o energetických a klimatických výzvách. Na 70% podnikatelů uvedlo, že jim není znečišťování životního prostředí lhostejné. Proto se domnívají, že by měla být ve veřejných zakázkách uváděna environmentální kritéria, která by vedla veřejné instituce k nákupu „zelených“ výrobků a služeb. Na 68% podnikatelů je rovněž připraveno provést ve své firmě energetický audit účinnosti. Polovina podnikatelů pak z důvodu snížení konkurenceschopnosti nesouhlasí s tím, aby byly vedeny jednotné akce na úrovni EU v oblasti snižování CO₂. Podnikatelé rovněž vyjádřili vůli pomoci vzdělávacím institucím ve svých regionech vyvinout vzdělávací programy, které by odstranily nedostatky ve vzdělání a podpořily podnikatelské záměry.

Po zasedání byly podnikatelům položeny otázky týkající se současné krize. Dvě třetiny podniků potvrdily, že v důsledku současné finanční krize očekávají nutnost

výrazných úprav svých investičních strategií. Polovina

zúčastněných uvedla, že zpřísnění podmínek při poskytování úvěrů v posledních měsících na jejich podniky výrazně dolehlo. Výsledky hlasování byly předloženy francouzskému předsednictví v Radě EU a dalším evropským a národním institucím.

Čeští podnikatelé strávili celý den diskuzí o evropských návrzích, dopoledne diskutovali na pracovní snídani CEBRE a během oběda zavítali na zastoupení Středočeského kraje v Bruselu. Na pracovní snídani hovořili o nutnosti snižování administrativní zátěže a příležitosti projektu „One stop shop“ s Petrem Dolejšem ze Stálého zastoupení ČR při EU, o energetice a klimatických výzvách s europoslanec Janem Březinou, o komunitárním patentu s čestným prezidentem Hospodářské komory ČR Jaromírem Drábkem a o modrých kartách s Pavlem Boudou z kabinetu eurokomisaře Špidly.

(tz cebre)

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
Evropská komise znepokojena českým návrhem pátečních zákazů jízdy pro kamiony Koncem října se na naši stálou představitelku při EU obrátilo dopisem Generální ředitelství pro energetiku a dopravu Evropské komise, ve kterém na základě obdržených stížností žádá poskytnutí informací k připravovaným zákazům. Jedná se především o důvody a výklad oprávnění k zavedení tohoto kroku. Generální ředitel Heinz Hilbrecht si je vědom, že zákonná úprava této oblasti je v pravomoci členských států.	Ekonomické stavby v Praze Společnost Ekonomické stavby (ES), přední výrobce zděných rodinných domů v České republice a na Slovensku, otevřela pro své zákazníky pobočku v Praze. Zájemci o stavbu rodinného domu se mohou přijít seznámit s nabídkou Ekonomických staveb do nové pražské kanceláře, kterou naleznou na adrese Hvězdova 1716/2b, 140 78, Praha 4, nebo se mohou informovat na telefonní číslo 377 825 782.	Cesta kolem světa za 26 dní Společnost Cetelem připravila pro držitele svých kreditních karet velkou podzimní soutěž o Cestu kolem světa pro 2 osoby. Akce probíhá od 1. do 30. listopadu 2008 a hlavní výherce, který v soutěžním období vybere ze své karty alespoň 5 000 Kč a správně zodpoví otázku, může začít balit kufry. Navíc každý listopadový den bude Cetelem rozdávat digitální videokamery. „Pro držitele našich kreditních karet připravujeme soutěž pravidelně,“ uvedla Ing. Gabriela Pithartová.	CCA Group zefektivní kontrolu poplatků Českých aerolinií CCA Group vyvinulo webovou aplikaci na kontrolu poplatků za letové a navigační služby pro České aerolinie. Systém urychlí fakturační procesy a usnadní kontrolu účtovaných položek, pomůže také získat detailnější přehled o poplatcích za letové a navigační služby hrazené Českými aeroliniemi. Kontrola poplatků za letové a navigační služby je systém určený pro kontrolu poplatků, fakturovaných jednotlivými dodavateli Českých aerolinií.

Typickým klientem je pro nás spíše malá nebo střední společnost,

vysvětlila v rozhovoru pro náš časopis Martina Rubínová, výkonná ředitelka společnosti CITCO – Finanční trhy a.s.

Prorazit na trhu s finančními službami mezi konkurencí, která si hlídá i ty pověstné „černé díry“, to není zas tak jednoduché. Jednou z takových společností, kterým se to u nás podařilo, je CITCO – Finanční trhy a.s. Do povědomí klientů začala vstupovat v roce 1996. Dnes jich obsluhuje kolem dvou tisíc a další přibývají. Je to náhodné? To určitě ne. Jednou z hlavních výhod, kterou příznivci oceňují a která je jistě i základem osobních referencí a dalších potěšujících zpráv, je detailní osobní péče o každého klienta. Snaha vyjít vstříc se totiž vždy cení. Tuto zkušenost považuje za základ strategie a práce i Martina Rubínová, výkonná ředitelka CITCO – Finanční trhy a.s.:

Nabízíte služby zejména společnostem, které obchodují s dováženým nebo exportním zbožím. Proč by se měly obracet právě na vás?

Protože pracujeme s nízkou marží, takže můžeme našim klientům dát nejen lepší kurzy, ale také nižší poplatky než v bance. I když jsme levnější, naše služby jsou nadstandardní. Každý klient může zdarma využít naše analytiky ke konzultacím, hlídání směnného kurzu či jeho monitoringu a tak dále. Opravdu musím podtrhnout, že CITCO – Finanční trhy, znamená osobní přístup ke klientům na všech úrovních naší společnosti.

Jaký je váš typický klient a jak o něj dokážete pečovat?

Typickým klientem je malá nebo střední společnost. Každý klient je u nás brán individuálně, a proto se snažíme každému klientovi nastavit komunikaci dle jeho požadavků a potřeb. Klientům poskytujeme každodenní zpravodajství z devizového trhu na našich internetových stránkách www.citco.cz aktuálně nově doplněné také o video záznam pro ty klienty, kteří nemají čas na čtení ranních zpráv. Rozsah využívaných služeb je vždy v návaznosti na aktuální potřeby daného klienta, takže se moc nedá paušalizovat. Snažíme se opravdu o individuální přístup a věřím, že se nám daří.

V současné době finanční nejistoty, a to zejména v zahraničí a při nakládání s devizami, všichni hledají spolehlivého partnera, který jim dokáže pomoci s řešením aktuálních i dlouhodobých problémů. Podle čeho najdou toho pravého a jaké známky napovídají o vysokém riziku?

Jednou z našich hlavních výhod je to, že jsme ryze česká společnost. Nemáme zahraničního majitele, který by se mohl v jiné zemi dostat do problémů, a ohrozit tak naše fungování v rámci České republiky. Máme velmi průhlednou majetkovou strukturu a netajíme se ani našimi výsledky. A v této souvislosti bych měla ještě dodat, že nevlastníme žádná riziková aktiva, na kterých si páli prsty jiní.

Zabýváte se nejen devizovými obchody, ale i finančním poradenstvím. Co byste poradili českým podnikatelům a zvláště těm, kteří jsou odkázáni na situaci na evropském nebo světovém trhu?

Setkáváme se s mnoha podnikateli a ti nám říkají, že přestože jejich podniky prosperují, obrovská část zisků padne na kurzové ztrátě. V době krize je více než kdykoli jindy potřeba



Martina Rubínová, výkonná ředitelka společnosti CITCO – Finanční trhy a.s.

rozumně rozkládat riziko. S tím souvisí také jeho snižování v rámci zajištění svých zakázek. Takže naše doporučení je v této době jasné: zajišťovat každou zakázku například pomocí forwardu. A pod tlakem špatných zpráv zbytečně nepanikařit – česká ekonomika sice zpomalí, ale fatální to nebude.

Čeští podnikatelé si dosud nejvíce stěžovali na silnou korunu a odkládání vstupu do eurozóny. Myslíte si, že peněžní a bankovní turbulence v Evropě situaci změní?

Aktuální krize odsouvá debatu o termínu zavedení eura na příští rok. Česká koruna nyní slábne a v souvislosti se zpomalením české ekonomiky ještě může dojít k dalšímu oslabení. Stížnosti na silnou korunu tak zřejmě nyní nebudou aktuální. Je třeba si říci, že rychlé zavedení eura by sice odstranilo problém silné koruny, ale přineslo problémy jiné: například vyšší inflaci. Počkejme raději, jak se vyrovná se zavedením eura Slovensko.

Jak si podle vašeho názoru povede domácí a světová ekonomika v příštích měsících? Vidíte světlo na konci tunelu ze současné nejisté finanční a hospodářské situace?

Je zřejmé, že světová ekonomika v dal-

ších měsících výrazně zpomalí a růst hlavních světových ekonomik se přiblíží nule. Zpomalení zasáhne i české hospodářství,

jehož růst může být nižší než 3 %. Což ale nejde považovat za žádnou krizi, česká ekonomika prostě zpomalí, ale její růst bude pořád vyšší než růst hlavních světových ekonomik. Světlo na konci tunelu tedy vidíme, ale nevíme, jestli to není protijedoucí vlak.

Za značkou CITCO – FT se skrývá čtyřicetiletý tým převážně mladých lidí v čele s ředitelkou stejného věku a ducha. Je to jen náhoda, nebo hlubší zákonitost, že jedničku na nebankovním devizovém trhu charakterizuje především mladická pružnost a tvořivost?

Převážně se jedná o náhodu. Většina zaměstnanců je opravdu mladšího ducha, ale máme tu i zaměstnance s mnohaletými zkušenostmi. Nejedná se pouze o otázku věku, ale spíše o otázku komunikace a přístupu jednotlivých lidí k práci.

Mezi špičkovými manažery

Dostat se díky schopnostem a výsledkům firmy, již člověk řídí, mezi špičku českých manažerů, to je možná tajný sen řady osobností. Martina Rubínová, výkonná ředitelka společnosti CITCO – Finanční trhy a.s. se mezi nejlepší probojovala už tím, že byla mezi finalisty, kteří se utkali v soutěži Manažer roku 2007. Na hodnocení této soutěže se podílí množství odborníků a zajímavých lidí s bohatými zkušenostmi i odvahou dělat něco navíc, nově a pro ostatní. V přístupu Martiny Rubínové k úkolům, které denně řeší a zvládá, naleznou velké nadšení, nebývalou vynalézavost na cestě za službou klientovi a chuť vést tým mladých a chytrých specialistů.

CITCO

Deviza pro Váš obchod

Nicméně každý úspěch je pro nás výzvou k uskutečnění dalších plánů. A to je pro nás právě teď aktuální, protože majitel společnosti CITCO – Finanční trhy získal licenci na spořitelní družstvo, a to je právě tím novým velkým plánem, který přinese našim klientům ještě větší zvýšení kvality služeb.

Uspokojují vás dosažené výsledky CITCO – FT, nebo spíš jsou výzvou k uskutečnění ještě větších plánů?

Dosažené výsledky jsou jistě uspokojivé a to nejen pro mne, ale věřím, že i pro všechny zaměstnance. Nicméně každý úspěch je pro nás výzvou k uskutečnění dalších plánů. A to je pro nás právě teď aktuální, protože majitel společnosti CITCO – Finanční trhy získal licenci na spořitelní družstvo, a to je právě tím novým velkým plánem, který přinese našim klientům ještě větší zvýšení kvality služeb, rozšíří její nabídku a pro nás přinese již zmíněné výzvy v podobě získání stabilní pozice na novém trhu.

Co vás dokáže přesvědčit o tom, že děláte to pravé a že to děláte dobře?

Nejvíce je to radost našich klientů, kteří mi každým e-mailem či telefonátem dokládají, že jsou spokojeni s našimi službami. Velmi podstatnou složkou spokojenosti jsou také zaměstnanci, kteří jsou velkým důkazem toho, že i v malém počtu se dá dělat velký business a jejich výkon či pohoda jsou jasným zrcadlem všemu, co dělám. A v neposlední řadě je to právě ta možnost podílet se na nových projektech. Zkrátka být u toho.

ptal se Pavel Kačer

Kontakty

Obecné kontakty

Zelená linka: 800 31 10 10
Spojovatelka: + 420 234 092 000
Fax: + 420 234 092 009
E-mail: recepce@citco.cz

Linka pro nové klienty:

Tel: + 420 234 092 333

Dealingové oddělení – uzavírání směnných obchodů, kotace aktuálních kurzů, konzultace předpokládaného vývoje na devizovém trhu
Tel: + 420 234 092 020
E-mail: dealing@citco.cz

Oddělení vypořádání platebního styku

– provádění devizových úhrad a devizových inkas
Tel: + 420 234 092 005
E-mail: platby@citco.cz

Obchodní oddělení – informace o službách společnosti CITCO – FT, uzavírání smluv a změny ve smlouvách
Tel: + 420 234 092 011
E-mail: obchod@citco.cz

Korespondenční adresa:

Avenir Business Park – budova E
Radlická 751/113e
158 00 Praha 5 – Jinonice

Zpomalení zasáhne i české hospodářství, jehož růst může být nižší než 3 %. Což ale nejde považovat za žádnou krizi, česká ekonomika prostě zpomalí, ale její růst bude pořád vyšší než růst hlavních světových ekonomik.

(red) ➡

Strategií je rozšířit členskou základnu AJŠA ČR a zlepšit regionální spolupráci členů

Prezidentem Asociace jazykových škol České republiky (AJŠA ČR) byla zvolena Mgr. Karla Bauerová, MBA, která v asociaci zastupuje členskou českobudějovickou společnost SOPHIA. Stalo se tak na pravidelném zasedání prezidia této asociace.

Asociace jazykových škol a agentur ČR vznikla registrací u Ministerstva vnitra ČR v roce 2005 jako dobrovolné sdružení jazykových škol a agentur s působností po celé České republice s cílem zdokonalovat jazykové vzdělání ve všech regionech země. „Ustavující členská schůze AJŠA ČR se uskutečnila v červnu roku 2005 v Brně. Řádným členem asociace se může stát každá fyzická i právnická osoba zapsaná v obchodním rejstříku vedeném příslušným soudem na území České republiky, která má za předmět podnikání nebo činnosti výuku cizích jazyků. Automaticky se řádným členem staly jazykové školy a agentury, které asociaci před lety zakládaly,“ představila asociaci její čerstvě zvolená prezidentka Karla Bauerová.

Nová prezidentka hlavně plánuje rozšířit členskou základnu asociace a zlepšit regionální spolupráci jejích členů. Asociace by se více



měla otevřít veřejnosti a rozšířit spolupráci s kolegy v zahraničí „Chci navázat na vše pozitivní, co vykonal můj předchůdce společně se zakládající jazykovou školou Ars Linguarum a dalšími kolegy. Díky tomu vznikla poměrně hustá síť škol ze všech regionů, která v současné době čítá 25 členů; hlásí se nám také další zájemci,“ řekla.

Spolu s řádným členstvím nabízí asociace tuzemským i zahraničním subjektům činným v oboru jazykového vzdělávání nebo v oborech navazujících (nakladatelství, školství, vzdělávání, IT technologie, cestovní ruch, poradenství, nadace aj.) i možnost přidruženého členství. „Asociace hájí hospodářské a profesní zájmy členských škol a agentur a navazuje spolupráci s národními i mezinárodními profesními asociacemi, akademickými a vzdělávacími subjekty a dalšími

ziskovými i neziskovými organizacemi v otázce rozvoje jazykového podnikání. AJŠA se také podílí na vzdělávacích programech a projektech EU a zajišťuje, resp. zprostředkovává, poradenské služby pro své členy,“ vyjmenovala základní činnosti asociace Karla Bauerová.

(tz)

seznam členů:

AGENTURA EDUCO, s. r. o.	www.educo.cz
AGENTURA POZNÁNÍ	www.agenturapoznani.cz
AGENTURA SPA, s. r. o.	www.agenturaspa.cz
ARS LINGUARUM PRAGUE, s. r. o.	www.arslinguarum.cz
CENTRUM CIZÍCH JAZYKŮ a dalšího vzdělávání, s. r. o.	www.cejskola.cz
HELLO LANGUAGE SCHOOL, s. r. o.	www.hello.cz
HOPE – E.S., v. o. s.	www.jazykovyservis.cz
IONA CENTRUM, s. r. o.	www.iona.cz
JAMES COOK LANGUAGES, s. r. o.	www.j-c-l.cz
JAZYKOVÁ ŠKOLA ENGLISH TIME	www.englishtime.cz
JAZYKOVÁ ŠKOLA LABYRINT, s. r. o.	www.labyrint-trutnov.cz
JAZYKOVÁ ŠKOLA STUDYLINE	www.studyline-lbc.cz
LINGUA, s. r. o.	www.eLingua.cz
LIRA – Vzdělávací a jazyková agentura	www.jazyky-lira.cz
MEZINÁRODNÍ JAZYKOVÝ INSTITUT, s. r. o.	www.mjimost.cz
MGR. EVA CAMRDOVÁ – Jazyková škola	www.jsk.camrdova.cz
MK JAZYKOVÉ CENTRUM, s. r. o.	www.mkcentrum.cz
OXFORD – Jazyková škola	www.jazykove-sluzby.eu
PANGEA – Jazyková škola a překladatelská agentura	www.pangea-js.com
PROGRESS LANGUAGE INSTITUTE, s. r. o.	www.pli.cz
SOPHIA, tlumočnické a překladatelské služby, s. r. o.	www.sophia-cb.cz
SOUKROMÁ JAZYKOVÁ ŠKOLA JANA	www.janahk.cz
THE PHILADELPHIA ACADEMY, s. r. o.	www.philadel.com
TUTOR, s. r. o.	www.tutor.cz
VAPC – Vzdělávací a překladatelské centrum	www.vapc.cz

Kontakty:

Asociace jazykových škol a agentur České republiky
Mánesova 27, 120 00 Praha 2, www.ajsa.cz

Mgr. Karla Bauerová, MBA	prezident asociace
Tel.: (+420) 608 112 992	E-mail: karla.bauerova@sophia-cb.cz
Petr Dvorský	viceprezident asociace
Tel.: (+420) 777 587 875	E-mail: dvorsky@jazykove-sluzby.eu
Karel Hlaváček	viceprezident asociace
Tel.: (+420) 608 863 588	E-mail: hlavacek@hello.cz
Stanislav Kára	viceprezident asociace
Tel.: (+420) 605 261 224	E-mail: skara@pli.cz

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

Získejte

MEZINÁRODNÍ CERTIFIKÁT IES!

1. VOX a.s.

- Účetní specialista – nadstavbové studium**
TERMÍN: 2. 12. 2008 – 12. 2. 2009
Podmínkou pro zařazení do večerního kurzu je ukončené střední vzdělání s ekonomickým zaměřením nebo jiné vzdělání spojené s praxí v oblasti účetnictví.
PŘEDNÁŠÍ: Odborný lektorský tým – více na www.vox.cz.
KÓD: 84540T CENA: 20 990 Kč
- IFRS/US GAAP – Světové účetnictví**
TERMÍN: 2. – 6. 12. 2008
Kurz popisuje a vysvětluje všechny významné požadavky IFRS i US GAAP a zároveň oba systémy porovnává.
PŘEDNÁŠÍ: Robert Mládek
KÓD: 85190W CENA: 17 490 Kč



WWW.VOX.CZ

Informační linka **226 539 670**

Krajský soud neoprávněně omezil okruh uchazečů

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže svým prvostupňovým nepravomocným rozhodnutím z počátku října 2008 zrušil zadání veřejné zakázky Krajského soudu v Brně na vybavení nabytku nového justičního areálu. Důvodem jsou chyby v zadávacích podmínkách zakázky, jejíž objem činí přibližně 60 mil. korun bez DPH.

„Zadavatel po uchazečích požadoval, aby prokázali, že ke dni podání nabídky mají na svém běžném účtu disponibilní zůstatek v řádu desítek milionů korun. Tento požadavek je však z ekonomického hlediska neopodstatněný a bezdůvodně omezuje okruh uchazečů. Nevypovídá totiž o tom, jestli daný uchazeč je, nebo není schopen zakázku splnit,“ konstatoval první místopředseda ÚOHS Kamil Rudolecký. Uvedl dále, že uchazeči své volné finanční prostředky mohou zhodnocovat na jiných účtech či jinak investovat.

Není nezbytné, aby tyto prostředky zůstávaly na běžných účtech. Zákonnost požadavku zůstatku na účtu přitom antimonopolní úřad řešil již několikrát v minulosti se stejným závěrem.

„Zadavatel rovněž omezil okruh zájemců o zakázku tím, že v seznamu významných dodávek, jejichž doložení vyžadoval, připustil pouze ty, které byly realizovány pro ústřední orgány, státní správu, samosprávu, školy, banky a soudy. I tento bezdůvodně omezující požadavek mohl vést k tomu, že některému z potenciálních dodavatelů byla znemožněna účast v soutěži,“ zdůraznil místopředseda K. Rudolecký.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže se v současné době zabývá na základě zprávy Nejvyššího kontrolního úřadu rovněž samotnou výstavbou nového justičního areálu Krajského soudu v Brně. Tento případ je nyní v šetření. (kch)

Město Břeclav obešlo zákon

Předseda Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže Martin Pecina potvrdil uložení pokuty ve výši 30 tisíc korun městu Břeclav. Město neprovedlo zadávací řízení u veřejné zakázky na služby spojené s prodejem nemovitostí.

Ze smluv uzavřených zadavatelem s vybranými realitními kancelářemi je zřejmé, že zadavatel požadoval zajistit činnosti spojené s prodejem nemovitostí v jeho vlastnictví, a to včetně poskytování informačního servisu zájemcům o koupi a zpracování smluv a návrhů na vklad do katastru nemovitostí. Šetřený případ je netradiční především z toho důvodu, že zadavatel tyto služby nezískal za úplatu, předpokládanou

provizi realitních kanceláří však měly hradit kupující. „Není podstatné, zda kupující požadovanou částku zaplatí zadavateli, tato se stane příjmem rozpočtu zadavatele a ten ji pak odvede dodavateli jako výdaj z veřejného rozpočtu čili jako veřejný prostředek, či zda ji kupující hradí přímo dodavateli. Stále se jedná o prostředky, které fakticky náleží zadavateli, a jsou tedy poskytovány z veřejného rozpočtu, byť ne formou přímé úhrady. Znak úplatnosti veřejné zakázky byl tedy beze zbytku naplněn,“ uvedl předseda ÚOHS Martin Pecina.

(tz)



premium PROSPERITA.INFO

Mapa stránek | Stát se členem | Kontaktuje nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Česká značka pánských obleků Blažek expanduje
Módní značka Blažek otevře koncem roku 2008 pět nových poboček. Z toho dvě v Praze a po jedné v Pardubicích, Liberci a Teplicích. Velký důraz při otvírání nových poboček je kladen právě na výběr lokality. Nové pobočky proto vznikají v obchodních centrech či jiných místech, která jsou pro klienty pohodlně dosažitelná.
Firma Blažek Praha a. s. začala s prodejem pánských oděvů již v devadesátých letech. ➔

Zákazníci si chodí do Electro Worldu pro rady odborníků
Společnost Electro World, největší elektroobchod u nás, vítěz ankety „Obchodník roku elektro“ pro rok 2007, registruje zvýšený zájem zákazníků, kteří si elektro zatím kupovali v hypermarketech. Zákazníci se ve větší míře obracejí ke specializovaným obchodům, protože jim nabízí široký sortiment zboží, rady odborníků a vyškoleného personálu a v neposlední řadě pohodlné služby jako dopravu zboží, pojištění a připojení zařízení. ➔

Systém MEWA, žádané řešení pro zpracování kovů
V kovozpracujícím průmyslu se v mnoha pracovních procesech musí počítat s četným znečištěním. Nejenom kovové piliny, ale i řezný a brusný olej anebo také další maziva jsou nebezpečím při výrobě vysoce kvalitních výrobků. Kompetentním řešením je zde čistící utěrka od společnosti MEWA. Právě textilní čistící utěrky zaručují opravdovou čistotu při čištění nářadí, strojů a výrobních zařízení. ➔

TECHO představilo unikátní stolový systém W.O.T.
Interiérová společnost TECHNO představila svůj univerzální stolový systém W.O.T. Čistý a jednoduchý design stolového systému navrhl české architektonické studio ADR pod vedením Petra Koláře a Aleše Lapky ve spolupráci se známým holandským designérem Hansem Verboomem, tvůrcem technického řešení. Univerzálnost stolového systému s názvem W.O.T. (world office table) tkví především v jeho neomezených možnostech. ➔

Prosazují ze všech sil model skutečného zdravotního pojištění

Stačí si vzpomenout, co si při významných výročních přejeme – navzájem především hodně zdraví. Má to logiku, kterou není třeba komentovat. Stačí, když člověk dostane rýmu nebo se nemoc hlásí horečkou. Klepe-li na dveře něco horšího nebo přihodí-li se těžký úraz, nechceme domýšlet. Kvalitu našeho života, zdraví, pomáhá do určité míry ovlivňovat také zdravotní pojištění. Vedou se spory o to, proč je současný systém nevyhovující, jaký by měl být, co by kdo pro jeho optimální fungování měl udělat. Laik může tyto tendence hodnotit různě – podle toho, jak se k němu ten který lékař, sestra či laborant zachoval. Někdy rozhoduje vlídné slovo, někdy zase skutečnost, že pacientovi třikrát za sebou vypadne stejná plomba.

O tom, že v našem zdravotnictví je problémů nad hlavu, ale zároveň se o něm dá prezentovat řada úchvatných informací, ví ředitel Všeobecné zdravotní pojišťovny MUDr. Pavel Horák, CSc., MBA, nejen od chvíle, kdy do své funkce nastoupil. Na rozdíl od některých škarohlídů má jasnou manažerskou vizi, v co by se VZP měla časem proměnit a jaké služby by měla prokazovat. Ovšem nejen představy o budoucnosti ho zavedly mezi osobnosti – finalisty v soutěži Manažer roku 2007, ale především výsledky pojišťovny. Zde jsou jeho názory:

Zdravotní pojištění, reformy, nové modely pojištění, diskuze odborná i laická. Jaké východisko k určitému řešení v řetězci stát-pojištěnec-pojišťovna-lékař vidíte?

Prosazují ze všech sil model skutečného zdravotního pojištění. V současnosti jde o výběr zdravotní daně, které se pojištění jen říká. Jsem přesvědčen o tom, že ze zavedení skutečného pojištění by profitovali jak zaměstnavatelé, tak pacienti i zdravotnická zařízení. Dnes vychází množství prostředků ve zdravotnictví z historie. Z peněz, které vydávala ještě ČSSR, vycházel první výpočet platby státu do rodícího se systému zdravotního pojištění v devadesátých letech a v průběhu let, které následovaly, se příjmy systému zvyšovaly v závislosti na růstu příjmů zaměstnanců a zvyšováním platby od státu v závislosti na velikosti deficitu zdravotního pojištění. Je to systém, kde neexistuje relace mezi tím, kdo a kolik platí, a tím, co stojí služby, které dostává. Většinu pojištění zaplatí zaměstnavatelé a jejich zaměstnanci, stát z obecných daní zaplatí víc, jen když systém tvoří dluhy (takže čím mizerněji se hospodaří, tím je to paradoxně pro příjmovou část zdravotnictví lepší).

Systém byl vytvořen pro financování zdravotnických zařízení, a nikoliv pro krytí zdravotních potřeb pojištěnců. Pojišťovny a ministerstvo řeší primárně ne to, co bude obsahem pojistné ochrany, ale to, kolik z 200 miliard dostanou nemocnice, kolik zubní lékaři, praktici, kolik hospice, záchranná služba a kolik laboratoře. Takový systém bude vždy tvořit deficit, vždy bude neefektivní, nikdy nebude spravedlivý vůči plátcům a vůči těm, kteří se odpovědně starají o své zdraví. Nikdy nebude dobře platit za poskytnuté služby to, co tyto služby stojí, takže mezi zdravotnickými zařízeními se budou mít lépe ta, která poskytují zbytné služby a jenom na systému parazitují, a vždy budou v nevýhodě ti, kteří poskytují potřebnou péči.

Mým cílem je vést pojišťovnu, která bude mít pojistné smlouvy se svými klienty, která bude nabízet pojistné produkty vycházející z jejich potřeb a přání a bude zdravotnickým zařízením hradit tolik, kolik ve skutečnosti tato péče i s přiměřeným ziskem stojí. Pojišťovnu, která při



MUDr. Pavel Horák, CSc., MBA, ředitel Všeobecné zdravotní pojišťovny

kalkulaci pojistného bude vycházet z pojistného rizika a skutečných nákladů na jeho pokrytí. Pojišťovnu, která bude díky své velikosti a svému statutu pod veřejnou kontrolou tvořit garanci státu a občanům pro dostupnost zdravotní péče v evropském měřítku, a nikoliv jen na území České republiky. Naše velikost nám dává dobrou příležitost působit jako evropská zdravotní pojišťovna poskytující tzv. sociální typ zdravotního pojištění. Na rozdíl od komerčního pojištění to znamená pojištění, které vychází nejen ze sdílení rizika mezi zdravými a nemocnými, ale i ze solidarity mezi majetnými a málo majetnými. Způsobů, jak se vypořádat s tímto sociálním aspektem, je mnoho, jsou standardní a v Evropě zavedené, takže není nutné se na tomto místě o nich rozepisovat.

Začalo se hovořit hodně nahlas o nedostatku lékařů a dlouho se opakuje informace o tom, že také zdravotních sester je stále méně. Může optimizmu v řešení situace dodat i VZP? Lze to nějak ovlivnit?

Je jasné, že osobní náklady ve zdravotnických zařízeních se budou vyrovnávat s okolními státy a že už jen velmi krátce vydrží systém, který počítá s platovým podhodnocením lékařů a zdravotních sester. Práce lékaře a zdravotní sestry je velmi odpovědná, obtížná, vyčerpávající a dostatek zdravotnických profesí není nikde v Evropě. Pro vysokoškolačka existuje mnoho snadnějších a pohodlnějších způsobů jak si vydělat peníze. Navíc v některých oblastech jde i o problematiku generační výměny lékařů a o nefunkční systém vzdělávání lékařů a sester. V případě

praktických lékařů pro dospělé a praktických lékařů pro děti a dorost podporujeme vzdělávání lékařů navýšením kapitační platby praktikům, kteří vzdělávají školenice. Optimistické je to, že počítáme do budoucna s tím, že budeme muset hradit skutečné, a nikoliv podhodnocené náklady na personál ve zdravotnických zařízeních.

V pozici ředitele nejste tak dlouho, přesto se vám již podařilo ledascos prosadit k tomu, aby pojišťovna lépe plnila svoji úlohu. Jmenoval byste alespoň dva příklady? A jakou cestou jste k tomu dospěli?

Za prvé jsme začali hospodařit tak, jak se hospodařit má. V době rostoucí ekonomiky, snižující se nezaměstnanosti a zvyšujících se příjmů jsme této situaci využili ke splacení dluhů a vytvoření rezerv na období, která přijdou. Přestali jsme neefektivně rozdělovat peníze a zaměřili jsme se na to zaplatit péči, kterou potřebují lidé, kteří jsou skutečně těžce nemocní.

Od druhé poloviny roku 2006 jsme zavedli systém úhrad vysoce specializované a velmi nákladné péče. Nejdříve se jednalo o velmi drahé léky na léčbu hlavně nádorových onemocnění, ale také roztroušené sklerózy, vzácných metabolických vad, těžkých revmatických onemocnění, onemocnění sítnice atd. Komplikovaná byla hlavně jednání s odborníky, protože ti museli stanovit indikace a také seznam pracovišť, která budou pacienty sledovat a léčit, protože nedílnou součástí programu je také fakt, že trváme na tom, aby tuto léčbu používali ti, kteří to umějí, a kteří působí v zařízeních, která mají vše potřebné pro komplexní léčbu nemocného a ne jen na to mu podávat drahé léky. V dalších obdobích se rozrůstal jednak počet onemocnění a léků takto sledovaných a hrazených a přibý-

Naše pojišťovna má se zaměstnavateli společný zájem: aby naši pojištěnci a jejich zaměstnanci byli zdraví a aby se v případě onemocnění rychle uzdravili.

valy i další druhy velmi nákladné péče, která je tímto způsobem hrazena. V současné době jsou to vedle již zmíněných léků i operace s náhradou velkých kloubů, léčba poruch srdečního rytmu kardiostimulátory a implantabilními defibrilátory atd.

VZP podporuje nové trendy v léčbě i diagnostice onemocnění. Jako příklad je možné uvést robotické operace nebo použití mechanické srdeční podpory pro pacienty před transplantací srdce nebo k překlenutí akutního selhání srdce.

Co se vám v manažerském řízení nejvíce osvědčuje? Sázíte spíše na sofistikovaný, hodně vědecký přístup, nebo na jednoduchost selského rozumu?

To záleží na situaci. Ve chvíli, kdy pracujete s přesnými a předvídatelnými údaji, je „vědecký“ přístup na místě, ale věda by nikdy neměla být v rozporu se selským rozumem. Takže také střídavě nasazování vědy a selského rozumu přináší nejlepší výsledky.

Ostatně – jakou máte vizi ve spojitosti s VZP? Čím by pojišťovna měla být především?

Pojišťovna by se měla změnit z úřadu na skutečnou pojišťovnu, která se bude orientovat na efektivní uspokojování potřeb svých různých pojištěnců v oblasti péče o jejich zdraví, která bude pro své klienty zprostředkovávat zdravotní péči s ohledem na její dostupnost, kvalitu i cenu a která bude schopna konkurovat a uspět na otevírajícím se evropském trhu.

Mohla by mít speciální motivační programy pro klienty podnikatele, firmy, živnostníky, nebo určité profesní skupiny apod.? Aby si neplatili jen pojistné, ale věděli, že mohou dostat za určitých podmínek něco atraktivního navíc, co v jiné pojišťovně nenajdou?

Naše pojišťovna má se zaměstnavateli společný zájem: aby naši pojištěnci a jejich zaměstnanci byli zdraví a aby se v případě onemocnění rychle uzdravili. To je největší hodnota, kterou mohou zaměstnavatelé získat a o kterou musíme společně usilovat. Už v dnešní době vycházíme vstříc zmiňovaným skupinám plátců s programem Zdravá firma, kde se snažíme vytvářet naši nabídku na základě individuálních potřeb jednotlivých firem. Zatím spolupracujeme hlavně s velkými zaměstnavateli, ale časem se zaměříme i na menší firmy a na podnikatele. Pokud v budoucnosti identifikujeme významné odlišnosti v potřebách zmíněných segmentů, určitě odlišíme i nabídku. Motivační programy mohou být jednou z částí této nabídky. A samozřejmě se budeme snažit odlišit i od naší konkurence.

Takže takové střídavé nasazování vědy a selského rozumu přináší nejlepší výsledky.

Budete rozvíjet s některými komerčními subjekty určité projekty, jimiž byste podpořili věrnost klientů? Například již dlouhou dobu spolupracujete s Českou podnikatelskou pojišťovnou...

S ČPP spolupracuje naše dceřiná společnost Pojišťovna VZP (PVZP). Ta se dosud orientovala především na cestovní pojištění, ve spolupráci s VZP však na příští období připravuje balíčky připojištění v rámci zdravotní péče, čili nadstandardy, o něž je mezi pojištěnci stále větší zájem, a které svým rozsahem služeb jdou nad rámec současné péče hrazené ze zdravotního pojištění.

pokračování na str. 10 ►

Hackerská paranoia: útoky častější, ztráty firem vyšší

Podle výzkumu organizace InformationWeek tvoří 78 % všech e-mailů nevyžádaná pošta. Dále výzkum uvádí, že za poslední tři roky exponenciálně vzrostlo množství škodlivého software obsaženého v elektronické poště až na výsledných 1,2 %. Fakt, že ochrana dat se stala důležitou aktivitou, dokazuje i postup americké armády, která instalovala na svých počítačích speciální SW monitorující přítomnost neautorizovaných aplikací a škodlivého software.

V České republice nabízí obdobný produkt společnost GiTy, a.s., která v rámci veletrhu INVEX představila koncept „Bezpečnost v kostce“.

„Bezpečnost v kostce“ je nové ucelené řešení informační bezpečnosti, které umí firmám ušetřit náklady, eliminovat finanční ztráty a zbavit je digitálních nočních můr. To vše nezávisle na různých softwarových a hardwarových platformách.

Koncept „Bezpečnost v kostce“ od GiTy, a.s. zavádí nepřetržitý systém řízení bezpečnosti informací v organizaci. Jeho fungování je založeno na tzv. Demingově modelu PDCA, který se skládá z následujících kroků: Plan (Plánuj) – Do (Dělej) – Check (Kontroluj) – Act (Jednej).

Tento koncept zajistí, že zavedení řízení bezpečnosti nebude jen jednorázovou aktivitou, ale systematickým a cyklickým koloběhem, který zaručí maximální ochranu před útoky zvenčí a zneužitím informací vlastními zaměstnanci.

„Společnosti v České republice si stále ještě neuvědomují, že informační bezpečnost je nedílnou součástí celkové bezpečnostní strategie. Právě informační bezpečnost v souladu s celkovou bezpečnostní politikou organizace může přinést maximální ochranu všech jejích aktiv. Vhodná implementace a kontinuální systém řízení informační bezpečnosti přinese v konečném důsledku efektivní a účinnou ochranu aktiv. Řešením není nasazení jednotlivých ochranných produktů, ale integrace všech procesních postupů a bezpečnost-

ních pravidel do kompaktního celku,“ uvedl Marek Chlup, bezpečnostní konzultant společnosti GiTy, a.s.

* dle výzkumu InformationWeek

Únikem informací jsou ohroženy především personální data, obchodní informace a know-how. Útočníci pronikají k cenným informacím zvenčí i zevnitř, zachycují také data přenášená po privátních i veřejných sítích. Internetová rizika zaujímají na poli IS/IT stále významnější úlohu.

Realnost internetových rizik dokládají aktuální výsledky výzkumu provedeného americkou organizací Computer Security Institute (www.gocsi.com). Šetření bylo provedeno v roce 2007 a soubor respondentů čítal 643 společností, vládních organizací, finančních institucí, zdravotních zařízení a univerzit. Výsledky jsou skutečně alarmující. Devadesát procent respondentů (jednalo se převážně o velké korporace a vládní organizace) odhalilo nějaký druh narušení svého systému. Téměř 70 % uvedlo, že jejich bezpečnost byla prolomena vážným způsobem. Jednalo se například o průnik do podnikového IS, zcizení fi-

remních informací, finanční podvody, modifikaci dat, napadení podnikové sítě apod. Na 70 % také potvrdilo vznik finančních ztrát způsobených napadením a 42 % respondentů bylo ochotno své finanční ztráty kvantifikovat. Ztráty těchto 273 společností a vládních organizací činily celkem více než 265 mil. dolarů.

Bezpečnostní politika firem je velmi často řešena příležitostným nákupem obranných komponent na základě zaznamenaného útoku či utrpěné ztrátě citlivých dat.

Takto prováděný nákup ochranných prvků nemůže zajistit požadovanou úroveň ochrany, ale naopak v mnoha případech snižuje efektivnost celého systému.

Zavedení konceptu „Bezpečnost v kostce“ od Gity zákazníkům zajistí, že veškerá ochranná opatření budou plně efektivní a účinná, čímž jim ušetří spoustu času a peněz za jednotlivé, nevhodně vybrané, ochranné prvky.

(tz)



autor: Miloš Krnáček

► pokračování ze str. 1

Tyto části, jak jsem již řekl, spolu nedílně souvisí a nelze je oddělit. Ano, někdy není možno vnímat měřitelný úspěch okamžitě, ale pokud děláme svoji práci dobře, pozitivní přínosy nemohou nepřijít. A ty zase ovlivní zpětně to, co jsem nazval úspěchem firmy. A pokud se tato pozitivita dostaví, a ta je třeba ve všech oblastech pečlivě vyhodnotit a sledovat, jsou sama dostatečnou motivací pokračovat v další etapě nikdy nekončícího procesu zlepšování systému řízení a vlastního chodu firmy.

Je podle vás řízení firmy složité, nebo jednoduché? Neděláme z něj někdy zbytečně komplikovanou záležitost?

Řízení firmy složité, nebo jednoduché. Velmi zajímavá otázka. Každý by asi mohl očekávat, že okamžitě odpovím, velmi složitě. Ale to by bylo velice laciné. Řízení firmy samozřejmě komplikovanou záležitostí je, ale zde nastupuje výše diskutovaná otázka kvality. Možná ani ne tak kvality jakožto takové, ale systémů managementu, pokud nyní pod tímto pojmem budeme chápat to, co se ve firmě děje, kontrola všech procesů a jejich řízení, uplatňování nejlepších postupů strategického managementu. Dobře organizovaná, s dobře zvládnutými procesy řízená firma, se „řídí“ samozřejmě „lehčeji“ než firma, kde na

každém kroku zakopneme o problém, nejsou jasná pravidla hry atd. Takže pokud bych měl shrnout, management jakékoli společnosti dle mého názoru není jednoduchou záležitostí, ale úroveň kvality systému řízení je pro zdárné plnění úkolů základem.

Zdánlivě prosté je to při začátku podnikání, kdy je majitel zároveň ředitelem, výrobním i obchodním šéfem, večer správcem financí a ve chvílích „volna“ vedoucím marketingu. S rozvojem firmy a přibíráním zaměstnanců se o slovo hlásí i nutnost jakéhosi pořádku, systému, struktury – co byste poradil těm, kdo se dostávají právě do této fáze?

To je jen začátek. Pokud bych si mohl dovolit obecně „poradit“, neváhejme a začněme. Rozvoj firmy nezbytně podmiňuje vybudování funkčního systému managementu. Není to cesta krátká a jednoduchá, ale, a to budu opakovat stále, vyplácí se.

Mohl byste vyjmenovat úspěchy, jichž Continental dosáhl právě díky péči o kvalitu?

Jedním ze základních pilířů dosažených úspěchů závodu je i to, že závod důsledně naplňuje požadavky norem, norem oborových a průřezových. Integrovaný Systém managementu máme certifikován podle norem ISO TS 16949:2002, ISO 14001:1996, ISO

18001:1999, problematika normy ISO 27000 se stala součástí naší denní praxe, Certifikát CSR pouze dokresluje naši snahu o co nejširší naplňování požadavků norem, zákonů a legislativy.

Certifikáty a ocenění, kterých náš závod během své existence dosáhl, jsou pouze jednou stranou této mince. V současné době jdeme cestou maximální stabilizace pracovníků, tak aby pro plnění stále náročnějších požadavků našich odběratelů byl připraven „široký a odborně vzdělaný tým pracovníků“, který bude schopen tyto úkoly splnit. A snad nebudu příliš odvázný, pokud řeknu, že se nám v této oblasti daří.

Pro naše zaměstnance vytváříme zájem o špičkové úrovni, účastníme se na životě města Jičína a regionu, jehož se cítíme být součástí. Společenská odpovědnost je tedy nejen cesta k morálnímu rozvoji závodu, ke zvyšování zisku, rozšiřování výroby, modernizaci strojního a technického vybavení, ke snižování nákladů, ale především ke zvyšování uspokojování všech zainteresovaných stran. A vše toto vytváří základ pro ekonomickou výslednost a efektivitu závodu.

Takže pokud bych měl shrnout, management jakékoli společnosti dle mého názoru není jednoduchou záležitostí, ale úroveň kvality systému řízení je pro zdárné plnění úkolů základem.

Nový úvěr pro podnikatele – Profi úvěr FIX

Nabídku financování malých a středních podniků doplní v Komerční bance nový Profi úvěr FIX. Hlavní výhodou nového úvěru je oproti tradičním produktům na trhu pevná úroková sazba po celou dobu splácení úvěru a splácení formou anuit – pravidelných splátek, které se nemění po celou dobu splácení úvěru.

Díky Profi úvěru FIX mohou podnikatelé a malé firmy jednoduše získat až 1 milion korun. Splatnost úvěru může být až 60 měsíců. Žadatel o úvěr neplatí žádný poplatek za zpracování žádosti o úvěr a za jeho poskytnutí, měsíční poplatek za vedení půjčky činí 300 korun. Aktuální pevná úroková sazba Profi úvěru FIX je 11,5 %.

„Profi úvěr FIX přináší podnikatelům co nejjednodušší, transparentní nabídku financování. Anuitní splátka a pevná úroková sazba pro ně představuje významné zjednodušení finančního plánování,“ uvedl Radko Belada, zástupce vedoucí retailového bankovníctví marketingu KB.

Profi úvěr FIX lze čerpat jednorázově, nebo postupně, zvolit lze také variantu opakovaného revolvingového čerpání prostředků. Úvěr je účelový a lze jej použít na financování:

- oběžných prostředků, tedy zásob a krátkodobých pohledávek z obchodního styku do lhůty splatnosti,
- hmotného investičního majetku a komplexního vybavení pracoviště,
- provozních potřeb (například financování nákladů na opravy a údržbu).

Stejně jako standardní Profi úvěr lze také variantu FIX získat velmi jednoduše s minimálními požadavky na podkladové dokumenty. Stávající klienti, kteří mají u Komerční banky vedený běžný účet alespoň po dobu šesti měsíců, mohou získat Profi úvěr FIX bez nutnosti předložit daňové příznání nebo účetní výkazy. (tz)

S čím jste měli při zavádění stěžejních pravidel, která souvisejí s Národní cenou kvality ČR, největší potíže? Nebo lépe – co bylo nejobtížnější? Jak jste se s tím vypořádali?

Snad nebude znít moje odpověď příliš nadsazeně, pokud řeknu, že jsme neměli problémy se zaváděním pravidel, která jsou s Národní cenou kvality spojena. A půjdu ještě dál, nemyslím si, že by jakákoliv firma, která má poctivě vybudovaný efektivní systém řízení, mohla mít s těmito pravidly „problémy“. To, co je součas-

tí NCK, je vlastně obsahem každodenní praxe dobře řízené a organizované firmy.

Co jste se vy osobně při prosazování kvality přiučil?

Já osobně? Pominu-li fakt, že jsem se stal EOQ auditorem

rem jakosti, EOQ auditorem systému OHSAS, EOQ auditorem EMS, manažerem CSR, asi tím hlavním prvkem je, že jsem se utvrdil v přesvědčení, že efektivní a ekonomicky úspěšná firma nemůže dobře fungovat a uspět bez dobrého systému řízení, že pro úspěšné řízení je nutné znát konkrétní příklady a jejich efekty. A jsme zase zpátky u toho, co bylo obsahem naší diskuze.

otázky připravila Eva Brixí

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
● V centru Berouna vyroste rezidenční komplex Developerská skupina Crestyl připravuje výstavbu nového rezidenčního komplexu Berounské stráně. Ten po svém dokončení nabídne 621 bytů o celkové ploše 48 tisíc m² v klidném prostředí v zeleni, v centru Berouna a nedaleko Prahy. V současné době již v lokalitě probíhají přípravné stavební práce, dokončení první etapy projektu je naplánováno na rok 2010. Celkové náklady projektu přesáhnou 2,2 miliardy korun. ➡	● Credit China zahájil operace ve městě Tianjin Home Credit China zahájil své obchodní aktivity ve statutárním městě Tianjin. Do vytvoření místní společnosti Home Credit Enterprise Management Co. Ltd. (Tianjin), která bude zprostředkovávat spotřebitelské úvěry, investoval 21 milion eur. V Číně totiž podle místních regulačních pravidel nevstupuje zahraniční společnost vůči žadatelům o úvěr jako smluvní partner, ale jako zprostředkovatel. ➡	● HORECA 2008 se zaměřením na wellness, vína a biopotravinu Renomovaný mezinárodní veletrh služeb pro hotelnictví a gastronomii HORECA 2008 už pomalu klepe na dveře. Na letošním, v pořadí již desátém ročníku, budou hlavními tématy wellness v hotelnictví, víno a biopotraviny. Akce proběhne 4.–6. 11. 2008 ve Veletržním paláci v Praze. Na co všechno se mohou návštěvníci těšit? Stejně jako v minulých letech je toho opravdu požehnaně! ➡	● VUMS DataCom oceněn za přínos k rozvoji izraelsko-české obchodní spolupráce Izraelská společnost Ceragon Networks, spolupracující s českou společností VUMS DataCom, získala ocenění „Israel Trade Award 2007“ za významný přínos k vzájemnému obchodu mezi oběma zeměmi. Ocenění osobně převzal z rukou pana velvyslance Yaakova Levyho a obchodního atašé pana Avi Fridmana v rezidenci izraelského velvyslance ředitel společnosti VUMS DataCom Zdeněk Zapletal. ➡

UniCredit upozorňuje

– využívání obnovitelných zdrojů podpoří dotační program

Podle statistických údajů ministerstva průmyslu a obchodu stagnuje v České republice výstavba obnovitelných zdrojů. Jedním z hlavních důvodů tohoto stavu je vysoká finanční náročnost investic do získávání těchto zdrojů. Podniky, které se rozhodnou zmírnit energetickou zátěž, však mohou využít finanční podporu programu Eko-energie.

„Ze statistik ministerstva průmyslu a obchodu vyplývá, že podíl výroby elektřiny z obnovitelných zdrojů energie klesl na 4,7% celkové spotřeby elektřiny v České republice. V loňském roce to bylo 4,9%,“ řekl Zdeněk Jana, ředitel Evropského kompetenčního centra UniCredit Bank. „Tento podíl se musí zvyšovat. Česká republika se totiž zavázala, že do roku 2010 bude vyrábět 8% energie z obnovitelných zdrojů. V roce 2020 by to mělo být až 13%,“ doplnil Zdeněk Jana.

Program Eko-energie spadá pod Operační program Podnikání a inovace a je dotován Evropskou unií. Malí a střední podnikatelé mohou díky němu získat příspěvky například na vyrábění tepelné nebo elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Dotace může dosáhnout až 100 milionů Kč. Příjem elektronických registračních žádostí o poskytnutí dotace bude zahájen 13. listopadu 2008 prostřednictvím internetové aplikace eAccount a ukončen bude 28. února 2008. Příjem plných žádostí bude probíhat od 5. března 2009 do 30. dubna 2009.

Podnikatelé, kteří chtějí žádat o dotace, ale

musí mít zajištěn dostatek finančních prostředků. Dotace jsou totiž vypláceny zpětně, tedy po ukončení projektu. V těchto případech pomáhají žadatelům banky, které poskytují úvěry.

Program Eko-energie se ale neomezuje jen na podporu výroby energie z obnovitelných zdrojů. Malé, střední ale i velké podniky v něm mohou žádat dotace i na energetická opatření, která sníží celkovou energetickou spotřebu. To zahrnuje například modernizaci zařízení na výrobu energie, zateplování budov nebo zavádění kombinované výroby energie a tepla. Průmyslové podniky pak mohou získat finance i na využívání odpadní energie.

„Snižování energetických výdajů však nemá pouze ekologický přínos, ale může firmám značně ulevit v ekonomické zátěži. Česká elektřina je totiž jedna z nejdražších v Evropě,“ zdůraznil Zdeněk Jana. Podle průzkumu Eurostatu je Česká republika v cenách elektřiny až na 22. místě z 29 států. S přihlédnutím k tomu, kolik si Češi za elektřinu mohou dovolit utratit, se ČR ocitá v první desíce.

Podle ankety, kterou před rokem realizovala Hospodářská komora mezi podnikateli, brzdí nepřiměřené zdražování elektřiny rozvoj firem. Ty potom musí šetřit jinde, což jim velmi ztěžuje pozici na zahraničním trhu. Úsporná opatření by v tomto případě mohla být východiskem z této situace.

(tz)

RWE úspěšně vstoupilo na slovenský trh se zemním plynem

RWE rozšířilo své aktivity v plynárenství a vstoupilo na slovenský trh. Zemní plyn tam od srpna úspěšně prodává prostřednictvím společnosti RWE Gas Slovensko, stoprocentní dceřiné firmy RWE Transgas. RWE působí na Slovensku už pět let prostřednictvím společnosti Východoslovenská energetika (VSE), která zásobuje elektřinou více než 500 tisíc zákazníků.

„RWE stále hledá v regionu střední a východní Evropy nové příležitosti a expanze na slovenský trh je přirozeným rozšířením působnosti RWE,“ řekl Martin Herrmann, předseda představenstva RWE Transgas.

„Naší ambicí je poskytovat zákazníkům komplexní energetické služby. Kromě elektřiny nyní

nabízíme velkým firemním zákazníkům také dodávky zemního plynu. RWE vstoupilo na slovenský trh s širokou nabídkou nových produktů,“ vysvětlil předseda představenstva VSE Norbert Schürmann, který zároveň zastupuje zájmy koncernu RWE na Slovensku.

RWE Gas Slovensko nyní nabízí zemní plyn odběratelům se spotřebou větší než 4 GWh ročně, které oslovuje prostřednictvím sítě manažerů pro klíčové zákazníky. „Zatím jsme úspěšní. RWE Gas Slovensko uzavřela na rok 2009 smlouvy s několika významnými subjekty. Potvrzuje se nám, že naše nabídka je pro slovenské zákazníky zajímavá a konkurenceschopná,“ dodal Martin Hermann.

(tz)

Přejděte na zimní čas s úspornými zářivkami

Změna letního času na zimní s sebou přináší kromě hodiny spánku navíc také nutnost více svítit. V souvislosti s růstem cen elektřiny to pro mnohé bude znamenat vyšší výdaje. Snadné a výhodné řešení toho problému nabízí společnost OSRAM v podobě úsporných zářivek.

Ty představují ideální volbu v případě, že kromě svojí peněženky chcete šetřit také přírodu. Úsporky totiž nejenže spotřebovávají mnohem méně elektrické energie, zároveň také produkují až o 80 % méně emisí CO₂. Mnozí spotřebitelé však stále dávají přednost spíše žárovkám klasickým než úsporným zářivkám. Od koupě úsporek je odrazuje především počáteční vyšší cena. Pokud však spočítáme provozní náklady úsporných zářivek a klasických žárovek za delší časové období, zjistíme, že zářivky jsou ve všech směrech výhodnější. Díky delší životnosti

a menší spotřebě elektrické energie se již za pár měsíců vrací investice vložená do pořízení úsporné zářivky a v průběhu let pak šetří tisíce v korunách a tuny v množství emisí CO₂.

Pokud stále nevěříte, můžete se přesvědčit sami prostřednictvím nejruznějších kalkulačků, které vám na korunu přesně vypočítají náklady a úspory. Jeden z nich můžete najít na internetových stránkách www.osram.cz pod odkazem „Nástroje a služby“. Nejenom, že vám spočítá finanční úspory na elektrické energii, ale zároveň také to, kolik běžných žárovek byste za stejné období museli nakoupit.

Energeticky úsporné zdroje světla OSRAM jsou dostupné v různých tvarech, přikonech i s různými odstíny světla. Každou obyčejnou žárovku je možné nahradit úspornými kompaktními zářivkami nebo úspornými halogenovými žárovkami ENERGY SAVER.

(tz)



NETOPTE PÁNUBOHU DO OKEN!

Neplýtvejte zbytečně energií. V nebi je pak vedro jako v pekle. Přihlaste se na www.setrimenergii.cz nebo volejte **840 11 33 55** a **získejte slevu minimálně 33 %** na plastová okna SULKO a tepelnou izolaci od DEKTRADE. Díky tomu můžete významně ušetřit výdaje za energii.

Na www.setrimenergii.cz najdete i mnoho dalších rad a tipů, jak šetřit energií i penězi.

Pravidla nabídky RWE a více informací o slevách naleznete na www.setrimenergii.cz. Tento inzerát vydávají společnosti skupiny RWE obchodující zemním plynem Jihomoravská plynárenská, a.s., Severomoravská plynárenská, a.s., Severočeská plynárenská, a.s., Středočeská plynárenská, a.s., Východočeská plynárenská, a.s. a Západočeská plynárenská a.s.

RWE
The energy to lead

partneři projektu

DEKTRADE
IZOLACE PRO VÁS DŮM I BYT

SULKO
specialista na plastová okna

Největší překážkou v podnikání je stále administrativní zátěž a byrokracie

Složité administrativní procedury, stohy papírů a formulářů či různá byrokratická opatření, nařízení a vyhlášky. Tak popisuje nejvíce českých podniků svou největší překážku v podnikání. Vyplývá to z průzkumu Hospodářské komory České republiky, kterého se zúčastnilo 470 tuzemských podnikatelů a firem. Jako další vážné překážky v jejich činnosti podniky označily složitou legislativu a vymahatelnost práva, ceny energií a dalších vstupů nebo přístup k finančním zdrojům. Naopak na rostoucí mzdové požadavky svých zaměstnanců si stěžují pouhá 2 % firem.

Z 470 firem jich 180 (38,3%) považuje byrokracii za největší překážku. „Přílišná administrativní zátěž i přebujelá byrokracie velice zatěžuje naše firmy a podnikatele. Proto jsme uvítali novelu živnostenského zákona, která výrazně zjednodušuje podmínky při ohlašování a zakládání firem. Za nesmírně pozitivní krok považujeme i vznik sítě kontaktních míst Czechpoint, která provozuje i hospodářská komora a jež výrazně ulehčuje život nejen podnikatelům. Při snižování administrativní zátěže nejde jen o přímé finanční úspory, které by mohly činit až pětinu současných nákladů na administrativu ve výši kolem 17 miliard korun. Firmy a živnostníci by se zároveň mohli více soustředit na vlastní předmět svého podnikání, což by v důsledku generovalo dodatečné výnosy a posílilo celou ekonomiku,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Mezi významné překážky v podnikání patří i přístup k finančním zdrojům (14,89 %). Ten je ještě navíc v současné době umocněn světovou finanční krizí, která nutí bankovní domy k větší obezřetnosti. Mnohé firmy proto mají problémy s čerpáním provozních úvěrů a dostávají se do vážných existenčních potíží, ačkoliv mnozí zcela nezaslouženě. „V celém ekonomickém řetězci se některé banky nechovají moudře a jsou zejména podnikatelé označovány za zdroj jejich problémů. Banky často ve snaze rychle reagovat na informace z médií rozhodují bez patřičné znalosti aktuálního stavu svého klienta. Dostupnost finančních zdrojů a větší vstřícnost ze strany bank je přitom v současné době pro podnikatele naprosto klíčová,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Šestina oslovených firem uvedla jako problém ceny energií a dalších vstupů. Právě

prudký růst cen energií velice podvazuje konkurenceschopnost českých firem, protože neúměrně zvyšuje jejich vstupní náklady, které však mnohdy nemohou v plné míře projevit i ve svých cenách. „Hospodářská komora vnímá ceny energií jako jeden z hlavních faktorů ovlivňující dnes konkurenceschopnost českých firem. Požadujeme proto zamezit nekontrolovanému růstu cen energií, zejména plynu a elektrické energie a více podpořit využívání tuzemských energetických zdrojů a surovin,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel s odkazem na strategický materiál Hospodářské komory České republiky, kterým se tato instituce obrátila na vládu a širokou veřejnost s návrhy na řešení současné ekonomické a hospodářské situace.

V tomto materiálu Hospodářská komora České republiky vyzvala k zamezení nekontrolovanému růstu cen energií, zejména plynu a elektrické energie, k systematické podpoře českého vývozu, podpoře využívání tuzemských energetických zdrojů a surovin, stabilizaci současného kurzu koruny vůči euru i dolaru, snížení základní úrokové sazby a pokračování v dalších reformách. (tz hkčr)

Politici musí říci, jestli chtějí v Česku zemědělství

Farmáři chtějí od představitelů státu jediné – jasnou odpověď, zda se bude v České republice podporovat zemědělská výroba. Bez toho nemohou myslet na další rozvoj. Na tom se shodli účastníci pražské konference o chovu a zpracování krůt 23. října 2008.

„Pokud si politici budou přát zachování a rozvoj zemědělství a dají to jasně najevo, pak už přijde všechno ostatní. Zájem projeví banky, začnou se stavět stáje, nakupovat hospodářská zvířata, vyroste porážky a zpracovatelská zařízení, celé odvětví bude dobře prosperovat,“ uvedl Manfred Ehret ze společnosti Velisco, která patří k největším zpracovatelům krůtího masa v Evropě.

Německá firma Velisco působí na českém trhu 18 měsíců. Letos nakoupí od chovatelů 350 tisíc jatečných krůt a v příštím roce hodlá zvýšit nákup až o polovinu. Krůtí výrobky z české suroviny se částečně vracejí k domácím spotřebitelům, ale míří rovněž do Itálie, Polska a dalších států. Určité omezování

výroby a spotřeby krůtího masa a specialit se společností Velisco nemá dotknout, hodlá se na trhu dál prosadit vysokou kvalitou, efektivitou a nejširším nabízeným sortimentem.

O mírném snižování produkce v posledních dvou letech hovořil Heinz Bosse (fi. Moorgut Kartzfehn von Kameke). „Dochází ke změnám struktury, některé země musí snížit výrobu krůtího masa,“ konstatoval Bosse, jehož podnik se zabývá rozmnožováním krůt. Podle jeho názoru se udrží jen ti, kteří dokáží snižovat náklady na produkci a dodržet špičkovou kvalitu biologického materiálu, v tomto případě stoprocentní záruku zvířat bez salmonel.

Generální ředitel společnosti Branko Nitra Juraj Mirda uvedl, že tento slovenský chovatel se už 40 let specializuje na šlechtění a rozmnožování těžkého krocana. „Ukázalo se, že je to správná cesta,“ prohlásil. Ve výkrmu doroste plemeno Big 6 do váhy 20 až 22 kg za 22 týdnů.

Mirda upozornil, že krůty mají vynikající

výtěžnost až 80 %, a navíc se vyznačují dvojím masem – bílým a tmavým. Vyšší spotřebě krůtího masa však u nás chybí dostatečná reklama.

Tajemník agrární komory ČR Jan Záhorka zdůraznil, že chov krůt poskytuje zemědělcům velkou příležitost. „Je to perspektivní obor, který není v EU nijak limitován a svázán kvótami. Česká republika každoročně řeší problém, kam po sklizni s půl až jedním a půl milionem tun obilí. V chovu a zpracování krůt se nabízí cesta k vytváření vyšší přidané hodnoty,“ zdůraznil.

Produkce krůt v ČR kolísá. Zatímco v roce 2002 byla na úrovni 877 tisíc jatečných zvířat, o tři roky později spadla na polovic. Loni se podařilo vykrmit 700 tisíc kusů a produkce má dál rostoucí trend.

„Krocen je král drůbeže. Vyžaduje špičkovou péči, za niž se však královsky odmění,“ uzavřel Ing. Juraj Mirda.

Pavel Kačer

(tz)

► pokračování ze str. 7

Oč se vlastně opírá váš marketing a na koho cílí?

Marketing VZP se opírá o zjišťování potřeb našich pojištěnců, ale i smluvních partnerů. Před několika týdny jsme získali údaje z průzkumu agentury STEM, které nyní vyhodnocujeme a výsledky samozřejmě ovlivní naši práci. Chci však zdůraznit, že cílem zdravotní pojišťovny je zajišťovat odpovídající zdravotní péči všem, kteří ji potřebují a kteří na ni odvádějí zdravotní pojištění. Dnes je bohužel praxe taková, že řada jiných

zdravotních pojišťoven doslova přepaluje naše pojištěnce, a ještě si vybírá jen některé, a to jednorázovými benefity ve formě příspěvku například na vitaminy. V případě vážnějšího onemocnění však těm samým pojištěncům, které k sobě „přetáhla“, doporučí, ať se přehlásí zpátky k VZP, která je schopna jim garantovat proplacení i velmi nákladné péče. Takže i náš marketing sleduje potřeby různých cílových skupin, pojištěnců zdravých či nemocných, ale

Ještě je třeba upozornit na často opomíjenou skutečnost: zdravotnictví ovlivňuje zdravotní stav populace maximálně z 20 %. Celých 50 % je důsledkem životního stylu a sem je třeba zaměřit úsilí celé společnosti.

současné jsme pojišťovnou všeobecnou, a to nejen podle názvu. Jsme a chceme být připraveni na to zajistit zdravotní péči komukoli.

Středem zájmu i ve vaší pojišťovně je prevence. Prohlídky, očkování apod. Myslíte, že by se vyplatil zákon o prevenci zdraví občanů? Dnes je na každém, jak si svého zdraví hledí a co je pro ně ochoten a schopen udělat. Nebylo by přece jen výhodnější i z hlediska „státního“ zdraví lidí mít více „zdraví národa“ pod centrální kontrolou? Více a systémově hlídat určité aspekty?

Prevence je sice nákladná, ale zase levnější, než mít hodně průběžného obyvatelstva postiženého obtížemi, které nemusely přijít...

Zákon „o prevenci zdraví občanů“ existuje – jde o zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví. Také zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném

zdravotním pojištění obsahuje paragrafy týkající se prevence. Žádný zákon však nemůže donutit občany, aby si vážili svého zdraví a chovali se k němu



zodpovědně. Je třeba změnit myšlení lidí, ve kterých dosud přetrvává z dob totality přesvědčení, že mají „právo na zdraví“ a stát je povinen jim zdraví zajistit. Zdraví je především individuální hodnota, a to jedna z nejvyšších. Od zákona bych chtěl, aby více motivoval pojištěnce k aktivní péči o zdraví. Stačilo by na jedné straně přiměřeně podmínit ná-

K zvyšujícímu se přílivu zahraničních firem do Prahy

Podle studie European Cities Monitor, kterou každoročně zveřejňuje konzultační firma v oboru nemovitostí Cushman & Wakefield mohou největší příliv zahraničních firem v příštích pěti letech z evropských měst očekávat Praha a Moskva. Do hlavního města České republiky plánuje rozšířit svou činnost 34 společností.

„Považujeme tento reprezentativní průzkum za další doklad růstu mezinárodního potenciálu a atraktivitu České republiky a především Prahy, která je přirozeným společenským a hospodářským centrem země,“ uvedl k průzkumu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Podle zmíněného průzkumu se taktéž zvýšil zájem o regionální města, a to zejména kvůli nižším nákladům na pracovní sílu, ale i vhodné vládní politice, která podporuje rozvoj jednotlivých regionů formou investic. „Očekáváme, že zájem, se kterým přijdou zahraniční firmy do České republiky, se nezastaví jen v Praze, ale využije možností i dalších měst a regionů. Velký potenciál v tomto ohledu mají díky blízkosti Prahy i střední Čechy, ale i Ostrava či Hradec Králové, kde v posledních letech dochází k dobudování dopravní infrastruktury,“ dodal Petr Kužel. „Hospodářská komora dlouhodobě spolupracuje s jednotlivými regiony a jejich samosprávami, a stejně jako se na základě této spolupráce daří přilákat významné firmy do Prahy a jejího okolí, věřím, že podobný trend bude potvrzen i v případě dalších měst,“ uzavřel Petr Kužel.

Mezi klíčové faktory, které podle studie European Cities Monitor firmy nejvíce hodnotí při plánované expanzi, patří dostatek kvalifikované síly, snadný přístup na trh a ke konečným klientům, kvalita telekomunikací, dopravní spojení a cena pracovní síly. Naopak nejméně pak rozhoduje úroveň znečištění v daném městě.

(tz)

rok na zdravotní péči aktivním podílem pojištěnce na ochraně a upevňování jeho zdraví (samozřejmě s ohledem na jeho věk a zdravotní stav) a na druhé straně mít možnost ho i odměnit za zodpovědné chování. Každé racionálně nastavené pojištění motivuje své klienty především možností bonusů nebo snížení plnění. Ještě je třeba upozornit na často opomíjenou skutečnost: zdravotnictví ovlivňuje zdravotní stav populace maximálně z 20 %. Celých 50 % je důsledkem životního stylu a sem je třeba zaměřit úsilí celé společnosti.

Co vám jako pacientovi v českém zdravotnictví chybí? Co byste nejraději okamžitě změnil?

Předvídatelnost, spolehlivost a srozumitelnost. Není to můj osobní problém, protože díky mé současné i minulé profesi se ve zdravotních službách dobře orientuji, ale většina našich občanů tyto možnosti nemá, a tak je věcí náhody, zda se setká se vstřícností a profesionalitou nebo s neochotou a pokulhávající kvalitou. To je také to, co se v naší pojišťovně snažíme změnit projektem Kvalita péče, který startujeme v pilotních krajích od ledna příštího roku.

za vyčerpávající odpovědi poděkovala Eva Brixí ➞

Hospodářská komora ČR vítá program vztahující se opět na úspory energií

Vláda ČR chystá znovuootevření Státního programu na podporu úspor energie a využití obnovitelných zdrojů energie pro rok 2009, který má v gesci ministerstvo životního prostředí, ministerstvo průmyslu a obchodu a ministerstvo dopravy. V částech MŽP a MPO mohou o dotace žádat podnikatelé, u ministerstva dopravy jen podnikatelé v dopravě – dopravci.

„Hospodářská komora České republiky vítá znovuootevření Státního programu na podporu úspor energie a využití obnovitelných zdrojů energie v roce 2009. Dotace ze Strukturálních fondů EU totiž zdaleka nepokryjí všechny potřebné oblasti, kde jsou tyto investice třeba. Podnikatelé tak budou mít přístup i k dotacím ze státního rozpočtu, které jsou méně administrativně náročné. Státní programy fungují jako doplněk evropských programů a jsou určeny především pro ty subjekty, které „nedosáhnou“ na peníze z fondů EU. Stejně tak by mělo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

znovu oživit Státní programy podpory malého a středního podnikání, které byly v souvislosti s programovacím obdobím EU 2007–2013 pozastaveny. Ne všichni malí a střední podnikatelé jsou totiž oprávněnými žadateli v rámci Operačního programu Podnikání a inovace, a tudíž nemají rovné šance dotaci získat,“ uvedl k tématu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Státní program na podporu úspor energie a využití obnovitelných zdrojů energie pro rok 2009 byl založen ještě před vstupem ČR do EU a byl tehdy hybnou pákou pro stimulaci

úspor energie a využití jejich obnovitelných zdrojů. Nyní, když jednotlivé rezorty podporují úspory energií a využití obnovitelných zdrojů energie hlavně prostřednictvím operačních programů, se stal státní program spíše doplňkovým programem, vyhlašovaným pouze v rezortech, které poskytují podporu subjektům mimo svoji přímou působnost. Ostatní rezorty zůstávají na hospodaření energií zainteresovány prostřednictvím Monitoringu spotřeby a úspor energie v budovách vládních institucí, prováděného na základě usnesení vlády z roku 2007.

Přes celkové snížení rozpočtu je státní program důležitou součástí dotačních programů v oblasti úspor energie, protože umožňuje podporovat aktivity, které nelze efektivně podpořit z operačního programu. Jde zejména

o neinvestiční akce a drobné investiční projekty zvláštní povahy, jako například:

- energetické poradenství a vzdělávání,
- podporu při přípravě projektů energetických služeb,
- neinvestiční projekty mezinárodní spolupráce,
- zavádění energetického managementu,
- specifické a pilotní projekty.

Podstatnou výhodou státního programu je také jeho flexibilita a nižší administrativní náročnost v porovnání s operačními programy.

Podle usnesení vlády budou přínosy státního programu pro rok 2009 vyhodnoceny a předloženy vládě do 30. června 2010. (tz hkčr)

Vývoj hypotečního úvěrování v roce 2008

Ve třetím čtvrtletí roku 2008 bylo poskytnuto hypotečními bankami na českém území celkem 17 690 hypotečních úvěrů v celkovém objemu 47,6 mld. Kč, což je o 3 % méně než ve stejném období roku 2007.

Jde o srovnatelný vývoj s druhým čtvrtletím roku 2008, kdy bylo poskytnuto v objemu o 1,5 % méně hypotečních úvěrů než v roce předešlém. Jediný letošní dramatický propad v objemu poskytnutých úvěrů byl tedy pouze

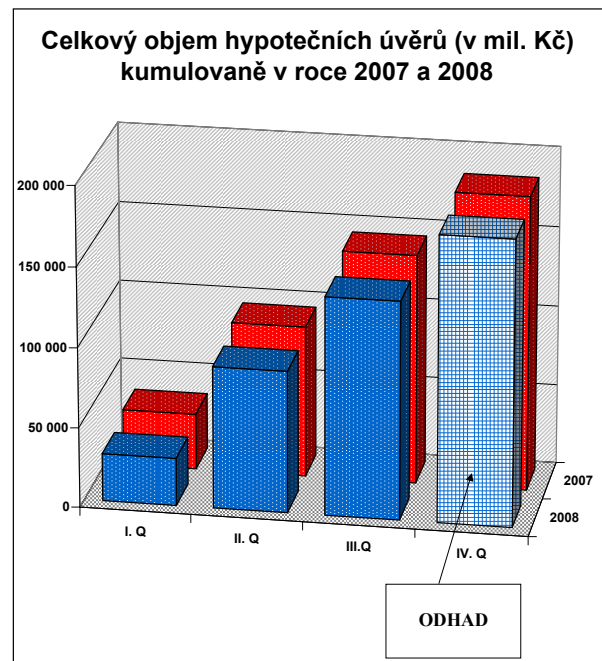
v 1. kvartálu, kdy došlo k propadu o 15 %. To bylo zaviněno „předzásobením“ hypotečními úvěry na konci roku 2007 na straně klientů, kteří se báli připravovaných změn v daňových zákonech.

Z hlediska struktury hypotečních úvěrů je nositelem poklesu ve třetím čtvrtletí, stejně jako v předešlých obdobích tohoto roku, objem úvěrů poskytnutých fyzickým osobám – jen 30,8 mld. Kč, tedy o 4,5 % méně než v roce 2007. V počtu uspokojených klientů to znamenalo dokonce pokles na 17 141 případů, což je přibližně o 7 % méně než ve srovnatelném období předešlého roku.

„Tento vývoj MMR považuje za logické vyústění změny přístupu hypotečních bank ke svým klientům. Na základě vývoje velkých

světových hypotečních institucí se zahraniční akcionáři hypotečních bank operujících na českém trhu rozhodli pro výrazné zpřísnění podmínek. Propad je však proti očekávání velmi

mírný a potvrzuje, že český stavební trh v oblasti bydlení by nemusel v letošním roce v odezvě na krizi zahraničních finančních trhů nic trpět,“ řekl ministr pro místní rozvoj Jiří Čunek. (tz)



OSOBNÍ PŮJČKA CETELEM

úrok od 8,5 % p.a.

844 727 727

www.cetelem.cz

Vystříhneme Vám Osobní půjčku přesně na míru.

Tato nabídka platí do 31. 12. 2008. Uvedená úroková sazba platí za podmínky schválení žádosti společností CETELEM ČR, a.s. a pro výši úvěru od 200 000 Kč (RPSN od 8,83).

Cetelem
ZELENÁ PRO VAŠE PLÁNY

Národnímu archivu se vrátily zachráněné dokumenty zatopené povodní v roce 2002

Za přítomnosti zástupců ministerstev, Národního archivu a společnosti BELFOR, byla nedávno slavnostně předána Národnímu archivu poslední vysušená paleta vodou poničených archiválií ze srpnové povodně roku 2002.

Nejrozsáhlejší akce na záchranu poškozených dokumentů ve Střední Evropě započala ihned po ničivých povodních. Od bláta očištěné archiválie byly zabaleny a pro zakonzervování stavu zmrazeny. V Praze se jednalo o přibližně 2000 m³ dokumentů. Pro vysušení byl zvolen nyní nejvyspělejší a nejšetrnější způsob, vakuová metoda – mrazová sublimace, společnosti BELFOR Czechia. Za tři roky její zaměstnanci odborně vysušili a zachránili 1200 m³ archiválií a předali k dalšímu ošetření Národnímu archivu. Dnem, kdy areál společnosti BELFOR Czechia opustil poslední z šesti set vysušených palet, tak byla ukončena jedna z podstatných částí záchrany zaplavených a poničených dokumentů, v péči Národního archivu, z nezapomenutelné povodně roku 2002.

BELFOR Czechia, spol. s r.o., je součástí holdingu BELFOR, který je mezinárodní vedoucí firmou na trhu v oblasti sanací po požárech a škodách způsobených vodou. Její zkušenosti, navržená technologie vysušení a výhodnost nabídky, ji upřednostnily ve výběrovém řízení vyhlášeném Úřadem vlády ČR v roce 2003. Uzavřením smlouvy byly v září 2005 zahájeny vysoušecí práce.

Vysušované dokumenty se týkaly pěti rezortů a státních institucí: Českého statistického úřadu, Městského soudu Praha, respektive ministerstev spravedlnosti, obrany, zemědělství a průmyslu. V nově zřízené technologii vysoušecího centra v Jirnech u Prahy bylo vakuovou metodou vysušeno 939 m³ a horkovzdušnou metodou 253 m³ mokrého papíru. V přepočtu to je přibližně šestnáct milionů listů formátu A4,

odpařeno bylo sto šedesát tisíc litrů vody. To vše dohromady znamená, že bylo zpracováno 720 tun mokrého papíru. Zajímavostí také je, že ve vakuové komoře je papír sušen nepřetržitě tři až čtyři týdny.

Technologie vakuové sušičky pracuje na principu trojnásobného bodu, při které je využíván přechod pevného skupenství vody na plynné – tzv. sublimace. Tato fyzikální vlastnost vody byla objevena daleko dříve, ale BELFOR ji využil při konstrukci své technologie. Vysoušecí centrum v Jirnech je jediné svého druhu ve Střední Evropě a jiné podobné na kontinentu má BELFOR v Paříži.

Od počátku stály v čele hledání řešení následků tragédie pracovníci Národního archivu, dříve Státního ústředního archivu. Hledáním a posuzováním zkušeností v zahraničí, koordinací prací a prosazování okamžitých řešení, nutných pro fyzickou záchranu dokumentů, přispěli významně k minimalizaci způsobených škod.

Vzhledem k tomu, že prakticky veškeré zmrazené dokumenty byly kontaminovány bakteriemi a plísněmi, bylo nezbytné – po vysušení – zařadit ještě jejich dezinfekci. Na základě mnohaletých zkušeností a experimentálních prací Národního archivu v Praze byla doporučena dezinfekce plynem v dezinfekčních komorách. Archiv má tyto komory dvě a jejich denní kapacita je 10 až 12 běžných metrů archiválií.

Po dezinfekci jsou dokumenty vždy vráceny jednotlivým původcům. Ti provedou skartaci a společně s Národním archivem a Státním oblastním archivem v Praze rozhodnou o případném restaurování archiválií. Dokumenty, které budou určeny k restaurování a konzervování, budou postupně předávány v průběhu příštích mnoha let restaurátorským pracovištím obou zmiňovaných archivů. (tz) ⇨



O čem jedná reprezentace maloobchodu, velkoobchodu a mezinárodního obchodu v EU – strategické priority

Členství Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR v mezinárodní organizaci EuroCommerce, která obhajuje a prosazuje zájmy obchodního podnikání, je významnou spojnici k diskuzi i následných kroků, které se dotýkají života obchodníků na půdě České republiky. O tom, co je v současné době aktuální, hovořil na nedávné tiskové konferenci svazu Ing. Michal Ševera, viceprezident pro evropské záležitosti. Nastínil následující:

Období 2008–2009 se bude vyznačovat:

- budoucnost EU: po přijetí Lisabonské smlouvy a irském NE při referendu bude proces ratifikace pokračovat v dalších členských zemích.
- instituce: proces jmenování nové Komise bude nastartován počátkem roku 2009. Ve smyslu opatření smlouvy z Nice musí být Komise sestavena z menšího počtu členů, než je členských států – tj. 26. Volby do Evropského parlamentu proběhnou v prvním týdnu června 2009.
- stávající ekonomická situace ve spojení se stávající obměnou Komise a Parlamentu pozvedá vlnu populizmu a protekcionizmu postihující image obchodu. Útoky na obchodní sektor jsou dlouhodobě zaměřeny na izolované případy a zobrazují špatné pochopení a mýty.
- bude zpracována speciální publikace, která zvýrazní priority obchodu ve vztahu k budoucí Komisi a Evropskému parlamentu.

Doporučení pro strategické priority EuroCommerce

1. Image obchodu

Stávající vlna populizmu nabízí zvýšený počet příležitostí ke špatnému pochopení obchodního sektoru. Diskuze nejdříve postihly velké potravinářské maloobchodníky, nákupní skupiny a každého obchodníka, který je schopen vyvinout „tržní sílu“ na dodavatele. Komise utvořila Pracovní skupinu vysoké úrovně ke konkurenceschopnosti agropotravinářského řetězce a zkoumá distribuční sektor (všechny subsektory, všech velikostí) jako část její revize společného trhu. Evropský hospodářský a sociální výbor posuzuje dodavatelsko-odběratelské vztahy, Evropský parlament se bude pravděpodobně zabývat cenami stejně tak jako francouzské předsednictví.

Od obchodního sektoru společnost očekává poskytování služeb jdoucích za obvyklé způsoby obchodování, jako jsou daleko více aktivní role v sociálních záležitostech, stejně tak v oblasti identifikace nebezpečných výrobků a v boji proti padělkům. V tomto kontextu musí být věnována pozornost k zajištění toho, aby odpovědnost, uplat-

ňovaná vůči obchodnímu sektoru, zůstala v rámci oblastí jeho působnosti (činnosti).

Daleko lépe je chápán příspěvek obchodu k růstu a tvorbě pracovních příležitostí (zaměstnanost, rozvoj dovedností, ceny, spotřebitelský výběr, inovace atd.) a společnosti (Společenská odpovědnost podniku, životní prostředí, boj s obezitou či zneužíváním alkoholu). Přesto však současná diskuze odráží nedostatek pochopení komplexnosti dodavatelského řetězce a procesu tvorby hodnot.

Příspěvek obchodu společností a ekonomice, stejně tak jako pojmenování různých mýtů vztahovaných k obchodu musí být nadále zdůrazňovány jak na politické, tak i technické úrovni.

Současné 15. výročí existence EuroCommerce je jedinečnou příležitostí ke zvýšení image obchodu. Při této příležitosti bude publikován dokument k image obchodu.

2. Konkurenceschopnost obchodního sektoru

V současnosti se již uznává, že lepší regulace, správná funkce společného trhu a podpora MSP jsou klíčovými elementy evropské konkurenceschopnosti. MSP je inovativní a má největší přínos pro evropskou zaměstnanost a tvorbu hodnot.

Oblasti priorit by v této souvislosti měly zahrnovat:

- zlepšování regulatorního rámce a snižování administrativních překážek: EuroCommerce bude dále volat po silnějším zapojení institucí EU, národních a místních úřadů k implementaci závazků k lepší regulaci. Bude po nich na jedné straně požadovat zajištění řádné a pokračující implementace legislativy EU a na straně druhé snižování administrativy všude tam, kde to je jen trochu možné. EuroCommerce bude také vyžadovat důkazy opravňující potřebu legislativy – obzvláště s ohledem na záměr Komise vytvořit v EU široký systém kolektivní nápravy.
- podporování pokračující integrace nedávno přistoupičích členských zemí a zajištění zahrnutí

obchodních priorit na pokračujících přístupových jednáních.

- dosažení účinnějšího společného trhu zboží a služeb, využití výhod plynoucích ze současné reformy společného trhu. Velmi důležitou záležitostí je také včasná a řádná implementace směrnice o službách.
- dosažení flexibilnějšího trhu při zdůraznění potřeby zlepšení adaptability pracovníků, jejich zaměstnatelnosti a tréninkových možností.
- odbourávání obchodních bariér: liberalizace dovozu a vývozu zboží a usnadňování zahraničních investic pro evropské maloobchodníky a velkoobchodníky.
- dosažení větší předpověditelnosti, právních jistot a transparentnosti v obchodní politice EU – antidumpingová řízení, pravidla země původu zboží, dovozní formality, cla atp.
- dosažení průhlednějšího a konkurenceschopnějšího evropského platebního systému: Jednotný platební europrostor (SEPA) by měl být vybudován na zásadách transparentnosti, konkurenceschopnosti a účelnosti ke konečnému přínosu jak poskytovatelům platebních služeb, tak i uživatelům.
- Zapojené strany by měly platit pouze za takové služby, ze kterých mají prospěch. Potřeby trhu musí být monitorovány velmi přesně proto, aby podporovaly vznik nových platebních schémat. Všechny zainteresované strany musí mít možnost k vyjádření k dalšímu vývoji a přijetí evropských technických standardů.
- revize evropské spotřebitelské legislativy by měla směřovat k tomu, že poskytne větší právní jistotu a předvídatelnost, jak spotřebitelům, tak i podnikatelům. Měla by být založena na principu cílené harmonizace – tj. na harmonizaci spotřebitelských práv v omezeném počtu oblastí a nemožnosti členských zemí se od těchto opatření odchýlit. Měla by být také kombinována s mechanismem, který by limitoval náklady na splnění harmonizovaných předpisů pro podnikatele, zejm. MSP, kteří obchodují v zahraničí.
- podporování podnikání a rozvoje MSP.
- podporování účelné logistiky a ochra-

na před dodatečným zdaňováním silniční dopravy tak dlouho, dokud k ní nebude existovat alternativa.

- zajistit, aby rozvoj iniciativ v rámci společenské odpovědnosti podniku (CSR), včetně ekologické oblasti, zůstal na dobrovolné bázi: podnikům musí být ponechána možnost se rozhodnout, jaký typ iniciativ budou vyvíjet, neboť to odvisí od celé řady faktorů, včetně hodnoty podniku, aktivit, lokality, spotřebitelských požadavků atd.

3. Spotřebitelské vztahy

Vzhledem ke svému přímému kontaktu se spotřebiteli hraje obchod ve společnosti specifickou roli, vytváří pracovní místa a brání hodnoty pro spotřebitele. Akce by měly být zaměřeny na:

- to, že výchova spotřebitele je klíčová ve společenských kampaních a musí ji zajišťovat úřady za výchovu a vzdělávání obyvatel odpovědné: obchod může spotřebitele informovat, ale nemůže ho vychovávat – např. podpora zdravého životního stylu, hranice bezpečného užívání alkoholu a udržitelný životní styl.
- snižování maloobchodních cen liberální a předvidatelnou dovozní politikou.
- pokračování dosavadního dialogu se spotřebitelskými organizacemi v záležitostech společného zájmu.
- zabezpečení toho, že odpovědnost obchodu zůstane omezena na rámec jeho aktivit. Obchod nemůže nést odpovědnost za problémy vzniklé z aktivit třetích stran.

(red)



autor: Miloš Krmáček

Cestovní ruch a zadní kolečka

Díváme-li se kolem sebe, tak musíme vzít na vědomí, že pouze ti, kteří mysleli na zadní vrátka, získají takový kus trhu, na němž bylo těžko jen pomyslet. Ti, kteří využívali boom k tomu, aby jeho výsledky hned spotřebovali, se pravděpodobně dostanou do potíží. Pomoc však budou potřebovat všichni, a protože Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR jako organizace sdružující subjekty zabývající se cestovním ruchem získává ty nejčerstvější informace od svých členů, má možnost reagovat na současnou situaci a pomáhat při jejím zvládnutí. Zejména ti mají a střední ji budou potřebovat.

Proto SOCR ČR chápe současný stav jako výzvu a velkou příležitost ukázat všem svým členům, ale i nečlenům, že pozitivní přístup k řešení současného stavu je ta správná cesta jak řešit problémy cestovního ruchu. Těžko se můžeme stát prodejním oddělením, ale můžeme pomoci odstraňovat z cesty překážky, jež jsou našim členům dávány do cesty.

Proto také spolupracujeme na přípravě návrhu na změny v zákoníku práce, který by měl být výhodný pro oba partnery, a ne pouze pro jednoho z nich. Věříme, že se nám do něj podaří implementovat podstatně větší flexibilitu při uzavírání pracovních smluv, protože valná většina našich provozů má sezonní charakter, a navíc host k nám nepřichází, když máme personál v práci, ale když se mu

zachce. Rovněž všichni moc dobře víme, jaký je problém, pokud se potřebujeme zbavit zaměstnance, který neplní své úkoly; dáme mu raději peníze na cestu, než bychom prokazovali před soudem, co vše jsme učinili pro jeho nápravu.

Současným velkým hitem se stává i problematika DPH. Od roku 2011 by mělo být na vůli jednotlivých států rozhodnout, jaká úroveň DPH bude platit v restauracích, ubytovacích zařízeních i v cestovních kancelářích. Na toto téma jsme popsali již mnoho papíru, ale považujeme za velký úspěch, že ve spolupráci s HOTREC se této benevolence jednotlivým státům EU dostalo. To znamená, že např. restaurační služby, které v současné době trpí devatenácti procentní sazbou, by měly mít šanci přejít do sazby snížené, čímž by se velmi ulevilo zejména menším podnikatelským subjektům. Stejný problém je i se zprostředkovatelskými službami, kde základní sazba DPH neúměrně zvyšuje náklady cestovních kanceláří; a i tam bude záležet na tom, jak se k celé problematice postaví vláda. Ke zlepšení konkurenceschopnosti s evropským okolím by to určitě přispělo.

Velkým problémem se v nedávné minulosti stala nová směrnice, jež je připravována EU a jež se týká „food labelling“. Na vysvětlenou je třeba uvést, že všechny potraviny a jídla by měly pro zákazníka obsahovat veškeré informace o alergenech, kon-

zervantech, zdraví nebezpečných látkách, což by znamenalo, že jídelníček by vypadal jako telefonní seznam. Množství alergenů neustále roste, takže udržet tento jídelní lístek v aktuální podobě by byla v každém zařízení práce pro jednoho chemika. Restaurace by nemohly nakupovat od drobných chovatelů a pěstitelů, protože ti by nebyli schopni prokázat složení svých produktů. Sortiment jídel by se musel zcela zákonitě snížit a z titulu snížení nákladů by všichni vařili pokud možno ty samé pokrmy. Mohli bychom tak zapomenout na krajová jídla. Vzrostly by i ceny servírovaných pokrmů. Zejména menší by nebyli schopni naplňovat toto nařízení a museli by z trhu odejít. Zde se nám otevírá velké pole působnosti při vysvětlování našich problémů Zemědělské a potravinářské inspekci, Ministerstvu zemědělství ČR, ale i poslancům, kteří nás v EU zastupují.

Další oblastí, která velmi trápí členy platformy cestovního ruchu, a to především Asociaci průvodců, je skutečnost, že novelou živnostenského zákona byla průvodcovská činnost zařazena mezi živnosti volné. Aby turističtí průvodci v ČR mohli poskytovat kvalitní služby potřebují odborné vzdělání a dobrou znalost cizího jazyka. Proto je nepochybným obecným zájmem, aby na trhu byly stanoveny minimální požadavky na odbornou a jazykovou způsobilost turistických průvodců.

Doposud byla průvodcovská činnost živností vázanou na odbornou způsobilost. Je jisté, že no-

vela má dopad na kvalitu průvodcovských služeb, kdy od 1. 7. 2008 může tyto služby poskytovat v podstatě úplně každý, aniž by měl odpovídající znalosti historie, kultury či cizího jazyka.

Bohužel navíc dochází k další disproporci, kdy v ostatních členských státech EU dochází k znevýhodňování českých průvodců právě v uznávání jejich odborné kvalifikace.

Chceme-li uspět na trhu, musíme mít kvalitní personál. Proto také oblast odborného vzdělávání a tréninku je pro SOCR ČR jednou z dalších priorit. Spolu s členskými asociacemi, jako např. Asociací hotelů a restaurací České republiky, jsme vytvořili celou řadu vzdělávacích programů, které využily stovky našich pracovníků. A protože se nám nelíbí současný stav učňovského a středního školství, a to zejména v oborech kuchař, číšník, cukrář, vzala si AHR ČR na starost uspořádání kulatých stolů s podnikateli i představiteli škol a na základě výstupů z těchto jednání bude uspořádána odborná konference za účasti představitelů MMR, MŠK, MPSV, vysokých a středních škol, učilišť a samozřejmě hoteliérů a restauratérů. Slibujeme si od toho, že na základě výstupů z této konference bychom mohli nastartovat proces zkvalitňování výukového procesu, a tedy i zlepšení v oblasti kvalifikace našich mladých spolupracovníků.

Ing. Pavel Hlinka
viceprezident pro cestovní ruch
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

V Evropě vznikají nové bariéry, je třeba je aktivně bourat

K bariérám, které negativně ovlivňují podnikání tuzemských firem, patří váhání s oznámením termínu přijetí eura, málo flexibilní pracovní trh, v EU připravovaný energeticko-klimatický balíček, stav a kvalita státní byrokracie, nepřehledný rozsah legislativy, nedostatečně rozvinutá dopravní infrastruktura, ale i zákaz pátečních jízď kamionů.

Vedle toho vznikají v Evropě nové bariéry v souvislosti s finanční krizí, vyvolané zejména rozhodnutím některých západoevropských zemí přijmout stoprocentní garanci pro bankovní úvěry. Přitom Evropa vůči světu je nyní v defenzivě, a to zvláště v oblasti inovací a přípravě kvalifikovaných pracovníků.

To jsou některé závěry z celostátní konference pod názvem Konkurenceschopná Evropa bez bariér z pohledu zaměstnavatelů a podnikatelů v České republice, která proběhla 22. října v Senátu Parlamentu ČR za účasti zástupců osmi desítek firem a institucí. Jejím organizátorem byl Svaz průmyslu a dopravy ČR a Manažerský svazový fond.

Záštitu nad konferencí převzal předseda Senátu Přemysl Sobotka. Ve svém vystoupení upozornil na byrokratizaci evropských orgánů a na vytváření nových bariér. „V Evropě je patrné sobectví velkých členských zemí EU proti malým a starých členům vůči novým,“ uvedl Přemysl Sobotka. Podobně kriticky se vyjádřil ministr průmyslu a obchodu Martin Říman. „Způsob, jakým se Evropa rozhodla řešit současně finanční turbulence, je příkladem snižování její konkurenceschopnosti a vytváření bariér mezi členskými zeměmi. Ty, které se chovají standardně, jsou znevýhodněny oproti těm, které se rozhodly k totální státní garanci. A to bez vzájemných konzultací a bez analýzy důsledků,“ prohlásil Martin Říman. Upozornil také na problém energeticko-klimatického balíčku, který by podle studie SP ČR v případě přijetí Evropskou unií přinesl v roce 2020 tuzemským energetikům náročným odvětvím ztráty ve výši 62 miliard korun. „Je to umělé vyvolávání nekonkurenceschopnosti, která se výrazně odrazí v ČR vzhledem ke struktuře průmyslu a energetiky, založené ze dvou třetin na fosilních palivech,“ dodal Martin Říman.

Poukázal i na rozpor mezi dlouhodobým záměrem Evropské unie snižovat regulační zátěž a přibýváním směrnic, norem a nařízení. Připomněl politické snahy Bruselu regulovat telekomunikační balíček. „Národní vlády mají možnost ovlivňovat zhruba polovinu administrativní zátěže,“ připomněl Martin Říman a poukázal na

letošní přijetí novely živnostenského zákona, který v tuzemsku povzbudil zájem o tuto formu podnikání.

Na nutnost dalšího zefektivnění práce administrativy a zjednodušení legislativy upozornil ve svém vystoupení Jaroslav Hanák, první viceprezident SP ČR. „Uvítali bychom pružnou administrativu i kvůli potřebě firem rychle čerpat prostředky EU,“ uvedl Jaroslav Hanák s tím, že rozsah legislativy je pro naše podnikatele nepřehledný.

Za vážnou bariéru pro podnikání řady tuzemských firem označil to, že nebyl ohlášen termín přijetí eura. Odmítl páteční zákaz jízď kamionů jako torpedování konkurenceschopnosti našich dopravců. „Nebráním se kompromisu, ale odmítáme takový extrémismus,“ prohlásil Jaroslav Hanák. Apeloval také na to, aby Česká republika jasně deklarovala, že se vydá cestou podpory jaderné energie.

V souvislosti s energetickou politikou EU informovala Blanka Jakubcová, koordinátorka SP ČR pro předsednictví ČR, o tlaku evropských podnikatelů na bruselskou administrativu, aby došlo k diverzifikaci energetických zdrojů ve vztahu k Rusku. „Podniky žádají usnadnění investic do energetických zdrojů,“ uvedla Blanka Jakubcová. Podle ní evropské podniky vidí jako důležité vyjednání o otevření trhů v rozvojových zemích pro evropské výrobky. „Vyzývají také k odstranění zbývajících bariér a k dokončení zavedení fungujícího volného unijního trhu,“ uvedla Blanka Jakubcová a poukázala na společné prohlášení SP ČR a partnerských zaměstnavatelských svazů z Francie a ze Švédska, tedy z trojice po sobě navazujících předsednických zemí.

Na potřebu zkvalitnění tuzemského finančního trhu, který by byl flexibilnější a otevřenější, poukázal první viceprezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Michal Ševera.

V rámci konference proběhly tři diskuzní panely.

Z panelu pod názvem „Je volný trh skutečně volný“ vyplynuly následující závěry a požadavky tuzemských podnikatelů:

„Volný trh ve skutečnosti volný není. Je třeba důrazněji prosazovat čtyři svobody, na kterých je založena Evropská unie. Bariéra se projevuje v praxi například v oblasti uznávání certifikací,“ uvedl Jiří Majer, viceprezident ČMA a předseda DDL. Současně je třeba důsledněji uplatňovat kontrolní mechanismy při dovozech do EU.

Je nezbytné urychlit řízení pro porušení práv, podporovat mimosoudní mechanismy pro řešení sporů, účinně potírat nekalou soutěž. Je nutný efektivní tržní dohled.“

Z diskuze panelu „Šance pro malé a střední podniky“ vyplynuly následující závěry:

„V mnoha případech nejsou závěry práce institucí a ministerstev uváděny do praxe. Část diskuze proběhla nad obchodním rejstříkem. Vyplynulo z ní, že v současně podobě poskytuje možnost pro zneužití. To podnikatelské veřejnosti neprospívá,“ uvedl moderátor panelu Karel Havlíček, první místopředseda AMSP ČR a generální ředitel společnosti SINDAT.

Diskutující se shodli na tom, že malé a střední podniky jsou zásadním prvkem světové ekonomiky, který nejenže vytváří hodnoty, ale i snižuje rizika a zvyšuje stabilitu lokálního prostředí. V rámci diskuze zazněly požadavky na snižování administrativní zátěže, na odpovědnost státních institucí a na ochranu osobních a citlivých dat. V obecné rovině bylo přivítáno přijetí evropského zákonodárství na podporu malých a středních podniků (SBA), jejímž záměrem je zejména podpora inovací a vzdělávání.

Z jednání v panelu „Chybí ČR produktivní pracovní síla“ vyplynulo několik následujících závěrů:

„Je nutné definovat dlouhodobý kompetitivní výhled, který by zajistil konkurenceschopnost našich firem pomocí komplexního celoživotního vzdělávání. Je třeba se zabezpečit před odlivem kvalifikovaných pracovních sil,“ uvedl Pavel Kafka, viceprezident SP ČR.

Z diskuze vyplynulo, že je nezbytné urychleně realizovat záměry v oblasti celoživotního vzdělávání, je nutná profesní a demografická mobilita. Nezbytné je aktivně překonávat bariéry a úzká místa v systému zelených karet. Vzhledem k demografickému vývoji je vhodné vytvořit podmínky pro znovuzapojení seniorů do pracovního procesu.

(tz sp ČR)

České „rodinné stříbro“ se pomalu ale jistě ztrácí, tradiční domácí podniky zavírají nebo se stěhují

Zbrojovka Brno, Eska Cheb, Favorit Rokycany, Fruta Znojmo, Tiba Dvůr Králové nad Labem, Textilana Liberec, cukrovary Hrochův Týnec, Praga Hrádek nad Nisou. Těmto a dalším podnikům se před lety říkalo tradiční české „rodinné stříbro“. Dnes tato jména už patří v českých zeměpisných šířkách pouze do historie. Tyto podniky totiž zkrachovaly nebo ukončily svou činnost, ostatní se přesunuly na východ. Tento seznam se však v posledním období rozšířil nebo brzy rozšíří o řadu dalších položek: Hodeta Domažlice, Sklo Bohemia Světlá nad Sázavou nebo Solo Sušice. České hospodářství tak přichází o řadu tradičních značek a jmen, která reprezentovala naši zemi a dělala jí dobré jméno dlouhá desetiletí po celém světě.

Za pádem slavných značek stálo hned několik okolností: ztráta dřívějších trhů a odbytišť, nastupující import levného zboží z Asie, rostoucí náklady na energie a na mzdy pracovníků, a především posilující měna. Některé podniky situaci čelily přesunem výroby na východ, jiné

už nenašly cestu kudy dál pokračovat a vzhledem k neutuchajícím ekonomickým obtížím svou činnost ukončily.

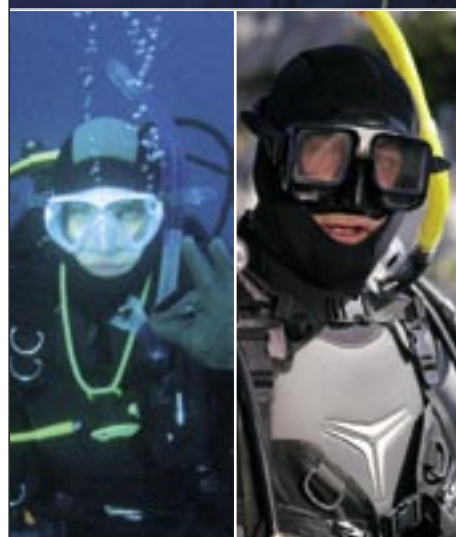
„V historii našeho hospodářství se nacházelo velké množství značek a jmen, které nám přinášely ve světě respekt a uznání. V poslední době se jejich počet stále zmenšuje a ve většině případů už nejsou ničím nehranými,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „Například slavný cukrovarnický průmysl už zde prakticky neexistuje, nebláhé vyhlídky mají i tradiční textilní a sklářské značky,“ dodal Petr Kužel.

Mezi podniky, které se v posledních dnech dostaly do existenčních problémů, patří sklárny, jež byly nuceny propustit své zaměstnance, odchod z České republiky oznámil tradiční výrobce sirek Solo Sušice. „Pro mne jako představitele hospodářské sféry je každý pád podniku nebo každý avizovaný odchod firmy ze země velmi nepřijemnou zprávou a u těch tradičních, zaběhnutých firem mě to mrzí dvojnásob. Je proto tedy naší povinností pokusit se udělat vše, aby se tento trend zastavil a toto naše

národní stříbro nám nemizelo před očima,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Současná situace trápí nejednoho podnikatele a národohospodáře. Dnešní ekonomický trend jasně naznačuje, že česká ekonomika, tak jako západní ekonomika, se musí více specializovat a zaměřit se na obory lidské činnosti s vyšší přidanou hodnotou, které jsou náročné na kvalitu, inovaci a technologii. Průmyslové obory jako lihovarnictví, cukrovarnictví (které mimo jiné negativně ovlivnila politika kvót ze strany EU), sklářství či textilní odvětví jsou málo náročné na technologie, proto je logické, že se jím v našich zeměpisných šířkách přestává dařit. Svůj nesmazatelný vliv na vývoj v těchto odvětvích má i globalizace, jež v rámci úspor vyhledává teritoria s levnou a méně kvalifikovanou pracovní silou. Proto se musí česká ekonomika dnes více orientovat na technologicky náročné obory, ke kterým má přirozené dispozice – vědu, techniku a školství, které jsou na odpovídající úrovni.

(tz hk ČR)



Penzijní připojištění se státním příspěvkem

221 109 111
www.pfcp.cz

Budoucnost ve vlastním stylu

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



PENZIJNÍ FOND
ČESKÉ POJIŠŤOVNY

Vaše budoucí příjmy

Levnější technické normy zatím uspěly

Poslanecká sněmovna v říjnu v prvním čtení schválila návrh změny zákona o technických požadavcích na výrobky. Díky této normě se až o polovinu zlevní technické normy, kterými se při své podnikatelské činnosti musejí řídit firmy i jednotlivci. Dojde také ke zjednodušení dosavadní distribuce norem, které budou podnikatelé získávat hlavně v elektronické podobě. Pokud novelu schválí v obvyklém termínu Senát a podepíše prezident, vstoupí v účinnost již počátkem příštího roku.

„Díky změnám, které jsme připravili, ušetří příští rok 200 tisíc podnikatelů zhruba 50 milionů korun. To je více než polovina celkových nákladů, které firmy ročně na technické normy vydají. Snížit jejich cenu bude možné díky přechodu z tištěné na elektronickou formu norem a díky úsporám v rezortu průmyslu a obchodu. Jen transformací Českého normalizačního institutu klesnou náklady na tvorbu norem na polovinu,“ uvedl ministr Martin Říman.

Změny zákona o technických požadavcích na výrobky a jeho prováděcích předpisů přinesou podnikatelům v průměru 30% úsporu na tištěných normách, v závislosti na počtu stran a frekvenci obměny normy. Při používání elektronické verze bude úspora vyšší než 50 % a v některých případech může dosáhnout i více než 90 %. Ceny norem budou transparentně stanoveny vyhláškou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

České technické normy budou dominantně distribuovány v elektronické podobě. Přístup k normám bude umožněn prostřednictvím internetu všem podnikatelům a ostatním zájemcům. Přístupné budou všechny normy, což podnikatelům umožní snadnou orientaci nejen v normách určité oblasti, ale i v souvisejících a citovaných normativních dokumentech.

Tištěná forma norem zůstane zachována. Tisk bude zajišťovat nejenom národní normalizační orgán, ale i smluvně vázaní distributoři. Forma tištěné normy bude mít stále významné využití

a bude používána zejména tam, kde uživatel potřebuje autorizované znění normy – soudní jednání, znalecké posudky, součást technické dokumentace atp. Kvalitní profesionální tisk v podobě brožur ocení také ti, kteří pracují s normami velkého rozsahu a vyžadují proto snadno přehledný text.

Ze srovnání současných cenových skupin a navrhovaných úrovní cen zobrazených na grafu vyplývá, že dojde k významnému snížení ceny u norem s rozsahem do 100 stran. Nejčastější rozsah normy je 16–48 stran.

Konkrétní příklady snížení cen podle počtu stran

Počet stran	2008	2009
do 12	cca 27 Kč	cca 18 Kč
do 28	cca 25 Kč	cca 13 Kč
do 60	cca 19 Kč	cca 10 Kč
do 140	cca 11 Kč	cca 7 Kč

Praktické dopady novely zákona o technických požadavcích na výrobky

Začínající živnostník – revizní technik

Podnikatel v oblasti revizí elektrických zařízení a instalací by dnes měl ke své činnosti využívat soubor zhruba 200 norem. Pokud by se rozhodl všechny tyto normy nakoupit, činily by jeho náklady cca 65 tisíc Kč. Pravidelná aktualizace a doplňování nových norem by jej vyšla na cca

5 tisíc Kč ročně. Od roku 2009 se jeho náklady významně sníží. Díky změnám v aplikaci „ČSN on-line“ získá za 3500 Kč okamžitý přístup ke čtení a tisku všech ČSN. Odpadnou mu tedy vstupní náklady 65 tisíc Kč a na každoroční aktualizaci vynaloží o 1500 Kč méně. Navíc mu elektronická forma norem umožní, aby si vytiskl pouze ty části norem, které skutečně potřebuje.

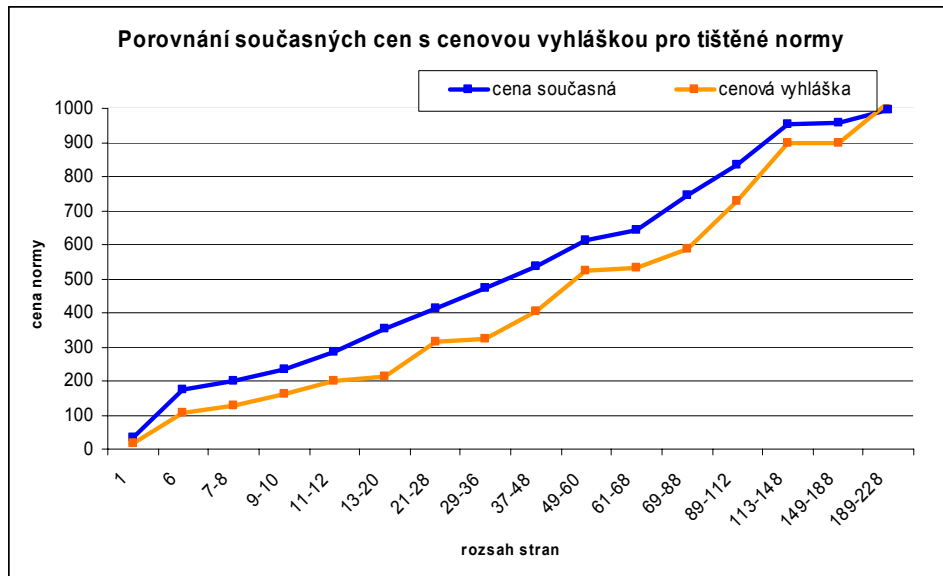
Středně velká obchodní společnost

Již dnes je nabízen omezený on-line přístup k části knihovny ČSN. Podle počtu přístupových práv a ceny vybraných norem je vypočítaná individuální cena za poskytnutí přístupu. Nejnižší poplatek pro firmu je 50 tisíc Kč ročně. Od roku 2009 si firma bude moci zaplatit neomezený přístup ke všem normám s možností tisku pro vlastní potřebu za 3500 Kč. Pokud společnost

disponuje reprografickým zařízením, které odpovídá technickým požadavkům na tisk, může uzavřít smlouvu na profesionální tisk kompletů norem. V takovém případě bude firma platit zvýhodněný poplatek za tisk norem.

Drobný podnikatel – kominík

V současné době se práce kominíka řídí přibližně 30 technickými normami, jejichž cena v tištěné podobě činí zhruba 30 tisíc Kč. Za aktualizaci norem pak podnikatel ročně zaplatí dalších cca 3–5 tisíc Kč. Změna zákona o technických požadavcích na výrobky mu umožní zakoupit volný přístup k normám s možností tisku do 50 stran za cenu zhruba 1500 Kč. Při prvotním nákupu norem podnikatel ušetří více než 90 % a každoroční aktualizace ho vyjde o polovinu levněji.



Podnikatelská reprezentace uvítala významnou podporu firem

Poslanecká sněmovna v prvním čtení schválila návrh změny zákona o technických požadavcích na výrobky. Hospodářská komora České republiky vítá tuto novelu předloženou Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, která zásadním způsobem zabezpečuje dostupnost norem a výrazně snižuje cenu – v návrhu vyhlášky přístup podnikatele z jednoho PC na všechny normy za 1000 Kč.

„Tento počín je jednou z největších podpor podnikání od devadesátých let,“ řekl Petr Kužel, prezident Hospodářské komory České republiky. „Současný stav zapřičiňuje, že soubory norem jsou neúnosně drahé a podnikatel si nemůže zakoupit pouze část normy, což nový systém umožní. Tato novela přinese větší zájem podnikatelů o normy, zvýšení jejich konkurenceschopnosti a v neposlední řadě lepší ochranu spotřebitelů,“ doplnil.

Cílem této schválené novely je zabezpečení dostupnosti norem, snížení jejich ceny a zvýšení konkurenceschopnosti podniků prostřednictvím zvýšení jejich zájmu o technickou normalizaci. Hospodářská komora České republiky dlouhodobě aktivně spolupracuje na její přípravě. Česká republika by

tak mohla být první zemí v EU, která technickou normalizaci v takovéto formě zpřístupní od začátku příštího roku.

Technické normy jsou součástí portfolia zprostředkovávaných služeb, kdy oborová koordinační místa a informační místa pro podnikatele jsou schopna poskytnout podnikatelům veškeré informace, jak vhodnou technickou normu vyhledat.

Současný zákon o technických požadavcích na výrobky stanoví, že české technické normy nejsou obecně závazné, povinnost postupovat při určité činnosti v souladu s českými technickými normami však může vzniknout např. na základě ustanovení právního předpisu, který stanoví, že ve vztazích upravených tímto právním předpisem nebo smluvním vztahem mezi dvěma organizacemi je nutno dodržovat české technické normy.

Obecná nezávažnost norem, administrativní náročnost a vysoká cena vedly dlouhodobě k nezájmu podnikatelů o technickou normalizaci, což mělo za následek ohrožení ochrany spotřebitele, nedodržení smluvního závazku či snížení konkurenceschopnosti podniku spočívající v neznalosti současných trendů.

(tz hkčr)

Není možné zavírat oči

Členové Odborového svazu KOVO (OS KOVO) a Sdružení automobilového průmyslu (Sdružení AP) jsou nespokojeni se současnou situací. Žádáme vládu ČR, aby po dobu probíhající světové ekonomické recese co nejrychleji reagovala na novou situaci, která již ohrožuje český průmysl.

Tím, co by mohlo pomoci řešení situace je také pozastavení přípravy a schvalování takových legislativních norem a opatření, které by firmám autoprůmyslu (a nejen jim, ale celé podnikatelské sféře) v této době přinesly další zvyšování nákladů, snížení konkurenční schopnosti, a tím i zaměstnanosti ve firmách. Jedná se zejména o připravované směrnice EU či snížení konkurenceschopnosti vlivem zásadních zpřísnění ekologických opatření (CO₂, Reach, páteční zákaz jízdy kamiónů, obchodování s povolenkami). OS KOVO k tomu s vědomím Sdružení AP dodává, že stejným způsobem, tedy odložením legislativních norem a opatření majících případný negativní dopad na kupní sílu obyvatel a jejich sociální jistoty (či rozložením těchto aktů do dalšího časového období), by mělo být postupováno i v ostatních oblastech. Česká republika by se měla zejména soustředit na oblast budoucích vzdělávacích potřeb a také stanovení budoucí průmyslové politiky.

Automobilový průmysl je významným oborem nejen v ČR, ale jedná se o nesmírně důležitý obor v rámci celé Evropské unie. Přesto po české vládě a orgánech EU nepožadujeme žádné zvláštní výhody, ale ve smyslu výše uvedeném pouze vytváření srovnatelných podmínek pro podnikání v ČR i v mezinárodním kontextu. Toto by mělo být i jedním z témat nadcházejícího českého předsednictví EU.

Firmy i jejich zaměstnanci nyní potřebují především klid na práci a na řešení vlastních problémů plynoucích především ze snížené poptávky, nižší kupní síly obyvatelstva, větší opatrnosti bankovního sektoru při poskytování úvěrů firmám, spotřebitelských úvěrů či půjček občanům, řešení existenčních otázek spojených s profesním uplatněním zaměstnanců a v případě firem i vývoje kurzu Kč vůči euro a neexistence termínu vstupu ČR do eurozóny.

OS KOVO a Sdružení AP jsou připraveny o jednotlivých tématech jednat. Jsme si vědomi, že nejsou jednoduchá řešení, ale není také možné „zavírat oči“ nad současným stavem. Vláda nemůže rezignovat na svou roli!

Pavel Juříček,
viceprezident Sdružení AP

Josef Středula,
předseda OS KOVO

Inekon Group více než zdvojnásobí vývoz ČR do Egypta

Kontrakt v hodnotě zhruba 4,7 mld. Kč na výstavbu nové cementárny poblíž hlavního města Severního Sinaje Al Arish podepsali v Egyptě představitelé Inekon Group. Vítězně tak uzavřeli svou účast v tendru, který vypsal začátkem letošního roku North Sinai Cement Company.

Ta se zavázala složit do konce letošního roku finanční akontaci a otevřít bankovní akreditiv, aby mohly být co nejrychleji zahájeny projekční práce. Cementárna s plánovanou produkcí 1,6 mil. tun cementu za rok by měla být uvedena do provozu v roce 2011.

Podle celních statistik Česká republika loni vy-

vezla do Egypta zboží a služby v ceně 3 mld. Kč (162,417 mil. USD). Uzavřená smlouva proto výrazně promluví do výsledků vzájemných obchodních vztahů obou zemí. „Po roce 1989 se do značné míry omezily exportní aktivity do oblasti Asie a Afriky. Díky dlouholetým odborným zkušenostem našich specialistů se nám ale nyní podařilo obnovit potřebné kontakty. Po téměř 50 letech tak postavíme v Egyptě opět českou cementárnu. Tu první, s dnes už zastaralou technologií, do země dodaly Přerovské strojírny kolem roku 1960. Význam celé události podtrhuje, že kontrakt za značného zájmu médií spolupodepsal jako svědek guvernér Severního Sinaje,“ uvedl

Josef Hušek, předseda představenstva a generální ředitel Inekon Group, a. s., a dodal: „Během příštích několika let by mělo v Egyptě vyrůst šest nových cementáren. Jde o záměr vlády, která chce tímto krokem zvýšit malou nabídku cementu na trhu a omezit tak růst jeho ceny.“

Projektovou dokumentaci nové cementárny pro Inekon Group vytvoří zlínská PSG International. Ta zároveň poskytne autorský dozor při stavebních pracích v Egyptě, které budou vykonávat vybrané místní stavební firmy. Strojní zařízení, tedy obrovské pece a mlýny, vyrobí přerovské strojírny PSP Engineering. Elektroniku a systémy řízení dodá Siemens Engineering. Projekční

práce mají být ukončeny do října příštího roku a s prvními dodávkami se počítá začátkem roku 2010.

Inekon Group v současnosti disponuje také uzavřenými kontrakty na výstavbu cementáren ve Vietnamu a Iráku. Jejich realizace se však proti původnímu plánu zdržela nepředvídatelnými okolnostmi. „Vyřešení financování zakázky ve Vietnamu se zpozdilo v návaznosti na světovou finanční krizi, která zasáhla i asijské trhy. Nyní řešíme další postup, protože disponujeme pouze částí z požadované akontace. Horší situace je v Iráku, kde jsme přes řadu příslibů a jednání omezování komplikovanou politickou a bezpečnostní situací v Kurdistánu,“ vysvětlil J. Hušek.

(tz)

Regus otevře v Praze středisko sdílených finančních služeb pro Evropu, Střední východ a Afriku

Regus, vedoucí světový poskytovatel flexibilních řešení v oblasti vybavených pracovišť a kanceláří se zajištěnými službami, zakládá v Praze sdílené středisko finančních služeb pro své pobočky fungující ve více než 40 zemích Evropy, Středního východu a Afriky. Pražská centrála bude otevřena ještě před koncem letošního roku a do tří let by v ní mělo pracovat nejméně 60 odborníků. Regus výhledově počítá s dalším rozšiřováním. Do založení pražského střediska společnost investuje bezmála 20 milionů korun.

„Regus si Českou republiku zvolil v ostré konkurenci dalších pěti zemí střední Evropy. Ve hře bylo kupříkladu Slovinsko, Maďarsko nebo Slovensko. Praha nakonec zvítězila,“ řekla Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „Praha nabízí dostatek zkušených specialistů, které mohou investoři využít, a svou roli navíc sehrálo i to, že jsme společnosti Regus

mohli poskytnout podporu určenou přímo pro tento typ investic.“

„Dosud si všechny naše pobočky ve 44 zemích, ve kterých v regionech Evropy, Středního východu a Afriky působíme, zajišťovaly své podpůrné finanční služby samostatně. V průběhu posledních tří let jsme usilovně pracovali na sjednocení našich systémů a vytvoření střediska sdílených



finančních služeb v Praze tuto snahu završuje,“ vysvětlil Paulo Dias, CEO společnosti Regus pro region EMEA. „Praha má vynikající polohu ve středu Evropy, takže je lehce dosažitelná ze všech míst, kde podnikáme. Před konečným rozhodnutím jsme také posuzovali kvalitu života v několika městech a jsme přesvědčeni, že styl života v Praze a její pověst nám sem pomůže přilákat i odborníky ze zahraničí, pokud na místním pracovním trhu nebudeme přesně ty, které hledáme.“

Pražské středisko bude poskytovat služby jako je administrace smluv nebo centralizovaná správa

a vymáhání pohledávek pro celý region. Dále bude nabízet podporu v oblasti řízení finanční výkonnosti regionu, řízení hotovosti, financování i daňových záležitostí včetně odpovídajícího IT zázemí. V regionu EMEA společnost momentálně provozuje celkem 235 obchodních center.

V České republice Regus pronajímá vybavené kanceláře a s nimi spojené služby celkem ve čtyřech obchodních centrech, tři v Praze a jedno v Brně. „O naše prostory je v Praze stále velký zájem, takže vedle střediska sdílených finančních služeb chceme ve stejné budově současně otevřít i nové obchodní centrum,“ dodal Paulo Dias.

(tz ci)

Střední odborné školy na Vysočině prohlubují spolupráci s podnikateli

Initiovat či prohloubit spolupráci středních odborných škol technického zaměření s privátními firmami z automobilového a strojírenského odvětví, to bylo hlavním cílem semináře s názvem „Podpora spolupráce středních odborných škol a soukromých firem“, který se konal nedávno v Jihlavě. Akci uspořádala Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest pod záštitou radní kraje Vysočina Jany Fischerové.

„Aktivity podporující spolupráci vzdělávacích institucí a soukromých firem jsou velice důležité, zejména pak pro pružnější reakci středního odborného školství na aktuální požadavky trhu práce,“

upozornil na význam kooperace Jiří Nykodým, náměstek generální ředitelky agentury CzechInvest. „Spolupráce a větší provázanost technického školství s praxí ve výrobních firmách je v současné době naprostou nezbytností, bez které si těžko náš zpracovatelský průmysl udrží do budoucna konkurenceschopnost,“ dodal Jiří Nykodým.

Účastníci se na semináři mimo jiné seznámili s možnostmi financování spolupráce ze strukturálních fondů EU. Byla zde také prezentována fakta o dobré praxi fungujících projektů a právní aspekty kooperace škol a zaměstnavatelů.

Jednotlivá témata semináře rozpoutala širokou diskuzi o kvalitě dosavadní spolupráce škol s fir-

mami a jejich překážkách. V souvislosti s tím byla probírána dobrá praxe při řešení projektu školiciho střediska společnosti Bosch Diesel spolupracující se Střední školou technickou Jihlava. O své poznatky z dobře fungujícího projektu se přišel podělit i zástupce Střední průmyslové školy Uher- ský Brod, jež se stala komplexním vzdělávacím centrem společnosti Slováké strojírny, a.s.

Účastníci vyslovili s konáním semináře velkou spokojenost. K pokračování v aktivitách agentury CzechInvest se aktivně přihlásila nově vznikající krajská organizace „Vysočina Education“.

(tz ci)

Projevují stále zájem o české regiony

Velký zájem o investování v regionech České republiky, především podél hranic s Německem a Rakouskem, provázal agenturu CzechInvest na její prezentaci na jedenáctém ročníku největšího evropského realitního veletrhu – mnichovském Expo Realu. Ke stánku agentury zavítalo několik stovek návštěvníků, na 150 z nich se přímo zajímalo o možnosti, jak v Česku investovat.

„Největší zájem byl o místa mimo zavedené komerční metropole. Příležitosti se tak otevírají zvláště v Olomouci, Hradci Králové, Pardubicích nebo třeba v Liberci. Tato města mají v hledáčku především investoři ze sektoru služeb – masivnějšímu přílivu nových spo-

lečností v nich ovšem dosud brání nedostatek připravených prvotřídních kancelářských prostor,“ vysvětlil Jiří Nykodým, náměstek generální ředitelky agentury CzechInvest.

Díky blízkosti Mnichova k českým hranicím patřily stánky českých institucí mezi ty nejvyhledávanější. „Řada společností s našimi zástupci mluvila o možnostech přesunutí výroby z Německa k nám. Velmi lákavé jsou pro ně především regiony podél hranic se Spolkovou republikou – dopravní infrastruktura se v nich rok od roku zlepšuje a právě dobrá dostupnost a kvalitní a zkušené zaměstnanci dělají z České republiky velmi atraktivní místo,“ doplnil Jiří Nykodým.

„Celý veletrh se nesl ve stínu aktuálních

problémů globální ekonomiky. Na jedné straně jsou investoři skromnější ve svých plánech na expanzi, na straně druhé však neustále hledají možnosti, jak dodávat co nejeфективněji. A právě tady má Česká republika stále mnoho co nabídnout,“ uzavřel Jiří Nykodým.

Jedenáctý ročník Expo Realu přilákal do Mnichova 42 tisíc návštěvníků ze 77 zemí světa. Přímou na veletrhu vystavovalo na 17 500 lidí, dalších 24 500 bylo přítomno v roli hostů. Celkem tak počet účastníků narostl oproti minulému ročníku o 7,7 %. Z České republiky dorazil sedmý nejvyšší počet návštěvníků.

(tz ci)

Příchod investora do průmyslové zóny je teprve začátek

Zástupci agentury CzechInvest, municipality a investorů srovnávali své zkušenosti v oblasti péče o investory, kteří působí v městských průmyslových zónách. Seminář s názvem „Sdílení zkušeností pro vytváření kvalitního investičního prostředí“ uspořádala Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest ve spolupráci se Statutárním městem Brno. Akce se konala 13. října 2008 v brněnském Urban centru.

„Agentura CzechInvest i města věnují velkou pozornost vytváření kvalitních podmínek v průmyslových zónách tak, aby mohlo být využito maximum jejich plochy. Tím však jejich práce nekončí. Velmi důležité je pečovat o stávající investory a podporovat jejich další rozvoj,“ upozornil na tzv. „AfterCare“ Jiří Nykodým, náměstek generální ředitelky agentury CzechInvest. „Agentura

CzechInvest proto podporuje již etablované investory k dalším expanzím v České republice, poskytuje jim poradenství a asistuje při řešení různorodých problémů,“ dodal.

O možnostech podpory investorů debatovali na semináři představitelé útvarů strategického rozvoje zúčastněných měst a zástupci z řad investorů působících v brněnské průmyslové zóně Černovická terasa. Vyměňovali si zkušenosti z oblasti územního plánování a jeho změn, diskutovali řešení dopravní obslužnosti průmyslových zón, podporu technologických parků a inovačních center a rozvíjení spolupráce vysokých a středních škol s investory. Debatovalo se i o integraci investorů a jejich zaměstnanců do života měst. Tématem proto byla i kvalita bydlení, mezinárodní školství, možnost volnočasových aktivit a další faktory atraktivní jednotlivých měst.

„Do budoucna se účastníci semináře shodli na jeho rozšíření o zástupce dalších českých měst, které ve svém katastrálním území disponují průmyslovou zónou. To by mohlo být prvním krokem k vytvoření tradice pravidelných setkání a přispět ke zkvalitnění služeb AfterCare pro existující investory, což je cíl agentury CzechInvest i měst,“ zdůraznil spolumoderátor semináře Michal Stieber, vedoucí oddělení AfterCare agentury CzechInvest.

„Seminář odhalil řadu problémů, o kterých města doposud neměla tušení. Příklady dobré praxe, které byly na semináři prezentovány, jsou inspirací nejen pro Brno. A to je jeden z mnoha důvodů, proč je důležité více komunikovat nejen s investory, ale i mezi sebou navzájem,“ shrnula přínos setkání jeho moderátorka a vedoucí Kanceláře strategie města Brna, Marie Zezůlková. (tz ci)

CzechInvest navazuje kontakty v letectví

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest se od 1. do 3. října 2008 účastnila mezinárodního veletrhu v japonské Jokohamě Japan International Aerospace Exhibition 2008. Na veletrhu bylo přítomno 528 vystavovatelů z celého světa, mezi nimi například americký Airbus, Boeing či japonské společnosti Mitsubishi a Fuji Heavy Industries.

„Účast CzechInvestu na tomto mezinárodním setkání společností z oblasti aerospace jsme využili k prezentaci České republiky a jejího podnikatelského prostředí. Vedle přímého oslovení potenciálních investorů jsme se zaměřili na podporu vzniku nových partnerství mezi zahraničními společnostmi a českými firmami z oboru,“ upozornila na hlavní cíle agentury CzechInvest v Jokohamě její generální ředitelka Alexandra Rudyšarová.

Součástí prezentace agentury CzechInvest v Jokohamě byla přítomnost prezidenta aliance českých malých a středních podniků podnikajících v oboru aerospace, The Czech Space Alliance, Petra Bareše. Ten se společně se zástupcem zahraniční kanceláře CzechInvestu, Ondřejem Votrubou, zúčastnil série jednání o možné budoucí spolupráci s patnáctkou společností z oblasti výroby letadel, vrtulníků a komponentů pro aerospace, společností z oblasti výroby satelitních navigací, designérů a vysokých škol zabývajících se výzkumem bezpilotních letadel, elektronických navigací, a dalšími subjekty.

„Oceňuji práci agentury CzechInvest, která vedle vyjednávání se zahraničními investory nezapomíná ani na české podnikatele. Nejde jen o její pomoc podnikatelům v České republice, důležitá je také její práce přímo v zahraničí, kde svou znalostí místního prostředí a nepostradatelným „otevíráním dveří“ českým podnikatelům pomáhá s navazováním kontaktů s potenciálními partnery pro společné projekty v oblasti technologické spolupráce, společného výzkumu, sourcingu nebo transferu technologií. Příprava účasti na této akci a její průběh byly ze strany CzechInvestu na špičkové úrovni,“ zhodnotil svou návštěvu japonského veletrhu Petr Bareš.

(tz ci)

S chutí dnes sázíme na renezanci

Více se nyní zaměří i na domácí klientelu

Společnost Imperial Karlovy Vary se nehodlá přizpůsobovat současné módě krátkodobých wellness pobytů. Naopak, ve své strategii spoléhá na posilování tradice českého léčebného lázeňství. Sdělil to nový generální ředitel Alexandr Rebjonok na nedávném setkání s novináři.

Zájem o lázeňství v posledních letech roste. Česká republika, podobně jako například sousední Německo nebo Rakousko, patří mezi země se silnou tradicí léčebné lázeňské péče. Ta je založena na využití místních přírodních léčivých zdrojů v léčebných procedurách. Skutečný efekt pak podle lékařů přináší pouze delší, nejlépe třítydenní pobyt naplněný komplexním působením lékařské péče, lázeňských procedur, zdravé stravy a duševní relaxace.

Počet tuzemských i zahraničních klientů léčebné lázeňské péče v České republice narostl za posledních pět let o 17% na 350 tisíc. Zároveň se projevují nové trendy, a to především u tuzemských klientů. Jejich zájem o pobyt v českých a moravských lázních roste o něco rychleji než u zahraničních hostů. Ubývá však těch, kterým pobyt plně hradí zdravotní pojišťovna. Naopak se během pěti

let ztrojnásobil počet tuzemských klientů, kteří si vše hradí sami. Ti však zatím preferují spíše kratší pobyty. Celková průměrná doba léčby v lázních se tak zkracuje.

„Trendy pečlivě sledujeme, na některé ve své strategii reagujeme, jiné naopak záměrně ponecháváme stranou. Soustředíme se především na rozvoj moderního léčebného lázeňství, které pomáhá při vážných potížích a zároveň zlepšuje celkovou kondici a duševní rovnováhu. To znamená na nabídku delších pobytů s komplexní péčí. Chceme se zařadit mezi nejlepší deset léčebných lázeňských společností v EU. Většina našich hostů je a v blízké budoucnosti stále bude ze zahraničí. Plánujeme však, že se více zaměříme také na českou klientelu,“ shrnul své plány generální ředitel Alexandr Rebjonok.

Vše nasvědčuje tomu, že tato strategie funguje.

Společnost je se zhruba 5% podílem jedním z nejvýznamnějších hráčů na českém lázeňském trhu. Před pár týdny získala pro svou vlajkovou loď Hotel Imperial ocenění „Nejlepší lázeňský hotel v ČR“. Tržby se mezi roky 2006 a 2007 zvýšily o 8% na 484 milionů korun a hrubý zisk v roce 2007 byl 69,4 milionů. Do modernizace Hotelu Imperial a Spa Resortu Sanssouci společnost investovala již přes 600 milionů korun. Ročně se v nich léčí na 17 tisíc klientů.

Základní fakta o společnosti Imperial Karlovy Vary a.s. (www.imperialgroup.kv.cz):

- Imperial Karlovy Vary poskytuje od roku 1992 komplexní lázeňskou péči ve svých nestátních zdravotnických zařízeních: Hotelu Imperial a Spa Resortu Sanssouci (dříve Hotel Sanssouci & Švýcarský dvůr).
- Společnost má zhruba 5% podíl na trhu českého léčebného lázeňství, ročně se u ní léčí okolo 17 tisíc klientů, má na 500 zaměstnanců a v roce 2007 dosáhla obrátu 483 804 000 Kč.

Imperial s designéry tvoří novou tvář českého lázeňství

Lázeňský pohárek Kala slaví rok od svého uvedení na trh. Svým designem znamenal průlom do podoby i užité hodnoty tohoto lázeňského symbolu. Do svých sbírek ho zařadilo Uměleckoprůmyslové muzeum v Praze, Karlovarské krajské muzeum a zcela aktuálně o něj projevoval zájem Museum of Arts and Design v New Yorku. Inspiroval studenty pražské Vysoké školy uměleckoprůmyslové, jak jsme mohli vidět na výstavě Designblok '08.

Společnost Imperial Karlovy Vary, která nechala tento pohárek navrhnout a vyrobit, ale neusnula na vavřínech. Naopak, pustila se do nového projektu pod záštitou hejtmána Karlovarského kraje a spolu s deseti předními českými designéry dala vzniknout kolekci návrhů, které přinášejí novou estetiku do českého lázeňství. Zajímavou podobu tak získaly předměty, které lázeňští hosté denně užívají nebo by mohli využívat. Patří mezi ně například jídelní 3D souprava inspirovaná vodní tematikou, nápojový set do hotelových pokojů, praktický termo-obal na lázeňský pohárek Kala, nůž na

řezání pytlů s rašelinou, keramické masážní dlaždice či nafukovací polštářek pod hlavu ke zpříjemnění podvodních masáží.

Všechny nápady vznikly v rámci prvního ročníku Imperial Design Symposia, jehož odbornou garantkou se stala MgA. Veronika Loušová, manažerka občanského sdružení CZECHDESIGN.CZ. Podařilo se jí oslovit tvůrce zaměřené na velmi různorodé oblasti designu, od grafického designu přes textil a porcelán až po průmyslový design. Sama skupinu charakterizuje takto: „Některá členové symposia ještě studují, mnozí již mají za sebou řadu významných úspěchů, včetně mezinárodních. O všech se však dá říci, že jsou to budoucí ikony českého designu. Také přišli s neotřelými nápady a postupy!“

Symposium začalo v březnu tohoto roku inspirativní návštěvou hotelových a lázeňských zařízení společnosti Imperial KV. Následovala několikaměsíční etapa individuální tvorby a společných brainstormingů, která vyústila v „konfrontaci s trhem“, hledání vhodných výrobců pro navrhované produkty. Symposi-

um vyvrcholilo počátkem října představením vzniklých děl na přehlídce Designblok '08 v Praze a slavnostní prezentací karlovarské veřejnosti v Hotelu Imperial.

„Designu v Čechách chybí koncepční podpora významných zadavatelů. Proto Imperial Design Symposium vnímám jako opravdu výjimečný počín. Dal talentovaným tvůrcům šanci svobodně realizovat vlastní představy. Zadavatel musel podstoupit riziko, neznal dopředu výsledek, nevěděl, zda ani za jakých podmínek budou nápady použitelné. Výsledkem jsou návrhy, které do českého lázeňství přinášejí kombinaci vysoce výtvarné podoby a užité hodnoty – mohou mu tak dát novou tvář,“ hodnotila smysl a výsledky symposia Veronika Loušová.

O praktické realizaci některých návrhů je již rozhodnuto. Lázeňští hosté tak například budou moci vložit svůj pohárek do nového termo-obalu nebo při léčebných procedurách využít speciální „lázeňskou“ obuv. Je více než pravděpodobné, že do série prakticky využívaných designových lázeňských předmětů brzy přibudou další.

Účastníci Imperial Design Symposia '08 a výstupy jejich práce:

MgA. Veronika Loušová: Manažerka občanského sdružení CZECHDESIGN.CZ, kurátorka výstavy Design Match, absolventka oboru design výrobků na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. V rámci symposia působila jako odborná garantka a spoluorganizátorka.

BcA. Filip Cvrček: Grafický designér se zaměřením na vizuální komunikaci firem a institucí. Při práci studuje na Univerzitě Tomáše Bati obor Multimedia a design. V rámci symposia vytvořil nový vizuální styl pro dva lázeňské hotely.

MgA. Miriam Holešáková: Absolventka Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze, věnuje se průmyslovému designu – především tašek, obuvi a oděvních doplňků. V rámci symposia vytvořila lázeňské pantofle a oboustrannou voděodolnou tašku.

Lucie Koldová: Studentka Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze. Nejvíce inklinuje k tvorbě nábytku, svítidel a textilního designu. V rámci symposia vytvořila trojdielný balneo set (koupací čepici, pásek s identifikačním čipem a vodě odolnou nylonovou tašku), hotelové ramínko a držák na noviny „Café kamelot“.

MgA. Štěpán Kuklík: Autor lázeňského po-

hárku Kala společnosti Imperial Karlovy Vary. Spoluzakladatel studia Artcore, které se vedle produktového designu věnuje především scénografií a designu interiérů. V rámci symposia vytvořil nápojový set do hotelového pokoje s použitím prvků nového vizuálního stylu Hotelu Imperial.

MgA. Petr Novák: Průmyslový a grafický designér, absolvent Vysoké školy uměleckoprůmyslové v Praze, spoluzakladatel studia Design-brothers. V rámci symposia vytvořil sadu hracích karet, jejímž charakteristickým prvkem jsou slova ve světových jazycích namísto klasických karetních znaků.

Daniel Pošta: Studuje design interiéru a nábytku na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. Jeho portfolio tvoří mimo jiné realizace pro Red Bull Cz, Husky nebo sdružení Fashiondesigners.cz V rámci symposia vytvořil čokoládové lázeňské pohárky.

Martin Příbík: Profesionální zkušenosti získal ve světoznámém Thun Studiu. Působí jako nezávislý výtvarník a modelář – své modely tvoří až na samé technické hranici porcelánu, kterou se snaží dále posouvat. Na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně studuje obor průmyslový design. V rámci symposia vytvořil porcelánový jídelní 3D Balneo-set, keramickou masážní rohož a nůž na rozřezávání rašeliny.

- Jejím posláním je pomáhat lidem obnovit jejich fyzickou i duševní energii a progresivně působit především v oblasti prevence závažných civilizačních onemocnění. Jedním z cílů společnosti je podílet se na rozvoji léčebné lázeňské péče a být tvůrcem moderního pojetí lázeňství v českém i evropském kontextu.
- Společnost v maximální míře využívá karlovarských přírodních léčivých zdrojů. V průměru spotřebuje 11 500 litrů termominerální vody denně – přes 25% celkové denní spotřeby v Karlových Varech.
- Do rozvoje svých zařízení společnost v posledních pěti letech investovala více než 600 milionů korun.
- Vzhledem ke špičkové kvalitě všech služeb se společnost stala prvním držitelem Lázeňské ceny ČR (2006) a Hotel Imperial držitelem mezinárodního ocenění „Nejlepší lázeňský hotel v ČR“ v letech 2008, 2006 a 2005 a také držitelem Ceny poroty Lázeňského festivalu Karlovy Vary 2008. (tz)

České pivo získalo ochranu evropského zeměpisného označení

Zapsání zeměpisného označení České pivo u Evropské unie je závěrem šestiletého procesu diskuzí uvnitř českého pivovarství a sladařství, mnoha jednání s orgány Evropské unie a následných administrativních kroků u nás i v EU. Znamená ukončení jedné z etap

vývoje obou našich prestižních oborů. Základem byly úvahy a diskuze mezi sládky a technologi o věcné specifikaci pojmu České pivo v letech 2002 až 2004 a o nutnosti chránit české pivo, technologii jeho výroby a kvalitu a zamezit existenci napodobenin, které se za české pivo vydávaly a zneužívaly tak jeho nenapodobitelných vlastností. Odborníky k tomu vedly závěry výzkumů Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského v Praze dokazující, že české pivo se liší od všech zahraničních piv. Vycházelo se i z ojedinělého faktu, že české pivo se stále vyrábí převážně tradičními technologiemi.

Cílem ochrany evropského zeměpisného označení České pivo bylo zejména zabránit tomu, aby byl jako české pivo označován výrobek vyrobený netradičními metodami v České republice nebo vyrobený metodami tradičními, ale v zahraničí. Bylo určeno, jaké charakteristické vlastnosti má pivo, které smí nést označení České pivo, jakými technologickými postupy vzniká a jaké suroviny jsou k jeho výrobě převážně používány. Žádost specifikovala historické souvislosti, jež založily tradici výroby piva u nás, a upřesňovala zeměpisnou charakteristiku místa, kde je možné české pivo vyprodukovat.

„Teprve čas ukáže, jak důležité bylo před lety odbornou diskuzi o českém pivu zahájit. Hledali jsme možnosti, jak pivo co nejpřesněji charakterizovat a jak nejlépe popsat způsob jeho výroby i oblasti, v kterých se produkuje jedinečné suroviny nezbytné pro výrobu,“ uvedl Ing. Jan Veselý, výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven. „Nejde jen o to jasně a přesně definovat suroviny, včetně místa jejich původu, a způsob výroby, který garantuje vysokou kvalitu a charakteristické vlastnosti českého piva. Ale také o to, že všechny faktory dohromady vytvářejí podmínky, které české pivo chrání a zamezují jeho napodobování.“

pokračování na str. 17 ►



Konference o image České republiky

Jaké bude vnímání České republiky před a po našem předsednictví Rady EU? Pomůže ke zlepšení obrazu vládní kampaň? A jak z image ČR profituje náš průmysl? Takové byly otázky, na které hledala odpověď konference, kterou pořádala v Praze vysoká škola CEVRO Institut 30. září 2008.

Na úvod vystoupil zástupce Ministerstva zahraničí ČR M. Sedláček; popsal činnost ministerstva, které je stěžejní pro komunikaci obrazu ČR v zahraničí. Pokud byla nějaká spojovací linka mezi všemi výstupy, tak to byla nedostatečná koordinace státních složek v souvislosti s prezentací našeho státu. M. Sedláček v úvodu přednesl optimistickou vizi, co se tohoto problému týká. Zmínil již fungující koordinaci práce ministerstev zahraničí a obchodu a průmyslu v této oblasti. Současná vláda se k tomuto sjednocování prezentace staví pozitivně a toho je třeba využít k jejímu zefektivnění.

Jeho slova potvrdila i zástupkyně Ministerstva

průmyslu a obchodu ČR J. Adamcová. Ta shrnula okruh současných problémů do tří podskupin: kvalitní lidé, financování a jeho dlouhodobé plánování a konečně již zmíněná koordinace.

Europoslanec O. Vlasák, předseda Svazu měst a obcí, hovořil o prostoru, který propagaci mohou věnovat právě naši zástupci v Bruselu. Zmínil aktivity své i svých kolegů (úspěšná výstava 100 let mezinárodního ledního hokeje, prezentace českého zemědělství a průmyslu, ale i prosazování ochranných označení českých výrobků nebo jednání s Evropskou komisí).

Velmi očekávané vystoupení měl místopředseda vlády pro evropské záležitosti A. Vondra.

Nadcházející předsednictví Rady EU by podle něj mělo ukázat moderní a odvážnou tvář České republiky. Oficiální představení loga našeho předsednictví se plánuje na listopad.

Diskuze se nemohla vyhnout komunikaci českého předsednictví směrem k občanům s heslem: Evropě to osladíme. A. Vondra zdůraznil, že klip byl natočen s úmyslem upozornit Čechy, že naše republika bude předsedat Radě EU. A to se podle vlny reakcí v médiích i řad veřejnosti podařilo. „Brzy vám budu moci na číslech z průzkumů veřejného mínění dokázat, že kampaň s cílem upozornit na předsednictví byla úspěšná,“ uvedl místopředseda vlády.

Druhá fáze kampaně, která opět využije český vynález kostky cukru, bude již směřovaná k občanům celé EU a bude pochopitelně jiná. Zároveň již bude prezentovat i logo našeho předsednictví.

Zástupci podnikatelů z Hospodářské komory ČR a Svazu průmyslu a dopravy ČR se shodli na přínosu dobrého jména ČR v zahraničí pro obchod. K tomu přispívá i aktivita politiků, kteří v zahraničí mohou český průmysl hodně a vhodně podpořit.

S. Kázecký ze SP ČR se dotkl i problematiky Lisabonské smlouvy, jejíž odmítnutí v době našeho předsednictví by nadělalo podle něj mnoho škody a znegovalo celé velké snažení o budování české image.

Jako poslední vystoupil L. Kopecký, který se dlouhodobě budování značky státu věnuje na Univerzitě Karlově. Jeho tým před dvěma roky v průzkumu, jak si stojí značka Česká republika, dospěl k nepříliš pozitivním výsledkům. I on zmínil potřebu jednotné prezentace státu, na které se již dnes pracuje.

(tz)

Společnost Eurolux se přejmenovala na EXX, změnila také vizuální styl

Společnost EXX (dříve Eurolux) dospěla v roce 2007 k rozhodnutí, že dosavadní název a logo již neodpovídají jejímu zaměření a rozhodla se pro změnu názvu i vizuálního stylu. Oficiální představení změn proběhlo v rámci slavnostního večera v říjnu 2008 v prostorách společnosti, za přítomnosti mnoha významných osobností ze světa designu a architektury.

V rámci slavnostního večera bylo oficiálně pokřtěno nové logo společnosti EXX z dílny Studia Najbrt. Křest uzavřela laserová show v režii Michala Cabana. Slavnostnímu večeru předcházela tisková konference a prezentace EXXu noviná-

řům za účasti vzácného hosta – světoznámého architekta Jana Kaplického.

Společnost EXX (dříve Eurolux) se rozhodla novým vizuálním stylem z dílny Studia Najbrt zřetelně deklarovat své zaměření na design, stát se výrazným partnerem pro cílovou skupinu zákazníků a jasně se vymezit vůči konkurenci. EXX chce dále svoji hodnotu aktivně budovat a zařadit se mezi prestižní novodobé české značky.

Společnost byla založena v roce 1995 jejím dosavadním majitelem Jindřichem Lukavským, a je specialistou na osvětlení a interiéry. Nabízí komplexní řešení v oblasti osvětlení a interiéru

a široký sortiment svítidel a nábytku. Dnes se EXX opírá o téměř 130 pracovníků ve 4 pobočkách a kvalitu poskytovaných služeb dokazují mnohé prestižní reference: O2 Arena, sídlo ČSOB Praha, sídlo České Pojišťovny Praha, prodejny O2 v celé ČR a SR a další. EXX je zřizovatelem a jedním z hlavních partnerů Nadace Leontinka, založené v roce 2005 a zaměřené na pomoc zrakově postiženým dětem.

Korporátní design EXX vytvořilo Studio Najbrt, jehož zakladatel Aleš Najbrt k této zakázce uvedl: „Spolupráci doporučilo několik špičkových designérů, jako je například Michal Froněk ze studia Olgoj Chorchoj, kteří s EXXem spolu-

pracují. Zaujal nás také úspěch firmy a korektní jednání od začátku naší spolupráce. Snad to nebude znít špatně, když řeknu, že jsme s výsledkem spokojeni velmi a vizuální styl EXXu se objeví v mnoha našich prezentacích.“

Vizuální styl EXX je založený na minimalistickém typografickém logotypu, jehož charakteristickým prvkem je převrácené prostřední „x“, které vyjadřuje flexibilitu a otevřenost k tvůrčím a překvapivým řešením. Základní barvou vizuálního stylu EXX je metalická zlatošedá – je nenápadná a elegantní, avšak díky metalickému provedení působí výjimečně a luxusně.

(tz)

Další pivní unikát

Náchodský pivovar přišel po dvou letech na český pivní trh opět s unikátní novinkou. Jedná se o svrchně kvašené tmavé pivo anglo-irského původu – PRIMÁTOR® Stout. Tento druh piva je na rozdíl od výrazné většiny piv vyráběných dnes v českých pivovarech odlišný především způsobem výroby. Ta využívá infuzní technologii vaření a kvasinky svrchního kvašení. PRIMÁTOR® Stout je svrchně kvašené pivo vyrobené ze čtyř druhů sladů (českého, bavorského, nakuřovaného, barvicího), praženého ječmene, nesladovaného ovsa a z originálních britských chmelů. Pro toto pivo je charakteristická velmi tmavá barva, výrazná chuť praženého ječmene, silná hořkost, ovocné tóny, krémová plnost a smetanová pěna. V portfoliu Pivovaru Náchod doplní ostatní speciální piva typu Weizenbier a English Pale Ale.

„Jedná se o další přirozený krok v naší filosofii – Specialisty na speciály – s cílem obohatit český pivní trh o netradiční produkci a neomezovat spotřebitelské chutě pouze na jeden typ piva, konkrétně český ležák,“ uvedl Josef Hlavatý, generální ředitel a místopředseda představenstva Pivovaru Náchod, a. s., člen prezidia Českého svazu malých nezávislých pivovarů a člen předsednictva Českého svazu pivovarů a sladoven. „Uvědomujeme si, že se tak trochu dáváme do boje se značně konzervativním přístupem českého konzumenta piva, ale právě zvyšující se odbyt v segmentu speciálních piv v posledním období nám potvrzuje, že i u nás se po letech

izolace a zakonzervování spotřebitelských zvyklostí postupně objevuje skupina konzumentů, která je ochotná experimentovat a neomezuje se jen na uniformní řadovou produkci,“ dodal Josef Hlavatý.

Nové pivo PRIMÁTOR® Stout bude nabízeno nejširší veřejnosti prostřednictvím obchodních řetězců a nezávislé maloobchodní sítě, v další fázi pak bude dodáváno do sítě vybraných gastronomických zařízení. Pivo bude vyráběno ve vratných lahvích typu NRW o objemu 0,5 l. Pro gastronomické účely budou k čepování využívány sklenice se speciálním designem. Na podporu prodeje pivovar připravuje řadu marketingových aktivit, k nimž budou patřit především ochutnávky v místě prodeje, dále k tomuto účelu speciálně vyrobené POS/POP, a to vše v kombinaci s komunikačními a PR aktivitami prostřednictvím tisku a dalších médií. Pivovar plánuje v budoucnu vyrábět přibližně 2000 hl tohoto speciálního druhu piva.

V současné době náchodský pivovar nabízí nejširší sortiment piv v ČR, od nealkoholického přes klasické výčepní pivo až po ležáky. Dále vyrábí ucelenou řadu pivních speciálů včetně nejsilnějšího průmyslově vyráběného piva PRIMÁTOR® Double 24% a unikátních svrchně kvašených piv – pšeničného kvasnicového piva Weizenbier a anglického typu piva English Pale Ale. Vedle této produkce pivovar vyrábí ucelenou řadu nealkoholických nápojů.

(tz)

► pokračování ze str. 16

Označení České pivo zároveň představuje příležitost uspět na trhu s tak jedinečným produktem, jakým naše pivo nepochybně pro pivovary, které vymezené podmínky respektují, je,“ dodal Jan Veselý

Koncem roku 2004 Sdružení České pivo, jehož členy jsou Český svaz pivovarů a sladoven, Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a. s., PMS Přerov, a. s., a Pivo Praha, s. r. o., podalo žádost na Úřad průmyslového vlastnictví

o zapsání zeměpisného označení České pivo v rámci Evropské unie. Následná tříletá jednání nakonec vedla k tomu, že v lednu 2008 došlo k vyvěšení konečné verze žádosti na webových stránkách Evropské komise a členských zemích byla dána možnost podat námítky. Po ukončení šestiměsíční lhůty bylo v červenci letošního roku podávání námitek ukončeno.

Evropské zeměpisné označení České pivo mj. charakterizuje vůni světlého a tmavého piva, jeho chuť, intenzitu hořkosti, barvu, která musí

být zlatožlutá. Pivo je jiskrné, s kompaktní bílou pěnou. Dále specifikuje suroviny, které musí být k výrobě piva použity, jako jsou ječný slad, chmel, voda odpovídající kvality a druh používaných kvasinek, které zaručují technologii tzv. spodního kvašení. Rovněž je vymezena geografická oblast Čech, Moravy a Slezska, která spadá do území, na němž je jedině možné produkovat české pivo. Součástí žádosti je i dokazování původu, tedy historie a tradice výroby piva na našem území již od předso-

vanského období. Samotná technologie výroby piva výslovně specifikuje originální, nezaměnitelný postup výroby českého piva a také způsob kontroly, jak jsou technologické postupy dodržovány. Zmiňován je i um českých sládků získaný studiem na českých pivovarských školách. Pivovary, které vyhovují podmínkám evropského zeměpisného označení, mohou označení České pivo používat na etiketě obalu, ať již lahve, nebo plechovky apod.

(tz)

Nejlepší firemní web má ČEZ

Soutěž o nejlepší firemní webovou prezentaci WebTop100 2008 zná své vítěze. Nejlepší firemní web má podle odborné poroty v čele s předsedkyní Danou Běrovou společnost ČEZ.

Sedmý ročník soutěže WebTop100 oceňuje kvalitu zpracování firemních internetových prezentací a jejich přínos pro uživatele zná své vítěze. Žebříček soutěžních webů nejvýznamnějších firem podnikajících v České republice vyhrála společnost ČEZ (www.cez.cz). Na druhém místě se umístily stránky společnosti T-Mobile (www.t-mobile.cz), následované webem společnosti Česká pojišťovna (www.ceskapojistovna.cz). O výsledcích rozhodla odborná porota složená ze specialistů na internetový marketing a odborníků na jednotlivé segmenty podnikání. Pořadatelem projektu WebTop100 je konzultační centrum Dobrý web.

V letošním ročníku bylo hodnoceno téměř 190 firemních prezentací. Kromě vítěze v hlavním žebříčku WebTop100 byli na slavnostním galavečeru v disco klubu Pacha v Praze vyhlášeni vítězové 10 oborových žebříčků, kam byly firmy zařazeny podle oboru podnikatelské činnosti, dále nejlepší web v kategorii Microsite a výherci tří speciálních cen – marketingové, designové a uživatelské trefy.

Metodika hodnocení zahrnuje podrobný

pohled na webové stránky v pěti hodnocených oblastech. Vedle nejdůležitějšího hodnotícího kritéria, kterým byl přínos webu pro uživatele, se dále hodnotila také použitelnost, grafický design, technické řešení a marketing. Výsledky soutěže tak poskytují důležitou zpětnou vazbu nejen pro internetové uživatele, ale především pro majitele webů a jejich tvůrce, kteří obdrží písemná podrobná hodnocení s tipy na zlepšení svých webů. Přehled výsledků je k dispozici na stránkách projektu WebTop100.

Součástí projektu WebTop100 je i každoroční celodenní odborná konference. Její bohatý program byl tentokrát rozdělen do čtyř bloků. První blok se věnoval tomu, jak správně uchopit redesign korporátního webu a jakých chyb se vyvarovat. Ve druhém bloku s názvem 2 slidy teorie, 10 minut praxe byly prostřednictvím případových studií prezentovány nové a netradiční možnosti internetové propagace. Nechyběly ani komentované ukázky stále opakovaných chyb, které se na firemních webech vyskytují. Odpolední blok byl věnován moderním technologiím a trendům ve vlastním podnikání. V závěrečné části konference byl hodnocen současný stav firemních webů pohledem žebříčků WebTop100.

(tz)

Na zahraničních trzích nám hodně pomáhá průmyslový design

Společnost UJP Praha a.s. je jednou z těch, které se podařilo nejen úspěšně etablovat na tuzemském trhu, ale prosadit se i v tvrdé zahraniční konkurenci. Když pátráte, v čem tkví tajemství tohoto úspěchu, dozvíte se, že vedle dlouhodobě vytvářeného know-how, kvalitních produktů, špičkových obchodníků a dobrého zázemí za to vděčí také spolupráci s designerským studiem. Na podrobnosti jsme se zeptali Ing. Mariny Linhartové, obchodní ředitelky firmy.

Jaké jsou vaše zkušenosti s aplikací průmyslového designu?

O změně designu našich výrobků, zejména zdravotnické techniky, jsme uvažovali již dávno. Na základě získaných referencí jsme nakonec oslovili studio Faktum Design a ve spolupráci s ním dospěli k novému modernímu a jednoduchému designu našich zařízení, který, vedle technických vlastností, pomáhá uplatnit tyto výrobky na světových trzích. Naši spolupráci jsme založili na společném cíli – přinést prostřednictvím designu maximální možný obchodní efekt, a to se podařilo.

Můžete uvést, o které výrobky se konkrétně jedná?

Mám na mysli plně elektronicky řízený rentgenový simulátor TERASIX, který splňuje veškeré nároky na přesnou radioterapeutickou léčbu a ozařovací komplet TERABALT, jež je představitelem nové moderní generace v megavoltové kobaltové radioterapii. Tyto výrobky si postupně, zčásti i za přispění služeb agentury CzechTrade, budují svoji pozici na světových trzích. Samozřejmě že to není jen díky kvalitnímu designu. Naše výrobky jsou certifikovány a navrhujeme je tak, aby při nejvyšších užitných vlastnostech respektovaly všechna možná známá rizika. Využíváme k tomu nejmodernější poznatky vědy a techniky, technickou normalizaci, právní předpisy, klinickou praxi, vývojové nástroje pro analýzy a hodnocení rizik a další informační zdroje. Zavedený systém jakosti zajišťuje takovou kvalitu dodávaných výrobků, aby splnila očekávání našich zákazníků.

Vaše produkty jsou na tuzemském trhu velmi žádané. Ale – kam je vyvážíte?

Například do Kazachstánu, Ruska, Moldávie, Slovenska, Maďarska, Bulharska. Jako dodavatel zdravotnické techniky se naše společnost zúčastnila realizací humanitárních projektů Mezinárodní atomové agentury IAEA do Indonésie, Mongolska, Kyrgyzstánu a dalších zemí.

Již jste zmínila pomoc agentury CzechTrade. V čem především spočívá?

Služby CzechTrade využíváme již delší dobu. Jsou pro nás přínosné unikátní informace o vybraných světových trzích, využíváme kontakty zahraničních i regionálních zástupců agentury. Plánujeme, že rozšíříme spolupráci s nimi a využijeme ji pro prezentaci naší společnosti v jednotlivých částech republiky. A nemohu zapomenout také na účast na seminářích a vzdělávacích kurzech, které agentura pořádá. Naši pracovníci tak získávají nové dovednosti, které využívají nejen na tuzemském trhu, ale zvláště při obchodování v zahraničí.

UJP Praha a.s. má statut jaderného zařízení a zaměstnává okolo stovky pracovníků. Projekty, které realizujete, představují svým charakterem a úrovní významný přínos pro rozvoj českého průmyslu. Které vy osobně považujete za nejdůležitější?

Patří mezi ně mimo jiné budování centra zdravotnické techniky pro radiační onkologii, centra pro hodnocení zbytkové životnosti a stanovení řízeného stárnutí technologických celků nebo vývoj speciálních materiálů na bázi wolframu.

Nezanedbatelným oceněním kvality práce společnosti je účast na evropských výzkumných programech v oblasti materiálového výzkumu, programy vývoje technologií a výzkumu materiálů používaných v jaderné energetice. Máme také zkušenosti s návrhem a výrobou kontejnerů pro přepravu a uložení zdrojů ionizujícího záření. Naše strojírenská výroba je založena na výsledcích vlastního výzkumu a vývoje.

Co byste na závěr doporučila firmám, které ještě s investicí do průmyslového designu váhají?

Aby neváhaly a pospíšily si. Investice do kvalitního designu se vždycky vyplatí. A dovolím si v této souvislosti citovat prezidenta Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace Pavla Brabce: „Design je zhmotněním marketingu. Vzbuzuje emoce, a právě ty často rozhodují o tom, co si zákazník koupí. Bez

dobrého designu může i kvalitní výrobek ztratit desítky procent.“

za rozhovor poděkovala Jana Jenšíková



Ing. Marina Linhartová, obchodní ředitelka společnosti UJP

Kontakt: CzechTrade

Česká agentura na podporu obchodu

Dittrichova 21, 128 01 Praha 28

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

E-mail: info@czechtrade.cz

www.czechtrade.cz

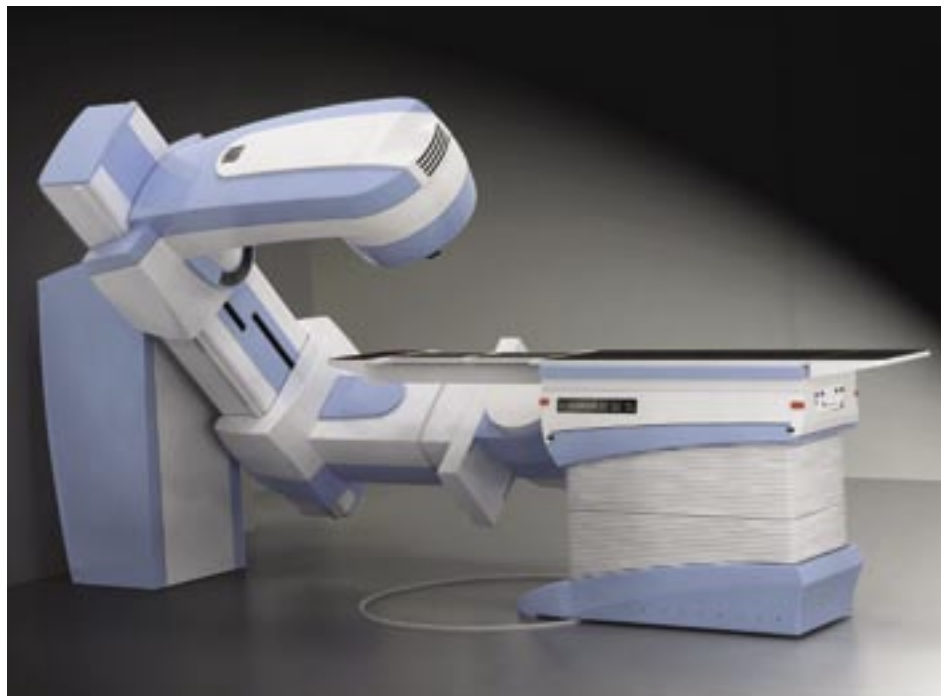


www.euroservis.cz



TERABALT: Technické provedení, design a účelnost řešení kompletu dává záruku vysoké užité hodnoty v klinické praxi při léčbě nádorových onemocnění. Úroveň a kvalita výrobku zaručuje splnění veškerých požadovaných a obecně uznávaných kvalit na přístrojové vybavení radioterapie. Design a celkové tvarování přístroje splňují všechna kritéria, která jsou kladena na moderní zdravotnický přístroj. Důraz je kladen zejména na měkké linie přístroje společně s decentní barevností, které mají pozitivní psychologický dopad na pacienta.

Ocenění: Inovace roku 2006, Vynikající design 2007



TERASIX: Přístroj představuje zcela novou generaci klasických rentgenových simulátorů s originální technologií VirtualBeamView. Klasické pravouhlé omezovače polí jsou nahrazeny virtuálními digitálními omezovači libovolného tvaru pole. Výsledná vizualizace vzniká spojením digitální optické projekce na pacientovi a projekce reálného rentgenového snímku překresleného virtuálním obrazem omezovače pole pomocí dvojice řídicích počítačů komunikujících v reálném čase. Tak lze provádět simulace složitých radioterapeutických procedur, jež na běžných přístrojích prakticky není možná. Přístroj tvarově navazuje na zařízení TERABALT použitím obdobného tvarového přístupu k celkovému řešení designu. Krytování je složeno z odnímatých krytů rozdělených na menší segmenty. Jednotlivé díly krytu jsou pak barevně sladěny do celkového kompletu.

Ocenění: HOSPI Medica Award 2007

Servis CzechTrade

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Referenční číslo:	Země určení:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	E-mail:	Popis poptávky
POCZ200854072	Dánsko	09. 10. 2008	08. 01. 2009	bohupil.sevcik@czechtrade.cz	Dánský obchod poptává mák pro pekaře v balení po 25 kg. ➡
POCZ200854073	Německo	09. 10. 2008	08. 01. 2009	frank.giese@krafraum-design.de	Německá firma má zájem o stříbrné a módní šperky a bižuterii. ➡
POCZ200854077	Německo	09. 10. 2008	08. 01. 2009	info@galke.com	Německá firma hledá v ČR výrobce/dodavatele biosurovin, zdravé výživy a potravin rostlinného původu. ➡
POCZ200854079	Dánsko	09. 10. 2008	08. 01. 2009	contact@agendaconsulting.net	Dánská firma má zájem o spolupráci v oblasti organizace incomingu pro důležité obchodní partnery z třetích zemí (tj. mimo EU, EHS a Švýcarska). ➡
POCZ200854081	Lotyšsko	09. 10. 2008	08. 01. 2009	iplavins@gmail.com	Lotyšský výrobce parfémů hledá v ČR výrobce flakonků – manufacturer of glass scent-bottles. ➡

DHL Freight nabízí zákazníkům komplexní stěhovací služby

DHL Freight, evropská vedoucí společnost v oblasti pozemní přepravy, rozšířila portfolio svých služeb o novinku MOVING – komplexní stěhovací služby v rámci České republiky i celé Evropy. Využívat ji mohou zákazníci od letošního září.

Služba MOVING individuálně navrhuje rychlé a spolehlivé řešení, šité na míru každé společnosti. Jejím prostřednictvím je možné přestěhovat i těžká břemena s hmotností až do 1000 kg, jako jsou různé trezory nebo bankomaty. Oproti jiným specializovaným dopravním firmám nabízejícím různé typy stěhování, ve většině případů v systému „z domu do domu“ a bez návaznosti na další důležité doplňkové služby, společnost DHL Freight poskytuje komplexní stěhovací služby od A do Z.

„Zavedením této nové služby chceme našim zákazníkům poskytnout skutečně plný servis při stěhování v rámci celé Evropy. Komplexní servis služeb je ve všech oblastech přepravy v rámci EU stále více upřednostňován a stává se žádaným standardem. Oblast stěhování k nim bezesporu patří,“ řekl Petr Kotora, Freight Specialities Manager.

Společnost DHL Freight díky službě MOVING přestěhuje kancelář nebo celou firmu „za chodu“ bez časových omezení s využitím víkendů, svátků nebo nočních hodin. Součástí služby je také zajištění montáže a demontáže nábytku, na zakázku vyrobený obalový materiál, přepravní bedny (včetně fumigační certifikace), přeprava, případně uskladnění zásilek či příprava celních dokumentů a proclení.

(tz)



Mezi podnikateli boduje portál BusinessInfo

První místo mezi českými internetovými stránkami pro podnikatele potvrdil oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz, který provozuje agentura CzechTrade. Jako první volbu ho uvedlo 12 % respondentů.

Vyplynulo to z pravidelného průzkumu zjišťujícího „povědomí o značce“ mezi uživateli internetu, kteří hledají informace o podnikání

v České republice. BusinessInfo.cz obhájil také loňskou pozici jedničky mezi portály, které si respondenti vybaví spontánně. Celkem 22 % procent z dotazovaných 581 účastníků jmenovalo BusinessInfo.cz, když mělo uvést deset českých webových stránek s informacemi pro podnikatele. Na druhém místě skončil portál Finance.cz se 17 % a o třetí příčku se s 16 % dělily portály Mesec.cz a Justice.cz.

BusinessInfo.cz si v průběhu roku 2008 upevnil pozici mezi návštěvníky internetu, kteří si na něj vzpomenu jako na první, když přijde řeč na portály pro podnikatele. Oproti roku 2007 si polepšil o další procento a posunul se z 11 % na 12 %. Za ním skončily s 9 % portály Finance.cz a Seznam.cz.

Dalším úspěchem je posun ve sledování tzv. spontánní znalosti značky. V září 2008 si

nocení jednotlivých kritérií vybraných portálů se BusinessInfo.cz drží na vedoucí pozici u šesti ze sedmi kritérií (množství informací na portále, úplnost, struktura informací, aktuálnost, důvěryhodnost, grafické zpracování a celková spokojenost).

Během roku 2008 dosáhl oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz také nárůstu návštěvnosti. Zatímco letošní průměr je 200 000 návštěvníků měsíčně, v roce 2007 to bylo v průměru 180 tisíc unikátních návštěv za měsíc.

Provoz portálu BusinessInfo.cz garantuje agentura CzechTrade. Uživatelé na něm nejčastěji vyhledávají informace týkající se financí, daní, legislativy či nejrůznějších právních úkonů. Ve spolupráci s CzechTrade portál neustále aktualizuje databáze exportních příležitostí s možností podrobného filtrování a informace z oblasti zahraničního obchodu, jejichž součástí jsou tzv. Souhrnné teritoriální informace. V rámci sekce Evropská unie přichází nyní portál aktuálně s novou rubrikou, která bude společnou informační platformou pro podnikatelskou veřejnost v rámci chystaného předsednictví České republiky v Radě EU.

V rámci hod-

(tz)



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export



Oficiální portál pro podnikání a export

Klíčové a spolehlivé informace pro podnikatele a exportéry

www.businessinfo.cz



Formuláře

Životní situace

Orientace v právních úkonech

Kalendář akcí

Podpory a dotace

Exportní příležitosti

Globální průzkum KPMG:

Sazby daně z příjmu právnických osob po celém světě klesají

S poklesem sazeb daně z příjmu právnických osob se v celosvětovém měřítku stále více uplatňují nepřímé daně. Vlády se tedy více zaměřují na daně ze zboží a služeb, aby vyrovnaly schodky v příjmech veřejných rozpočtů. To má zásadní dopad na podnikatelské prostředí.

Z průzkumu ve 106 zemích vyplývá, že v minulém roce poprvé od roku 1994 nedošlo ani v jedné zemi ke zvýšení sazby daně z příjmu právnických osob. Širší daňová základna a přísnější vymáhání daní však ukazují, že nepřímé daně nabývají nového, globálního významu.

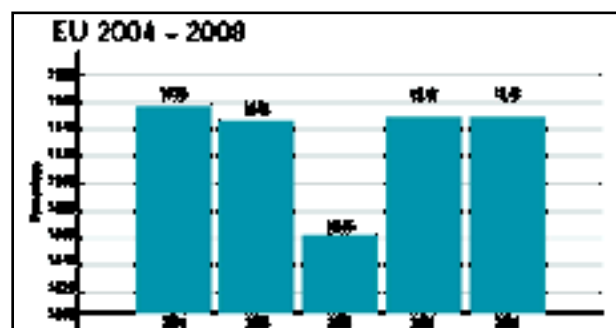
Sazba daně z příjmu právnických osob dosahuje v celosvětovém průměru hodnoty 25,9 %, což představuje meziroční pokles o necelé 1 %. Nejnižší průměrné sazby daně z příjmu právnických osob stále nacházíme v Evropské unii, kde průměrná sazba poklesla od roku 2007 o 1 % na 23,2 %. Nejvyšší průměrné sazby jsou v regionu Asie a Tichomoří. Zde poklesly o 0,8 % na 28,4 %.

Také v České republice je evidentní tendence ke snižování daně z příjmu právnických osob. Jen za poslední rok tato daň klesla o celá 3 %. Se sazbou 21 % se tak Česká republika pohybuje pod celoevropským průměrem.

Nejnižší sazby jsou v regionu Asie a Tichomoří, kde se pohybují na úrovni 11,14 %. Ale i zde od roku 2006 stoupla průměrná sazba o 0,5 %.



Již několik let lze pozorovat náznaky, že vlády po celém světě obracejí svou pozornost k nepřímým daním. Letos je ale tento trend mnohem zřetelnější. Sazby nepřímých daní se příliš nemění, zatímco sazby daně z příjmu právnických osob jsou soustavně tlačeny dolů. Stále více vlád zavádí systémy daně z přidané hodnoty – v současné době je má již 135 zemí a další se k tomu chystají. Neustále také roste okruh transakcí, které jsou předmětem těchto daní. Daňové orgány se více zaměřují na efektivní výběr nepřímých daní.



V EU čelí společnosti novým regulačním požadavkům a vládním opatřením, jejichž cílem je zpřísnit vymáhání daní. Například v Německu se v jedné spolkové zemi připravuje pilotní program, který by regulaci DPH svěřil do rukou specializovaných kanceláří. Stejný postup pak bude pravděpodobně zaveden v celém Německu.

„Ve světě, kde společnosti a jejich zisky vykazují stále větší mobilitu, představují daně ze spotřeby zdroj příjmu, kterému málokterá vláda může odolat. Čerpají totiž nejen ze zisků právnických osob, ale i z celé ekonomiky. Spíše než velké částky v delších časových rozestupech poskytují soustavný příliv zdrojů. Nepřímé daně se také ve srovnání s daněmi z příjmu právnických osob v okamžiku, kdy se stanou splatnými, mnohem rychleji vybírají,” uvedl Jan Žurek, partner společnosti KPMG Česká republika odpovědný za daňové poradenství.

A dodal: „Na celém světě pozorujeme pozvolný ústup od retrospektivního zdanění pomocí daně z příjmu právnických osob a naopak orientaci na zdanění v reálném čase, což po daňových odděleních

vyžaduje, aby disponovala informacemi o dění ve svém podniku v reálném čase a měla také mnohem podrobnější přehled o transakcích a souvisejících daňových postupech, než je tomu dnes.“

Ačkoliv mezinárodní konkurence i nadále tlačí daně z příjmu právnických osob dolů, mnohé naznačuje, že i v této oblasti se vlády snaží výběr daní zpřísnit. Jednou z nových oblastí daňové regulace, kde panuje zvýšená aktivita, jsou převodní ceny (transfer-pricing). Stále více zemí totiž zavádí pravidla k regulaci cen, za které společnosti v rámci jedné nadnárodní skupiny mezi sebou realizují koupe a prodeje přes hranice států.

Panuje určité napětí mezi nepochybným ekonomickým přínosem pro všechny zúčastněné, který představují efektivní dodavatelské řetězce a volnější obchod, a potřebou vlád zajistit si své příjmy.

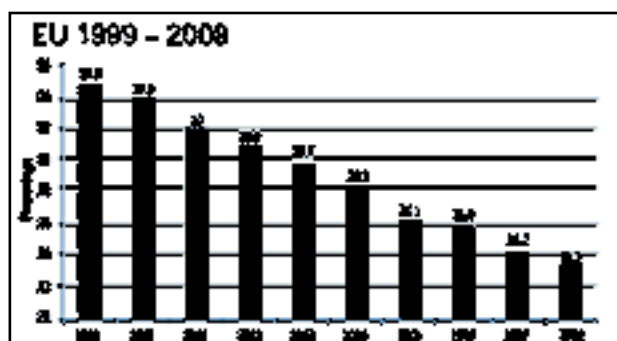
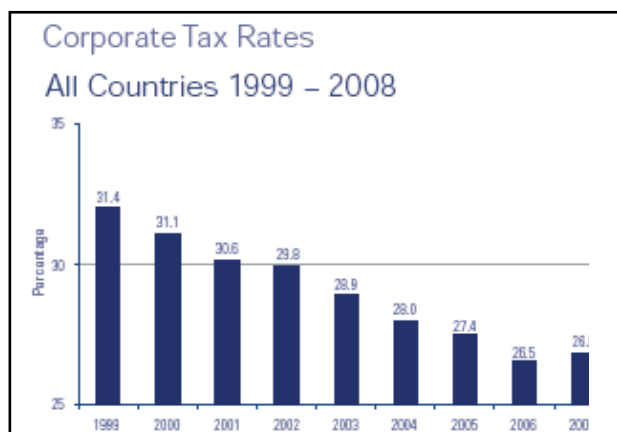
Daňoví odborníci jsou v samém centru tohoto dilematu. Musí zachovat přínosy, které pro vlády jednotlivých zemí plynou z efektivního přeshraničního obchodu, a zároveň pomoci vytvořit nové fiskální politiky, které tyto země budou potřebovat, mají-li získat svůj podíl na globálním bohatství. Spolu s potřebou mnohem větší celkové informovanosti, kterou vyžadují nové daňové systémy vznikající po celém světě, je právě toto důvodem, proč je dnes více než kdy jindy nutný progresivní, do budoucna zaměřený a hodnotově orientovaný přístup k problematice daní z příjmu právnických osob.

Poznámka:

Průzkum KPMG International v oblasti daní z příjmu právnických osob a nepřímých daní probíhá každoročně již od roku 1993. V současné době zahrnuje 106 zemí, z toho 30 členských zemí OECD, 27 zemí EU, 20 zemí z regionu Asie a Tichomoří a 20 zemí z regionu Jižní Ameriky. Letošní průzkum porovnává daně z příjmu právnických osob k 1. dubnu 2008 oproti hodnotám k 1. lednu zpětně až do roku 1999. Letos poprvé zahrnuje i informace o daních z přidané hodnoty nebo daních ze zboží a služeb v 90 zemích za pět let dozadu. Do průzkumu přispívají daňoví odborníci z celosvětové sítě členských společností KPMG.

(tz)

Země	1. 4. 2008 (%)
Irsko	12.5
Maďarsko	16
Island	18
Polsko	19
Slovensko	19
Turecko	20
Česká republika	21
Rakousko	25
Dánsko	25
Řecko	25
Portugalsko	25
Švýcarsko	25.45
Nizozemsko	25.5
Finsko	26
Korea	27.5
Mexiko	28
Norsko	28
Švédsko	28
Spojené království	28
Německo	29.51
Lucembursko	29.63
Austrálie	30
Nový Zéland	30
Španělsko	30
Itálie	31.4
Francie	33.33
Belgie	33.99
Kanada	36.1
Spojené státy	40
Japonsko	40.69



Sazba nepřímé daně (daň ze zboží a služeb nebo daň z přidané hodnoty, DPH) dosahuje v celosvětovém průměru 15,7 % a za posledních pět let se příliš nezměnila. Průměrné sazby nepřímých daní v EU jsou však nejvyšší na světě a dosahují úrovně 19,49 %. K evropskému průměru se v tomto případě řadí i Česká republika, kde se sazba nepřímé daně od roku 2005 drží na 19 %.

Prosperita

Prosperita? Především!
Nic jiného neřeším.

Mediální poradenství

Víme,
jak vás prosadit

Dovedeme vaši společnost k tomu správnému obrazu v médiích.

- připravíme mediální plán
- naznačíme, jak komunikovat s médii
- uspořádáme tiskové konference
- postaráme se o psaní a distribuci vašich tiskových zpráv
- budeme pečovat o vaše vztahy s médii a veřejností

Naše služby jsou včetně profesionálního grafického zpracování. Kvalitní zázemí považujeme za samozřejmost. Nabídka se vyplatí i malým společnostem. Jistě si zasloužíte, aby pozitivní povědomí o vaší společnosti rostlo.

Kontaktujte nás.

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



...proč by se na čas měly přibrzdit naše úvahy o vstupu do eurozóny

Vyjádření prezidenta SP ČR Jaroslava Míla k současné finanční krizi

Na dnešní světové finanční krizi lze najít několik pozitivních aspektů. V podobných situacích se objevuje příležitost pro skutečné lidry, kteří by byli schopni zajistit prosperitu země na příští desetiletí. Pozitivem je, že Evropská unie jako celek nebude mít dostatek financí na realizaci nesmyslných návrhů, které jsou v její agendě. V tomto smyslu je škoda, že krize nepřišla dříve, neboť jinak by nedošlo ke schválení legislativy typu REACH. Dalším pozitivem je to, že svět vidíme ve skutečných barvách, a nikoliv tak, jak je nám předstírá a prezentován.

Již nyní ze současné finanční krize vyplývá několik závěrů. Tím prvním je odhalení skutečnosti, že politici neřeší situace v předstihu, ale až když dospějí do kritického stavu. Tedy pokud problémy dosáhnou stavu, kdy jsou viditelné a není je možno před občany zatajovat. To, že na americkém realitním trhu existuje bublina a jaké dopady může při svém splasknutí mít, bylo předmětem analýz a diskuzí již před třemi lety. V samotných Spojených státech byla však podobná debata zcela ignorována.

Horší je, že v době, kdy finanční krize propukla, Evropa ústy řady státníků a představitelů Evropské komise bohorovně tvrdila, že se Evropy vlastně netýká a že Evropa je bezpečná. Navíc tuto zavádějící rétoriku oslazovali výroky o tom, že slabý dolar není náš problém. Nic nebylo dále od pravdy než právě takováto sdělení.

Co pro nás musí být odstrašujícím příkladem, je způsob řešení nastalé finanční krize. Chaos, nekompetentnost, nekvalifikovanost. A uzavírání dohod, ačkoliv žádná ze stran nebyla ochotna je respektovat. Ukazuje se, že někteří představitelé početně největších zemí eurozóny ignorovali svou zodpovědnost a řeší své problémy na úkor ostatních. Nejde jen o to, že Německo se samostatně rozhodlo pojistit bankovní vklady. Evropská unie jako celek zklamala, jelikož Evropská



Ing. Jaroslav Míl

komise a jednotlivé země se začaly chovat veskrze sobecky. Tento přímý rozpor se všemi pravidly společenství otrásá jeho důvěryhodností. I to je jeden z důvodů, proč by se na čas měly přibrzdit naše úvahy o vstupu do eurozóny.

Je evidentní, že diskuze ohledně zavedení eura v České republice bude odložena, neboť zvažovat v bouřlivých dobách systémové záležitosti je kontraproduktivní. Vraťme se k projednání termínu přijetí eura po příštích šesti měsících, tedy ve druhém čtvrtletí příštího roku.

Do té doby budeme muset řešit dopady finanční krize na Českou republiku. Jakkoli

je náš bankovní systém zdravý, mateřské společnosti našich bank jí budou zcela určitě dotčeny. Dá se proto očekávat, že zpřísní podmínky pro poskytování úvěrů od našich domácích bank pro poskytování úvěrů tuzemským podnikatelům, kteří by chtěli expandovat v zahraničí. V tom vidím velkou příležitost pro Českou exportní banku, která by mohla vyplnit tuto mezeru. Jedinou šancí, které naše hospodářství má, je nahradit exportní ztráty trhů, které procházejí brutální recesí, vývozem na trhy, kde se lépe uplatní.

Mnohé firmy se již potýkají s nedostatkem zdrojů pro investice do výroby a pro inovace a pro výrobu produktů s vyšší přidanou hodnotou. Problémy překonají v podstatě dva typy podniků. První, který bude mít inovativní produkty, s nimiž se dostane zejména na takové trhy, jako je Rusko, a pak ten podnik, který bude umět v čase dobře řídit své náklady. Ne všem se to bohužel podaří, což přinese českému hospodářství vyšší míru nezaměstnanosti. V této souvislosti se opět ukazuje jako chybný krok jakkoliv měnit zákoník práce. Až krize začne odeznívat, měli by podnikatelé působit v prostředí, v němž by mohli flexibilně a snázeji nabírat nové pracovníky. Ostatně jak potvrzují nejčerstvější statistická čísla, pouze jeden až dva podniky z deseti jsou dnes ochotny nabírat nové pracovníky.

Dopady světové finanční krize by mohly

prohloubit některá opatření Evropské unie, zejména energeticko-klimatický balíček. Náklady na jeho zavedení dosáhnou v EU ročně zhruba 73 miliard eur. Přirozeně, že tento krok povede ke zhoršení konkurenceschopnosti Evropy vůči takovým zemím, jako je Čína, Rusko, Indie, Brazílie, kde neovlivníme růst emisí CO₂. Přitom pokud by unie nepřijímala žádná opatření, podíl 27 zemí EU na globálním znečištění by se snížil v příštích letech o třetinu, a to ze současných patnácti procent v celosvětovém měřítku na deset procent.

Za implementaci zmíněného balíčku zaplatí země EU poklesem růstu HDP o 0,5 až 2 %. Jedině Francie na tom vydělá. A co se týká České republiky, naše poslední analýzy jasně ukazují, že cementáři, výrobci vápna, chemické a další odvětví budou vystaveny tak ostrému konkurenčnímu tlaku, že řada podniků bude uzavřena, výroba bude převedena do jiných zemí a ztraceny budou desítky tisíc pracovních míst.

Je také evidentní, že klimaticko-energetický balíček se stal nástrojem omezení konkurenceschopnosti některých nových členských zemí EU, včetně České republiky, s jejím průmyslovým potenciálem. A to ve prospěch starých zemí EU.

Je proto povinností našich politických představitelů odmítnout návrh energeticko-klimatického balíčku v plném rozsahu a nečekat, až se názory odborníků projeví v praxi. Příklady tu již máme. Vážně nebyla brána naše slova o hroziící potravinové krizi kvůli biopalivům. Ignorování poukazování na dopady finanční krize přineslo ztrátu finančních jistot. Dopady chemické legislativy pozná EU a Česká republika v brzké době. A o dopadech energeticko-klimatického balíčku, které mnohonásobně převyší vše to, co dosud bylo odsouhlaseno v EU, se právě rozhoduje.

Podnikatelé toho potřebují prosadit dost – a není divu

Zástupci 1600 tuzemských členských firem Svazu průmyslu a dopravy ČR vyzvali v závěru října na valné hromadě v Třinci českou vládu k jednání o opatřeních, která by pomohla podnikatelské sféře k překonání dopadů současné světové finanční krize. Ve výzvě vládě se objevily již delší dobu zdůrazňované požadavky na co nejrychlejší stanovení termínu pro přijetí eura. Zároveň podnikatelé požadují zefektivnění státní podpory pro přístup malých a středních podniků k úvěrům.

„V době finanční krize nejsme v klidu. Je proto třeba, aby vláda přijala opatření pro udržení a zvýšení konkurenceschopnosti našich firem. Zejména jde o to, aby podpořila zejména malé a střední podniky, kterým by byl zajištěn dostatek finančních prostředků,“ uvedl prezident SP ČR Jaroslav Míl.

„Podařilo se nám prosadit zelené karty, superhrubé mzdy. Podařilo se snížení daní a to, že firmy budou platit 19 %, parlament schválil. Podařilo se zpochybnit klimaticko-energetický balíček a pozastavit prosazení těchto návrhů v rámci Evropské unie,“ poukázal prezident SP ČR Jaroslav Míl na vliv SP ČR. Podle představitelů Svazu průmyslu a dopravy je však třeba pokračovat v reformách a razantněji se zasazovat o zájmy tuzemských podnikatelů, a to i v rámci Evropské unie. „Vyzýváme vládu ČR k důslednému postoji a k odmítnutí energeticko-klimatického balíčku, jehož přijetí by mělo pro tuzemské podniky výrazně negativní důsledky,“ uvádí se v dokumentu SP ČR.

V diskuzi na valné hromadě se však také objevil požadavek, aby vláda pozastavila zákaz pátečních jízd kamionů do doby překonání finanční krize. Při jednání s vládou by zástupci SP ČR chtěli zmínit i tento z požadavků dopravců.

Jasně cíle pro rok 2009

Valná hromada této nejvýznamnější zaměstnavatelské organizace v České republice přijala cíle pro rok 2009. Ve svém Programovém prohlášení SP ČR akcentuje již ve výzvě uvedený požadavek na to, aby byly českou vládou přijaty kroky nutné k co nejrychlejšímu přijetí eura a k zabezpečení větší energetické nezávislosti země.

V souvislosti s předsednictvím České republiky v EU Svaz požaduje, aby vláda při přípravě Směrnice obchodování s povolenkami na emise od roku 2013, kterou miní zavést Evropská komise, důrazněji podpořila ekonomické zájmy a konkurenceschopnost tuzemských podniků a pro odmítavé stanovisko využila závěrů studie zpracované na základě zadání SP ČR a MPO.

Aby měl zaměstnavatel možnost rozhodovat o pracovnících

V oblasti legislativy Svaz průmyslu a dopravy ČR požaduje důslednou implementaci metody RIA jako nástroje regulace zajišťující funkční, stabilní a transparentní, užívatelsky přívětivou a korupcezdornou legislativu. Současně Svaz požaduje pokračování procesu snižování administrativní zátěže podnikatelů, jeho součástí by mělo být přijetí zákona o elektronické komunika-

ci ve veřejné správě a tedy zrovnoprávnění formy listinné a elektronické komunikace.

V daňové oblasti SP ČR prosazuje, aby byl přijat nový zákon o dani z příjmů, který by podpořil vědu, výzkum a vzdělávání. Svaz také bude prosazovat, aby zaměstnavatelé byli odpovídajícím způsobem zastoupeni v orgánech, které rozhodují o politice vědy a výzkumu a její implementaci. Jde zejména o Radu pro vědu a výzkum či Technologickou agenturu ČR, jejíž založení SP ČR navrhuje.

Tuzemské podniky se v ostrém konkurenčním boji neobejdou bez flexibilní pracovní síly. Svaz se proto staví za novelu Zákoníku práce, jejíž součástí by byla možnost převedení zaměstnance k výkonu práce k jinému zaměstnavateli, zkrácení výpovědní doby, rozvolnění výpovědních důvodů ze strany zaměstnavatele, úpravu přesčasové práce ve vazbě na mzdové příplatky či větší využití dohod mimo pracovní poměr.

Svaz v návaznosti na strategii celoživotního učení bude žádat zpracování návrhů zákona, který by řešil problémy kompenzací nákladů zaměstnavatelů. SP ČR současně navrhuje zavést systém hodnocení úspěšnosti škol a chce obnovit činnost Rady vlády pro rozvoj lidských zdrojů ČR, která by měla posílit koordinaci prací v této oblasti a zajišťila by odpovídající účast zaměstnavatelů.

V oblasti environmentální politiky SP ČR považuje za nezbytné, aby došlo ke zpracování Klimatické politiky ČR, která by zohledňovala její dopady na konkurenceschopnost podniků.

Jedním ze zásadních požadavků SP ČR je za-

jištění energetických zdrojů. V souladu s platnou energetickou politikou a závěry Pačesovy komise je nezbytné vytvořit podmínky pro využití všech domácích zdrojů energie. Je proto nutné zrušit vládní usnesení o ekologických územních limitech těžby hnědého uhlí. Novelizovat je třeba energetickou a environmentální legislativu tak, aby zrovnoprávnila investory do všech energetických zdrojů a stimulovala výstavbu nových a modernizaci dosavadních zdrojů pro výrobu elektřiny a tepla.

Export – důležitější, než se zdá

V souvislosti s omezením poptávky na evropských trzích bude Svaz prosazovat aktualizaci programů MPO na podporu českých exportérů v prioritních zemích a aby došlo k rozšíření forem podpory financování exportu a navýšení jejich financování. V návaznosti na závěry studie Analýza bariér obchodů EU – USA, která bude zohledňovat poznatky a zájmy českých exportérů, vidí SP ČR jako důležité vypracovat návrhy na prohloubení obchodně-ekonomické spolupráce mezi EU a USA a předložit je při jednání Transatlantické ekonomické rady.

Ve vztahu k Evropské unii, které by české předsednictví mělo vtisknout své zájmy, požaduje SP ČR realizaci reformu a naplnění cílů Lisabonské strategie pro růst a zaměstnanost na národní úrovni. Svaz usiluje o to, aby došlo ke zrušení nebo podstatnému uvolnění přechodných opatření, která brání volnému pohybu pracovníků zemí EU v rámci společenství. Prosazuje i řádnou implementaci směrnice o službách.

(tz spcr)

www.autoroku.cz



credium

Svaz dovozců automobilů a Sdružení automobilového průmyslu ve spolupráci s generálním partnerem společností Credium vyhláší 15. ročník ankety Auto roku 2009 v České republice.

MINIVOZY, MALÉ VOZY	STŘEDNÍ TŘÍDY	MPV	SUV+OFF-ROAD	LUXUSNÍ, SPORTOVNÍ, KABRIOLETY	
Alfa Romeo MiTo	Citroën C5	Citroën Berlingo (osobní)	Audi Q5	Audi A3 Cabriolet	
Dacia Sandero	Honda Accord	Dodge Journey	BMW X6	BMW řady 1 Coupé/Cabrio	
Ford Fiesta	Lancia Delta	Hyundai H1 Tour	Fiat Sedici	BMW řady 7	
Honda Jazz	Mazda6	Fiat Fiorino (osobní)	Ford Kuga	Jaguar XF	
Hyundai i10	Mitsubishi Lancer	Chevrolet HHR	Jeep Cherokee	Renault Laguna Coupé	
Opel Agila	Škoda Superb	Chrysler Grand Voyager	Mercedes-Benz třídy GLK	Volkswagen Scirocco	
Seat Ibiza	Volkswagen Passat CC	Lancia Phedra	Nissan Murano	Subaru Forester	
Suzuki Splash		Peugeot Partner Tepee	Peugeot 4007	Toyota Land Cruiser V8	
PROFINANCUJEME KANDIDÁTY SOUTĚŽE AUTO ROKU 2009 I JAKÝKOLIV JINÝ VŮZ. WWW.CREDIUM.CZ					
		Renault Kangoo	Renault Koleos	Volvo XC60	

ZVOLTE AUTO ROKU 2009 A VYHRAJTE CENY ZA VÍCE NEŽ 750 000 Kč

Auto roku 2009 v České republice

Hlasovat může každý občan ČR starší 18 let. Hlasujte pomocí hlasovacího lístku nebo na internetu na www.autoroku.cz. Doplnkem je dětská výtvarná soutěž – nakreslete obrázek na téma „Moje budoucí auto“. Hlasovací lístky i dětské kresby s označením kategorie doručte na adresu P.O. BOX č. 228, Kafkova 19, 160 41 Praha 6 nejpozději 12. 12. 2008.



HLAVNÍ PARTNEŘI



PARTNEŘI



PARTNEŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



1. cena poukázka v hodnotě 600 000 Kč na nákup jednoho z nominovaných vozů

2.-4. cena

přenosná navigace Garmin Nüvi 860 za 15 000 Kč



5.-10. cena

sada kol z lehké slitiny za 10 000 Kč



11.-20. cena olej Castrol za 2 000 Kč

Ceny v dětských kategoriích

I. kategorie do 10 let - téma: Moje budoucí auto
II. kategorie 11-15 let - téma: Moje budoucí auto
(ceny jsou pro obě kategorie stejné)

1. místo: skládací kolo DAHON+výtvarné potřeby,
2. místo: skládací kolo DAHON+model auta,
3. místo: skládací kolo DAHON



HLASOVACÍ LÍSTEK

26

ZA AUTO ROKU 2009 POVAŽUJI V KATEGORIÍ:

- ☐ Minivozy, malé vozy
☐ Střední třídy
☐ MPV
☐ SUV+Off-road
☐ Luxusní, sportovní, kabriolety

VYPLŇTE VŠECHNY KATEGORIE, JINAK LÍSTEK NEBUDE ZAŘAZEN DO SLOSOVÁNÍ

Jméno Příjmení

Ulice a čp.

Město PSČ

Váš podpis.....

Prosíme o vyplnění nepovinných údajů: vlastním automobil ano ☐ ne ☐

značka/modelrok výroby

Odesláním anketního lístku poskytujete pořadající agentuře souhlas se zpracováním osobních údajů podle posledního článku úplných pravidel soutěže. Vyplněný anketní lístek laskavě pošlete do 12. 12. 2008 na adresu: AUTO ROKU, P.O. BOX č. 228, Kafkova 19, 160 41 Praha 6. Hlasovat můžete i na internetu na www.autoroku.cz, kde zároveň najdete i pravidla soutěže.

Od ledna budou mít neplatiči povinného ručení život těžší

Od 1. ledna 2009 budou vlastníci a provozovatelé vozidel, kteří nemají sjednáno povinné ručení, hradit za každý den, kdy nemají vozidlo pojištěno, příspěvek do garančního fondu České kanceláře pojistitelů (ČKP). Sazba příspěvku se bude podle druhu vozidla pohybovat od 20 do 300 Kč denně. Příspěvek nenahrazuje pojištění, a pokud tedy bude nepojištěným vozidlem způsobena škoda, zaplatí ji, stejně jako tomu je nyní, osoba za tuto škodu odpovědná. Podle údajů, které má ČKP k dispozici, je u nás registrováno přibližně 850 tisíc vozidel bez povinného ručení.

Další významnou změnou je, že novela zákona uděluje plně kompetence k uplatňování nároku na úhradu příspěvku České kanceláři pojistitelů. Ta má informace o vlastnících nepojištěných vozidel a zároveň má k dispozici dostatek nástrojů k tomu, aby přiměla neplatiče povinného ručení k zaplacení příspěvku.

Příspěvek nepojištěných do garančního fondu má být účinným nástrojem ke snížení počtu nepojištěných vozidel na českých silnicích a k následnému snížení počtu nepojištěných škod. „Zavedení příspěvku nepojištěných do garančního fondu je největší změnou v oblasti pojištění vozidel od roku 2000, kdy bylo povinně smluvní pojištění odpovědnosti zavedeno,“ řekl Jakub Hradec, výkonný ředitel České kanceláře pojistitelů. „Dosud nesly rozhodující část nákladů garančního fondu pojišťovny, které byly nuceny tyto náklady promítat do ceny pojištění a tak na škody způsobené nepojištěnými motoristy nepřímo přispíval každý poctivý plátcé povinného ručení. Od ledna se tento neuspokojivý stav změní a do garančního fondu budou povinně přispívat i majitelé vozidel bez povinného ručení,“ dodal J. Hradec.

Nepojištění a 5000 nehod

Podle statistik ČKP řidiči nepojištěných vozidel ročně způsobí více než 5000 nehod s celkovou výší škod zhruba 500 mil. Kč. Pokud způsobí škodu nepojištěný řidič, hradí poškozeným jejich oprávněné nároky ČKP z garančního fondu. ČKP následně vymáhá uhrazenou škodu na viníkovi i na dalších osobách se vztahem k nepojištěnému

vozidlu. Ročně garanční fond na náhradách škod vyplatí přibližně 300 mil. Kč. Kumulované závazky garančního fondu již dosáhly výše 2,7 mld. Kč a neustále rostou. Úspěšnost vymáhání po nepojištěných škůdcích přitom dosahuje asi 30 %. To znamená, že zbývajících 70 % nákladů garančního fondu dosud financují slušní motoristé v ceně povinného ručení.

Vlastníci a/nebo provozovatelé nepojištěných vozidel, kterým dle zákona č.168/1999 Sb., o pojištění odpovědnosti z provozu vozidla, vzniká povinnost hradit příspěvek do garančního fondu, budou od ledna 2009 Českou kanceláři pojistitelů písemně vyzváni k úhradě příspěvku.

Příjemce výzvy bude mít 30denní lhůtu na úhradu příspěvku, popřípadě doložení skutečnosti, že vozidlo neprovozoval v rozporu se zákonem. Pokud obesaný na výzvu nezareaguje ani neuhradí příspěvek, bude zahájen proces vymáhání

Přehled denních sazeb příspěvku do garančního fondu podle druhů vozidel:	
motocykl s objemem válců motoru do 350 ccm	20 Kč
motocykl s objemem válců motoru nad 350 ccm	30 Kč
osobní automobil s objemem válců motoru do 1850 ccm	50 Kč
osobní automobil s objemem válců motoru nad 1850 ccm	70 Kč
autobus	160 Kč
nákladní vozidlo s největší přípustnou hmotností do 12 000 kg nebo přípojně vozidlo s největší přípustnou hmotností nad 3 500 kg do 10 000 kg	130 Kč
tahač nebo jiné nákladní vozidlo s největší přípustnou hmotností nad 12 000 kg nebo přípojně vozidlo s největší přípustnou hmotností nad 10 000 kg	300 Kč
speciální vozidlo	80 Kč
přípojně vozidlo s nejvyšší přípustnou hmotností do 3 500 kg	30 Kč
zemědělský nebo lesnický traktor a jejich přípojně vozidlo	40 Kč
ostatní vozidla	60 Kč
Pozor: příspěvek do garančního fondu není pojištěním!	

příspěvku. Ten může skončit až žalobou u soudu a následnou exekucí. Od zahájení vymáhání se dlužná částka navíc začne navyšovat o náklady s vymáháním spojené.

Zaplacení příspěvku do garančního fondu nenahrazuje pojištění vozidla. Pojištění se sjednává předem (u některé z pojišťoven působících na českém trhu) a kryje budoucí rizika spojená s provozem motorového vozidla. Příspěvek se hradí zpětně za období, kdy vozidlo nebylo pojištěno, a je spoluúčastí na krytí škod hrazených z garančního fondu. Ten, kdo nemá sjednáno povinné ručení, ani nadále nemá nárok na to, aby za něj škodu způsobenou nehodou hradila pojišťovna. Stejně tak zaplacení příspěvku nepojištěného neuchrání od sankcí za provozování vozidla bez povinného ručení, které mu mohou udělit příslušníci Policie ČR nebo správní orgány.

Dejte si věci do pořádku, dokud je čas!

Kromě těch, kteří s nepojištěným vozidlem vyjíždějí na silnice a kteří si jsou velmi pravděpodobně porušování zákona dobře vědomi, týkají se zaváděné novinky i těch, kteří nepojištěné vozidlo reálně neprovozují a často si možná ani neuvědomují, že přesto porušují zákon. Může se jednat například o starý nepojízdný automobil, který však jeho vlastník neodhlásil z registru vozidel. Dalším případem může být nedostatečné administrativní ošetření náležitostí souvisejících s prodejem vozidla jiné osobě.

Česká kancelář pojistitelů proto na období od poloviny října do konce roku připravila informační kampaň, během které chce veřejnost na změny upozornit a pomoci tak těm, kterých se týkají, aby si své záležitosti uvedli do souladu se zákonem. Pokud je někdo uveden v registru vozidel jako vlastník vozidla a pro toto vozidlo nemá sjednáno povinné ručení, měl by buď povinné ručení urychleně sjednat, nebo uvést skutečnosti v registru vozidel na pravou míru (například nepojízdné vozidlo vyřadit z registru). „Naším cílem je, aby všichni motoristé v této zemi jezdili pojištěni, nikoliv represe. Proto vynakládáme značné úsilí na to, aby veřejnost byla včas informována. Apelujeme na ty, kdo dnes neplní zákon, aby si nesrovnalosti do konce roku vyřešili,“ dodal J. Hradec, výkonný ředitel ČKP.

Od 14. října 2008 jsou mimo jiné k dispozici stránky www.bezpojisteni.cz nebo informační telefonní linka 221 772 773, kde veřejnost může získat podrobné informace o problematice povinného ručení, a především o nadcházejících změnách.

„Oslovili jsme také starosty obcí, které vedou registry vozidel a vedoucí těchto registrů. Podrobně jsme je o připravovaných změnách informovali a upozornili je na pravděpodobnost zvýšeného zájmu o služby registrů vozidel před koncem roku. Věříme, že se pokusí vyjít občanům vstříc – například zvýšením personální kapacity či prodloužením pracovní doby registrů vozidel,“ doplnil Jakub Hradec.

Aby se zvýšil dosah informační kampaně, přizvala ČKP ke spolupráci i některé další partnery. Na informační kampani se budou podílet: Ústřední automotoklub České republiky, Svaz dovozců automobilů, SOS – Sdružení obrany spotřebitelů ČR, Sdružení automobilového průmyslu, Autoklub Bohemia Assistance, Asociace českých pojišťovacích makléřů a společnost AAAAUTO.

(tz)

Benzina dokončila modernizaci sítě čerpacích stanic u příležitosti svých 50. narozenin

Společnost letos dokončila rebranding prémiových stanic Benzina plus, modernizaci prošlo také 147 standardních stanic Benzina. Rozsáhlý projekt modernizace sítě, který je bezesporu největší akcí tohoto druhu na českém trhu, zahájila Benzina v roce 2006. Přestavba sítě si vyžádala celkem 1,3 miliardy korun. „Benzina svými 50. narozeninami paradoxně omládl. Nyní mohou oficiálně prohlásit, že se naše společnost definitivně odtrhla od minulosti a završila fázi modernizace,“ zhodnotil v říjnu na tiskové konferenci v Praze přestavbu sítě jednatel společnosti Martin Durčák.

Benzina díky modernizaci rozšířila nabídku prémiových paliv o vysokooktanový benzin VERVA 100 a motorovou naftu VERVA Diesel. V celé síti zvýšila kvalitu doprovodných služeb, vybavení shopů i nabídku gastronomie. Novinkou je nová generace výherně-zábavních terminálů IVT společnosti Sazka, které nabízejí možnost

on-line sázení na více než stovce čerpacích stanic Benzina plus. Přestavbou nebo výraznou modernizací prošla rovněž zhruba polovina ze 110 mycích linek sítě Benzina, která tak má na českém trhu nejvíce špičkových zařízení tohoto typu.

Na příští rok plánuje společnost zavedení nového prémiového paliva a další rozvoj svého gastro konceptu. Ten je velmi úspěšný, příjmy z gastronomie již dosahují 25 až 30 % příjmu z shopu. Kromě toho připravuje zlepšení dalších služeb. V současné době pracuje na implementaci nového pokladního systému, který by měl přinést zákazníkům rychlejší odbavení, přehlednější účtenky a v případě Benzina karet také fakturaci. Rozšíření spolupráce s provozovateli platebních karet, kteří jsou napojeni na mezinárodní systémy, navíc přinese zejména profesionálním řidičům větší komfort v podobě plateb stejnými fleetovými kartami, s nimiž se platí i v zahraničí.

Tržby v bistrech převýšily očekávání

Nabídka gastronomických služeb patří ke klíčovým prvkům obchodní strategie Benziny. „Provoz nových bister prokazuje, že zájem zákazníků o tyto doprovodné služby výrazně roste. Obraty prodeje v bistrech převyšují původní plány o více než 50 %,“ řekl jednatel Benziny Martin Durčák.

Některý z modelů gastronomie dnes funguje na zhruba 90 prémiových čerpacích stanicích Benziny. Při rebrandingu byl v závislosti na prostoru, který byl na dané čerpací stanici k dispozici, zvolen jeden z následujících konceptů:

Typy bister:

- RESTAURACE provozované specializova-

nými společnostmi, které spravují síť gastronomických zařízení;

- BISTRO minute, kde si řidiči mohou vybrat kromě nabídky čerstvých a zabezpečených pečárských výrobků vlastní produkce také navíc z nabídky jídel teplé kuchyně;
- SNACK minute s nabídkou čerstvých baget a zabezpečených pečárských výrobků vlastní produkce;
- CAFÉ minute – nejmenší gastromodul s nabídkou kvalitního espressa.

Společnost v minulém roce rovněž prohloubila spolupráci s restaurací McDonald's a o další spolupráci jedná i s italskou sítí Autogrill.

(tz)

Ve střednědobém horizontu, tedy do roku 2012, chce Benzina dosáhnout 20% podílu na trhu s pohonnými hmotami. V současné době má 13,4 %, do dvou let by to mělo být 15 %. Počet čerpacích stanic chce zvýšit o třetinu, z nynějších 333 na 440 čerpacích stanic.

Benzina průběžně věnuje velkou pozornost kvalitě prodávaných paliv. Standardní vysokou úroveň všech druhů nabízených pohonných hmot potvrzují výsledky vlastních i nezávislých kontrol. „Česká obchodní inspekce do konce září letošního roku provedla na čerpacích stanicích Benzina celkem 200 odběrů paliv a výsledek

byl stoprocentní. Ani jeden vzorek nevykazoval žádné závady,“ uvedl Václav Loula, ředitel pro jakost společnosti Benzina.

Prémiová nafta VERVA Diesel nedávno obhájila svou jedinečnou kvalitu v nezávislých testech.

Bezsrnný vysokooktanový benzin VERVA 100, který se prodává na více než 90 čerpacích stanicích sítě Benzina plus, se už dnes dodává v kvalitě „superčistého“ paliva, tedy s parametry, jež budou podle nové české legislativy povinné až od příštího roku.

(tz)

Vznik prémiové značky Benzina plus přilákal mladší a náročnější zákazníky

Benzina přináší kvalitní pohonné látky a doplňkové služby nejen na standardních čerpacích stanicích po hlavičkovou Benzina, ale již dva roky také jako prémiová značka Benzina plus. Segmentový přístup a komunikace k řidičům se vyplatily – téměř 50 % jak tzv. běžných, tak i náročnějších řidičů je k Benzině loajálních, důvěřují jí a budou se i nadále vracet. Ukázal to výzkum nezávislé agentury GfK.

Rozsáhlá modernizace sítě čerpacích stanic, nabídka gastro služeb i prémiová paliva, to vše Benzině dopomohlo k přednímu místu na trhu s pohonnými hmotami. Výzkum agentury GfK ze září letošního roku také potvrdil úspěch konceptu z roku 2006 – vedle standardních stanic Benzina vytvořit síť prémiových čerpacích stanic Benzina plus pro náročnější zákazníky. Podle výzkumu totiž prémiové Benziny plus v současnosti navštěvují zejména řidiči do

44 let, často z vyšších příjmových skupin. Kromě kvalitních motorových paliv téměř čtvrtina zákazníků výrazně oceňuje dobré občerstvení a další doplňkové služby. Na čerpacích stanicích Benzina plus se v hojně míře setkáme rovněž s profesionálními řidiči, pro které je důležitá dostupnost na frekventovaných dopravních tazích i široká nabídka gastro služeb.

Žádným překvapením není ani složení zákazníků klasických Benzin. Stále jsou jimi konzervativnější a opatrnější řidiči soukromých vozů. Ti si na Benzině cení stability a jistoty kvalitních paliv.

Výsledky výzkumu nadto potvrdily pozitivní trend ve vnímání celé značky. Více jak 40 % motoristů zaznamenalo celkové zlepšení služeb Benziny, a to oproti 12 % řidičů, kteří značku za lepší než v předchozím období označili při podobném průzkumu v loňském roce.

(tz)

Profesionalita, serióznost a vstřícnost jsou hodnoty, které nebereme jako klišé,

uvedl v rozhovoru pro náš časopis jednatel společnosti ŠkoFIN Stefan Rasche

Do vedení společnosti ŠkoFIN nastoupil 1. srpna 2008 nový jednatel Stefan Rasche, který nasbíral bohaté zkušenosti z oblasti financí, obchodu a marketingu za léta působení v koncernu Volkswagen AG. Stefan Rasche nám odpověděl na několik aktuálních dotazů a nastínil svůj pohled na současnost i budoucnost financování osobních i užitkových vozů, které jsou hlavním předmětem podnikání leasingových společností.

ŠkoFIN patří již od svého vzniku k předním leasingovým společnostem na českém trhu. Co je dnes jeho největší předností v porovnání s ostatními leasingovými subjekty?

Mám k dispozici velmi přesné srovnávací studie leasingových společností na českém trhu a vidím hned několik prokazatelných výhod. ŠkoFIN je na trhu již 15 let a zaměstnává odborníky s letitými zkušenostmi. Na trhu se profilujeme jako specialisté na financování automobilů. Klademe velký důraz na podporu autorizovaných prodejců a nabízíme jim výhodné podmínky spolupráce, za což požadujeme individuální a vstřícný přístup ke každému našemu společnému klientovi. To proto, že profesionalita, serióznost a vstřícnost jsou hodnoty, které nebereme jako klišé. Každý sebemenší klient je pro nás důležitý. Širokou paletu produktů proto vytváříme tak, aby odrážela potřeby financování soukromých osob i společností nebo celých vozových parků firem.

Klasické produkty doplňuje zvýhodněné pojištění díky naší úzké spolupráci se všemi nevýznamnějšími pojišťovnami v ČR. Šetříme náklady našich zákazníků velmi nízkým úročením produktů a dále zajímavými akcemi vyhlášenými v průběhu roku, kde bývá aktuální vybavení vozu zdarma jako bonus, nebo dokonce nulové úročení po určitou omezenou dobu na některý typ vozu. Poskytujeme v našich smlouvách také jistotu fixních splátek a na rozdíl od některých našich konkurentů nikdy nedáváme automobily do zástavy bankám.

Uzavření smlouvy se ŠkoFINem je velmi rychlé. Díky online systému lze smlouvu v podstatě uzavřít okamžitě u každého autorizovaného obchodníka Volkswagen. Za uzavření smlouvy si neúčtujeme žádné poplatky, což je běžné u některých jiných konkurenčních leasingových společností.

V létě jste se stal novým jednatelem a jste odpovědný za oblast obchodu a marketingu. Pozměnil byste rád něco? Jaké jsou vaše vize?

Potřebu dramatických změn rozhodně necítím. Moji předchůdci v minulých letech nepřetržitě pracovali na schopnosti ŠkoFINu přizpůsobit se měnícímu se prostředí. To je také důvod, proč je ŠkoFIN stále zdaleka největší leasingovou společností pro automobily v České republice. Já budu v této cestě pokračovat, aby se pozice ŠkoFINu jako nejlepší

finanční společnosti příbuzné se značkami a prodejci VW Group ještě dále upevnila.

Je mnoho věcí, na které jsem už teď za ŠkoFIN pyšný. Mohu jmenovat například široké portfolio stále se rozvíjejících produktů, specializace ŠkoFIN na financování vozů a zaměření na perfektní zákaznický servis.

Mám ale přece jen dvě vlastní aktuální vize, které bych rád v nejbližším období naplnil. První je užší spolupráce se sesterskými automobilovými značkami. Myslím, že ŠkoFIN dosud nevyužil všech synergických efektů, které jsou možné a oboustranně výhodné. Druhým mým cílem bude rozšíření věrnostního programu pro naše dlouholeté a věrné klienty, jak z řad soukromých osob, tak podnikatelů bez ohledu na velikost vozového parku.

Trendem je oblast operativního leasingu, daří se s jeho výhodami proniknout i mezi menší společnosti?

Operativní leasing se v budoucnosti stane ještě důležitějším. Velké společnosti si již dávno uvědomily, že to není o tom vlastnit auto, ale používat

ho. Nejen velké společnosti už začínají budovat své vozové parky, protože se stávají nezbytností pro jejich podnikání. Také s ohledem na daňovou reformu proto nabízíme operativní leasing všem cílovým skupinám pod značkou ŠkoFIN Fleet Services – menším společnostem i soukromým osobám. Pro ty může být alternativou ke klasickému finančnímu leasingu. Především umožní kratší dobu financování. Průměrná doba smluv fleetových zákazníků u nás činí 36 měsíců, což zřejmě představuje nákladové optimum. Nemysleme si, že by výraznější zkracování této doby bylo ekonomicky efektivní. Současná legislativa však požaduje minimální dobu finančního leasingu 60 měsíců, což je pro řadu firem neúnosné. I proto nabízíme inovovaný operativní leasing – komplexní správu vozových parků a program dodatečných služeb. Měsíční splátky zahrnují amortizaci vozu, úroky, pojištění odpovědnosti za škody způsobené provozem vozidla, silniční daň, poplatky za rádio a přihlášení vozu. Všechny smlouvy jsou koncipovány jako uzavřená kalkulace s pevnými měsíčními splátkami. Díky tomu má firma vyrovnané měsíční náklady na provoz svých vozů, ví přesně, kolik ji budou stát v horizontu jednoho, dvou nebo třeba



Jednatel společnosti ŠkoFIN Stefan Rasche

tří let. Totéž platí pro soukromé zákazníky. Zájem o tyto služby neustále roste a vidíme v nich jednu z cest rozvoje ŠkoFINu do budoucnosti. S tímto úmyslem také brzy rozjedeme další aktivity zaměřené na tuto skupinu zákazníků.

Do jaké míry sázíte na internetovou komunikaci?

Vzhledem k organizaci a systému prodeje ŠkoFINu je pro nás internetová komunikace již od počátku neodmyslitelná. Internet využíváme jako základní komunikační kanál. Byli jsme jedni z prvních leasingových společností, která umožňuje uzavírání smluv s klientem online u obchodníka. V letošním roce jsme byli první a jediní na trhu v uvedení operativního leasingu bez omezení velikosti klienta s možností uzavřít jej on-line přímo u všech našich autorizovaných koncernových dealerů, a to do 30 minut. Individuální podmínky smluv se sjednají přímo v pohodlí autosalonu našeho koncernového prodejce. Sázíme nejen na výhodnost naší nabídky, ale i na jistotu a pohodlí, které našim klientům poskytujeme právě díky rychlé internetové komunikaci. Online komunikace je také součástí dalšího strategického rozvoje ŠkoFINu.

O jaké značky automobilů bývá zájem ve druhé půli roku největší?

Volkswagen Group má širokou nabídku produk-

tů – jak říkáme v němčině „matka s mnoha krásnými dcerami“. Hlavní zájem našich zákazníků se většinou soustřeďuje na aktuální taktické akce na podporu prodeje, které jim přináší výhodné bonusy, jako například akce Jděte za štěstím, kde můžete koupit novou Fabii kombi již za 3500 Kč měsíčně včetně pojištění, nebo také akce VW leasing/Bonus, při které mohou naši klienti získat zdarma GPS navigaci GARMIN nebo kartu CCS s kreditem 20 000 korun.

Připravujeme se také na uvedení mnoha nových modelů VW Group, jakými jsou například Passat CC a Škoda Superb, které zajímají naše zákazníky, kteří si u nás pořízují a obměňují celý

vozový park, nebo nový Golf VI či vylepšená Škoda Octavia, které se objeví velice brzy!

Většina firem již má Vánoce naplánované. Jak se na poslední měsíc roku chystá ŠkoFIN?

Troufám si říci, že jako každý rok, že budeme „finišovat“ i co se prodejních statistik týče. Nicméně zcela určitě neopomeneme poděkovat za spolupráci našim klientům, partnerům a zákazníkům. Chystáme samozřejmě několik předvánočních novinek, které však nebudu prozrazovat dopředu. Nechám si to jako překvapení a dárek od ŠkoFINu pro naše zákazníky. Koncem roku kulminuje zájem o uzavírání obchodů zejména ze strany podnikatelů a firem, kteří se snaží optimalizovat finanční řízení firem, bilancovat a využívat nabídek, které v tuto dobu od leasingových společností obvykle přicházejí. V tomto směru tuto skupinu zákazníků rozhodně nezklame. V předvánočním období však zveřejníme i zajímavé akce pro individuální zákazníky a domácnosti. Chceme pomoci zpřístupnit využívání osobního vozu naprosté většině občanů ČR a myslím, že Vánoce jsou k tomu vhodným impulsem. Já osobně se na čas Vánoc velmi těším – budou to totiž po dlouhé době opět Vánoce strávené tady v Čechách, v mém staronovém působišti!

otázky sestavila Eva Brixí

Pavel Telička si vybral kupé Audi A5

Pavel Telička, bývalý eurokomisař a velvyslanec a nyní konzultant pro záležitosti EU, si vybral již druhý model značky Audi. Zatímco prestižní SUV Audi Q7 používá jako rodinný automobil, kupé Audi A5 bude dělat radost jen jemu.

„S Audi Q7 jsem maximálně spokojený, poskytuje mně i celé mé rodině velké pohodlí. Proto jsem se rozhodl pořídit si i svůj služební vůz také od značky Audi,“ řekl Pavel Telička poté, co z rukou Michala Šlajse, VIP&Fleet manažera Audi společnosti Import VOLKSWAGEN Group (na snímku vpravo) převzal klíče od černého Audi A5 3.0TDI quattro s převodovkou tiptronic. „Kupé A5 mě zaujalo svým designem a možností sportovní jízdy, která je blízka mému naturelu,“ komentoval své rozhodnutí Pavel Telička.

Nové Audi A5, které bylo v loňském roce uvede-

no na trh, rozšířilo modelovou řadu ingolstadtské automobilky o elegantní a zároveň dynamické velké kupé výrazného designu. Díky výkonným motorům FSI® a TDI®, nově vyvinutému podvozku a řadě inovativních prvků vytvořili konstruktéři model, který nadchl odbornou i širokou veřejnost a výrazně boduje v prodejních statistikách. Jen na českém trhu se pro něj od začátku roku rozhodlo 109 zákazníků, díky čemuž „á pětka“ suverénně vede svoji kategorii sportovních vozidel.

Prvotřídní řešení Audi A5 podtrhuje výkonnost vozu zhmotňuje zásady progresivního designérského stylu Audi. Design kupé A5 vyjadřuje spor-

tovní styl a eleganci. Vůz však zároveň nabízí zážitek z řízení, umocněný fascinující dynamikou a vynikajícím komfortem i na dlouhých cestách.

Pavel Telička si Audi A5 vybral u autorizovaného prodejce Autocentrum Elán s.r.o.

(tz)



Pavel Telička, konzultant pro záležitosti EU

Děti v on-line soutěži týden s Touranem

„Volkswagen, naše rodinné auto“ se jmenuje internetová soutěž pro děti o nejlepší vlastnoručně namalovaný obrázek na toto téma. Soutěž běží na internetových stránkách www.volkswagen.cz a zúčastnit se jí mohou děti ve věku do 15 let. Čtyři nejlepší díla budou oceněna týdenní zápujčkou modelu Volkswagen Touran s plnou nádrží.

Soutěž „Volkswagen Touran“ probíhá od 13. 10. 2008 do 30. 11. 2008 na internetových stránkách www.volkswagen.cz. Naskenovaný obrázek se musí nejpozději do 14. 11. 2008 vložit na stránky soutěže.

(tz)

ČSOB Leasing vychází vstříc českým autodopravcům

ČSOB Leasing, největší česká leasingová společnost, nabízí pomoc českým autodopravcům, která jim může ulevit v jejich dočasně zhoršené finanční situaci způsobené cenami pohonných hmot a rostoucím kurzem koruny. Pro nové zákazníky má speciální akci na leasing nákladních vozů, umožňující snížení leasingových splátek do konce roku až o 30 %. Společnost nabízí řešení momentálních finančních problémů také pro stávající zákazníky formou jednoduchého prodloužení leasingové smlouvy o rok. Tím dojde ke snížení leasingových splátek a ke zlepšení zákaznickova cash-flow.

ČSOB Leasing je na českém trhu jedničkou v oblasti financování nákladních automobilů. Podíl společnosti v segmentu financování nákladních automobilů činí 20 %.

Pro nové zákazníky

Silná koruna, pokles výroby v mnohých českých podnicích, snížení počtu nových exportních zakázek, konkurence zahraničních autodopravců, to vše jsou problémy, které spolu s vysokou cenou nafty nyní tíží většinu českých přepravních firem. Autodopravci však i v tomto pro ně obtížném období potěbují modernizovat svou flotilu nákladních vozů, a právě těmto zákazníkům je určena nová akce ČSOB Leasing. „Chceme tímto produktem povzbudit autodopravce k průběžnému investování do svých autoparků. Finanční leasing je tradičním a vhodným finančním prostředkem pro tyto účely a dočasné snížení splátek může našim zákazníkům pomoci při rozhodování. ČSOB Leasing je silným partnerem autodopravců a v případě, že budou mít objektivní problémy, jim vždy ochotně vyjde vstříc,“ sdělil Radan Šantora, výkonný ředitel pro obchod ČSOB Leasing.

Akce platí pro nové nákladní automobily všech

značek, financované formou finančního leasingu s délkou splácení 60 měsíců a s akontací od 0 %.

Příklad kalkulace

Zákazník, který v této akci uzavře s ČSOB Leasing smlouvu například na pořízení taháče v ceně 2 milionů korun, uhradí do konce roku 3 měsíční splátky ve výši 24 955 korun a až od počátku roku 2009 začne měsíčně platit částku 35 650 korun.

Pro příklad byla použita kalkulace finančního leasingu s délkou splácení 60 měsíců a s 10% akontací. Částky jsou uvedeny bez daně z přidané hodnoty.

Pro stávající zákazníky

ČSOB Leasing zaznamenal určité zhoršení situace i u stávajících zákazníků, především u menších autodopravců. Vybraným zákazníkům z řad autodopravců proto vyšel vstříc a sám jim nabídl pomoc formou snížení leasingových splátek. „Jedním z nabízených řešení je prodloužení smlouvy o jeden rok. Leasingovým nájemcům tak umožníme překlenout jejich momentální finanční problémy; tím získají čas k případnému vyjednání nových přepravních cen, získání nových zakázek

a případně i k dalším jejich opatřením,“ vysvětlil Petr Jeníček, výkonný ředitel pro finanční řízení ČSOB Leasing.

ČSOB Leasing řeší i problémy firem

Dostanou-li se již dopravci do prodlení ve splácení, má ČSOB Leasing připraveny i další pomocné nástroje, jako jsou odklady splátek, zpětné financování apod. „Máme řadu možností, jak situaci řešit, je-li zákazník připraven aktivně spolupracovat a jednat s námi. I díky těmto opatřením zatím nezaznamenáváme úpadky zákazníků v tomto segmentu,“ doplnil Petr Jeníček. (tz)



Řidičům v Česku usnadní život tankovací automaty

Na čerpací stanici Pap Oil v Bohdalecké ulici na Praze 10 proběhla instalace prvního multimediálního tankautomatu nové generace v ČR. Na vývoji novinky, která řidičům výrazně usnadní a zrychlí nákup pohonných hmot, se mimo jiné podílely ČSOB a Poštovní spořitelna. První tankautomaty budou instalovány v síti čerpacích stanic Pap Oil.

Automat CardManager z produkce české firmy UNICODE SYSTEMS umožňuje řidičům rychlý samoobslužný výdej pohonných hmot, v podstatě tedy funguje jako automatická pokladna pro bezhotovostní platby. Ovládání je velmi podobné běžnému bankomatu – po načtení platební karty však nejsou vydány peníze, ale je umožněno čerpání benzínu či nafty.

„Jedná se o první multimediální tankautomat v Česku. Minulý týden úspěšně proběhlo zapojení pilotního přístroje, v příštích týdnech budeme pokračovat na dalších čerpacích stanicích,“ přiblížil rozjezd novinky David Plíva,

analytik produktů útvaru platebních karet, který je za rozvoj samoobslužných zařízení za ČSOB a Poštovní spořitelnu zodpovědný.

Koncepce zařízení bude umožňovat kromě tankování i řadu dalších služeb a funkcí, jako například dobíjení mobilních telefonů, informace o počasí a dopravní situaci na zvolené trase nebo i takové služby, jako je možnost bezhotovostních bankovních převodů či „dobíjení“ budoucích elektronických dálničních kuponů. Tyto funkce předurčují tankautomat CardManager k provozu jednak v menších lokalitách, kde mohou svou multifunkčností pracovat 24 hodin denně jako informační a platební portál, ale i pro velké čerpací stanice, kde mohou rychle odbavovat spěchající řidiče a zvýšit tak průchodnost čerpací stanice. Tento koncept je v souladu i se záměry prvního provozovatele – společnosti Pap Oil, jejímž záměrem je přispět instalací tankautomatů k dalšímu rozšíření služeb zákazníkovi.

“Naším cílem je uspokojit poptávku po bezob-

služných zařízeních,“ nastínil plány do budoucna David Plíva. Tankautomat je svým designem vzhledem podobný bankomatu, platební operaci a další funkce ovládá zákazník přes dotykovou obrazovku s intuitivním a snadným ovládáním.

Provozní varianty tankautomatu CardManager jsou navrhovány s ohledem na maximální zabezpečení dle požadavků a norem asociací Visa/Mastercard. Důležitým aspektem je též akceptace čipové platební karty. Tím je zajištěna maximální bezpečnost platebního procesu. Platba probíhá s tzv. předautorizací, čímž je vyloučena možnost odjet od stanice bez zaplacení natankovaného benzínu.

Na zavedení tankautomatů v Česku s ČSOB a Poštovní spořitelnou úzce spolupracovaly kromě UNICODE SYSTEMS také společnost Wincor Nixdorf, která je zodpovědná za subsystém elektronických platebních transakcí. Designové řešení je dílem studia známého průmyslového designéra Martina Tvarůžka. (tz)

Povinné ručení patří k České pojišťovně již 100 let

Je tomu sto let, kdy začala předchůdkyně České pojišťovny – První česká vzájemná pojišťovna nabízet pojištění automobilů. Stalo se tak záhy po vydání zákona o ručení za škody z provozování jízdních silostrojů ze srpna roku 1908. Dnes jezdí s povinným ručením téměř 6 milionů automobilů, z toho více než třetina je pojištěna u České pojišťovny.

Díky tomuto stoletému „automobilovému zákonu“ se z okrajového druhu pojištění, které pojišťovny zpočátku nabízely pouze z reklamních důvodů, stal postupně jeden ze stěžejních produktů většiny z nich. Před sto lety totiž byly v České republice hlášeny zhruba tři stovky vozů, během dalších deseti let se tento počet více než zdesetinásobil a automobily začaly plnit české silnice. Proto se v roce 1935 zákonem měnilo dobrovolné pojištění odpovědnosti na povinné. A tak je tomu doposud.

Česká pojišťovna se může pochlubit, že v kategorii motoristických veteránů, která čítá zhruba 8600 vozů a motocyklů, má několik

unikátů, které téměř pamatují počátky „povinného ručení“. „Mezi nejstaršími vozy, které jsou u ČP pojištěny, jsou skutečné skvosty, například Laurin a Klement z roku 1912, o rok mladší Walter CNK nebo americký NASH Series 681 z roku 1918. Tento čtyřdveřový pěti až sedmimístný uzavřený vůz – saloon, s motorem vpředu, objemem 4020 cm³ a pohonem zadních kol v rámci spanilých jízdy veteránů brázdí naše silnice. Kdyby se mu přihodila pojistná událost, škoda by přesáhla náklady na opravu luxusního Mercedesu,“ podotknul vrchní disponent pojištění motorových vozidel ČP Marek Heyda.

Z hlediska pojistného i počtu pojištěných vozů tvoří veteráni nijak významnou kategorii povinného ručení, i proto že veterány lze povinným ručením pojistit za zvýhodněnou sazbu, jednu dvanáctinu ročního pojistného pro příslušný objem motoru. Z hlediska zvýhodněného povinného ručení jsou za veterány Českou pojišťovnou považována ta vozidla, která byla vyrobena před rokem 1952 nebo mají průkaz historického vo-

zidla a případně i zvláštní registrační značku pro historická vozidla.

Pokud jde o havarijní pojištění, patří i dnes havarijní pojištění pro veterány mezi „exotická“ pojištění a v kmeni České pojišťovny je jich pojištěno jen několik. Je to dáno například tím, že majitelé skvostů české motoristické historie spoléhají na to, že když vyjedou na silnici několikrát do roka, pravděpodobnost havárie je malá a raději si ušetřené pojistné schovávají na případnou budoucí opravu. „Dalším faktorem je výše ročního pojistného, která se odvíjí od ceny vozu stanovené tabulkami, soudními znalci a v neposlední řadě i jeho majitelem, kdy se tyto částky mohou od sebe významně lišit. Zásadním problémem je i případná oprava poškozeného vozidla, která se provádí ve většině případů individuálně, včetně výroby nových náhradních dílů, což je časově i finančně velmi náročné,“ doplnil M. Heyda. Havarijní pojištění pro veterány tedy i do budoucna z mnoha důvodů zůstane pojištěním výběrovým až exotickým. (tz)

O pětinu více

ČSOB Leasing, největší česká leasingová společnost, překonal hranici 120 tisíc aktivních smluv ve svém portfoliu. Za posledních 12 měsíců se zvýšil počet smluv o 19 %. Celková pořizovací cena předmětů těchto smluv činí 82 miliardy korun. Celkové portfolio ČSOB Leasing tak dosáhlo historického maxima.

Nejvyšší podíl v portfoliu mají osobní a užitkové vozy se 66 %. „Na růstu portfolia se nejvíce podílel úspěšný vstup ČSOB Leasing do oblasti financování ojetých vozů prodávaných v autobazarech. Naše společnost zaznamenala růst počtu smluv na ojeté vozy o 88 %,“ řekl Radan Šantora, výkonný ředitel pro obchod ČSOB Leasing.

Smlouvy na financování strojů a zařízení tvoří v portfoliu 17 %, stejný podíl mají podle počtu aktivních smluv i nákladní automobily.

Pokud srovnáme podíly jednotlivých financovaných komodit podle jejich pořizovací ceny, je podíl nákladních vozů, strojů a zařízení podstatně vyšší. Nákladní vozy se celkovou pořizovací cenou podílejí na portfoliu 28 %, stroje a zařízení 32 %. Radan Šantora vysvětlil, že příčinou jsou vyšší pořizovací ceny nákladní dopravní techniky, strojů a zařízení ve srovnání s cenami osobních a užitkových automobilů. Dále doplnil, že průměrná cena nákladního vozu, návěsu či stroje financovaného společností ČSOB Leasing je 1,3 milionu korun bez DPH.

„ČSOB Leasing se jakožto univerzální leasingová společnost zaměřuje na rozvoj svých obchodních aktivit ve všech komoditách, o čemž svědčí dlouhodobé nárůsty objemu obchodů všech komodit i rovnoměrné rozložení stávajícího portfolia. Výsledkem této diverzifikace je rozložení rizik a vyšší stabilita společnosti,“ uvedl Radan Šantora. (tz)

Od konce léta

Škoda Auto přišlo koncem srpna s novým programem na podporu prodeje ojetých vozů v autorizované prodejní síti – Škoda Plus, který připravila ve spolupráci se sesterskou finanční společností ŠkoFIN. Cílem společného programu Škoda Plus je zkvalitnění nabídky ojetých vozů, jejich financování a služeb.

Program Škoda Plus je orientován na dvě kategorie vozů. V kategorii Vyzkoušené ojeté vozy jsou k dispozici nejen vozy Škoda, ale i vozidla dalších značek, které mají servisní knížku, splňují kvalitativní standardy a nepřesahují 5 let stáří. Mimo technicky prověřeného vozu nabízí partner programu Škoda Plus řadu dalších výhod, např. certifikát bezúhonnosti vozu, pojištění závad vozu, nebo výhodné podmínky financování a pojištění od ŠkoFINu.

Do druhé kategorie Škoda Plus – Roční vozy spadají výhradně automobily Škoda, které jsou mladší 18 měsíců a mají najeto do 30 000 km. Jedná se o vozy, na které je navíc oproti standardní dvouleté záruce poskytnuta plná záruka výrobce rozšířená o další dva roky, stejně jako záruka výměny vozu.

Vozy z programu Škoda Plus jsou nabízeny s celou řadou zákaznických výhod a především kvalitním servisním zázemím autorizovaného prodejce vozů Škoda. Pro pohodlný výběr z nabídky programu Škoda Plus je k dispozici prodejní portál www.skodaplus.cz s širokou nabídkou vozů.

V současné době je do testovací fáze projektu Škoda Plus zapojeno 14 autorizovaných partnerů Škoda, jejichž seznam je k dispozici na internetových stránkách projektu www.skodaplus.cz. Testovací fáze projektu poběží do konce roku 2008. Následně bude mít každý autorizovaný prodejce společnosti Škoda po splnění standardů možnost stát se partnerem Škoda Plus. Prodejní program Škoda Plus nahradí stávající webový portál Vyzkoušeno.cz, který do roku 2009 bude fungovat paralelně s projektem Škoda Plus.

více informací k Vyzkoušeným ojetým vozům a Ročním vozům programu Škoda Plus naleznete na internetových stránkách www.skodaplus.cz, popř. www.skoda-auto.cz (tz)

Vzorní motoristé se budou mít lépe

Výhody přicházejí tehdy, když dodržujete předpisy

Motoristé, kteří jezdí bez nehod, se nemusejí obávat, že by příští rok u ČSOB Pojišťovny platili za povinné ručení více peněz než doposud. Díky dalšímu zvýšení bonusů až na 45 % bude pro většinu z nich povinné ručení levnější než letos.

„Rok 2009 bude jubilejním, desátým rokem, kdy nabízíme povinné ručení. Protože bonusy za jízdu bez nehod od roku 2001 pravidelně zvyšujeme o 5 % ročně, poskytneme příští rok nejlepším řidičům slevu už 45 %,“ uvedl předseda představenstva a generální ředitel ČSOB Pojišťovny Jeroen van Leeuwen.

Tím však systém výhod není zdaleka vyčerpán. ČSOB Pojišťovna bude i v roce 2009 pokračovat v úspěšném modelu segmentace klientů nejen podle toho, jakým typem vozidla jezdí, ale také podle stáří pojišťovaného vozidla a statistik nehodovosti v jednotlivých okresech České republiky. Majitelé vozů starších 9 let mají nárok na slevu na pojistném ve výši 20 %. Řidiči z okresů s nižším rizikem dopravních nehod mají povinné ručení o dalších

10 % levnější. Nadto bude ČSOB Pojišťovna i v příštím roce nabízet tzv. Slevu dobrého řidiče. Noví klienti, kteří prokážou, že v předchozích třech letech nezavinili dopravní nehodu, v rámci Slevy dobrého řidiče v prvním roce pojištění obdrží slevu 15 %, ve druhém 10 % a ve třetím 5 %.

„Díky segmentaci, bonusům a dalším slevám může pojistné v roce 2009 klesnout na necelou třetinu základní sazby,“ vysvětlil Jeroen van Leeuwen.

Příklad

Základní roční pojistné pro nejfrekventovanější vůz na českých silnicích – Škoda Felicia s kubaturou motoru 1,3 litru – bude v roce 2009 činit 4668 Kč. Při započtení všech možných slev však

pojistné klesne až na 1482 Kč, tedy na necelých 32 % základní sazby:

základní pojistné	4668 Kč
pojistné po segmentaci*	
a obchodních slevách**	3115 Kč
při započtení max. bonusu 45 %	1744 Kč
při započtení slevy dobrého řidiče 15 %	1482 Kč

* provozovatel vozidla bydlí v okrese s nižší nehodovostí a má vůz starší 9 let

** klient pojistné platí ročně (sleva 3 %), má ještě jiné pojištění u ČSOB Pojišťovny (sleva 5 %)

Pozn.: - sloupce 2 a 3: roční pojistné v roce 2008 a 2009 bez jakýchkoli slev

- sloupce 4, 5 a 6: roční pojistné při započtení maximálního bonusu 40 % v roce 2008 a 45 % v roce 2009 a při započtení Slevy dobrého řidiče 15 % v roce 2009

- sloupce 7, 8 a 9: roční pojistné pro provozovatele vozidel starých 10 let a více z okresů s nižší nehodovostí (vybraný okres), při započtení maximálního bonusu 40 % v roce 2008 a 45 % v roce 2009 a při započtení Slevy dobrého řidiče 15 % v roce 2009

- slevy za roční placení pojistného (3 %) a sjednání jiného pojištění u ČSOB Pojišťovny nejsou zahrnuty.

Porovnání vybraných sazeb ČSOB Pojišťovny v r. 2008 a 2009								
	Roční pojistné bez segmentace a bonusu		Roční pojistné bez segmentace při max. bonusu			Roční pojistné ve vybraném okrese, auto 10 let a více, max. bonus		
	2008	2009	2008 (40 %)	2009 (45 %)	2009 (45+15 %)	2008 (40 %)	2009 (45 %)	2009 (45+15 %)
Zdvihový objem								
do 1000 ccm	3984	4344	2420	2422	2058	1763	1764	1499
nad 1000 do 1350 ccm	4476	4668	2715	2600	2210	1975	1893	1609
nad 1350 do 1850 ccm	6324	6732	3824	3735	3174	2774	2710	2303
nad 1850 do 2500 ccm	9852	10 284	5940	5689	4835	4298	4117	3499
nad 2500 ccm	13 596	14 820	8187	8184	6956	5915	5913	5026

Kooperativa k povinnému ručení nabízí zdarma živelní pojištění, pojištění pobytu v nemocnici a další výhody

Širokou paletu výhod a nadstandardních služeb připravila pro motoristy letos na podzim Kooperativa – druhá největší pojišťovna na českém trhu. Kromě tradičního živelního pojištění vozidla nabízí novým i stávajícím klientům jako úplnou novinku pojištění pro případ hospitalizace – rovněž zdarma. „Chceme jít cestou atraktivních doplňkových služeb a výhod. Podle našich výzkumů a zkušeností se klienti již neorientují výhradně podle ceny, ale podle šíře a kvality pojištění. Připravili jsme proto dvě významné výhody, které od nás k povinnému ručení dostanou – živelní pojištění vozidla a pojištění pro případ hospitalizace,“ uvádí ředitel úseku pojištění vozidel Kooperativy Jiří Filla.

Kooperativa bude i nadále poskytovat k povinnému ručení živelní pojištění zdarma. Kromě toho obdrží stávající i noví klienti poukaz na pojištění pro případ hospitalizace. Každý zákazník bude poté, co poukaz aktivuje u svého obchodního zástupce či v některém z obchodních míst pojišťovny, zdarma jeden rok pojištěn – Kooperativa za něj uhradí poplatky za hospitalizaci následkem úrazu nebo nemoci (60 Kč za den). „Toto pojištění platí pro případ jakékoli hospitalizace, nikoli pouze v důsledku dopravní nehody. Od Kooperativy tak získáváte jediné povinné ručení, které chrání nejen vaše auto, ale i vás,“ vysvětlil J. Filla.

Unikátní živelní pojištění se vztahuje

na rizika povodeň, záplava, úder blesku, vichřice, krupobití, sesuv půdy, lavina, pád stromu či stožáru a požár. „Když vichřice Emma počátkem roku lámala stromy, tuto výhodu ocenily stovky našich klientů, kterým Kooperativa v rámci povinného ručení zaplatila za škody způsobené orkánem Kyrill přes 10 milionů korun,“ doplnil J. Filla.

Kooperativa rovněž nabízí vysokou rychlost a kvalitu likvidace škod. „Stále platí náš zcela konkrétní závazek, že do tří hodin od nahlášení pojistné události z pojištění vozidla se s klientem spojí naši pracovníci a situaci s ním vyřeší. Jaká pojišťovna skutečně je, poznáte v zásadě až ve chvíli, kdy ji potřebujete. Tento fakt si my v Koopera-

tivě velmi jasně uvědomujeme,“ zdůraznil ještě J. Filla.

Další zajímavou novinkou je možnost získat celoroční kartu cestovního pojištění s výraznou slevou – klient, který má povinné ručení od Kooperativy, za ni zaplatí 600 Kč oproti standardním 2340 Kč. Za samozřejmost rovněž Kooperativa považuje nadstandardní asistenční služby pro své klienty. Při obtížích v zahraničí to například znamená, že klienti mají nárok na bezplatné uskladnění a ostrahu vozidla až na dobu sedm dní a do 13 eur za den v zahraničí při poruše i nehodě. Dále mají nárok na ubytování řidiče a spolucestujících až do částky 50 eur na osobu či zprostředkování cizozemské hotovosti v případě potřeby.

UNIQA nyní se 3 slevami pro dobré řidiče osobních aut

UNIQA pojišťovna vyhlásila na období říjen až prosinec 2008 akční nabídku. Všichni noví privátní klienti v povinném ručení osobních vozidel dostanou slevu 10 %. Jejich bezeškolní bonus za poslední dva roky UNIQA zdvojnásobí, a tím odmění dobré řidiče. Kromě toho nabízí UNIQA započtení takto zvýhodněného bonusu z povinného ručení i na havarijní pojištění, rozhodne-li se nový klient sjednat oba druhy pojištění.

Hlavním smyslem akce je zvýhodnit motoristy, kteří jezdí bez nehod. Generální ředitel UNIQA pojišťovny Martin Žáček komentoval novou akční nabídku slovy: „Od roku 2005 uplatňujeme segmentaci vycházející z rozdílné rizikovosti různých skupin motoristů. Tu nám umožnily statistické podklady ze škodního průběhu tohoto druhu pojištění od roku 2000. Loni na podzim k tomu přibyla i nová databáze zohledňující dosavadní motoristickou historii řidičů. I to dále přispělo k objek-

tivizaci nastavení solidárního systému povinného ručení a k omezení tzv. malusové turistiky.“

UNIQA chce v rámci podzimní akční nabídky podpořit také motoristy, kteří zatím nemají havarijní pojištění, ale chtěli by si ho pořídit. V rámci této kampaně nabízí novým klientům stejný akční bonus, který jim UNIQA vypočte na povinné ručení, čímž bude havarijní pojištění přístupnější i pro ty, kdo doposud z finančních důvodů se sjednáním váhali.

Touto cestou podpoří UNIQA pojišťovna nejen dobré řidiče, ale rovněž komplexnější pojistnou ochranu pro jejich vozidla.

V sazbách povinného ručení se uplatní stejně jako v minulosti v rámci segmentace i speciální slevy pro starší řidiče a pro řidiče mimo Prahu. Rovněž lze sjednat pro vozidla do roku výroby 2001 včetně speciální produkt povinného ručení UNIQA Plus, který kryje také rizika totální škody na vlastním vozidle vzniklé odcizením nebo požárem. (tz)

Unikátní pojištění ordinací a lékáren on-line

Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group začala od října nabízet unikátní pojištění ordinací a lékáren on-line. Unikátní produkt ORDINACE je pojištění speciálně určené pro zdravotnická zařízení, lékárny a veterinární praxe.

Jednou pojistnou smlouvou pokryjí lékaři, stomatologové, lékárníci, veterináři a všichni další provozovatelé soukromých zdravotnických praxí, všechny svoje pojistné potřeby. Toto pojištění nabízí komplexní pojistnou ochranu – formou „balíčku“, jednoduchým sjednáváním (kromě internetu i po telefonu), výhodnou cenou, přehledností a srozumitelností.

Co je možné prostřednictvím tohoto pojištění pojistit?

- Vybavení ordinace (nábytek, zásoby léků a zdravotnického materiálu, věci vypůjčené nebo pronajaté – např. na leasing, dokumentaci, cennosti – peníze, platební karty, stravenky, drahé kovy apod.)
- Nemovitosti (budovy a jiné stavby), přístroje a elektroniku
- Skla (okna, výlohy, skleněné stavební součásti, vitríny, světelné reklamy)
- Převahu vlastních peněz a cenin (pro případ přepadení nebo nehody)

- Odpovědnost za škodu z provozní činnosti (na věcech zaměstnanců a pacientů, z vlastnictví nemovitosti, regres zdravotní pojišťovny apod.)
- Pojištění přerušení provozu (následkem škody na majetku způsobené pojistným nebezpečím, úředním zásahem, nemocí nebo úrazu lékaře až po dobu 6 měsíců)

Proti jakým pojistným nebezpečím se lze pojistit?

- Živelní událost (požár, výbuch, úder blesku, zřícení letadla, povodeň, záplava, vichřice, krupobití, tíha sněhu, námrazy, sesuv půdy, voda

- unikající z vodovodního zařízení apod.)
- Odcizení (krádež vloupáním, loupež)
- Vandalismus

Kde je možné pojištění ordinace uzavřít?

- On line na www.koop.cz – <http://www.koop.cz/cs/on-line-servis/sjednani-pojisteni-ordinaci-on-line.shtml>
- Na bezplatné zelené lince 800 107 107 a ve všech prodejních místech pojišťovny Kooperativa.

(tz)

Škoda Auto představila stříbrné policejní vozy

Policejní vozy s novým vzhledem představila Policie ČR a Škoda Auto na 82. žofínském fóru ve čtvrtek 30. října. Jsou jimi speciální provedení modelu Škoda Octavia. Automobilka je policii průběžně dodává od čtvrtka 16. října v průměrném počtu 50 kusů denně, a to na základě vyhrané veřejné soutěže vyhlášené na jaře letošního roku.

Škoda Auto se zavázala Policii ČR do roku 2011 dodat 3500 vozů. Z toho 2600 vozů bude v policejním a 900 v civilním provedení. Policejní verze tvoří výhradně Škoda Octavia ve dvou motorických a obou karosářských provedeních, tedy limuzína i kombi. V běžném provedení dodá automobilka mimo octavie také fabie.

Policie ČR v tomto výběrovém řízení kladla důraz na bezpečnost posádky. Všechny dodávané vozy včetně modelu Škoda Fabia jsou proto vybaveny důležitými aktivními a pasivními prvky bezpečnosti, systémem ESP, předními, bočními a hlavovými airbagy nebo klimatizací. Výhradně pro Policii ČR byl v rámci zakázky

vyvinut speciální odstín stříbrné, který nese specifický název – Policie ČR. Další odlišností jsou proti dřívějším dodávkám polepy ze speciálního reflexního materiálu, výrazně přispívající k bezpečnosti posádky i ostatních účastníků silničního provozu.

Vozy značky Škoda slouží policii také v jiných zemích. Například v Polsku, na Slovensku, v Rakousku, Maďarsku, Velké Británii nebo v Izraeli.

(tz)

Ford Transit – nabídka, které nelze odolat

Společnost FORD MOTOR COMPANY, s.r.o. snížila výrazně ceny svého užitkového bestselleru, Fordu Transit. Tento nejprodávanější užitkový vůz světové automobilové historie je tak dnes v nabídce za cenu již od 377 100 Kč.

Snížení ceny platí pro všechny zákazníky bez rozdílu, takže jej mohou využít i malí podnikatelé a soukromé osoby, pořizující si třeba jen jeden Ford Transit.

Nižší ceny se vztahují prakticky na celou nabídku více než 180 různých provedení Fordu Transit. Rozdíl mezi původní a současnou cenou činí v průměru 42 000 Kč bez DPH, přičemž u 29 provedení se zlevnění rovná nejméně 50 000 Kč, u 15 minimálně 60 000 Kč. U 12 variant pak sleva dělá 70 000 Kč a více. Největší sleva představuje celkovou úsporu 88 500 Kč.

Nežádanější verze jsou přitom skladem. Všechny vozy Ford Transit lze financovat pomocí výhodných produktů FordLeasing. Zákazníkovi tak stačí navštívit dealera Fordu – a za několik dní (v ideálním případě třeba i druhý den) může odjet s novým Fordem Transit!

Snížení cen přitom nemělo vliv na tradičně bohatou výbavu Fordu Transit, která už v základním provedení Base zahrnuje například rádio s CD přehrávačem, elektricky ovládaná přední okna, centrální zamykání s dálkovým ovládním atd. Ve vyšší verzi Trend je pak součástí základní výbavy vždy i přední klimatizace, vyhřívání

zpětných zrcátek i čelního skla nebo tempomat. Novinkou v nabídce Fordu Transit s předním pohonem je motor 2,2 litru s výkonem 85 kW (115 k) a šestistupňovou převodovkou, který nahradil dosavadní motor s výkonem 81 kW (110 k) s pětistupňovou převodovkou při současném snížení ceny.

(tz)



Hyundai i30 již jako české auto

Zahájením sériové výroby vozu Hyundai i30 3. listopadu v Moravskoslezských Nošovicích se tento automobil stane českým autem. Od listopadu tak budou mít zákazníci značky Hyundai možnost si zakoupit první český automobil Hyundai i30.

Mimo jiné je připravena i speciální limitovaná série Hyundai i30 s názvem „Made in CZ“.

Tato série v počtu pouhých 300 kusů bude vyrobena v barvách české trikolóry, červené, modré a bílé. V nabídce bude tento model se zážehovým motorem o obsahu 1,4 l a výko-

nem 89 kW resp. 109 koní s pětistupňovou manuální převodovkou a exkluzivní výbavou včetně klimatizace a 8 airbagů za cenu 333 000 Kč vč. DPH. V případě přestavby na kategorii N1 pak jeho cena bude 296 822 Kč bez DPH.

V rámci „Českých dnů“ v době od 10.–15. listopadu zákazník při objednání vozu ze série „Made in CZ“ získá navíc i povinné a havarijní pojištění na tento vůz zdarma a to na dobu jednoho roku.

(tz)

Až bude navigace hlídat opilce a rušit ukolébavku dálnic

Líbilo by se mi, kdyby Garmin dokázal to, co zatím skutečně neumí. Vracíte se z bujaré oslavy přítelových padesátin. Sednete do auta – ale pozor, máte v sobě nějakou tu sklenku. Garmin zabystří a řekne: Vystup. Pil jsi, nesmíš řídit. Jmenuješ se Karel Novák. Bydlíš ve Spálené 21 v Praze 1. Jdi domů pěšky. Máš to kousek. Chceš zavolat taxi?... Zkrátka měl by to být váš anděl strážný. Proč ne? Stejně tak by se mi hodilo, kdyby plnil funkci automatického budíku. Jedete po dálnici, zvuk motoru jednotvárně přede, prostě ukolébavka. Garmin po chvíli trochu surově, leč účinně: Nespi! Nebo Vem si bonbon! Nebo Nemáš žízeň? Kde budeš obědovat? Cos měl k snídani? Zkrátka rušil by vaši siestu a překřikl by sem tam i rádio a vás vyrušil z monotónních myšlenek. Co není, může být.

Na začátku 90. let přišly na český trh první automobily s vestavěnou navigací, s přelomem tisíciletí se objevily první přenosné. Jejich tvar více či méně kopíroval tvar televizního přijímače nebo dřívějšího monitoru k PC. Přístroj byl ovládan tlačítky, která zmizela v roce 2003. Dnešní přístroje Garmin jsou charakteristické plochým displejem, jednoduchým dotykovým ovládáním na obrazovce a širokouhlým disple-

jem formátu 16:9. Více než 60% přenosných automobilových navigací prodaných na českém trhu obsahuje kompletní mapy kontinentu.

Do navigací se dnes integrují nové funkce – například objekty, kolem kterých vůz projíždí, lze vidět ve 3D provedení. Většina dostupných navigací má možnost bezplatně přijímat aktuální dopravní informace RDS TMC. Další novou funkcí je asistent řazení do jízdních pruhů včetně znázornění dopravních značek, kterou oceňují řidiči zejména na komplikovaných dálničních křižnicích u velkých měst. Do navigace je možné ze serveru Google vložit kromě názvu a souřadnic i fotografie cílového objektu.

Jiné nové funkce slouží především v podnikání. Funkce Fleet management dovolí nejen sledovat pohyb vozového parku a vést knihy jízdy, ale dokonce komunikovat mezi dispečerem a řidičem pomocí webového dispečinku a displeje přenosné navigace. Dispečer má možnost sdílet řidiči změnu jízdy, její novou trasu nebo například novou nákladku. Navigace v automobilu je automaticky schopna potvrdit nejen přijetí, ale i přečtení zprávy, řidiči má pak možnost potvrdit splnění úkolu, případně odeslat další potřebné informace. Náklady na tuto komunikaci s řidičem jsou při použití na celém území Evropy

levnější než srovnatelné poplatky za používání mobilního telefonu.

Především na severoamerickém kontinentu se využívá navigace také k on-line komunikaci. Technologie MSN Direct dokáže uživatele informovat o cenách akcí, aktuálních cenách paliva nebo například o cenových akcích vybraných obchodních řetězců. Satelitní komunikace se využívá rovněž k poslechu satelitního rádia, k příjmu předpovědi počasí nebo předpovědi vzniku a pohybu hurikánů. Pokud jde o nejbližší budoucnost přenosné autonavigace, uvažuje se o její větší integraci do automobilu a o jejím spojování s funkcemi vozu. Automobilky přemýšlejí o využití displeje navigace pro zobrazení funkce vozu – například diagnostiky sledovaných částí vozu, teploty chladicí kapaliny, venkovní teploty. Navigace by se měla propojit i s dalšími funkcemi vozu – například by měla po aktivaci airbagů při havárii vyslat nouzový signál záchraně a uvést svoji polohu.

Pro vyšší modely automobilových navigací Garmin je typické využívání unikátních aktivně napájených stojánků, které minimalizují volně ležící kabely typické pro ostatní navigace. V porovnání s neaktivními stojánky ostatních výrobců je upevnění navigace do aktivního stojánku uživatelsky mnohem jednodušší a přístroj se při detekci napájení na stojánku navíc automaticky zapne. Přenosná navigace se stává běžnou

součástí vozu a je žádoucí, aby vzhled stojánku odpovídal současnému designu automobilů. Garmin je na automobilovém trhu známý svou pečlivostí, se kterou se věnuje vývoji nejen samotných přístrojů, ale i jejich upevnění ve voze. Díky zodpovědnému přístupu designerského a vývojového týmu se přenosné navigace Garmin dostaly do originálního příslušenství automobilek, jako jsou BMW, Mercedes, Volvo, Saab, Honda, Jeep, Chrysler nebo například Ford.

(tz)



Novinky v přímém bankovníctví

Komerční banky – určitě si všimněte

Klienti Komerční banky budou moci od 25. října nově uzavírat stavební spoření, žádat o podnikatelský úvěr, kalkulovat svůj hypoteční úvěr nebo pohodlně najít přímý kontakt na svého bankovního poradce a otevírací dobu své pobočky on-line.

Necelé dva měsíce poté, co aplikace Mojebanka přivítala pětsettisíciho klienta, přišla Komerční banka s řadou vylepšení kanálů přímého bankovníctví. Nové funkce přibudou nejen do Mojibanky, ale také do Profibanky, Expresní linky Plus a Přímého kanálu.

Stavební spoření on-line: „Modrá pyramida pokračuje v úspěšné integraci do skupiny Komerční banky. Krokem, který přinese klientům zvýšení pohodlí, je nově možnost uzavřít stavební spoření on-line v aplikaci Mojebanka,“ uvedl výkonný ředitel pro marketing Komerční banky Zdeněk Mojžíšek. Uzavření stavebního spoření on-line je velmi jednoduché, klient nemusí navštěvovat pobočky banky ani zasílat poštou tištěné dokumenty.

Objednávka hypotéky z domova: Zajímavou novinkou v aplikacích Mojebanka a Expresní linka Plus bude možnost definovat parametry hypotéky, vypočítat náklady a ihned odeslat

žádost o hypotéku do KB. „Ve čtyřech jednoduchých krocích bude moci klient vymodelovat svoji hypotéku a následně zaslat žádost o hypotéku přímo svému bankovnímu poradci,“ uvedl vedoucí přímého bankovníctví Komerční banky Mojmir Prokop.

Aktuální kontakty do banky: Další novinka reaguje přímo na požadavky klientů. „V aplikacích Mojebanka a Expresní linka Plus klient nalezne informace o svém bankovním poradci, jeho e-mail a telefon. Před návštěvou banky tam najde i informace o otevírací době své pobočky,“ doplnil Mojmir Prokop.

Nové funkčnosti přímého bankovníctví KB ocení také podnikatelé. Ti mohou nyní v aplikaci Mojebanka zahájit proces podání žádosti o podnikatelský úvěr. Ocení také nová avíza o příchozích platbách, která se zobrazí v aplikacích Mojebanka, Profibanka a Expresní

linka Plus. V aplikaci Přímý kanál jsou nově dostupné elektronické výpisy z účtů.

Dojde také k rozšíření autorizačních SMS zpráv, které budou obsahovat informace o podepsované transakci.

Rozšíření funkcí se týká i rozsahu informací, které aplikace přímého bankovníctví Komerční banky klientovi nabízí. Oblíbené aplikace Mojebanka a Expresní linka Plus přinesou klientům následující informace:

- přehled smluv o stavebním spoření u Modré pyramidy stavební spořitelny,
- přehled smluv u Penzijního fondu Komerční banky,
- přehled smluv se společností Allianz uzavřených prostřednictvím KB,
- rozšířený informační přehled o portfoliu v IKS KB a ve SGAM fondech – klientům se zobrazí přehledně a graficky znázorněné informace o současně hodnotě portfolia, o ziscích a ztrátách, o vývoji hodnoty portfolia či o výnosech za posledních 12 měsíců.

(tz)

Společnost OSRAM rozšiřuje v České republice výrobu

Společnost OSRAM, která patří mezi největší výrobce osvětlovací techniky na světě, se rozhodla rozšířit svůj stávající výrobní závod v Bruntále o novou výrobní halu. Vznikne tak nejen moderní prostor pro výrobu halogenidových výbojek.

Nově vybudovaná hala o rozměrech téměř 2000 m² je určena pro výrobu HMI®/HTI® halogenidových výbojek, které bude OSRAM dodávat do celého světa. Tyto výbojky se používají zejména v zábavním a filmovém průmyslu, kde je kvalitní osvětlení základní podmínkou působivé prezentace. Ať se jedná o koncerty, divadelní představení, diskotéky či natáčení filmů – tady všude hrají hlavní roli výbojky OSRAM HMI®/HTI®.

Společnost OSRAM Česká republika s.r.o. vyrábí v Bruntále od roku 2000 především komponenty a světelné zdroje pro projekční techniku, resp. pro medicínské a technologické účely. Ve výrobním závodě pracuje 1200 zaměstnanců.

(tz)

Olomouc hostila skvělé umělce!

V Olomouci skončil 15. ročník Podzimního festivalu duchovní hudby v Olomouci. Půl druhé desítky let probíhající festival opět potvrdil oprávněnost své existence a svou kvalitou nepochybně přispěl i k jeho budoucí podpoře.

Festival založila Umělecká agentura ARS VIVA pod záštitou olomouckého arcibiskupa Mons. Jana Graubnera. Setkává se zejména pro svou kultivovanost s příznivou odezvou Olomouckého kraje, statutárního města Olomouce, Ministerstva kultury České republiky, Ministerstva pro místní rozvoj ČR a dalších subjektů. Uměleckým garantem a dramaturgem festivalu je od jeho založení dirigent Stanislav Macura, kterému se podařilo vytvořit pro každoročně se opakující svátky duchovní hudební kultury obsahovou pestrost i pevný rámec.

Festival odstartoval velkým koncertem pod taktovkou S. Macury, jenž veden hlubokým citem pro originalitu skladeb se zasloužil o nevšední přednes Faurého Requiem a Dvořákova Te Deum ve skvělé součinnosti s Janáčkovou filharmonií Ostrava, Českým filharmonickým sborem Brno, sopranistkou Z. Kloubovou a vynikajícím J. Sulženkem.

Úspěšné entré festivalu jako by ovlivnilo všechny další koncerty. Nad očekávání atraktivním večerem se ukázalo být hostování Sboru donských kozáků pod taktovkou I. Šalíeva, díky prozíravosti pořadatelů reprízované v pout-

ním chrámu Očišťování Panny Marie v Dubu nad Moravou. Světově proslulý chlapecký a mužský sbor Poznanští slavici pod taktovkou 88letého zakládajícího sbormistra S. Stuligrosze a v doprovodu varhaníka M. Bolewského přednesli unikátní výběr z polské duchovní hudby.

Následovaly dva koncerty pod taktovkou Jaromíra Michaela Krygela. V chrámu sv. Mořice zazněly velmi sugestivní skladby moderní české duchovní hudby; a to v první půli velmi náročná oratorní díla P. Fialy ve špičkovém provedení Českého filharmonického sboru za řízení samotného autora a v závěru Kabeláčova Symfonie č. 3 pro varhany (Kamila Klugarová), žestě (Žestěová harmonie brněnských filharmoniků) a tympany. Provedení této symfonie je velmi náročné pro všechny zúčastněné umělce. Překvapením večera byl vnímavý a promyšlený výkon dirigenta J. M. Krygela, který sklídil zasloužené ovace.

Svoji připravenost a odbornou erudici potvrdil ihned na následujícím koncertu v katedrále sv. Václava, kde přednesla pod jeho taktovkou Cappella Istropolitana a Pěvecký sbor Lúčnica v součinnosti s pěvci M. Maťašovou, T. Kružliakovou, E. Ludhou a G. Beláčkem Cimaroso Requiem. Oba Krygelovy dirigentské výkony naznačily, že se v jeho osobě dokonce nabízí kandidát na pokračovatele Stanislava Macury pro funkci uměleckého garanta Podzimního festivalu duchovní hudby.

Závěrečný koncert letošního ročníku, naplněný genialitou Dvořákovy skladby Stabat mater, byl velmi oceňovaným vyvrcholením festivalu. O jeho kvalitě se přičinila Slezská filharmonie Katovice a její pěvecký sbor a vynikající pěvecký kvartet – M. Haan, J. Sýkorová, T. Černý a M. Gurbaľ, přední sólisté našich „národních“ operních scén v Praze a Brně.

Za korunu všeho dění považoval naplněný chrám osobnost dirigenta Stanislava Macury, s nímž je spjata i půl druhé desítky let trvající historie Podzimních festivalů duchovní hudby v Olomouci. Samozřejmě – postavil se i tentokrát před kvalitní orchestr, pečlivě připravený sbor a vynikající sólisty. Kouzelné však bylo, jak s těmito předpoklady naložil, jak je zformoval, jakého vyznění dosáhl, k jak kvalitnímu finále se dopracoval. Slovo optimální je samo o sobě superlativem, k němuž je obtížné cokoli přidat, pokud si nevšímáme specifík, které se k němu váží. Stanislava Macury je možno označit za dirigenta, který je svým pohybem, výrazem, zaujetím a prožitkem schopen se všemi, které diriguje komunikovat, hovořit, povzbuzovat... A to všechno osobitě, tedy natolik svébytně, že v dirigentském světě k němu žádnou srovnatelnou paralelu nenajdeme. V tomto směru je nutno se s dirigentem Stanislavem Macurou po skončení festivalu loučit. To znamená s přáním, aby konec jeho kariéry jako uměleckého garanta festivalu neznamenal pro další ročníky ani v nejmenším ústup z funkce dirigenta.

Je zřejmé, že festival takových rozměrů nutně ke svému životu potřebuje podporu, a to nejen duchovní, ale i materiální, od ní se odvíjí další možnosti rozvoje a růstu. Tu dlouhodobě poskytují Statutární město Olomouc a Olomoucký kraj, které patří k základním pilířům festivalu.

Důležitou součástí života festivalu je partnerství význam-

ných společností, které spojily svou image se jménem festivalu. V letošním roce opět převzaly titul partnerů festivalu společnosti Skanska DS a.s., Česká spořitelna a.s., ŽSD a.s. a nově Sigma Group a.s. a Kooperativa pojišťovna a.s. K zviditelnění festivalu výrazně přispěla mediální podpora francouzskou televizní stanicí Mezzo TV, která se specializuje na klasickou hudbu a jazz a kromě Francie je sledována v dalších 36 zemích. Ve světě je Olomouc vnímána jako prestižní hudební metropole.

www.podzimni-festival.cz



FOR INDUSTRY

8. MEZINÁRODNÍ VELETRH STROJÍRENSKÝCH TECHNOLOGIÍ

Souběžné veletrhy:

FOR SURFACE (povrchové úpravy)

FOR WASTE (nakládání s odpady)

FOR 3P (potravinářství, obaly, tisk)

PRAŽSKÝ VELETRŽNÍ AREÁL LETŇANY

15. – 17. 4. 2009



ABF, a.s., tel.: 222 891 264-6,
e-mail: forindustry@abf.cz, www.abf.cz

Aby váš majetek neskončil v plamenech

Hořící Průmyslový palác, plameny zničený autobus na D1 a v centru Brna, v popel obrácená pila v Jižních Čechách... během dvanácti hodin až příliš objektů zlikvidovaných ohněm, nepočítaje domácnosti, o kterých média neinformují. Oheň je živél nevyzpytatelný, nicméně ne neodvratný.

Ve čtvrtek 16. 10. v půl čtvrté začal na D1 hořet autobus, který následně oheň celý zničil. Příčinou byla technická závada. Škoda zhruba za čtyři sta tisíc korun. Přitom stačila pravidelná kontrola stavu 15 let starého autobusu. Pár hodin poté, kolem 19. hodiny, vypukl požár Průmyslového paláce v Praze, jehož příčinou byla zřejmě špatná elektroinstalace. Následně se zřítila celá ocelová konstrukce, která nebyla chráněná žádným protipožárním nátěrem nebo obkladem. „Tato budova bohužel ani nemohla být chráněna takovýmto opatřením, jelikož se jedná o historický objekt.

Co se týká nových výstaveb, je dokonce nařízeno budovy takto chránit,“ sdělil Ing. Zdeněk Voharčík, jednatel společnosti GrECo, International, poradenství pro riziko a pojištění s.r.o. Škody zatím vyčísleny nebyly, nicméně se budou pohybovat v částkách stovek milionů, nehledě na historickou hodnotu objektu.

Jihočeští hasiči se zase krátce po půlnoci maršně snažili zachránit pilu v Kardašově Řečici. Mohutný požár zničil celou halu a způsobil škodu 33 milionů korun. Při požáru nebyl naštěstí nikdo zraněn.

Co je příčinou všech těchto událostí a lze jim zabránit, přijmout preventivní opatření? V případě staveb určitě!

Pokud sami nemáte dostatek informací, stačí se podívat do nové vyhlášky Ministerstva vnitra č. 23/2008 Sb., o technických podmínkách požární ochrany staveb, platné od 1. července. Nejen že upravuje požadavky, ale naleznete zde i doporučení požární ochrany při užívání staveb nebo jejich částí vztahujících se k ochraně únikových cest, k úpravě interiérů, přístupu k věcným prostředkům požární ochrany. U stavby, jejíž užívání bylo započato přede dnem nabytí účinnosti této vyhlášky, musí být podmínky požární ochrany pro užívání staveb podle § 30 splněny do šesti

měsíců ode dne nabytí účinnosti. Za splnění těchto podmínek požární ochrany staveb odpovídá u právnických osob podle § 2 odst. 2 zákona č. 133/1985 Sb., o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů její statutární orgán, u podnikajících fyzických osob tato osoba nebo jí určený zástupce.

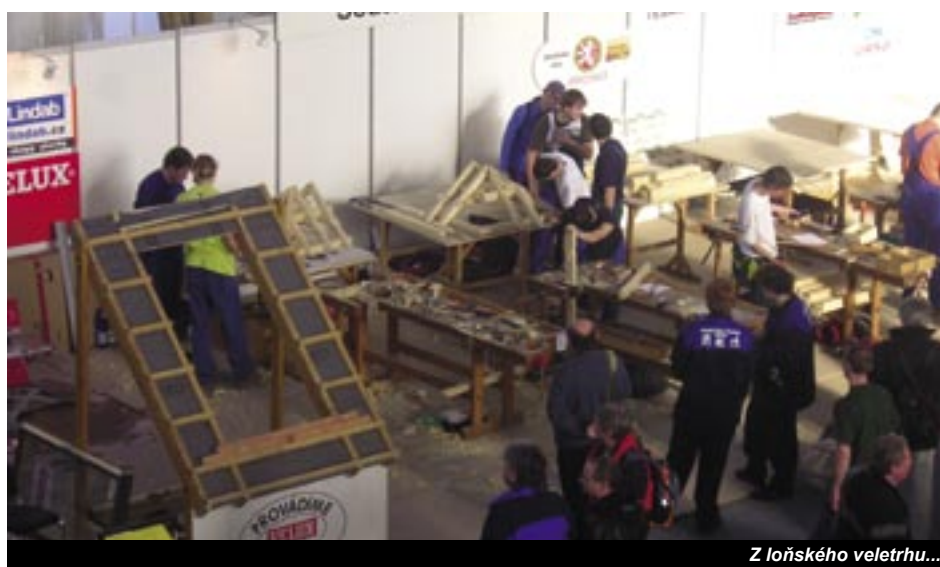
„Lze s největší pravděpodobností očekávat zájem hasičů o kontrolu jejího plnění po 1. 1. 2009. Doporučujeme všem prověřit, zda bude nutné provést úpravy provozovaných objektů a činnosti. Pokud ano, zajistěte jejich brzké provedení nejen kvůli vyhlášce, ale zejména kvůli bezpečnosti všech,“ doporučil Ing. Zdeněk Voharčík.

(tz)

Veletrh Střechy Praha 2009 nebyl požárem Průmyslového paláce ohrožen

Nejen při stavbě domu, ale i v každodenním životě se ne vždy všechno daří dělat podle plánu. To na vlastní kůži poznal i organizační tým veletrhu Střechy Praha. Ve čtvrtek 16. října večer propukl požár v Průmyslovém paláci na pražském Výstavišti v Holešovicích, tedy v místě, které je již tradičním domovem veletrhu. Po této katastrofě přišlo levé křídlo této secesní památky o střechu a zbyly z něj jen obvodové zdi. Z důvodu nutnosti dostát všem závazkům k vystavovatelům a zachovat dobrou pověst veletrhu organizátoři v tuto chvíli jednají o místě jeho konání. Už nyní je ale jisté, že termín veletrhu zůstává nezměněn. Akce se uskuteční ve dnech 29.–31. ledna 2009.

Průmyslový palác byl otevřen 15. března 1891 u příležitosti Jubilejní zemské výstavy. Jeho projektant Bedřich Münzberger na poslední chvíli přepracoval původní projekt zděné stavby na kombinovanou konstrukci – poprvé v českých zemích se tak uplatnila architektura s železnou montovanou konstrukcí. Kromě Münzbergera se na projektu podílel ještě ing. František Prášil, architektem vstupní brány do areálu byl Antonín Wiehl. Interiéry paláce pak upravovali významní architekti – Friedrich Ohmann, Josef Fanta a další. V 50. letech byl Palác přejmenován na Sjezdový palác a své sjezdy v něm začali pořádat komunisté. Od roku 1991 znovu slouží svému původnímu účelu – výstavám.



Z loňského veletrhu...

Ani nepříjemnost s požárem ale nemůže zabránit Mezinárodnímu veletrhu Střechy Praha vstoupit do druhého desetiletí své existence. Veletrh si během uplynulých let vysloužil dobré jméno nejen mezi výrobci, dovozci a obchodními firmami, které se ho účastní jako vystavovatelé, ale také mezi odbornou a laickou veřejností. Na nadcházejícím ročníku veletrhu se představí ti nejvýznamnější výrobci a dodavatelé střešních krytin, stejně jako ti méně známí.

Doprovodný program

Z bohatého doprovodného programu za zmínku

stojí především bezplatné poradenství z oblasti úspor energií, využívání obnovitelných zdrojů energie, dotací a podobně. Jedním z vrcholů veletrhu je soutěž Zlatá taška, která ocení nejlepší přihlášený exponát. V programu nebudou chybět ani jeho další, dnes již tradiční součásti, jako je například soutěž zručnosti učňů, losování o zajímavé ceny nebo Praktikum – ukázky řemesla. Jak vybrat správnou střešní krytinu a také něco o tradičních i moderních krytinách šikmých a plochých střech se návštěvníci dozví na přednáškách a seminářích věnujících se prvnímu zvyrazněnému tématu nastávajícího ročníku veletrhu – střešním krytinám.

Úspory energií
a obnovitelné zdroje
5. ročník specializované výstavy
Jak šetřit peníze i životní prostředí

Dalším ze zvyrazněných témat veletrhu budou i dřevostavby, které jsou běžné například v zemích severní Evropy nebo v USA či Kanadě a nyní se začínají stále více prosazovat v individuální bytové výstavbě i v poměrně konzervativním českém stavebnictví.

Společně s veletrhem Střechy Praha bude již 5. ročník doprovodné výstavy Úspory energií a obnovitelné zdroje. V posledních letech se na plochých i šikmých střeších stále častěji objevují sluneční kolektory na ohřev vody, nebo dokonce fotovoltaické články umožňující ekologickou výrobu elektrické energie. Skloubit všechny tyto stavební i provozní požadavky dohromady však vyžaduje nejen od projektantů, ale i od realizačních firem neustálý přísun aktuálních informací od výrobců jak střešních krytin a tepelných izolací, tak od výrobců slunečních kolektorů a elektrovoltaických článků. Dochází proto často k vzájemnému prolínání informací a poznatků mezi klasickým stavebnictvím a technikou 21. století. Přestože podíl elektrické energie vyrobené ze slunečního záření narůstá, na celkové produkci elektrické energie ve světě má stále zanedbatelný význam. Tomuto tématu bude věnována i novinka nadcházejícího ročníku – série seminářů „Využití střeš jako zdroje energie“.

více podrobností je k dispozici na www.strechy-praha.cz

(tz)



Gas Business Breakfast 2008

Vydavatelství EURONEWS, a. s., pro vás připravuje

5. ročník plynárenské konference Gas Business Breakfast

Téma konference: **ZEMNÍ PLYN: KLÍČOVÉ PROBLÉMY, KLÍČOVÉ PERSPEKTIVY**

Místo a čas konání: 28. listopadu 2008, hotel Hilton Prague, 9.00–12.00 hod.

Více informací na <http://events.euro.cz> nebo na 251 026 124 (Martina Jannová)

Patron akce



ČESKÁ PLYNÁRENSKÁ UNIE
CZECH GAS UNION

...rezervujte si čas!



Nejlepší webové stránky získaly ocenění

V soutěži o nejlepší IT web byly oceněny internetové stránky systémů Helios. Na druhém místě v soutěži „Nejlepší web IT firmy 2008“ vyhlášené společností Computer Press, se letos umístil web společnosti LCS International, a.s.. Ocenění za kategorii „firmy z oblasti produkce a distribuce IT produktů, sektor B2B“ převzala v pondělí 6. října v Brně Mgr. Martina Králová, ředitelka marketingu LCS.

Nové internetové stránky společnosti LCS byly dokončeny teprve před několika týdny a jejich tvůrcem je společnost PragueBest. V LCS za jejich podobu i obsahovou náplň odpovídá specialista marketingu, Ing. Miroslava Adamyová.

„Předchozí webové stránky naší společnosti byly vytvářeny přímo v LCS,“ komentovala změnu, která vedla i k umístění v soutěži, Martina Králová. „V průběhu doby jsme však zjistili, že web, který má beze zbytku splňovat vše, co od něj úspěšná společnost v dnešní době vyžaduje, musí být vytvářen specializovanými profesionály. Proto jsme vyslali výběrového řízení, které vyhrála společnost Prague Best, která pro nás vytvořila naše současné webové stránky,“ vysvětlila.

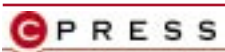
„Mezi nejdůležitější části webu, které jsme měnili, byly sekce Reference a Partneři,“ řekla Miroslava Adamyová. „V současné době tyto stránky fungují na základě propojení redakč-

ního systému stránek – ePublisher – a našeho informačního systému Helios Green, což poskytuje možnost on-line úprav a zobrazování, takže nyní je jistota, že to, co návštěvník vidí na webových stránkách, je dokonale aktuální,“ prohlásila Adamyová.

Důležitou a na první pohled patrnou úpravou byl také design celého webu, který jej barevně sjednotil s Corporate Designem celé společnosti.

PragueBest s.r.o. je internetová agentura poskytující komplexní služby tvorby webových stránek a zakázkových aplikací. Na trhu působí od roku 1999 a zabývá se vývojem rozsáhlých webových prezentací, které využívají redakční systém ePublisher (www.ePublisher.cz). (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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



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



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

222 tipů a triků pro Microsoft Office Excel 2007

John Walkenbach

Excel na základní úrovni používá mnoho lidí, ovšem jen málokdo dokáže využívat jeho potenciál naplno. Nyní máte možnost dostat se na vyšší úroveň rychle a bezbolestně. Zkušený autor vám v podobě sbírky tipů a triků odhalí na první pohled skrytá nastavení a důmyslné postupy.

Porada jako efektivní nástroj řízení

Oldřich Šuleř

Naučíte se sestavit účelný program porady, vhodně organizovat různé typy porad, vést efektivně diskuzi, řídit vznikající konflikty, identifikovat nedostatky, profesionálně prezentovat důležité informace, přijímat vhodným stylem rozhodnutí.

Index investing

Martin Svoboda

Publikace v angličtině vám prozradí, jaké existují trendy napříč komoditami (obory) i regiony. Bude vás informovat o tom, v kterých světadílech ba podrobněji státech existují jací „akciovní tahouni“. Zda jsou v růstu, stabilitě, nebo naopak klesají či nebezpečně kolísají.

Vyřešeno!

Jacqueline Stewart, David Couper

Do obtížných situací se dostáváme téměř každý den v týdně, ať už v práci, nebo ve svém volném čase. Aktivita v této publikaci umožní školitelům stavět na instinktu a zkušenostech účastníků tým, že po nich budou požadovat, aby zvažili své možnosti během scének, případových studií, diskuzí a simulací.

Prezentace v angličtině

Susan Lowe, Louise Pile

Cílem této publikace je naučit mírně pokročilé uživatele AJ nejdůležitějším činností spojeným s prezentací. Naučíte se, jak začít prezentaci, jak upoutat pozornost publika, jak popsat grafy, tabulky a pracovat se speciálním zařízením. ■

SPONZORING, CHARITA, POMOC

REMA Systém předala Kontu Bariéry počítače

Starší, ale plně funkční počítače v hodnotě 274 771 Kč od společnosti REMA Systém budou sloužit postiženým lidem v rámci speciální výuky, která jim pomáhá při návratu do běžného života. Výpočetní techniku převzali představitelé Konta BARIÉRY a použijí ji na další rozvoj úspěšného projektu Počítače proti Bariérám. REMA Systém je dlouhodobým partnerem projektu. (tz)

Jak se prosadit a přesvědčit ostatní

Gianna Possehl, Frank Kittel

S touto praktickou příručkou se vám podaří přesvědčit ostatní o svých návrzích, nápadech a projektech! Dozvíte se, jak jít vytrvale a úspěšně za svými cíli. Získáte mnoho praktických tipů a procvičíte si, jak se úspěšně prosadit na poradách, při diskuzích, jednáních, prezentacích či po telefonu. Natrénujete si efektivní komunikační techniky a využití řeči těla.

Umění slovní sebeobrany – 100 nejlepších tipů

Matthias Nöllke

Jak reagovat rychle a trefně v každé životní situaci? Ve velmi čtivé příručce najdete 100 osvědčených tipů a mnoho dalších praktických rad, ukázek a příkladů, jak pohotově reagovat a suverénně komunikovat v různých situacích v práci a v osobním životě, jak hájit své zájmy a získat si okolí svým humorem, jak mírnit konflikty a vybruslit z trapných situací. Trefnou poznámkou se lépe prosadíte a získáte zpět respekt.

Strategický marketing

Dagmar Jakubíková

Publikace uznávané autorky se jako jediná na českém trhu komplexně věnuje problematice strategického marketingu, tvorbě marketingových strategií a trendům v této oblasti. Je určena jak marketingovým praktikům, manažerům a podnikatelům, tak studentům vysokých škol a MBA studií.

Základy mezilidské komunikace

Joseph A. DeVito

Nové vydání nejprodávější publikace o mezilidské komunikaci se prakticky a čtivě zabývá komunikací mezi lidmi, komunikací v malých skupinách a veřejným projevem, a to s důrazem na rozvoj komunikačních dovedností, kritické myšlení, naslouchání, moc, etiku a kulturní aspekty. Manažeři, lektori, psychologové, personalisté, studenti a ostatní zájemci o oblast mezilidské komunikace v knize získávají skutečně zajímavý, ale zároveň odborně erudovaný text.

Plánování a tvorba hodnoty firmy

Pavel Marinič

Publikace určená manažerům, podnikatelům a studentům VŠ se zabývá uceleným souborem témat, která jsou obrazem rozhodovacích procesů v podniku. Prakticky zaměřený výklad je doplněn rozsáhlou případovou studií a návodnými schématy. Autor vychází z konkurenceschopnosti jako rozhodujícího faktoru hodnoty firmy, podrobně se zabývá měřením výkonnosti podniku s důrazem na ukazatele používané v rámci hodnotového managementu. ■

Právo sociálního zabezpečení

Petr Tröster a kol.

Vydání publikace reaguje na rozsáhlé legislativní změny za uplynulých tří roky. Autoři odkazují na starší i novější literaturu a judikaturu, včetně Evropského soudního dvora. Dílo vymezuje pojem a předmět práva sociálního zabezpečení, pojednává o historickém vývoji tohoto právního odvětví, provádí rozbor právní úpravy jednotlivých subsystémů – zdravotního, nemocenského, úrazového a důchodového pojištění, státní sociální podpory, sociální pomoci a doplňkových systémů. Zabývá se rovněž právními skutečnostmi, právními vztahy a otázkami financování, organizace a řízení v sociálním zabezpečení. V publikaci nejsou opomenuty ani evropské a mezinárodní aspekty předmětného oboru práva. ■

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

O mimosoudní řešení sporů je velký zájem

Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů může zúčastněným stranám ve srovnání se soudní cestou ušetřit čas i peníze, proto je o ně stále větší zájem. Kontaktní místa po celé České republice řešila v období mezi 1. dubnem a 12. zářím 2008 celkem 653 takových případů. Nejčastějším předmětem sporů jsou neuznané reklamace a neakceptování práva na odstoupení od smlouvy.

„Téměř 80% všech případů je dnes řešeno prostřednictvím našich kontaktních míst v rámci celé České republiky,“ uvedl Petr Kužel, prezident Hospodářské komory České republiky. „Těší nás velký zájem ze strany spotřebitelů, ale i vstřícnost podnikatelů k řešení vzniklých sporů mimosoudní cestou,“ dodal Petr Kužel.

„Vzhledem ke zjevnému úspěchu tohoto projektu budeme iniciovat další podobné společné aktivity s ministerstvem průmyslu a obchodu v této oblasti i v dalších letech,“ prohlásil Petr Kužel.

Projekt mimosoudního řešení spotřebitelských sporů připravilo Ministerstvo průmyslu a obchodu ve spolupráci s Hospodářskou komorou České republiky, spotřebitelskými sdruženími, Rozhodčím soudem při Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR, Asociací mediátorů, Ministerstvem financí a Ministerstvem spravedlnosti.

Mimosoudní řešení sporů (Alternative Dispute Resolution – ADR) dnes umožňuje úspěšně řešit spory mezi spotřebiteli a podnikateli mimo klasickou soudní cestu, která je obvykle dlouhá a nákladná. Celosvětově je považováno za rychlý, levný a vhodný způsob vyřešení nároku spotřebitele. Řešení sporů touto cestou je založeno na dobrovolné účasti obou stran, objektivitě a nestrannosti řízení. Spory se vedou za účasti neutrální třetí strany, a to v rámci mediace nebo rozhodčího řízení. Řízení nemůže být zahájeno, pokud již byl podán podnět, soudní žaloba nebo jiný

NAŠE KAVÁRNA

Kancelář MasterCard Europe pro Česko a Slovensko

Po deseti úspěšných letech u společnosti MasterCard Europe odešel ke konci října 2008 generální ředitel pro Českou republiku, Slovensko a Ukrajinu, Ján Čarný. Od 1. listopadu 2008 je rolí generálního ředitele společnosti MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko pověřený Pavel Javorský. Ve společnosti MasterCard Europe působí od roku 2005 na pozici Senior Account Manager Czech Republic, kde zaštiťoval především aktivitu společnosti v České republice. (tz)

Konference o internetové telefonii

Již brzy, 25. listopadu se v pražském hotelu Olympik Artemis uskuteční pátý ročník odborné konference a výstavy IP Telephony Workshop (IPTW), která je největší odbornou akcí v České republice zaměřenou na IP telefonii. IPTW představí produkty, služby a nové technologie v oblasti internetové telefonie. Akce se zúčastní mnoho odborníků, kteří promluví o unifikované komunikaci, kontaktních centrech, bezdrátové telefonii a dalších tématech.

Hlavním partnerem konference je společnost Avaya Czech Republic s.r.o., která představí svá kontaktní centra a integrované komunikační aplikace, systémy a služby. Návštěvníci IPTW se dále mohou těšit na seznámení s audio a videokonferenčními systémy Polycom od společnosti Atlantis Telecom spol. s r.o. zajišťující efektivní komunikaci na dálku. V přednášce firmy Motorola se dozví, jak funguje bezdrátová IP telefonie, společnost Panasonic Czech Republic představí koncept jednotné komunikace spolu s jejím významem a přínosy.

Kromě toho letošní IPTW přinese informace o nových trendech v technologiích VoIP, o možnostech lepší komunikace a zlepšení týmové práce pomocí IBM řešení, o budoucnosti technologie WiMAX a celkově o možnostech zvýšení produktivity práce ve firmách prostřednictvím dokonalejší komunikace.

zákonný prostředek k uplatnění práv v téže, nebo podnět zjevně není oprávněný, nebo strana podávající podnět svá práva neuplatnila u protistrany.

Na kontaktním místě získá poškozený potřebné informace o alternativních možnostech, kterými může spor řešit, tedy o tzv. mediaci nebo o rozhodčím řízení. Spotřebitel (případně podnikatel) se může obrátit na kontaktní místo osobně, poštou nebo elektronicky prostřednictvím formuláře, v němž popíše svoji stížnost spolu s informací, zda preferuje mediaci, nebo arbitráž. Pracovník kontaktního místa poté doručí stížnost druhé straně, která má 15 dnů na vyjádření. Ani jedna ze stran sporu v této fázi neplatí žádné poplatky. Ve chvíli, kdy se obě strany shodnou na řešení sporu prostřednictvím mediace, která je bezplatná, určí si nezávislého mediátora, který se obě strany snaží dovést k dohodě. Tato dohoda je jasně formulovaná, srozumitelná a prakticky uskutečnitelná. Dohoda má písemnou podobu a stvrzuje se podpisy stran i mediátora.

V případě neúspěšné mediace může kterákoliv ze stran požádat o rozhodčí řízení, které se následně koná u Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře ČR.

O rozhodčí řízení nakonec jedna nebo druhá strana může požádat již ve chvíli podání stížnosti, k jeho zahájení je pak potřeba souhlasu obou zúčastněných stran. Výsledkem řízení je nález rozhodce, který je po uplynutí lhůty k plnění soudně vykonatelný – je tedy zajištěna rychlá vymahatelnost práva. V této fázi zaplatí navrhovatel rozhodčímu soudu poplatek (3% z hodnoty předmětu sporu, nejméně 800 Kč).

Nejčastějším předmětem sporů jsou neuznané reklamace a neakceptování práva na odstoupení od smlouvy v případech tzv. podomních prodejších apod., neprovedení prací v rámci smluv o dílo – různé řemeslné práce atp. V poslední době se objevují stížnosti na služby poskytované cestovními kancelářemi a jejich postup při vyřizování reklamací. (tz)

Úspory energií = za stejný komfort méně peněz

Skupina RWE druhým rokem nabádá své zákazníky k efektivnějšímu využívání energie zemního plynu. S Davidem Konvalinou, marketingovým ředitelem skupiny RWE, jsme diskutovali o trendu úspor energií a snižování spotřeby zemního plynu v domácnostech.

Co říkáte na zájem domácností o úsporu energií?

Poptávka po informacích tohoto typu rok od roku stoupá. Je to celospolečenský trend a loňský rok nám jen potvrdil, že se lidé velmi aktivně zajímají o to, jak snižovat spotřebu energií. Bohužel existují skupiny zákazníků, které jsou omežovány výší ceny investic vedoucích k významnějším úsporám. Kromě nových rad a tipů na webových stránkách www.setrimenergie.cz jsme proto letos nově vytvořili balíček slev pro vybraná úsporná řešení.

Jaké konkrétní výhody tedy domácnostem nabízíte?

Nejefektivnější cestou, jak lze snížit náklady na vytápění, je odstranění samovolných úniků tepla. Samozřejmě, že výdaje mohou být nižší také při efektivnějším provozování vytápěcího systému. Nejvíce lidé mohou ušetřit zateplením budov a výměnou starých oken. Proto nabízíme našim zákazníkům slevu 33 % na veškerá plastová okna a dveře od firmy SULKO a minimálně 33% slevu na vybraný sortiment tepelných izolací od společnosti DEKTRADE.



David Konvalina, marketingový ředitel skupiny RWE

V loňském roce jste testovali snímkování termokamerou. Začnete tuto službu nabízet?

Ohlasy na termosnímký byly velmi pozitivní a průzkumy nám ukázaly, že lidé by o tento produkt stáli. Službu nabízíme od listopadu pod názvem Termosnímký RWE a bude stát příznivých tři tisíce korun. Zá-

jemci si ji mohou objednat prostřednictvím internetové stránky www.chcitermosnimkyrwe.cz.

Co je na snímcích z termokamery tak zajímavého?

Běžná domácnost žije v domněni, že se jí nevyplatí zjišťovat, zda netopí pánubohu do oken. Dělá tak zásadní chybu, protože podceňuje přípravu, která je pro případnou rekonstrukci a výslednou výši plateb za energie rozhodující. Když víte, kterými místy dochází k největším tepelným ztrátám, můžete ušetřit až desetitisíce. Jinak byste je při rekonstrukci možná investovali tam, kde to ani není tolik potřeba.

Termokamera dokáže odhalit vady v konstrukci, ať už jsou zaviněny stářím objektů, vlhkostí, nevhodným materiálem či třeba špatnou prací řemeslníků. Nejčastěji jde o prostory okolo oken, dveří a o úniky tepla fasádou. Výsledky dosavadních měření, která RWE realizovala na přelomu loňského a letošního roku v rámci kampaně Šetříme energii, přitom ukázaly, že nedostatečnou tepelnou izolaci vykazují nejen starší domy, ale i novostavby.

Jsou investice do zateplení domů a bytů opravdu návratné?

Investice do zateplení patří mezi ty s po-

měrně rychlou dobou návratnosti, podle expertů se mohou vrátit už za 7 let. Zateplování nesporně vyžaduje poměrně velké jednorázové náklady, ale to je jeho jedinou nevýhodou. Stavební konstrukce mají životnost uvažovanou v dlouhých desítkách let, takže jde v každém případě o výhodnou investici.

Není RWE tak trochu samo proti sobě, když volá po šetření energiemi? Zákazník, který spoří, přece platí méně.

Zdůvodnit projekt na podporu úspor v domácnostech v době růstu cen všech energií je velmi jednoduché. Nechceme připustit, aby zdražování bylo důvodem, pro který by se mohly některé domácnosti obrátit zády k tak ekologickému a komfortnímu palivu, jakým je zemní plyn. Na všech našich zákaznících nám záleží, a protože nemůžeme prakticky ovlivnit cenu plynu, která se primárně vyvíjí v závislosti na pohybu cen ropy a kurzu koruny vůči euru a dolaru, snažíme se ovlivnit to, jak efektivně domácnosti naši dodávku plynu využívají. Má to pro ně ten efekt, že pak platí za stejný komfort méně peněz.

Zákazníci hodnotí pozitivně rozšíření péče o poradenství, jak lze používat energii odpovědně vůči životnímu prostředí a zároveň jak přitom ušetřit. Pro RWE je zase důležitá jejich rostoucí loajalita a spokojenost.

za rozhovor poděkovala Eva Bříxi

Zákon o předcházení ekologické újmy je již platný!

Kromě tématu „finanční krize“ se v současné době celosvětově skloňuje slovo „ekologie“. Ani Česká republika nezůstala pozadu a 19. května 2008 vydala zákon č. 167/2008 Sb., o předcházení ekologické újmy, o její nápravě a o změně některých souvisejících zákonů. Tento zákon byl přijat na základě směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/35/ES o odpovědnosti za životní prostředí v souvislosti s prevencí a nápravou škod na životním prostředí. Účinnosti nabyl zákon devadesátým dnem od jeho vyhlášení, tedy 19. srpna 2008.

Zvláštní pozornost zasluhuje Hlava II zá-

kona, která stanoví povinnosti jednotlivých subjektů k předcházení ekologické újmy a její nápravě. Dále Příloha č. 1 zákona, která určuje seznam provozních činností, jichž se zákon dotýká. Mezi tyto provozní činnosti patří i přeprava nebezpečných chemických látek a nebezpečných chemických přípravků potrubím nebo v železniční, silniční, vodní vnitrozemské, letecké nebo námořní dopravě (citace dle zákona).

„Jednou z budoucích povinností pro subjekty, které mají v předmětu podnikání uvedenou výše jmenovanou činnost, je zařadit si finanční zajištění – nejčastěji řešené formou pojištění,“ upozornila Dr. Alena Bartoňová,

jednatelka GrECo, International, poradenství pro riziko a pojištění s.r.o.

Veřejnost většinou nejvíce zajímají případné sankce plynoucí z tohoto zákona. „Pokud při provozování zákonem stanovené činnosti provozovatel způsobí zákonem specifikovanou ekologickou újmu, nejenže bude muset hradit veškeré náklady na její likvidaci, ale hrozí mu také pokuta za správní delikt,“ citovala Dr. Alena Bartoňová. Správní orgány mohou uložit pokutu dokonce až do výše 5 000 000 Kč. Takový postih může některé společnosti vážně ohrozit, ne-li „položít na lopatky.“

Dále je třeba upozornit i na skutečnost, že

nebude-li mít subjekt provozující činnost jmenovanou v Příloze č. 1 výše jmenovaného zákona zabezpečenou finančním zajištěním (např. formou pojištění), nebude ji smět ani vykonávat.

Do 1. ledna 2011 stanoví vláda svým nařízením (termín vydání nařízení je zatím nejasný) způsob hodnocení rizik, kritéria posuzování dostatečnosti finančního zajištění pro provozovatele a bližší podmínky provádění a způsobu finančního zajištění k provedení preventivních a nápravných opatření. Toto nařízení by pak mělo nabýt platnosti 1. ledna 2013.

(tz)

Nájezdy na stavební stroje

Opuštěné stroje přitahují nejen rez, ale hlavně zloděje. Svě o tom ví kupříkladu majitel kompresoru Atlas Copco, který mu byl odcizen přímo ze stavby v Praze Čakovicích. A aby toho nebylo málo, krátce po vrácení zmizelo to samé zařízení podruhé. Oběti ale bylo více. Kompresor stejné značky a typu zmizel v Praze Komořanech, další zanedlouho z pražské Ruzyně. Zájem ovšem není pouze o vzduchotechniku. Pachatelé hledají i mezi klasickými stavebními mechanismy.

Policie eviduje desítky podvodů, kdy byl z půjčovny vyzvednut (častokrát na padělané nebo kradené doklady) nakladač nebo bagr a následně prodán třetí osobě. Bohužel šikovnost pachatelů této trestné činnosti častokrát nezastaví ostražku, ani odstavení stroje v uzavřeném objektu. Ke krádežím totiž dochází zejména o víkendech, takže zloději mají nejen dost času svůj záměr naplánovat, ale i nepozorovaně provést, přestože jde o několikatunové, nezřídka výrazně zabarvené stroje.

Jak se ale přesvědčili ti šťastnější majitelé stavebních mechanismů, proti podobným lidem existuje účinné opatření. Výše zmiňovaní podnikatelé chránili svůj majetek vyhledávacími systémy Sherlog, které spolehlivě fungují nejen v osobních automobilech. Díky tomu se výjez-

dové skupině Secar Bohemia a policii povedlo objevit kompresor v rodinném domě v Úvalech a podruhé v obci Šestajovice u Prahy. Zařízení z Komořan dohledala pátrací vozidla zase v Kralovicích a další v garáži na Veleslavíně. Stejný



úspěch a vrácení odcizených strojů (zejména značek JCB) majitelům nahlásili také policisté v Táboře, Karlových Varech nebo Kolíně. Šťastnou dohru opět umožnil vyhledávací systém Sherlog.

(tz)

