



Přirozeným rysem úvěrů či záruk, které ČMZRB poskytuje, je jejich ekonomická výhodnost pro podnikatele, vysvětlil Ing. Lubomír Rajdl, CSc., vrchní ředitel úseku strategie Českomoravské záruční a rozvojové banky

Možná bychom se všichni divili, kolik nových firem je každý měsíc zapsáno do obchodního rejstříku. Kolik firem vzniká, vstupuje na rozkolísaný trh, kolik překvapivých vizí putuje naším vesmírem. Kolik lidí se stává podnikateli a živnostníky, kolik nové odvahy mezi lidmi je i v současné, tak trochu pochmurnější době. Kolik nápadů se rodí a kolika připraveným štěstí přeje. Svědčí to o tom, že svět obelstěný ekonomickou krizí hledá v podobě nejrozmanitějších myšlenek východisko. Příležitosti je stále nekonečně. Jde jen o to je objevit ve vhodný čas a náležitě pracovat. Mnozí vyšli naproti svému budoucímu štěstí právě nyní. Mnozí však potřebují ještě peníze. I malý úvěr či záruka za něj je velké povzbuzení, dobrý odrazový můstek. Svou nezastupitelnou úlohu hraje Českomoravská záruční a rozvojová banka. Odborníkem, jehož jméno je s touto státní finanční institucí léta spjata, je Ing. Lubomír Rajdl, CSc., vrchní ředitel úseku strategie. Jemu jsem položila několik následujících otázek:

Nedávno jste zveřejnili, jaké produkty a služby mohli podnikatelé prostřednictvím ČMZRB loni využívat. Které z těchto produktů byly nejžádanější a o čem měli zájem ti nejdrobnější?

Poptávka po zvýhodněných úvěrech a zárukách pro malé a střední podnikatele byla v minulém roce všeobecně poměrně vysoká, což působilo i určité problémy se zajištěním dostatečných prostředků pro její uspokojení. Nejvíce žádaná byla tzv. M-záruka, tedy záruka za bankovní úvěr do 5 mil. Kč poskytovaná zjednodušeným způsobem. Tento produkt ČMZRB uvedla nově na trh v roce 2007, aby vyho-

věla zrychlujícímu se tempu uzavírání úvěrových smluv v komerčních bankách. Žádost je možné zaslat poštou či e-mailem, takže podnikatel v optimálním případě navštíví pobočku ČMZRB osobně pouze jednou, a to při podpisu smlouvy o záruce. ČMZRB je schopna většinu úplných žádostí vyřídit v průběhu několika dnů.

Na drobné podnikatele byl zaměřen program START, jehož cílem je podpořit drobné podnikatele při jejich vstupu do podnikání. Od vyhlášení programu v roce 2007 do jeho pozastavení v lednu 2008 bylo možné žádat o poskytnutí bezúročného úvěru nebo záruky za bankovní úvěr do 1,5 mil. Kč. Za toto období bylo začínajícím podnikatelům poskytnuto celkem 98 úvěrů a 37 záruk. Ke znovuoobnovení programu a vyhlášení nové výzvy k podávání žádostí v programu START zatím nedošlo. Předpokládáme však, že Ministerstvo průmyslu a obchodu tak učiní ještě v roce 2009.

Je zřejmé, že naše společnost má mnoho vrstev. Nejsou tu jen nezaměstnaní, kteří zaskočení ztrátou práce sedí doma s rukama v klíně a čekají, až jim úřad práce „něco nového sežene“. Jsou tu i ti, kteří se snaží svou situaci řešit aktivněji, například zahájením vlastní podnikatelské činnosti. A rozhodně nejsou bez šance.

Vaše banka byla v letošním roce poměrně často zmiňována v souvislosti s opatřeními k tlumení dopadů hospodářské krize. Měla by se stát mimo jiné záchranným polštářem pro ty subjekty, které neuspějí u komerčních bank v důsledku přísnějších kritérií při posuzování úvěrů. Jaký je váš pohled na věc?

Během hospodářské krize se pro malé a střední podnikatele stává obtížnějším přístup k získávání nových úvěrů na investice či provozní výdaje. Také obnovování již dříve poskytnutých provozních úvěrů je složitější. Je to v podstatě přirozená reakce trhu na skuteč-

nost, že hospodářská recese výrazně zvyšuje nejistoty spojené s odbytem produktů, což vyvolává u bank obavu z výrazně vyššího rizika schopnosti podnikatele splatit poskytnutý úvěr. Požadují proto po podnikatelích větší zajištění než v období hospodářského růstu. A to bývá často pro malé podnikatele velký problém. Právě pro tyto situace je využití záruky poskytované ČMZRB optimálním řešením. S její pomocí může podnikatel snáze získat úvěr, který by jinak úvěrující banka měla problém poskytnout. Pro úvěrující banku záruka výrazně snižuje výši možné ztráty v případě nesplacení úvěru. Hovořit však o záchranném polštáři by bylo nepřesné, nadnesené. Smyslem poskytovaných podpor není zachraňovat někoho v situaci, kdy záchrana je málo pravděpodobná. Význam poskytnutí záruky spočívá v tom, že může pomoci perspektivním podnikatelům překonat reálně existující zvýšené obavy bank z dalšího vývoje jejich podnikání.



Ing. Lubomír Rajdl, CSc., vrchní ředitel úseku strategie Českomoravské záruční a rozvojové banky

Může se podnikatelská veřejnost spolehnout na posílení úlohy ČMZRB a větší množství peněz, které byste nabídli pro financování českých subjektů?

Současné období je typické převahou negativních zpráv a očekávání. Neplatí to však pro podpory, které jsme schopni poskytovat s využitím prostředků strukturálních fondů, státního rozpočtu a z prostředků, které získáme z finančního trhu. V porovnání s minulými lety je situace velmi dobrá. Nedávný krok vlády, která rozhodla o způsobu navýšení prostředků pro záruční fond dalšími 1,8 mld. Kč, vytvořil velmi pevný základ pro naši činnost pro poskytování

záruk za provozní úvěry. Zde se jeví problémy podnikatelů jako nejnáléhavější.

Projevil se zvýšený nápor firem v žádostech o financování? Jaké projekty podpoříte nejvíce?

Podnikatelé u nás mohou v současné době získat podporu formou podřízeného úvěru v programu PROGRES nebo formou záruky v programech ZÁRUKA (záruky za investiční úvěry) nebo ZÁRUKA (záruky za provozní úvěry). Největší zájem je podle našeho očekávání o záruky.

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

- 3** Malí a střední ještě k protikrizovým opatřením vlády
- 9** Pro segment malých a středních firem máme připraveny programy, které jim umožní šetřit
- 13** Prezident USA a jordánský král se radují z českých hodiněk PRIM Manufacture 1949
- 18** CzechTrade snese srovnání i s těmi nejlepšími komerčními firmami
- 20** Úsporná opatření firem způsobila, že hotovost vládne všude na světě

VÍTEJTE NA WWW.

Spoléhejte na internet

Potvrzuje se, že do webových stránek se investovat nepěstalo, neb mnoho společností spoléhá právě na svým způsobem levnou komunikaci a prezentaci pomocí internetu. I na našem webu www.prosperita.info se již brzy objeví řada dalších referencí, které i vás možná zavedou na tu správnou stopu. Totiž k přesvědčení, že si v Prosperitě neporadíme jen s článkem nebo rozhovorem, ale že stejně tak dobře dokážeme v týmu grafiků a programátorů vytvořit webové stránky přesně takové, jaké potřebujete.

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: brixi@prosperita.info
Datum tisku: 10. dubna 2009
Datum distribuce: 14. dubna 2009

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

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

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

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

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

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

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

Ilustrátor: Miloš Krmáček, mobil: 723 613 330
e-mail: milo.krmacek@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: S 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

První jarní bouřka

Ani co se počasí týče, nezačal letošní rok moc dobře. Jak mijely dlouhé zimní dny a týdny se šedou, zataženou oblohou, napadaly člověka samé ponuré myšlenky. Na konci února jsem už propadl přesvědčení, kterým jsem postupně nakazil své přátele, že i slunce je v krizi, a pokud ho léta páně 2009 zahlédneme, pak jen na krátko a se štěstím. Pamětníci vědí, o čem mluvím. Bývaly roky, ba celé dekády za dob mého mládí, kdy se jaro ne a ne probudit, léto propršelo a z podzimních plískanic nás dostal až nástup prosincových mrazů. Kdo mohl, snažil se užít trochy hřejivých paprsků alespoň o prázdninách na Zlatých pískách nebo u Jadranu. Jenže žijeme v jiné době, globální oteplování je globální oteplování a duben se rozhodl, že pokud jde o sluneční aktivitu, nahradí, co předchozí měsíce zanedbaly. Z nebyvalého horka přišla první bouřka. Peněženkou jsem zatřásl a to je pro rodinné a doufám i veřejné peníze dobré znamení. Neraď bych se letos mýlil dvakrát.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

V tónu serióznosti

Novináře jen tak něco nezaujme, jsou totiž zvyklí na všechno. Přilákat je na tiskovou konferenci bývá stále složitější. A tak firmy i jejich agentury vymýšlejí a vymýšlejí, snaží se upoutat jejich pozornost nejrozmantějšími grafickými i slovními hříčkami, prostředím, do něhož zvou, vybranou kuchyní i zajímavými osobnostmi, které budou hovořit. A čeho je moc, toho je příliš. I novinář může být přesycen. Dokonce i nápady, rautovými stoly, informacemi. A nereaguje, pozvánky ho téměř obtěžují.

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2008

- Národní politika kvality
- Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
- Marketér roku
- Veletrh For Industry
- Semináře AMSP ČR
- Akce společnosti I. VOX, a. s.
- Znojemský hrozen
- Auto roku 2009 v ČR
- Motocykl roku 2009
- Střechy Praha 2009

Účetní a poradenská firma Ing. Mojmir Průša vám nabízí:

vedení jednoduchého i podvojného účetnictví zpracování účetnictví za celý rok, mzdy, DPH, daňová přiznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

Kontakt:
Gorazdova 16, 120 00 Praha 2
tel.: 224 917 584, 224 922 420
fax: 224 918 293, e-mail: mojmir@gts.cz

A ejhle, najednou, kde se vzala, tu se vzala. Přišla úplně obyčejná pozvánka na představení automobilu Peugeot 308 CC. Zcela prostý, zvací dopis, bez obrázků a magického našeptávání, takřikajíc téměř

NAŠIMI STÁLÝMI PARTNERY JSOU

- Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest
- Agrární komora ČR
- Asociace českého papírenského průmyslu
- Asociace českých pojišťovacích maklérů
- Asociace inovačního podnikání ČR
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
- Asociace podnikatelů a manažerů ČR
- Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu
- Česká agentura na podporu obchodu / CzechTrade
- Česká asociace petrolejářského průmyslu a obchodu
- Česká asociace podnikatelů v lesním hospodářství
- Česká asociace pojišťoven
- Česká asociace pro soutěžní právo
- Česká leasingová a finanční asociace
- Česká manažerská asociace
- Česká společnost pro jakost
- Český svaz pivovarů a sladoven
- Český svaz zaměstnavatelů v energetice
- Družstevní Asociace ČR
- Euro Info Centrum Praha
- Gender Studies
- Hospodářská komora České republiky
- Hospodářská komora hlavního města Prahy
- Komora auditorů ČR
- Komora certifikovaných účetních
- Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- Manažerský svazový fond
- Podnikatelský svaz pekařů a cukrářů
- Potravinářská komora ČR
- Unie zaměstnavatelských svazů ČR
- Sdružení automobilového průmyslu
- Sdružení Korektní podnikání
- Sdružení podnikatelů ČR
- Sdružení pro cenu ČR za jakost – Czech Made
- Sdružení pro informační společnost
- Svaz dovozců automobilů
- Svaz českých a moravských výrobních družstev
- Svaz českých a moravských spotřebních družstev
- Svaz chemického průmyslu ČR
- Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR
- Svaz podnikatelů ve stavebnictví v ČR
- Svaz strojírenské technologie, zájmové sdružení
- Svaz průmyslu a dopravy ČR
- Unie soukromých bezpečnostních služeb ČR
- Zemědělský svaz ČR

nekreativní. Nicméně jasný a dobře informující. Zvedl nám náladu. Tiskovka bude 27. dubna v Praze. Pořádá ji Peugeot Česká repulika.

(rix)

Zemní plyn od 1. dubna levnější

Od 1. dubna mají zákazníci členů ČPU levnější ceny zemního plynu. U zákazníků společnosti RWE v průměru o 3 %, u společnosti E.ON je to v průměru o 2 % a u zákazníků společnosti Pražská plynárenská v průměru o 3,5 %. Razantnějšímu zlevnění bohužel bránila výrazně slábnoucí koruna, která nákup plynu prodražuje.

Cena zemního plynu (vlastní komodity) je závislá na vývoji ceny ropy resp. ropných derivátů a kurzu USD k české koruně; 80 až 85 % ceny zemního plynu vždy tvoří nakupovaná komodita, která se zpožděním cca 9 měsíců kopíruje světovou cenu ropy. Ačkoliv česká koruna za posledních 6 měsíců velmi oslabila vůči americkému

dolaru a současně se v ceně negativně projevil i nárůst regulovaných složek zemního plynu, převážil pozitivní efekt poklesu ceny ropy a ropných derivátů na světových trzích. Proto od 1. dubna u zákazníků členů ČPU dochází ke snížení ceny v průměru o cca 35 %. Zákazníci z řad domácností, kteří zemní plyn využívají k ohřevu vody, vaření a topení, ročně ušetří více než tisíc korun.

- Cena zemního plynu od společností skupiny RWE pro domácnosti poklesne v průměru o 35 %.
- U společnosti E.ON Energie dochází ke snížení komoditní ceny zemního plynu pro zákazníky z kategorie domácností a maloodběratelů akci-

ové společnosti v průměru o 35 %. Na celkové ceně včetně nákladů na strukturování a distribuci se zlevnění komodity projeví poklesem ceny o 25 %.

- Pražská plynárenská snižuje pro domácnosti prodejní ceny zemního plynu v průměru o 3,55 %.

„Je pravděpodobné, že s ohledem na celosvětovou krizi se cena ropy zatím udrží na nižší cenové úrovni. Pokud tedy vydrží současný trend levnější ropy a koruna by posilovala vůči USD, mohli by zákazníci členů ČPU na podzim letošního roku nakupovat zemní plyn ještě o něco levněji. Rozhodne o tom ale skutečný stav vývoje popsanych základních vlivů,“ řekl Josef Kastl, generální sekretář České plynárenské unie.

(tz čpu)

Ať vás každý okamžitě najde!

premium
PROSPERITA.INFO

Server pro firmy i profesní organizace

www.premium.prosperita.info

Portál
Představuje
jednoduchou
elektronickou
křížovatku kontaktů
a základních
informací.

HLEDEJ!

Redakční rada pracuje ve složení: Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s. Dubí, Jan Wiesner, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev, PhDr. Hana Vaněčková: ředitelka externí a interní komunikace Modré pyramidy stavební spořitelny, a. s., 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., Ing. Karel Havlíček, Ph.D., MBA., generální ředitel společnosti SINDAT GROUP, první místopředseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Prof. Ing. Jaroslav Antonín Jirásek, DrSc., předseda dozorčí rady, Strojírny Tatra Praha, Bc. Marta Šumerová, generální ředitelka, TOP HOTELS GROUP a.s.

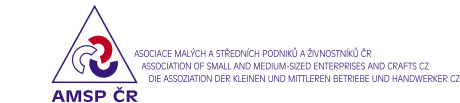
Malí a střední ještě k protikrizovým opatřením vlády

„Navýšení o další čtyři miliardy korun, které získala Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB), je pozitivním krokem vlády, který jediné vítáme,“ sdělil Břetislav Ošťádal, předseda Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP). „Dnešním dnem (16. březen) tak mohou firmy podávat své žádosti o podřízený úvěr v programu PROGRES. Podnikatelé v případě jeho získání mají možnost za výhodných podmínek, kterými jsou především nízká pevná úroková sazba a odklad splátek jistiny úvěru, pořídit nebo zrekonstruovat hmotný majetek,“ dodal B. Ošťádal.

Stejně tak AMSP vítá i rozšíření dalšího národního programu, který firmám usnadní podnikání. Jsou jimi podnikateli netrpělivě očekávané zvýhodněné záruky na provozní úvěry, které lze také požadovat u ČMZRB. „Prostřednictvím záruk si mnozí malí a střední podnikatelé zachovávají přístup k bankovním úvěrům na financování provozních potřeb, což jim pomůže udržet si v této nelehké době konkurenceschopnost. Na druhou stranu by ale mnohé firmy potřebovaly, aby jim banky umožnily staré provozní a investiční úvěry rozložit na víceleté splátky. Zároveň je nutné zpřístupnit záruční a úvěrový program všem podnikatelům a rozšířit okruh podporovaných oborů na původní úroveň,“ uvedl předseda AMSP.

Asociace malých a středních podniků

a živnostníků ČR zaslala 19. ledna 2009 vládě České republiky Návrh opatření k tlumení dopadů hospodářské krize na malé a střední podniky. Vedle záručních programů ČMZRB požadovala celou řadu již notoricky známých opatření, mezi jinými i odklad plateb na sociální a zdravotní pojištění bez uplatňování úroků z prodlení, který vyhlásil ministr práce Petr Nečas. Ale existuje ještě dlouhý seznam opatření, které vláda zatím nerealizovala. Jsou to například dosud nevyužité úvěry Evropské investiční banky na úsporu energií v budovách stejně jako celkové posílení, popřípadě vytvoření nových operačních programů, které by přispěly k omezení dopadu krize na malé a střední podniky. „Jsme toho názoru, že Česká republika by měla z pozice předsedající země



přivést co nejrychleji prostředky z EU do ekonomiky a zintenzivnit využívání strukturálních fondů EU při řešení současné finanční krize. Je třeba zachovat a vytvořit nová pracovní místa a snížit zátěž na žadatele a příjemce dotací, zejména je pak podpořit při zajištění požadavku na spolufinancování projektů. AMSP doporučuje zjednodušit metodiku hodnocení předkládaných projektů tak, aby se zvýšila jejich průchodnost s ohledem na současnou ekonomickou situaci,“ zdůraznil předseda AMSP B. Ošťádal.

AMSP vítá přijetí Národního protikrizového plánu zpracovaného Národní ekonomickou radou vlády (NERV) a vyzývá vládu, aby zavedení opatření do praxe proběhlo tou nejkratší cestou, tj. formou vládního nařízení. V Poslanecké sněmovně PČR by měla být tato opatření schválena v rámci zkráceného řízení. Za minus tohoto materiálu považuje AMSP zdlouhavé zavádění v praxi. V Národním protikrizovém plánu rovněž chybí monitoring účinnosti jednotlivých opatření.

(tz)

ČD chtějí podnikat na silnici za peníze daňových poplatníků

České dráhy oznámily svůj úmysl vstoupit na konkurenční půdu silniční dopravy a začít provozovat vlastní autobusy. To je velmi ambiciózní plán od podniku, který z větší části své náklady financuje ze státních dotací. Za použití krajských lokálek cestující loni zaplatili 2,7 miliardy korun, zatímco kraje přispěly 4,7 miliardy korun. Ovšem k pokrytí celkových nákladů dráham chybí další 3,2 miliardy korun, které slíbilo (už prý naposledy) dodat ministerstvo dopravy.

Kromě toho také samozřejmě musí ČD obnovovat svůj zastaralý vozový park, který s průměrným věkem 26 let patří v Evropě mezi nejstarší. Na obnovu vozového parku získaly dráhy zhruba osm miliard za prodej majetku SŽDC. Na účtech však mají nyní už pouze 3,6 miliardy, když zhruba dvěma miliardami „zalepily“ loňskou ztrátu z regionální dopravy (což už nyní kritizují konkurenční železniční dopravci jako nepovolenou státní podporu).

„Nezbývá, než se začít ptát, kam zmizely ony miliardy, které České dráhy měly za prodej majetku od SŽDC k použití na nákup nových vagonů. Zmizely, jako už po několikáté, v černé díře našich železnic. Jak mohou být dráhy efektivní při současném nevýhodném systému pronájmu lokomotiv? A takových otázníků je celá řada. Naši dopravci se nové konkurence asi bát nemusejí.

pokračování na str. 4 ►

Jednodušší posuzování podnikových fúzí

Poslanecká sněmovna schválila v březnu vládní návrh na jednodušší posuzování nekomplikovaných podnikových fúzí. Antimonopolní úřad by měl namísto 30 dnů posuzovat žádosti o spojení firem do 20 dnů. Týkat se to má snadných případů, kde úřad nebude mít podezření na možné narušení trhu.

„Hospodářská komora vítá snahu o maximalizaci zjednodušení procesu slučování společností v případech, u nichž neexistuje obava z narušení hospodářské soutěže fúzí.

Jak ilustruje důvodová zpráva ke schválenému návrhu novely zákona o ochraně hospodářské soutěže, administrativní zátěž spojená s podáním návrhu firem na zřizování je značná a jen za rok 2007 činí zhruba 4 785 206 mil. korun,“ komentoval rozhodnutí poslanců prezident hospodářské komory Petr Kužel.

„Zkrácením řízení v případech, kdy není třeba k fúzi povolení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (počet je odhadován cca na 1/3 všech případů z celkového počtu navrhovaných fúzí) se tak řízení v jednoduchých případech alespoň zkrátí, což firmám přinese nejen časovou, ale i finanční úsporu,“ doplnil Petr Kužel.

„Nezanedbatelný je také fakt, že i samotný Úřad pro ochranu hospodářské soutěže tak bude mít více prostoru na to, aby se věnoval případům, u nichž existují obavy z narušení hospodářské soutěže fúzí, což významně zefektivní jeho činnost, a klesne rovněž administrativní zátěž spojená jeho vlastní činností,“ dodává prezident hospodářské komory Petr Kužel.

Vládní novela zákona o ochraně hospodářské soutěže a dalších zákonů nyní zamíří do Senátu. Pokud ten ji schválí, dostane ji k podpisu prezident republiky.

(tz hkčr)





Nenechte se omezovat tarifem, který vám nesedí

Vrátíme vám rozdíl

Se službou Bez obav vám vrátíme rozdíl, pokud zjistíme, že byste mohli volat výhodněji. Platí pro firemní zákazníky s písemnou smlouvou.

**Více na 800 77 77 02
nebo na www.vodafone.cz/firma**

Jde to i jinak



Po 5 letech už nelze rozdělovat Evropu na staré a nové členy!

Čeští podnikatelé hodnotí vstup do EU pozitivně – cení si zejména výhod vnitřního trhu, snazšího přístupu na zahraniční trhy a větší makroekonomické stability. K finanční stabilitě jim chybí přijetí eura, shodli se účastníci na debatě CEBRE o rozšíření v roce 2004 a jeho vlivu na vnitřní trh, potažmo české a evropské podnikatele. Pozitivního hodnocení se dočkal i výrok premiéra Topolánka, že pět let po rozšíření není možné rozdělovat Evropu na „staré“ a „nové“ členské státy – každý má být hodnocen podle objektivních kritérií.

V úvodu debaty zhodnotil Jan Hebnar, ředitel odboru vnitřního trhu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, průběh konference Českého předsednictví k dopadům rozšíření EU v roce 2004, která se konala v pražském kongresovém centru v den debaty. Zmínil zajímavý protiklad – původem evropské ekonomické integrace byla snaha kontrolovat obchod se strategickými surovinami (uhlí a ocel), která se později vyvinula ve vnitřní trh a svobodu obchodu se zbožím a službami. Podle studie OECD na rozšíření nejvíce vydělala Česká republika a Slovensko, novým členským státům přineslo rozšíření nárůst ročního HDP o 1,75 %, starým pak o 0,5 %. Podle názoru ČR je nutné odejmout 5 „zámek“ bránících plnému potenci-

álu vnitřního trhu: přestat rozdělovat Evropu na staré a nové členské státy, posílit úpravu práv duševního vlastnictví (včetně patentu Společenství), pracovat na propojení síťových odvětví, liberalizovat služby a soustředit se na definici společné vize Evropy.

České malé a střední podniky hodnotí rozšíření velice pozitivně, zejména pak snazší přístup na zahraniční trhy. Mezi negativa podle nich patří nejednotnost mezi členskými státy, horší pozice nových členů a zejména pak váhavost české vlády ke zveřejnění termínu přijetí eura. „Členství v EU je nutné brát jako příležitost – ta je ale podmíněná dostatkem informací a kvalitní prací“, řekla Tereza Šamanová, ředitelka odboru legislativy, informací, poradenství

a vzdělávání Hospodářské komory ČR. Rovněž větší průmyslové podniky hodnotí rozšíření pozitivně. Podle viceprezidenta Svazu průmyslu a dopravy ČR Stanislava Kázeckého je ale velký problém přeregulovanost podnikatelského prostředí, kterou ve své studii kritizovala i OECD. Její odstranění by během 10 let mohlo pomoci k nárůstu evropského HDP až o 10 %.

V debatě vystoupili i zástupci evropských podnikatelských asociací a prezentovali svůj pohled na rozšíření. Poradce EUROCOM-MERCE pro vnitřní trh Patrice Pellegrino konstatoval, že přechodná období, ačkoli s nimi nelze souhlasit, byla uplatňována při každé vlně rozšíření. Řada starých členských států preferovala prohlubování integrace před rozšiřováním EU. Hlubší integraci lze ale provést jen jako důsledek rozšíření. „Evropská integrace není sňatkem z lásky, ale z rozumu“, dodal P. Pellegrino. Evropská federace obchodních a průmyslových komor EUROCHAMBRES letos provedla ve všech zemích EU druhou an-

ketu o rozšíření (první v roce 2004). Podnikatelé v celé Evropě ocenili zejména výhody vnitřního trhu, přístup na zahraniční trhy a důraz na podporu MSP. „Evropa teď stojí před důležitou výzvou – najít společné řešení ekonomické krize. Krize je zkouškou pro vnitřní trh“, dodal Ben Butters z EUROCHAMBRES.

Podle účastníků debaty je na krizi možné nahlížet jako na příležitost k reflexi, tj. do jaké míry stojí evropská ekonomika na pevných základech, jak se nám podařilo vybudovat a prohloubit vnitřní trh a kde je naopak nutné jej zefektivnit. Budování fungujícího vnitřního trhu je nekončící proces reflektující aktuální vývoj ekonomiky, která přináší nové myšlenky, opatření a produkty.

Debatu zorganizovala CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace ČR při EU ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a Zastoupením Evropské komise v Praze dne 2. března 2009 v Evropském domě v Praze.

(tz)

Evropský business má obavy z omezeného přístupu k financím a z protekcionismu

Za největší riziko současného ekonomického vývoje považují evropské firmy šířící se protekcionismus a zhoršení podmínek financování. Jak vyplývá z dotazníkového šetření Konfederace evropského businessu BUSINESSEUROPE mezi 40 členskými svazy z 34 zemí, více než 55 % evropských zaměstnavatelů považuje protekcionismus za největší riziko svého podnikání. Téměř polovina z nich poukazuje na riziko zhoršení podmínek financování.

Konfederace evropského podnikání BUSINESSEUROPE proto již vyzvala Evropskou komisi a v únoru i premiéra Mirka Topolánka k důraznějšímu prosazování otevřeného světového obchodu. Takový přístup odpovídá zájmům tuzemské exportně orientované ekonomiky.

Výsledky šetření potvrzují skutečnost, na kterou poukazovali zástupci BUSINESSEUROPE v poselství českému předsednictví, aby akcentovalo ukončení jednání v rámci Světové obchodní organizace a posílení bilaterálních obchodních vztahů. „Evropské podniky apelují na evropské politiky, aby spojili své úsilí, aby

přesvědčili členské země Světové obchodní organizace k vyvinutí nezbytného úsilí k překonání mrtvého bodu v jednání“, uvádí se v prohlášení BUSINESSEUROPE. Konfederace volá také po znovuoživení Transatlantické ekonomické rady v zájmu dosažení pokroku v utváření volného transatlantického trhu.

K problematice ochrany se vyjádřil Jaroslav Míl, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR a viceprezident BUSINESSEUROPE: „Největším nebezpečím je pro nás verbální odmítnutí protekcionismu a současně v reálném životě uplatňovaný skrytý protekcionismus. Ten v jakékoliv podobě končí dříve či později u politicky a společensky snadno zneužitelnému ekonomického nacionalismu. Tento trend je proto nutno zastavit, a to jak uvnitř Evropské unie, tak mezi hlavními světovými ekonomikami. Pouze uvolnění trhu se zamezením pseudoregulačních opatření může vést jako podmínka nutná, nikoliv postačující, ke zlepšení stávající globální recese.“

V souvislosti s rizikem zhoršeného přístupu firem k bankovním úvěrům Jaroslav Míl poz-

namenal k situaci v České republice, že vláda mohla důrazněji využít nástrojů, které by banky přesvědčily o výhodnosti úvěrovat podniky. „Existují k tomu přímočaré a efektivní metody“, uvedl Jaroslav Míl.

Strategie ekonomické obnovy spočívá přitom podle BUSINESSEUROPE v následujících oblastech, které by měly být koordinovány v rámci EU. V tom vidí východisko i Svaz průmyslu a dopravy ČR:

1. Obnovení přístupu podniků k financím za přijatelných podmínek
2. Boj proti protekcionismu, který podemílá jednotný trh a volný obchod
3. Implementace a koordinace národních plánů obnovy na základě Evropského plánu obnovy
4. Urychlení strukturálních reforem

K otázce řešení současné recese a ekonomickým stimulům i k problematice protekcionismu a bankovního a mezibankovního trhu se vyjádřil prezident BUSINESSEUROPE Ernest-Antoine Seillière při setkání s britským premiérem Gordonem Brownem.

BUSINESSEUROPE zveřejnil také ekonomický výhled pro letošní rok. Ten očekává pokles ekonomiky EU o 2,2 %, investice mají být o 7,4 % nižší a exporty o 5,9 % než v roce 2008.

Zaměstnanost v EU poklesne o 4,5 milionu pracovních míst. Nejvíce postiženy budou Španělsko a Británie, které avizují ztrátu 2 milionů pracovních míst. Inflace se sníží v průběhu roku až k nule a průměrná hodnota za celý rok by neměla překročit 0,8 %.

Celý text ekonomického výhledu je k dispozici na webové adrese Svazu průmyslu a dopravy ČR: www.spcr.cz v rubrice Mezinárodní organizace v sekci BUSINESSEUROPE.

(tz spd ČR)

► pokračování ze str. 3

České dráhy již mnoho let svůj podnikatelský um předvádí nám všem, co by ale mělo zajímat každého občana, je, že v době ekonomické recese jsou veřejné prostředky mrhány takovýmto způsobem,“ uvedl Martin Špryňar, generální tajemník Sdružení ČESMAD.

Při takovém stavu hospodaření je opravdu záhadou, kde náš největší železniční dopravce vydělal tolik peněz, že hodlá začít podnikat v jiném dopravním segmentu a pořizovat si stovky nových autobusů. Takový projekt vykazuje nejen znaky nerovné konkurence vůči stávajícím autobusovým dopravcům, ale vyvolává pochybnosti o regulérnosti finančních operací se státními penězi.

V tomto kontextu se neskutečným jeví i fakt, že 2 mld. Kč schválených vládou na dopravní obslužnost v rámci podkladů od Rady NERV, by měly jít opět jen a jen na sanaci neefektivního hospodaření Českých drah. „Je to nepřijatelné a již máme zpracován právní posudek, že se jedná o nedovolenou státní podporu,“ uzavřel Martin Špryňar.

(tz Česmad)

Vyjádření ČPU ke spotřebě zemního plynu v ČR

Podle výsledků Bilančního centra ČR dosáhla spotřeba zemního plynu v ČR v roce 2008 celkem 9177 mil. m³. Zatímco celková spotřeba plynu v posledních letech stagnovala a před 2–3 lety začala mírně klesat, za rok 2008 se spotřeba zemního plynu v ČR zvýšila o 5,8 % při stejné průměrné teplotě za rok 2007 a 2008 (9,3 °C, resp. 9,4 °C).

„Tento trend jednoznačně ukazuje, že je zemní plyn stále oblíbenějším palivem. Dnes evidujeme v ČR již přes 2,8 milionu odběratelů zemního plynu, a dokonce se jejich počet stále zvyšuje, jen za loňský rok

přibýlo cca 15 tisíc nových spotřebitelů. Pro stavebníky i developery v regionech je zemní plyn jako moderní, komfortní a ekologická energie ve valně většině dnes první volbou. Plyn má řadu výhod z hlediska efektivnosti využití paliva a má o polovinu nižší emise než klasické uhelné zdroje. To je významná skutečnost, kterou si uvědomuje každý investor,“ uvedl senior manager ČPU Oldřich Petržilka.

„Zemní plyn nabízí velké množství způsobů využití, například při výrobě elektřiny nebo v dopravě. Celkový prodej zemního plynu jako pohonné hmoty (CNG) činil

v r. 2006 celkem 3,5 mil. m³, v r. 2007 celkem 4,9 mil. m³ a v r. 2008 dokonce už 6,758 mil. m³,“ sdělila Markéta Schauhubeřová, manažerka ČPU.

V Evropě je růstový trend jednoznačný, v následujících 15 letech se předpokládá, že se spotřeba plynu v EU 27 zvýší o nejméně 100 mld. m³. „Dle našeho názoru lze očekávat, že spotřeba zemního plynu v ČR do roku 2017 naroste ze současných 9,15 miliardy m³ na 12 miliard m³,“ řekl Josef Kastl, generální sekretář ČPU.

(tz ČPU)

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktujte nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
● Cisco představilo tři nové produkty Společnost Cisco rozšířila své portfolio zaměřené na malé firmy o tři nové produkty. Zahrnují bezpečnostní nástroj pro ochranu firemní sítě a dat před viry a spamovými útoky, stolní úložná zařízení pro sdílení informací a systém umožňující firemní spolupráci a komunikaci odkudkoliv a kdykoliv. Nová řešení navazují na ohlášení stamilionové strategické investice společnosti Cisco do segmentu malých firem, která má za cíl poskytnout jim speciální produkty, služby a podporu. ➡		● S kartou Hornbach dárek pro 300 zákazníků Řetězec hobbymarketů Hornbach a finanční společnost Cetelem připravily pro své zákazníky speciální dárek ke každému nákupu nad 5000 korun. Akce probíhá ve všech prodejnách Hornbach po celé České republice až do konce dubna 2009. Od loňského léta nabízí Cetelem všem kutilům možnost nakoupit ve všech prodejnách Hornbach vybrané zboží na splátky a využít tak vlastní finanční prostředky na jiné účely. ➡	
● Michelin Energy Saver snížil emise vozů Peugeot a Citroen V pondělí 9. března dodal Michelin skupině PSA Peugeot Citroen milionitou pneumatiku Michelin Energy Saver, která zpečetila partnerství spojující obě skupiny. S pneumatikami Energy Saver, uvedenými ve světové premiéře v roce 2007 exkluzivně s modelem Peugeot 308, dokázal Michelin nejen snížit spotřebu pohonných hmot, ale také zajistit vysokou míru adheze, bezpečnosti jízdy a dosáhnout nejlepší životnosti pneumatik na trhu. ➡		● Češi si pojišťují majetek více, na záplavy však nedbají Podíl pojištění nemovitostí se u ČSOB Pojišťovny za poslední tři roky zvyšuje. Pojištění proti povodni a záplavě však Čechy neláká. Zatímco celkový počet uzavřených smluv loni vzrostl počet přípojištění proti těmto rizikům se snížil. Zatímco v roce 2007 obsahovaly přípojištění na záplavu či povodeň čtyři z deseti pojištěných nemovitostí, v loňském roce to již byla jen každá třetí. ➡	

Bouřlivé časy

mění přístupy k prodeji podniků

Z výsledků studie Ernst & Young vyplývá, že v současném období hospodářských výkyvů přestávají platit dosud uznávané normy prodeje podniků. Úspěšné uzavírání obchodů vyžaduje mnohem nápaditější přístup ze strany společností – za stávajících okolností musí věnovat více pozornosti přípravné fázi, jednat rozhodněji a s větší flexibilitou a to vše v časovém úseku, jehož délku nemají možnost příliš ovlivnit.

Studie „Prodeje podniků v bouřlivých časech: zajištění hodnoty na současném trhu“ představuje první globální průzkum svého druhu, který vznikl na základě dotazování 360 vedoucích pracovníků společností s ročním obratem převyšujícím 1 miliardu dolarů.

Více než polovina účastníků tohoto průzkumu (53 %) potvrdila, že v důsledku aktuálního ekonomického vývoje prodej podniku zvažuje. Očekává přitom komplexnější průběh i strukturu uskutečňovaných obchodů a zvýšené množství požadavků, s nimiž se bude nutné vyrovnat. Zatímco poměrně značná část respondentů (23 %) usiluje o získání hotovostních prostředků s cílem posílit finanční pozici podniku, případně si opatřit kapitál k financování akvizic či splácení dluhu, téměř polovina (48 %) se jich poohlíží po nových transakčních strukturách, jelikož úspěšný odprodej 100 % podniku s cílem získat hotovost se nezdá být nyní příliš reálný.

„Kupující s dostatkem hotovosti mají ojedinělou příležitost získat podniky, které by jinak nebyly za danou hodnotu nabízeny. Je pravděpodobné, že finančně silným společnostem se podaří uzavřít velice atraktivní obchody. Kupující a prodávající však musí mnohem více spolupracovat. Podmínky momentálně určují kupci, takže bude zřejmě na prodávajících, aby jejich různorodým požadavkům vyšli vstříc, případně svou nabídku upravili a přesvědčili tak potenciální investory o přínosech daného obchodu,“ vysvětlil Vladislav Severa, vedoucí partner Ernst & Young pro transakční poradenství v České republice.

Za současného stavu dominují trhu především akvizice. Řady kupujících se přitom rozšířily o společnosti z rozvíjejících se trhů, státem vlastněné fondy a vlády zemí. Požadavky jednotlivých subjektů se vzrůstající měrou různí, což situaci dále znesnadňuje.

Pip McCrostie, globální vedoucí partner pro služby transakčního poradenství společnosti Ernst & Young, současnou situaci komentoval: „V době před úvěrovou krizí patřily prodeje celých podniků za hotovost, spolu s převodem částky k datu uzavření obchodu, k naprosto běžným postupům. To však již neplatí. Přestože se možnostmi uvolnění finančních prostředků prostřednictvím prodeje zabývá stále více společ-

ností, jsou pro ně kvůli stagnujícím dluhovým trhům jakékoliv alternativy k prodejm za hotové, jakož i inovativní struktury obchodů, vítaným řešením. Také prodávající nyní zjišťují, že musejí rozvíjet několik scénářů prodeje najednou, aby zvýšili předpoklady úspěšného dokončení obchodu a naplnili stanovené cíle.

Klíč ke zvýšení hodnoty: přípravná fáze

Pouze zhruba třetina dotázaných (36 %) považuje výsledky nedávno uskutečněného prodeje za uspokojivé. V 62 % případů označili účastníci průzkumu za největší překážku úspěšného prodeje nedostatek času se na tento krok připravit. Téměř dvě třetiny uvedly, že úspěšná realizace obchodu by vyžadovala alespoň šest měsíců, respektive období, které dnes nemají k dispozici. Společnostem, které se nacházejí ve výjimečné situaci, mnohdy nezbyvá než se smířit s rychlým prodejem, často za méně výhodných podmínek.

„Dostatek času na přípravu podniku k prodeji hraje dnes mnohem větší roli než kdykoliv dříve, ačkoliv stávající ekonomická situace nutí mnohé z prodávajících rozhodnout se pro urychlený prodej. Společnosti musí udržovat vysokou úroveň pohotovosti napříč svým portfoliem a být připraveny prodat část nebo veškeré své aktivity ve velice krátkém čase. Prodeje podniku nejsou tak výnosné jako dříve, nicméně nejlepší obranu proti tomuto poklesu výnosnosti představuje dostatečná příprava,“ řekl Igor Mesenský, manažer Ernst & Young pro řízení projektů fúzí a akvizic.

Další klíčové závěry

- V oblasti finančních služeb zvažuje na základě současných ekonomických podmínek prodej podniku 61 % účastníků průzkumu, ke kombinované nabídce variant odprodeje se za nynějšího stavu kloní 55 % dotazovaných. Obě tyto hodnoty převyšují průměr v rámci průzkumu. Jelikož rozsah transakcí bývá u finančních služeb obvykle značný, může být financování hotovostních obchodů velmi komplikované.
- 23 % respondentů očekává, že mezi jejich hlavní kupce se v průběhu nadcházejících dvou let zařadí především společnosti působící na rozvíjejících se trzích, zatímco v hodnocení uplynulých dvou let by tento ukazatel dosáhl jen 11 %.
- Pouze 2 % podniků uvedla, že jejich hlavními kupujícími během minulých dvou let byly státem vlastněné fondy, přičemž vedení těchto společností očekává, že pro příští dva roky vzroste jejich podíl na 7 %. Naproti tomu s ohledem na účast soukromého kapitálu ve shodném období se očekává pokles z 16 % na 12 %.

(tz)

Goodwill tvoří u fúzí a akvizic téměř polovinu zaplacené hodnoty podniku

Z nejnovější analýzy podnikových transakcí společnosti Ernst & Young vyplývá, že až 47 % hodnoty podniku jako celku tvoří goodwill, zatímco jasně identifikovaná nehmotná aktiva, jako je například obchodní značka, představují v průměru pouze 23 % hodnoty podniku. V souvislosti s rostoucím významem oceňování reálnou hodnotou je to jistě zajímavé zjištění.

Studie s názvem „Účtování o akvizicích – alokace kupních cen“ se zabývala rozdělením hodnoty transakcí u 709 společností z celkem 21 zemí. Vzhledem k vysokému podílu, který goodwill u mnoha společností tvoří, je rozvahová hodnota těchto podniků vystavena riziku poklesu kvůli proměnlivosti stávajících hospodářských podmínek.

Jim Eales, globální vedoucí partner Ernst & Young pro služby oceňování a finančního modelování, řekl: „Při současných obtížných ekonomických podmínkách je goodwill více náchylný k výkyvům a snižování hodnoty, což se může výrazně projevit na důvěře investorů, potažmo na celkové finanční situaci podniku.“

„Je zapotřebí, aby se akviziční týmy důkladně zabývaly účetními dopady jednotlivých akvizic. Získaný hmotný a nehmotný majetek musí být oceněn reálnou hodnotou v souladu s požadavky mezinárodních účetních standardů. Hodnota hmotných a odpisovaných nehmotných aktiv klesá v závislosti na době použitelnosti a ovlivňuje tak vyšší budoucích zisků.“

Podle studie Ernst & Young tvoří goodwill nejvyšší průměrnou část hodnoty podniku v odvětví spotřebního zboží,

a to celých 65 %. Na druhém místě je technologický sektor, u kterého tento podíl dosahuje 60 %. V sektoru spotřebního zboží představovala hmotná aktiva dokonce pouze 9 % z celkové hodnoty podniku.

Z hlediska nehmotných aktiv, o jejichž získání kupující zpravidla nejvíce usilují, figurovaly v souboru analyzovaných transakcí se 44 % nejčastěji vztahy se zákazníky a uzavřené smlouvy. Tento majetek hraje roli zejména v sektoru pojišťovnictví a telekomunikačním odvětví, kde jsou transakce často motivovány získáním portfolia nových klientů. Mezi další nejčastěji zastoupená nehmotná aktiva patří v rámci uvedeného průzkumu obchodní značka (31 % transakcí) a technologie (20 %).

V souvislosti se změnami účetních standardů, na nichž pracuje Rada pro mezinárodní účetní standardy, bude nutné provádět oceňování reálnou hodnotou i v dalších oblastech. Oceňovací experti se tak budou muset potýkat s novými problémy.

„Z pohledu účetnictví hrozí především nebezpečí, že dopady těchto změn budou tak dlouho přehlíženy, až bude příliš pozdě. Za jeden z příkladů lze považovat otázku podmíněné platby za převzatou společnost. Jelikož na základě úprav předpisů již následné změny podmíněné platby nebudou mít na akviziční goodwill v rozvaze žádný vliv, je naprosto zásadní provést ocenění reálnou hodnotou bezchybně k datu samotné akvizice,“ sdělil Vladislav Severa, vedoucí partner pro transakční poradenství, Ernst & Young v České republice.

(tz)



Snižujte firemní náklady efektivně

Zvýhodněná cena telefonu platí pro firemní zákazníky s novým tarifem Nabito 700 do konce dubna.

Přejděte k Vodafone a my vám náklady pohlídáme.
Více na 800 77 77 02 nebo na www.vodafone.cz/firma

Jde to i jinak



Nokia E51

Kovový design,
kancelářské aplikace,
Wi-Fi, Bluetooth

Zvýhodněná cena

7 Kč

Standardní cena

4 977 Kč

Nálada českých podnikatelů v období krize se zhoršuje

Z aktuálních průzkumů Hospodářské komory České republiky a jejich srovnání s průzkumy staršími vyplývá, že rok 2009 bude pro mnoho firem bojem o přežití. Na 45 % firem očekává pokles počtu zaměstnanců, zatímco v říjnu 2008 to bylo jen 17%; 70 % firem klesl počet zakázek a celých 76 % středních firem očekává snížení svého obrátu.

Hospodářská komora České republiky průběžně monitoruje vývoj názorů podnikatelů na perspektivu jejich ekonomického rozvoje a na vývoj podmínek ovlivňujících podnikatelské prostředí. Toto porovnání poskytuje zajímavé poznatky, především v souvislosti se stále zřejmějšími příznaky globální ekonomické krize. Tento materiál poskytuje srovnání poznatků z analogicky zaměřených průzkumů realizovaných v září 2008 a v únoru 2009. Oba průzkumy postihují oblast celkového podnikatelského klimatu a očekávání ve vývoji konkrétních podstatných oblastí, jaké představují výhled celkového obrátu, prodejů do tuzemska a exportních prodejů a dále výhled očekávaného vývoje zaměstnanosti a investiční aktivity podniků. Data získaná z obou průzkumů v září 2008 a v únoru 2009 umožňují porovnání ve vývoji názorů podnikatelů z odvětví průmyslu a z odvětví služeb a dále umožňují i porovnání

rozdílů v názorech podnikatelských subjektů různých velikostních kategorií.

„Situace, ve které se nyní nachází český průmysl, je ve srovnání s loňským zářím výrazně odlišná a všechny důležité ukazatele se z plusových hodnot výrazně propadly do záporných. Tuzemské podniky se potýkají s historicky nejvyšším propadem zakázek a výroby a tento rok se tak pro mnohé podniky pomalu ale jistě stává bojem o přežití. Podniky vnímají současnou hospodářskou situaci jako skutečně velmi vážnou až téměř katastrofální a jen doufají, že tato krize odejde tak rychle jak přišla, protože chybějící objednávky jim nikdo nenahradí,” komentoval změnu nálady v podnikatelské sféře prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„Nejen pro hospodářskou komoru, ale i pro vládu jsou tato čísla velmi znepokojující až alarmující a v žádném případě nenaznačují, že by se situace podniků jakkoli měnila k lepšímu. Jak rychle

se podaří trend propadu průmyslové výroby otočit, bude samozřejmě záležet jak na dopadech vybraných vládních protikrizových opatření, tak i na vývoji hospodářství v okolních zemích, především vývoji německé ekonomiky,” dodal Petr Kužel.

Při letošním únorovém průzkumu názorů podnikatelských subjektů na vývoj jejich ekonomických aktivit byla sledována jak hlediska vlastních cílů tohoto průzkumu, tak i možnost získat data pro přímé porovnání vývoje názorů podnikatelů v průběhu uplynulého období. Poslední podobně rozsáhlý průzkum postihuje názory podnikatelů zjišťované v září 2009. Zvolený přístup umožnil přímou konfrontaci názorů podnikatelů vyjádřených v obou průzkumech a tedy i postižení vývoje názorů podnikatelských subjektů v období posledních pěti měsíců, a to z hlediska

- **hodnocení celkové situace podniků,**
- **očekávaného vývoje celkového obrátu, prodeje do tuzemska a exportu,**
- **předpokladů ve vývoji počtu zaměstnanců,**
- **předpokladů ve vývoji objemu firemních investic.**

(tz hkčr)

Usnadní podnikání v energetice

Poslanecká sněmovna 1. dubna v závěrečném čtení schválila vládní novelu energetického zákona. Jedním z jeho hlavních cílů bylo podle vlády zjednodušit a usnadnit podnikání v energetice. Distribuční firmy budou mít také nově povinnost zajistit jednotlivé části elektroměru proti neoprávněné manipulaci. Navíc budou muset pravidelně kontrolovat správnost měření.

„Hospodářská komora vítá uzavření a schválení tohoto návrhu. Novela energetického zákona byla již zapotřebí a je dobře, že většina poslanců tuto novelu podpořila. Když bude fungovat systém v energetice, tak tato novela vytvoří podmínky pro to, aby z toho profitovali i odběratelé,” sdělil prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. Provozovatelé energetických distribučních sítí budou muset také do konce roku 2017 zajistit, aby jejich rozvody byly zapsány do katastru nemovitostí jako věčné břemeno. Občané by si pak tyto sítě mohli v katastru sami vyhledat. Poslanci naproti tomu neschválili návrh sněmovního kontrolního výboru, který chtěl, aby výrobci tepla uváděli na internetu kalkulace svých cen tepla. Teplárny měly podle tohoto neschváleného návrhu také na požádání informovat o předběžných i výsledných kalkulacích cen tepla. Sněmovna zato podpořila jiný návrh kontrolního výboru, který ukládá Energetickému regulačnímu úřadu, aby spolupracoval i s občanskými sdruženími na ochranu práv spotřebitelů energií.

(tz)

Katalog odkazů na portálu BusinessInfo.cz

Jednou z důležitých rubrik podnikatelského portálu BusinessInfo.cz je obsáhlý strukturovaný katalog anotovaných odkazů na internetové stránky tuzemských i zahraničních institucí a organizací podstatných pro vaše podnikání. Průběžně aktualizovaná rubrika patří již řadu let k jedné z nejnavštěvovanějších částí portálu.

Na rozdíl od databází různých vyhledávačů, které do svých seznamů bez rozlišení automatizovaně indexují drtivou většinu existujících webových stránek, katalogy odkazů jsou většinou vytvářeny ručně. Pomalejší a personálně náročnější vytváření nese však v případě katalogů jedinečné plody ve formě přehledné, jasné strukturované databáze s kvalitními anotacemi. Ruční tvorba profesionálních editorů také výrazně snižuje riziko, že se do databáze dostanou odkazy na stránky s nulovou informační hodnotou nebo odkazy na stránky nevhodné, což je naopak u strojově vytvářené databáze vyhledávačů zcela běžný jev.

I mezi jednotlivými katalogy jsou pochopitelně rozdíly v kvalitě i zaměření. Podnikatelsky zaměřený katalog odkazů internetových stránek, který je dostupný z adresy www.businessinfo.cz/cz/katalog-odkazu, patří však k těm velmi povedeným a dobře udržo-

vaným. Databázový obsah je průběžně doplňován, kontrolován i aktualizován. Vysokou laťku si katalog udržuje také díky tomu, že do něj webmasteři nemohou odkazy na své stránky vkládat tradičními formami, ale mohou svůj web pouze navrhnout redakci.

Naprostá většina odkazů má nekomerční charakter. Výjimkou je několik odkazů na weby komerčních společností, které však kromě své komerční nabídky na webu zdarma zpřístupňují výrazně praktické a často zcela jedinečné podnikatelské, oborové nebo obecně užitečné informace. Díky tomu se katalog odkazů na portálu BusinessInfo.cz v průběhu let nestal jednou z řady dalších databází firem.

Katalog je tematicky rozdělen do dvaceti samostatných rubrik, které jsou členěny na další podrubriky. Uživatelé tak mohou pohodlně ručně nebo s pomocí samostatného vyhledávače procházet odkazy Evropské unie, státní správy České republiky nebo důležitých státních institucí řady zemí světa. Přehledně lze procházet rubriky věnované obchodním příležitostem, veletrhům, vzdělávání, výzkumu, právnímu poradenství, průmyslovému vlastnictví, ochraně spotřebitele a dalším.

Česko pozastavuje vydávání pracovních víz v několika zemích, podniky to nevítají

Česká republika pozastavila od 1. dubna vydávání pracovních a podnikatelských víz v Moldavsku, Mongolsku, Thajsku, na Ukrajině a ve Vietnamu. Opatření, které bude trvat minimálně několik týdnů a netýká se turistických víz, rozhodly české úřady na základě dopadů ekonomické krize.

V praxi to znamená, že se ve výše vyjmenovaných zemích pozastavuje objednávání na schůzky i vlastní nabírání žádostí o zmíněné typy víz. „Hospodářská komora tento krok v žádném případě nevíta. V této chvíli dělat jakékoliv podobné brzdy na trhu pracovních sil v době, kdy se situace v jednotlivých podnicích velmi rychle mění, není nejšťastnější,” řekl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„V odvětvích nejvíce zasažených současnou krizí je uplatnění těchto lidí v této chvíli minimální, ale v mnoha oborech zájem o tuto pracovní sílu existuje a tito lidé znamenají vítanou levnou i kvalifikovanou pracovní sílu. Ve chvíli, kdy podniku začnou přicházet životně důležité nové zakázky a podnik potřebuje zvýšit výrobu, pak mohou tito lidé podnikům chybět,” dodal Petr Kužel.

Příkladem podle hospodářské komory může být společnost Škoda Auto, která včera informovala, že díky účinkům šrotového v zahraničí znovu navyšuje svoji výrobu a bude přibírat kolem 1000 nových agenturních pracovníků.

Mnoho podniků se dnes potýká s nedostatkem kvalifikované pracovní síly za současných cen práce. Proto jsou kvalifikovaní agenturní pracovníci určitým řešením. Je však třeba, aby tyto agentury pečlivě vybíraly takové zaměstnance, kteří jsou kvalifikovaní a najdou skutečně dlouhodobě uplatnění v rámci českého trhu práce, ale i Evropské unie.

Problém tuzemské pracovní síly i v současné ekonomické krizi tkví zejména v nízké pracovní mobilitě, neschopnosti přizpůsobit se pracovnímu trhu a štedrých podporách v nezaměstnanosti, které jsou v mnoha případech výhodnější než samotná práce.

(tz hkčr)

VZDĚLÁVÁNÍ
OTEVÍRÁ
X
MOŽNOSTÍ

ZMĚNY SI ŽADAJÍ VZDĚLÁNÍ!

1. VOX a.s.

ZÁKONÍK PRÁCE V PRAXI
– speciálka 1. pololetí roku 2009

TERMÍN: 12. – 13. 5. 2009
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Petr Bezouška, Ph.D., JUDr. Petr Bukovjan, Mgr. Vladimír Černý, Ing. Alena Chládková, Ing. Růžena Klímová, JUDr. Martin Mikyska
KÓD: 937900 **CĚNA:** 5 490 Kč

VÝKLAD DPH V GRAFECH A PŘÍKLADECH
– pro začátečníky a středně pokročilé

TERMÍN: 13. – 15. 5. 2009
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jana Ledvinková
KÓD: 925000 **CĚNA:** 5 990 Kč

KOMPLEXNÍ POHLED na novelizovanou daňovou soustavu v roce 2009
– praktické problémy z aplikace – volný cyklus

TERMÍN: 14. – 16. 5. 2009
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Václav Benda, JUDr. Svatopluk Galočík, Irena Jindrová, Ing. Ivana Pilařová, Ing. Eva Sedláková, Ing. Václav Žíka
KÓD: 926400 **CĚNA:** 6 990 Kč
** Cyklus lze absolvovat i samostatně.*

PRAKTICKÉ UPLATŇOVÁNÍ ZÁKONA O DPH
– novela zákona o DPH

TERMÍN: 18. – 19. 5. 2009
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ivana Langerová
KÓD: 924900 **CĚNA:** 3 990 Kč



WWW.VOX.CZ

Informační linka **226 539 670**

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na **www.premium.prosperita.info**

HLEDEJ

ČSOB a Poštovní spořitelna podporují regiony

ČSOB a Poštovní spořitelna vyhláší ve spolupráci s Nadací VIA již třetí ročník programu podpory projektů zaměřených na komunitní rozvoj nazvaný „ČSOB a Poštovní spořitelna pro podporu regionů“. Novinkou tohoto ročníku je fakt, že finanční podporu mohou získat projekty z celé České republiky, nikoliv jen vybrané regiony. ČSOB a Poštovní spořitelna tak ve dvou grantových kolech rozdělí částku 3 100 000 Kč.

Motorola MC55

Společnost Motorola Enterprise Mobility, vedoucí poskytovatel služeb a řešení v oblasti podnikové mobility, uvádí na trh nejnovějšího, nejmenšího a nejllehčího člena rodiny podnikových digitálních asistentů (Enterprise Digital Assistants – EDA) – MC55, který nabízí 3,5palcový displej. Motorola MC55 je vytvořený pro mobilní pracovníky, kteří pracují uvnitř i vně budov organizací, a zefektivňuje architekturu platformy pro mobilní computing.

UniCredit Leasing – Opel a Chevrolet

Společnost UniCredit Leasing zvítězila ve výběrovém řízení společnosti General Motors a stává se tak od ledna letošního roku jejím oficiálním partnerem pro financování dealerské sítě i nákupu vozů značek Opel a Chevrolet. Smlouva Pro financování nákupu vozů Opel a Chevrolet bude UniCredit Leasing klientům nabízet celou šíři svých produktů, a to jak financování formou leasingu (finančním i operativním), tak i spotřebitelským úvěrem.

Západočeská univerzita a Cisco

Západočeská univerzita v Plzni a společnost Cisco se předběžně dohodly na spolupráci při několika projektech. Patří mezi ně například vytvoření znalostního centra, rozšíření výuky o kurzy Cisco zaměřené na vzdělávání síťových specialistů nebo spolupráce při budování moderní síťové infrastruktury univerzitního kampusu. Projekty umožní univerzitě držet krok s rychlým rozvojem síťových technologií a nabídnout studentům moderní vzdělávací prostředí.

Makro přišlo se speciálním vzdělávacím projektem „Maloobchodní akademie“

Velkoobchod Makro poskytuje obchodníkům praktické rady pro zvýšení prodejů. Již od loňského podzimu probíhá vzdělávací projekt „Maloobchodní akademie“. Ta je jedním z kroků, kterými Makro reaguje na stále složitější podmínky nezávislého maloobchodu v České republice.

„Naší dlouhodobou strategií je podpora zákazníků z oblasti nezávislého maloobchodu, kteří se pohybují na vysoce konkurenčním trhu. Proto jsme se rozhodli jim co nejvíce pomoci, ať už další úpravou sortimentu, novým cenovým systémem, či rozšířeným poradenstvím. Projekt Maloobchodní akademie by jim měl v Čechách i na Slovensku pomoci pozvednout úroveň prodeje, přilákat nové zákazníky a zvýšit zisky,“ řekl Aleš Drábek, ředitel pro řízení zákaznických vztahů společnosti Makro.

Projekt Maloobchodní akademie odstartoval na konci roku 2008 a zúčastní se ho přes 2000 zákaz-

níků. Má za cíl maloobchodníky „nastartovat“, vzbudit v nich zájem a motivaci a udělat změnu; rozvíjet personál v oblasti prodeje a komunikace.

Akademie má tři hlavní okruhy, které jsou určeny jak majitelům a vedoucím pracovníkům, tak i prodejnímu personálu:

- Moderní prodejna potravin
- Jak vytvořit a dobře vést kolektiv svého obchodu
- Komunikace se zákazníkem v obchodu aneb Jak více prodat

Makro tento projekt také chápe jako konkurenční

výhodu oproti jiným dodavatelům. Akademie se mohou zúčastnit držitelé zlatých a stříbrných partnerských karet Makro, a to zdarma.

„Od zákazníků, kteří prošli školením na konci loňského roku, máme velmi pozitivní ohlasy na tento projekt a jejich spokojenost a úspěšná realizace změn je pro nás důkazem, že jsme na správné cestě. Když se dozvídáme, jak se našim zákazníkům, kteří prošli školením, daří, jak se pozvedla úroveň služeb a personálu v jejich obchodech a zejména jak pozitivně vnímají změny jejich zákazníci, je to pro nás velkým povzbuzením do další práce a rozvoje celého programu. V tuto chvíli také dokončujeme jednání s Hospodářskou komorou ČR o získání osvědčení absolvování kurzu, což jen dokládá, že tato školení mají punc

vysoké kvality,“ doplnil Tomáš Boubelík, manažer pro segment nezávislého maloobchodu.

Další službou, která má za úkol podpořit nezávislý maloobchod, je speciální leták. V něm maloobchodníci naleznou například vzorové uspořádání regálů pro vybrané kategorie zboží, rady, jak prodávat a pečovat o čerstvé zboží či jak pracovat se sezonním zbožím. V rámci prvních letošních letáků byla představena vzorová uspořádání v chladicím boxu s mléčnými produkty, informace jak uzpůsobit prodejnu co nejlépe pro dětské zákazníky, rady týkající se čerstvého pečiva a plno dalších pro naše zákazníky důležitých informací. Více informací se mohou zákazníci dozvědět na pultech služeb partnerům v kterémkoli velkoobchodním centru Makro. (tz)

Becherovka postaví nový výrobní provoz

Vedení společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s., (JBKB) představilo nedávno na tiskové konferenci v Praze projekt na výstavbu nové výrobní linky v Karlových Varech. Ta bude postavena v městské části Bohatice v horizontu zhruba dvou let. Předpokládaná celková velikost investice přesáhne 100 milionů korun. Firma zároveň potvrdila, že prodala budovy v centru Karlových Varů na třídě TGM. Novým vlastníkem objektu se stala společnost Karel Holoubek – Trade Group a.s.

Úvahy o výstavbě nové továrny pro Becherovku se objevovaly průběžně již od 60. let minulého století. Současné vedení společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s., ve spolupráci s vlastníkem, mezinárodní skupinou Pernod Ri-

card, v posledních zhruba pěti letech analyzovalo možnosti modernizace a rozšíření výroby. Stávající prostory původní továrny v centru města již neodpovídaly požadavkům moderní výroby z hlediska kapacity a náročných interních standardů.

Stavební odbor města Karlovy Vary vydal v dubnu loňského roku společnosti územní rozhodnutí a v říjnu pak bylo vydáno i stavební povolení. Na jeho základě bylo definitivně rozhodnuto o zahájení projektu a prodeji původního objektu na třídě TGM. V horizontu zhruba dvou let bude nová hala včetně výrobního zařízení postavena. Po jejím dokončení se přesune výroba nejstaršího českého likéru z původních prostor v centru města do městské části Karlovy Vary – Bohatice, kde je již od roku 2005 v provozu nová stájecká linka firmy.

„Jsem velmi rád, že mohu být, dle mého názoru, u největšího kroku v novodobé historii Becherovky. Rozhodnutí o výstavbě výrobní haly podpořily zejména úspěchy a stoupající obliba Becherovky u nás i v zahraničí. Do budoucna má Becherovka velký potenciál k růstu a nová továrna poskytne dostatek kapacity pro její rozvoj. Podstatné je ale především to, že výroba Becherovky i nadále zůstává v Karlových Varech, v místě svého zrodu, a že kvalitou zůstane stále věrná své více jak dvoustoleté tradici,“ řekl generální ředitel JBKB Anthony Schofield.

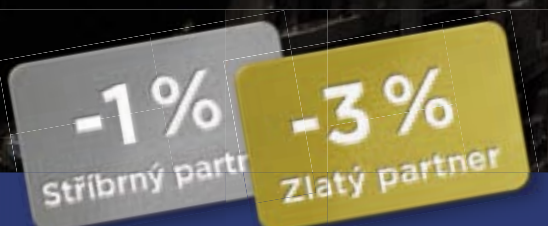
Přemístění provozu z centra města přinese pozitiva nejen firmě, ale také obyvatelům Karlových Varů, turistům a lázeňským hostům, neboť se zcela eliminuje stávající provoz těžkých nákladních aut na

začátku klidové pěší zóny. V původní budově na T. G. Masaryka bude však i nadále zachováno Muzeum Jan Becher a reprezentační prodejna společnosti, připomínající historický odkaz rodiny Becherů.

„Výstavba nového provozu přinese kromě modernizace a rozšíření kapacit také zefektivnění výroby a v neposlední řadě i zlepšení pracovních podmínek zaměstnanců. V nových prostorách budou instalována moderní zařízení, která ulehčí doposud ve výrobě hodně zastoupenou manuální práci. Nicméně způsob výroby, receptura a výsledná kvalita Becherovky zůstanou beze změn,“ potvrdil provozní ředitel a jeden ze znalců receptury Vladimír Darebník. (tz)



Vybojovali jsme pro vás lepší ceny



Výhodný, přehledný, okamžitý. Nový cenový systém MAKRO.

Nový cenový systém se službou ProfitAgent™ vám garantuje nejvýhodnější nákup zboží, odpovídající vašim profesionálním potřebám. Navíc získáváte okamžitou slevu **3 %** pokud jste držitel **Zlaté karty** a **1 %** pokud jste držitel **Stříbrné karty**.

www.makro.cz

makro
Partner profesionálů

V soutěži nápadů je možné získat až 5 milionů korun

Institut rozvoje podnikání (IDE) při Vysoké škole ekonomické v Praze zahájil druhý ročník soutěže podnikatelských záměrů „Poštovní spořitelna Milionový nápad“. Studenti i lidé z řad široké veřejnosti, kteří se do soutěže zapojí se svými nápady zpracovanými do podoby podnikatelských záměrů, mohou na svůj projekt získat investici až pět milionů korun a řadu dalších hodnotných cen. Cílem soutěže je podpořit podnikavého ducha u vysokoškolských studentů i u celé české veřejnosti.

„Pravidelné průzkumy mezi vysokoškolskými studenty ukazují, že zájem o podnikání je mezi nimi velký. Od myšlenky k činu však přejde jen zlomek z nich. Brání jim v tom především nedostatek zkušeností, financí a obav z neúspěchu. Raději proto volí stálé zaměstnání, a to i na školách, které mají k podnikání nejbližší,“ řekl Miroslav Křížek, ředitel Institutu rozvoje podnikání (IDE).

„Zahájení vlastního podnikání je alternativou i pro lidi, kteří z důvodu současné ekonomické nestability přišli o část svých příjmů, či dokonce o pracovní místo. Tato nepříznivá situace tak může být vnímána i jako příležitost k novému začátku. Proto jsme rádi, že jim prostřednictvím partnerství této soutěže můžeme nepřímo pomoci i my,“ doplnil Tomáš Basista, výkonný manažer

marketingu segmentu podnikatelé a právnické osoby v Poštovní spořitelně.

Do soutěže může být přihlášen libovolný podnikatelský záměr, nápad na rozšíření firmy či projekt pro investory, přičemž rozhodující není formální zpracování, ale obsah. Svůj záměr mohou přihlásit jednotlivci i týmy prostřednictvím webových stránek <http://www.milionovynapad.cz/>, a to až do 7. května 2009. Přihlášené projekty bude na základě proveditelnosti, potenciálu dalšího růstu a originality posuzovat porota složená z akademiků, zkušených podnikatelů, manažerů, investorů a odborných novinářů.

Vedle hlavní kategorie „Milionový nápad“, v které bude vyhlášen nejlepší podnikatelský záměr, jsou novinkou druhého ročníku soutěže dvě nové kategorie: „Student podnikatel“ pro

nejlepší studentský projekt a „Potenciál“ pro projekt s největším potenciálem růstu. Autoři deseti nejlepších projektů v hlavní kategorii a vítězni autoři projektů ve dvou nových kategoriích získají hodnotné ceny. Každý nápad bez ohledu na umístění má navíc možnost ucházet se o investici ze strany investora, která může dosáhnout až pěti milionů korun.

„Jsme si vědomi vysoké citlivosti poskytnutých informací, proto všechny subjekty, které přijdou do styku s přihlášenými projekty, musí podepsat prohlášení o mlčenlivosti. Tím je zaručena ochrana nápadů před zneužitím třetí stranou,“ vysvětlil Miroslav Křížek z IDE.

Soutěž „Poštovní spořitelna Milionový nápad“ je již druhým ročníkem soutěže podnikatelských záměrů. První proběhl pod názvem „Nápady za miliony“ na konci roku 2007. Tehdy se do soutěže přihlásilo 597 účastníků, z nichž 123 odevzdalo projekt splňující všechna kritéria pro přijetí do soutěže. Celkově se rozdalo 34 věcných a 10 finančních cen v celkové hodnotě téměř 2 miliony korun.

Generálním partnerem letošního ročníku soutěže je Poštovní spořitelna. Hlavními partnery jsou Telefónica O2 a LG Electronics CZ. Dalšími partnery soutěže jsou Advokátní kancelář Vyrůbal Krajhanzl Školout & spol., Chamr & Partners a společnost Grada. Slavnostní vyhlášení výsledků a předání cen proběhne 27. května 2009.

Více informací získáte na webu soutěže: <http://www.milionovynapad.cz/>

O Institutu rozvoje podnikání (IDE)
Institut rozvoje podnikání (IDE – Institute for Development of Entrepreneurship) je samostatný útvar Vysoké školy ekonomické v Praze, jehož cílem podpora podnikání mezi studenty i širokou veřejností.
Mezi hlavní aktivity IDE patří vzdělávací a poradenská činnost, která zahrnuje různé oblasti podnikatelského života, zprostředkovávání setkání s úspěšnými podnikateli, provoz virtuálního podnikatelského inkubátoru, pořádání soutěže podnikatelských záměrů nebo shánění investorů pro perspektivní projekty.
Součástí IDE je klub IDE Society, který pro své členy pořádá pravidelné formální i neformální setkání a umožňuje tak výměnu zkušeností a obchodních kontaktů. IDE rovněž provozuje vlastní internetový portál zaměřený na začínající podnikatele.

vice informací na www.ide-vse.cz

Alza.cz: Za první tři měsíce roku 2009 máme miliardu!

V Alza.cz letos zákazníci utržili za zboží už více než jednu miliardu korun. Navzdory finanční krizi se Alza.cz daří růst. „Je to fantastický obchodní úspěch,“ komentoval situaci Jan Samko, marketingový ředitel společnosti. „I v letošním roce potvrzujeme svou pozici lídra prodeje na českém internetu. Jsme stabilní firma a poskytujeme kvalitní služby. Lidé nám věří, a proto u nás nakupují i v současné složité době,“ dodal. Alza.cz za první tři měsíce dosáhla tržeb 1,07 miliardy korun. Meziroční růst společnosti stále výrazně překonává hranici 30%. Alza.cz potvrzuje a upevňuje svou pozici největšího internetového obchodu.

Společnost také od začátku roku výrazně expanduje. Alza.cz otevřela během února novou pobočku v Praze 5 v bezprostřední blízkosti metra Lužiny a již za měsíc přibude k Brnu a Bratislavě i další mimopražská pobočka, a to přímo v centru Plzně. „Rozhodnutí rozšířit naši síť poboček je reakcí na poptávku našich zákazníků po větší dostupnosti po našich službách,“ dodal ředitel pobočkové sítě Jan Moudřík. Velkými změnami projde i centrála společnosti v Praze – Holešovicích, kde již brzy mohou zákazníci zavítat do zcela nového show-roomu s plochou 700 m² a prezentací toho nejnovějšího a nejlepšího ze světa počítačů a elektroniky.

V současné době nabízí internetový obchod Alza.cz téměř 20 000 produktů od více než pěti set světových značek. Návštěvnost webových stránek www.alza.cz se pohybuje nad hranicí 3 milionů návštěvníků měsíčně (březen 2009). Denní návštěvnost překonává 120 000 unikátních uživatelů, kteří denně zhlédnou až 2 miliony zobrazených stránek. Stránky Alza.cz jsou nejnavštěvovanější stránkou v oblasti počítačů a elektroniky na českém internetu. (tz)

► pokračování ze str. 1

Za prvních pět týdnů po obnovení příjmu žádostí jsme přijali žádosti o záruky v celkové výši víc než 1 mld. Kč. Pro porovnání mohu uvést, že v roce 2008 naše banka vystavila podnikatelům záruky v objemu 3,5 mld. Kč.

Záruky za investiční úvěry, jak název napovídá, jsou určeny pro úvěry k financování převážně investičně zaměřených projektů, tj. určené především k pořízení strojů a zařízení, výstavbě či rekonstrukci budov. Jen doplňkově lze ze zaručovaného úvěru financovat nákup zásob či drobného hmotného a nehmotného majetku. Projekt musí být realizován na území České republiky s výjimkou území hlavního města Prahy.

Záruky za provozní úvěry je možné poskytnout k úvěrům na financování nákupu zásob (surovin, materiálů, polotovarů), případně drobného hmotného nebo nehmotného majetku. V tomto programu lze podpořit i projekty realizované na území hlavního města Prahy.

Jak dnes uvažují živnostníci a mikrofirmy? Mají zájem si půjčovat, anebo spíše skepticky vyčkávají?

Nemohu mluvit za podnikatele. V ČMZRB se setkáváme pouze s tou částí podnikatelů, kteří mají o financování zájem a usilovně pracují na tom, aby využili všechny možnosti, jak své finanční potřeby uspokojit i v současné velmi obtížné situaci. Obrací se na nás s dotazy, co je možné ze zaručovaného úvěru pořídit, za jakých podmínek a zejména k jakému typu projektů lze podporu získat. V tomto ohledu musím bohužel

ČESKOMORAVSKÁ ZÁRUČNÍ A ROZVOJOVÁ BANKA, a.s.

konstatovat, že jsou velmi často zklamaní, že projekty v jejich oboru podnikatelské činnosti stát v rámci vyhlášených podmínek programu nepodporuje. Podporu je nyní možné získat pouze pro projekty z oblasti průmyslové výroby, stavební výroby, výroby elektřiny a tepla a vybraných služeb.

Naším cílem není konkurovat bankám či dalším finančním institucím, jako jsou leasingové společnosti, případně jejich funkce nahrazovat. Naše produkty klasické způsoby financování spíše doplňují a pomáhají jejich lepší dostupnosti pro podnikatele.

Podle informací Českého statistického úřadu přesto, že panuje celospolečenský pesimismus, vzniká poměrně mnoho nových firem. Těžko odhadovat, kolik jich zkrachuje a kolik jich postoupí tzv. do užšího kola. Jakou mají šanci, vzato trochu filozoficky, uspět v tak „nešikovném“ období,

jaké je dnes?

Je zřejmé, že naše společnost má mnoho vrstev. Nejsou tu jen nezaměstnaní, kteří zaskočení ztrátou práce sedí doma s rukama v klíně a čekají, až jim úřad práce „něco nového sežene“. Jsou tu i ti, kteří se snaží svou situaci řešit aktivněji, například zahájením vlastní podnikatelské činnosti. A rozhodně nejsou bez šance. Jejich úspěch ale závisí nejen na jejich pracovním nasazení, ale z velké části také na tom, jak dobře mají své podnikání rozmyšlené a připravené a rovněž v jakém oboru se chtějí uplatnit. Věříme, že budeme i těmto podnikatelům schopni nabídnout odpovídající typ podpory. Programy, které byly v nedávné době vyhlášeny, nejsou zaměřeny na tuto skupinu podnikatelů. Prostor pro ně by měl poskytnout

nou program START, jehož vyhlášení je v kompetenci MPO.

Co je pro firmu dnes výhodnější (levnější a rychlejší)? Dosáhnout na úvěr či záruku u vás, nebo zvolit cestu leasingu (například stojí a zařízení) u některé renomované leasingové společnosti?

Naším cílem není konkurovat bankám či dalším finančním institucím, jako jsou leasingové společnosti, případně jejich funkci nahrazovat. Naše produkty klasické způsoby financování spíše doplňují a pomáhají jejich lepší dostupnosti pro podnikatele. Například podřízený úvěr v programu PROGRES není určen jen pro kombinaci s bankovním úvěrem, je ho možné poskytnout i k leasingu. Není přitom potřeba, aby financující leasingová společnost vstupovala s ČMZRB do smluvního vztahu.

Přirozeným rysem úvěrů či záruk, které ČMZRB poskytuje, je jejich ekonomická výhodnost pro podnikatele, což je dáno tím, že jsou poskytovány s podporou z veřejných prostředků. Nebylo by proto korektní porovnávat je s komerčními způsoby financování. Tím, co je možné porovnávat, je nabídka, kterou jsou podnikateli schopni učinit v kombinaci se zvýhodněným spolufinancováním či zárukou od ČMZRB banky či leasingové společnosti. Zde je skryta další ekonomická výhoda, kterou podnikatel může získat.

Nač byste nyní podnikatele a živnostníky rádi upozornili?

Podnikatelé pro svoje rozhodování potřebují dostatek informací. Podrobné informace o zárukách a zvýhodněných úvěrech jsou k dispozici na webové stránce naší banky www.cmzrb.cz. Doplňující informace lze efektivně a rychle získat zasláním dotazu prostřednictvím e-mailové adresy info@cmzrb.cz.

otázky sestavila Eva Brixí

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktuje nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

● Dimension Data rozšiřují působnost v ČR
Společnost Dimension Data Czech Republic, která poskytuje služby v oblastech integrace sítí, konvergence komunikací pomocí IP protokolu, síťové bezpečnosti a budování datových center, otevírá novou kancelář ve městě Ostrava. Otevření nových kanceláří v Ostravě umožňuje v daném regionu nabídnout zákazníkům SLA (Service Level Agreement) na nejvyšší úrovni, která představuje reakční dobu 4 hodiny a odstranění poruchy do 1 hodiny po uplynutí reakční doby. ➡

● Komerční banka poskytla 29 % úvěrů
Exkluzivní průzkum agentury Median mezi více než 700 podniky potvrdil vedoucí pozici Komerční banky na trhu poskytování bankovních služeb podnikům. Jako svou hlavní banku uvedlo KB 37 procent podniků. Podíl Komerční banky na trhu úvěrů podnikům vzrostl v roce 2008 meziročně o pět procentních bodů na 29 %. Komerční banka je pro tuzemské podniky bankou první volby v případě, že potřebují úvěr, bankovní záruku a další produkty. ➡

● Zákaznická linka RWE nepřetržitě
Zákaznická linka skupiny RWE od 1. března 2009 vyřizuje požadavky zákazníků 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Dříve byla zákaznická linka dostupná v pracovní dny od 7 do 17 hodin. „Zavedením nepřetržitého provozu call centra vycházíme vstříc potřebám a životnímu stylu našich zákazníků. Považujeme za nezbytné zvyšovat komfort a maximálně zjednodušovat vyřizování veškerých jejich požadavků nezávisle na čase,“ uvedl Thomas Hejman. ➡

● Poštovní spořitelna a úvěry
Poptávka po úvěrech rostla také v roce 2008. Vysoký nárůst poskytnutých půjček zaznamenala i Poštovní spořitelna (PS) – objem úvěrů pro fyzické osoby meziročně vzrostl o 155 % oproti roku 2007. Podle průzkumu PS si lidé navíc častěji půjčují na smysluplné záměry, které i jim přináší delší dobu návratnosti – v minulém roce proto vedly půjčky na bydlení či na vzdělání. Objem samotných hypoték meziročně vzrostl dokonce více než trojnásobně. ➡

Pro segment malých a středních firem máme připraveny programy, které jim umožní šetřit náklady

Stále se rozmýšlíte, zda do firmy koupit automobil už nyní, nebo až za rok? I když máte hotovost, s níž lze disponovat, a za první čtvrtletí si vaše společnost nevedla špatně, pečlivě rozvažujete, zda „utrácet“, nebo šetřit, třeba i za každou cenu? Určitě nejste sami. Nevíte, jak budou vaši partneři dodržovat splatnost faktur, nevíte, jak půjde obchod ve vašem oboru, a netušíte, zda nebudete muset propustit některé zaměstnance, omezit počet ponajatých kanceláří... Na druhé straně je řada podnikatelů, kteří se nebojí nakupovat a rovněž průběžně investují – je to zkrátka jejich strategie a chytří jim dávají za pravdu. Mnohým dnes přijde jistě vhod nabídka některých leasingových společností. O tom, jak může pomoci UniCredit Leasing, jsem hovořila s Jaroslavem Jaroměřským, místopředsedou představenstva a výkonným ředitelem:

Strategie společnosti UniCredit Leasing jde s dobou – tvrdíte, že podstatnější než honba za počtem smluv je kvalita vztahu s klientem, partnerem. Čím se dá kvalita ve vašem oboru vlastně nastolit a pojistit?

Velice důležitá je především vzájemná komunikace a otevřené obchodní jednání. Pokud se mezi partnery vytvoří důvěra, vzniká tak spousta živné půdy pro obchod a mnohem hlubší a zajímavější spolupráci. Klienti nám díky tomu věří i v těžších časech, kdy jsou mnohem opatrnější a potřebují někoho, o kom ví, že se na něj mohou spolehnout.

Velmi podstatný díl vašich aktivit tvoří financování nákupu automobilů. Tím, že šly ceny osobních aut na začátku letošního roku dolů, oživil se jejich prodej zejména pro nepodnikatele. Jak využívají úvěrů a jak leasingu?

Rostoucí obliba spotřebitelských úvěrů u nepodnikatelů je dlouhodobým trendem, který začal již před více než rokem. Dnes je poměr financování leasingem a úvěrem u UniCredit Leasing zhruba v poměru 40:60. Pro klienty jsme v závěru loňského roku připravili produktovou řadu FIN, ze které nepodnikatelé využívají především produkty FinAuto a FinMoto. Tyto finanční produkty spojují to nejlepší z leasingu (lepší podmínky financování než u srovnatelných produktů) a úvěru (velká flexibilita v délce smlouvy).

Firmy zatím s pořízováním nových aut vyčkávaly, moci si opět po nějaké době odečíst DPH od základu daně je významná pobídka – jak předpokládáte, že se změnou legislativy rozhoupe „jarní“ trh?

Od řady klientů, kteří u nás využívají například operativního leasingu, jsme v prvních měsících letošního roku zaznamenali zdrženlivost při obnově vozového parku. Zadržena poptávka se tedy určitě projeví, otázkou však zůstává, v jakém rozsahu a jak dlouho tento stimul vydrží.



Místopředseda představenstva a výkonný ředitel UniCredit Leasing Jaroslav Jaroměřský

Podstatné je ve vašem portfoliu financování strojů a zařízení – vždy jste byli připraveni pomoci malým a středním firmám. Co všechno dnes můžete nabídnout?

Pro segment malých a středních firem máme připraveny různé programy, které jim umožní ušetřit finanční náklady. Jedním z nich je financování agrární techniky s využitím programu Zemědělec od Podpůrného a garančního rolnického a lesnického fondu. Lesnické a zemědělské firmy tak u UniCredit Leasing při splnění podmínek programu Zemědělec získají k úvěrovému financování subvenci na část úroků.

Další možností je financování s podporou Evropské investiční banky, kdy mají klienti ze segmentu malých a středních firem možnost získat nižší úrokové sazby oproti standardní nabídce, pokud jejich projekt splní kritéria EIB. Veškeré náležitosti, nutné k získání podpory od EIB, za klienta vyřídíme a klient nám všechny dokumenty předává pouze v českém jazyce. Žádost o podporu od EIB tak pro firmy neznamená žádné zvýšené finanční náklady a ani se neúměrně neprodlužuje čas schvalování žádosti.

Evropské peníze se naučila využívat řada firem. Kdo na ně vašim prostřednictvím dosáhne?

Malým a středním podnikatelům umožňujeme čerpat prostředky EIB z podpůrného programu „EIB Loan for SME“. Základním kritériem pro firmy patřící do segmentu SME je, že zaměstnávají méně než 250 osob. Dále EIB definuje několik dalších kritérií, které musí firmy splňovat. Zvýhodněné financování lze

využít na nákup strojů a zařízení i dopravní techniky, přičemž maximální hodnota projektu je v přepočtu stanovena na 12,5 milionu EUR. Není ho možné využít na projekty eticky nebo mravně kontroverzní, kam patří například výroba zbraní, hazard, zpracování tabákových výrobků apod. Minimální doba splácení ve formě měsíčních nebo čtvrtletních splátek je stanovena na 24 měsíců a maximální do 72 měsíců. Refinancování je prováděno v českých korunách.

V čem jste na zájemce o leasing přísnější než v minulosti? Jinými slovy – jak ošetřujete rizika? I leasingová společnost je podnikatelským subjektem a musí dbát o dobré hospodaření...

Vzhledem k tomu, jak rychle a prudce se ekonomická situace změnila, je možnost ošetřit riziko u probíhajících smluv minimální. Více obezřetní jsme u nových smluv, kde pečlivě zkoumáme ekonomickou situaci žadatele a hodnotíme potenciál jeho projektu z hlediska jeho budoucí výnosnosti.

Do vaší nabídky přibyla řada značkového financování. Na čem stavíte tuto filozofii a v čem je to pro klienta výhodnější než „obyčejný“ druh úvěru či leasingu?

Výhodou značkového financování je úzká spolupráce s partnerskou firmou, což nám dává možnost lépe identifikovat konkrétní výhodné nabídky v portfoliu a zároveň se podílet na společných akcích a projektech. Ve výsledku tak klient u nás najde v rámci značkového financování různé speciální akce, které mohou

být zvýhodněny oproti běžné nabídce díky podílu několika subjektů na této akci. Často se do těchto speciálních nabídek zapojuje i některá z našich spolupracujících pojišťoven.

Drobný živnostník s pár zaměstnanci má sice jiné starosti než nadnárodní korporace s několika pobočkami, ale peníze potřebuje investovat také, citelné je to v začátcích podnikání, když vstupuje na trh. Nechystáte produkt, který by vám jednak přivedl určité množství specifické klientely, na druhé straně by vyšel vstříc právě začínajícím firmám?

I díky současné krizi jsou naše požadavky poměrně jasné a vychází z dlouhodobé strategie a zkušeností s řízením risk managementu našeho portfolia klientů. Žadatele o financování hodnotíme podle jejich ekonomických výsledků za poslední dva roky, tedy požadujeme alespoň tuto krátkou podnikatelskou „historii“.

Mnoho vstřícného čekali podnikatelé od NERVu, zatím se však zdá, že půjde o pomoc spíše dlouhodobějšího charakteru, nikoli tu, která oddálí některé akutní problémy. Jaký na to máte názor?

Akutní problémy se dají řešit okamžitým použitím finančních prostředků, nicméně tím se pouze upravují důsledky, které pramení z dlouhodobějších problémů. Ačkoliv je pochopitelné, že řada podnikatelů po tomto řešení v současné době volá, je důležité si uvědomit, že je v první řadě potřeba řešit příčinu a k tomu je nutné hledat systémové kroky, které situaci nejen zlepší, ale zároveň zabráni jejímu opakování.

Ostatně – v jakých číslech se bude pro UniCredit Leasing pohybovat rok 2009?

Máme ambiciózní obchodní plán, nicméně je velmi těžké odhadovat za současné situace na trhu výsledky tohoto roku. Hlavním cílem je udržet ziskovost naší společnosti. Naší výhodou je univerzální nastavení nabídky společnosti a poklesy například v oblasti leasingu automobilů jsme schopni do určité míry nahradit zvýšením produkce u jiných produktů.

Pomůže leasing nemovitostí? Na tomto poli jste byli loni úspěšní, také zákonodárci již pochopili...

Ačkoliv leasing nemovitostí rostl skutečně u nás významným tempem, je třeba si uvědomit, že právě obchod s realitami utrpěl ekonomickým propadem nejvíce. Koneckonců je to právě nestálý pokles cen nemovitostí, který se významnou měrou zasloužil o propad na světových burzách. Výsledek z loňského roku se v segmentu financování nemovitostí v letošním roce zřejmě opakovat nebude.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí ➦

Novela zákona o DPH pomohla leasingu

Změny plynoucí z novely Zákona o DPH, které vstoupily v platnost 1. dubna letošního roku, se dotýkají především osobních automobilů do 3,5 t. Všemi očekávanou změnou je možnost odpočtu DPH pro plátce této daně při pořízení všech typů osobních automobilů. V případě financování leasingem nebo úvěrem je tuto novinku možné uplatnit na všechny automobily předané do užívání po 1. dubnu 2009. Tato novelizace přináší několik dalších změn, které znamenají snížení nákladů na pořízení automobilu. Je to například změna výpočtu pojistného z ceny bez DPH, díky které se sníží splátky pojistného nebo zrušení dvojího zdanění DPH u operativního leasingu. Dále dochází díky novelizaci Zákona o dani z příjmu ke

snížení minimální doby trvání smlouvy o šest měsíců u finančního leasingu.

„Možnost odpočtu DPH u všech typů osobních automobilů má v případě financování nákupu leasingem nebo úvěrem ještě další pozitivní souvislosti, které ovlivňují celkovou výši měsíční splátky,“ řekl Jiří Vintr, manažer Řízení produktů UniCredit Leasing. „Klienti, plátcí DPH, tak ušetří nejen díky odpočtu DPH z pořizovací ceny vozu, ale i snížením splátky pojistného, které se nově vypočte z pořizovací ceny bez DPH nebo zrušením dvojího zdanění daní z přidané hodnoty u operativního leasingu,“ upřesnil Jiří Vintr. Je však důležité připomenout, že uvedené změny se dotýkají až automobilů, které jsou klientům předávány po 1. dubnu 2009. „U všech

typů produktů jsme zaznamenali vyčkávání klientů na období po vstupu novely Zákona o DPH v platnost,“ dodal Jiří Vintr. Samozřejmě i nadále platí možnost pro podnikatele z řad malých a středních podniků pro všechny produkty využít zvýhodněné financování s podporou Evropské investiční banky.

Změny plynoucí z novely Zákona o DPH resp. Zákona o dani z příjmu, které pozitivně ovlivňují financování leasingem nebo úvěrem:

- možnost uplatnění odpočtu DPH pro plátce DPH u všech osobních automobilů předaných klientům po 1. dubnu 2009
- změna základu pro výpočet pojistného – z ceny bez DPH, snižuje platbu za pojištění
- zrušení dvojího zdanění DPH u operativního

leasingu osobních automobilů sníží měsíční splátky nájemného; dříve byly splátky nájemného vypočteny z ceny včetně DPH a dále zdaněny sazbou DPH jako nájemné; nyní jsou splátky vypočteny z ceny bez DPH a dále zdaněny sazbou DPH jako nájemné

- snížení minimální doby splácení finančního leasingu o 6 měsíců u 2. a 3. odpisové skupiny zmírňuje nepoměr mezi efektivní dobou používání například automobilu a délkou daňových odpisů; nově je minimální doba trvání smlouvy o finančním leasingu stanovena pro 2. odpisovou skupinu (zahrnuje osobní automobily) na 54 měsíců a pro 3. odpisovou skupinu na 114 měsíců.

(tz)

Levnější leasing díky možnosti odpočtu DPH

Dnem 1. dubna 2009 vstoupila v platnost novela zákona o DPH, která umožňuje odpočet DPH při pořízení osobního automobilu. Leasingové financování se tím stává pro podnikatele levnější o 19% DPH z ceny vozu. Další změnou je zkrácení minimální doby trvání smlouvy na finanční leasing ze 60 na 54 měsíců (u třetí odpisové skupiny ze 120 na 114). Na tyto změny je český leasingový leader připraven a plně je zohledňuje ve prospěch svých zákazníků, a to ve všech nabízených finančních produktech, tedy jak u finančního leasingu a úvěru, tak i u operativního leasingu.

Jaké jsou důsledky této novely pro oblast leasingového financování?

„Pro celou podnikatelskou sféru je to především příležitostí, jak využít nejdostupnější formy financování – finančního leasingu – jako nástroje pro pořízení nového vozu a jak plně uplatnit výhodu odpočtu DPH! Dosud to bylo možné pouze u osobních vozů kategorie N1, kdy šlo o známé vozy s „přepážkou“. Naše nabídka financování osobních automobilů kategorie M1 a M1G se tak stává ještě atraktivnější, protože všechny naše produkty v sobě možnost odpočtu zahrnují. Aktuálně zároveň rozjíždíme novou kampaň na podporu financování, která pořízení automobilu našim prostřednictvím ještě zvýhodní,“ komentoval novou legislativu Radan Šantora, výkonný ředitel pro obchod společnosti ČSOB Leasing.

Finanční leasing

V případě pořízení automobilu formou finančního leasingu si mohou podnikatelé a firmy odpočíst DPH z mimořádné splátky (akontace), z každé měsíční splátky a samozřejmě pak také z předem sjednané odkupní ceny vozu po ukončení leasingu. Podmínkou je, aby prodávající (dealer) i zákazník (leasingový nájemce) byli plátcí DPH. Podkladem pro odpočet je splátkový kalendář.

Operativní leasing

Tato forma financování automobilů, jejíž popularita v posledních letech výrazně roste, získala díky novele zákona o DPH další trumf. „Současná novela přichází s úpravou, která umožní leasingové společnosti při poskytnutí služby operativního leasingu odečíst DPH u osobních automobilů již na vstupu, a tím snížit náklady o 19%. Tím bude celková splátka minimálně o 16% levnější oproti současnému stavu,“ vysvětlil Radan Šantora. „Navíc se díky odpočtu DPH také otevírá cesta operativnímu leasingu pro spotřebitele,“ doplnil.

Úvěr

U úvěru si podnikatel nárokuje vrácení DPH z kupní ceny vozu na základě faktury vystavené dodavatelem stejně jako v případě nákupu za hotové. Splátky úvěru nepodléhají DPH. Podkladem pro odpočet DPH z kupní ceny vozu je dodavatelská faktura.

Pojištění

Díky této novele může plátec DPH dosáhnout úspory i u havarijního pojištění. Před novelou zákona se pojistná částka vypočítávala vždy



z pořizovací ceny vč. DPH, po vstupu novely v platnost pak z pořizovací ceny bez DPH. Podnikatel tedy ušetří nejen za DPH z leasingové splátky resp. kupní ceny, ale výrazně se mu sníží i pojistné. Toto platí jak pro finanční a operativní leasing, tak i pro úvěr.

Zkrácení minimální doby trvání leasingové smlouvy

Zároveň s novelou zákona o DPH vstupuje v platnost novela zákona o dani z příjmu. V jejím důsledku je zkrácena minimální doba trvání smlouvy na finanční leasing. Nová úprava se vztahuje na všechny smlouvy s termínem podpisu od 1. 4. 2009. Důsledkem je zkrácení minimální doby trvání leasingové smlouvy na 54 měsíců pro předměty zařazené ve 2. odpisové skupině, resp. na 114 měsíců pro 3. odpisovou skupinu. V praxi to znamená rychlejší promítnutí nákladů spojených s leasingem do daňových nákladů firmy.

(tz)

Ford Transit ještě výhodnější

Sesterská společnost Ford Motor Company, Ford Credit, přináší svým zákazníkům ještě lákavější nabídku financování Fordu Transit než kdy předtím. S použitím nového programu Plus Leasing II ho lze pořídit s akontací již od 0 % z pořizovací ceny a 0 % navýšením.

Ford Credit představil nový program financování firemních vozidel, Plus Leasing II, který se vztahuje zejména na model Ford Transit ve všech verzích výbav a motorizací, a to jak na skladové vozy, tak i na nové, zadávané do výroby podle požadavků zákazníka. Prostřednictvím Plus Leasing II mohou podnikatelé rovněž financovat nákup vozů Ford Focus, Mondeo a Connect.

Financování firemních vozidel s využitím Plus Leasing II je možné při uzavření leasingové smlouvy na 48 a 60 měsíců s akontací od 0 do 32,99 % a RPSN od 0,61 %. Nabídka se ovšem vztahuje pouze na vybrané vozy a je časově omezena. Podrobnější údaje o platnosti nabídky poskytnou zájemcům všichni autorizovaní prodejci Ford.

„Prostřednictvím programu Plus Leasing II reagujeme jak na současnou situaci na trhu, tak na aktuální poptávku našich zákazníků. Ford v současné době disponuje širokou paletou modelů Ford Transit, kterou chce potenciálním majitelům nabídnout za ještě výhodnějších podmínek než kdykoliv předtím,“ řekl generální ředitel Ford Credit, s.r.o., Vladan Rojíček.

(tz)

UniCredit Leasing nabízí financování s podporou Evropské investiční banky

I v letošním roce uzavřela společnost UniCredit Leasing smlouvu s Evropskou investiční bankou (EIB) o podpoře financování projektů ze segmentu malých a středních firem (SME) s možností čerpání v celkovém objemu až 70 mil. EUR. S realizací projektů financovaných za podpory EIB má UniCredit Leasing již bohaté zkušenosti. V letech 2007 a 2008 takto financoval celkem 192 projektů v celkové hodnotě 21 815 972 EUR a díky podpoře Evropské investiční banky tak klienti na těchto projektech ušetřili 870 000 EUR (zhruba 23,5 mil. Kč).

UniCredit Leasing nabízí příznivé podmínky financování díky zdrojům EIB, které jsou pro malé a střední podnikatele vyčleněny v rámci

podpůrného programu „EIB Loan for SME“. „Klienti UniCredit Leasing z řad podnikatelů, kteří splní podmínky EIB, získají nižší úrokovou sazbu financování oproti standardní nabídce,“ upřesnil Jaroslav Jaroměřský, výkonný ředitel UniCredit Leasing. Firmy mohou o podporu žádat u všech typů financování, které UniCredit Leasing poskytuje, tj. jak pro finanční a operativní leasing, tak pro úvěr. „O podporu je možné žádat pro projekty, jejichž celková hodnota nepřekročí v přepočtu 12,5 mil. EUR,“ doplnil Jaroslav Jaroměřský. Financování s podporou EIB lze v letošním roce získat nejenom na stroje a zařízení, ale také na osobní, užitkové a ná-

kladní automobily, tedy na kompletní portfolio financovaných předmětů. Nabídka zvýhodněného financování s podporou EIB je k dispozici nejen na pobočkách UniCredit Leasing, ale také u spolupracujících partnerů a prodejců.

Pro koho je určena podpora EIB?

SME zaměstnávající méně než 250 osob a splňující jednu z podmínek EIB:

- podíl jiné společnosti na jejím kapitálu je nižší než 25%,
- firma, kde jiná společnost má vyšší než čtvrtinový vlastnický podíl, ale skupina celkem zaměstnává méně než 250 osob,

- společnost, kde minimálně 25 % vlastního jmění je v majetku veřejného orgánu a ten je lokálním úřadem s ročním rozpočtem nižším než 10 mil. EUR a se spravovanou oblastí s méně než 5000 obyvateli,
- nebo firma, ve které více než čtvrtinu vlastního jmění má společnost nebo instituce typu společných kapitálových fondů nebo „obchodní andělé“ (za předpokladu, že investují méně než 1,25 mil. EUR do té stejné společnosti, do univerzit nebo neziskových výzkumných středisek) či institucionální investoři včetně regionálních rozvojových fondů.

(tz)

TPCA zvýšila průměrnou mzdu ve výrobě na 26 800 korun

Společnost TPCA Toyota Peugeot Citroën zvýšila od dubna mzdy a benefity celkově o více jak 2 %, a to v závislosti na počtu let odpracovaných ve společnosti. Průměrný výdělek na výrobě tak dosáhne 26 800 korun, což řadí kolínskou automobilku mezi nejlépe odměňující průmyslové firmy. Vyplývá to z kolektivní smlouvy platné od 1. dubna 2009 do 31. března 2010, kterou vedení firmy podepsalo 24. března se zástupci odborové organizace.

Tarifní mzdy se zvýší o 2 %. Zaměstnanci, kteří jsou ve firmě déle než tři roky, navíc získají dalších 500 korun měsíčně v benefityvém systému Z-Konto. Zvýšení měsíční částky na benefity se týká více jak poloviny zaměstnanců.

„Hlavní prioritou TPCA i odborů bylo především udržet konkurenceschopnost firmy a její dlouhodobou perspektivu v České republice v situaci, kdy prodeje neklesají, a TPCA nemusí nijak omezovat výrobu ani propouštět zaměstnance,“ přiblížil průběh kolektivního vyjednávání prezident společnosti Jasuhiro Takahaši.

Součástí kolektivního vyjednávání bylo také

rozšíření preventivní zdravotní péče. První projekty jsou již realizovány. TPCA například rozšířila zdravotní středisko pro zaměstnance a jejich rodinné příslušníky, které v areálu kolínské nemocnice funguje již od loňského roku. Kromě dosavadní ordinace praktického lékaře otevřela od začátku měsíce také ordinaci zubního lékaře. Náklady na její vybudování

ZKRACHOVALI JSME A NEMÁME
UŽ ANI HALÍŘ NA VÝPLATY.
ALE VÁS BYCHOM SI TADY JEŠTĚ
NĚJAKÝ ČAS RÁDI PONECHALI.



VY JSTE TAKOVÝ SCHOPNÝ,
OBĚTAVÝ A NENÁROČNÝ ČLOVĚK.

autor: Miloš Krnáček

přesáhly 1,5 milionu korun, přičemž celkové roční náklady na zdravotní péči v TPCA přesahují 26 milionů korun.

„Naším cílem je zajistit zaměstnancům nadstandardní lékařskou péči a podporovat prevenci. Když jsme vyhodnotili půlroční fungování ordinace praktického lékaře a výsledky zaměstnaneckého průzkumu, rozhodli jsme se jako další otevřít ordinaci zubního lékaře,“ vysvětlil důvody k rozšíření lékařské péče Bernard Milion-Rousseau, výkonný viceprezident.

Ordinace je vybavena nejmodernějším zařízením poskytujícím pohodlí nejen pacientům, ale také komfort pro lékaře. Velmi užitečný je například digitální rentgen umožňující rychlou diagnózu nebo kamera zobrazující dutinu ústní přímo na monitoru. „Máme k dispozici kvalitní vrtačky, ultrazvukový odstraňovač zubního kamene a LED lampu. Ta se používá k tuhnutí bílých materiálů. Ordinace je úplně nová a nadstandardně vybavená, takže se nám v ní pracuje opravdu moc příjemně,“ zhodnotila své nové působíště MUDr. Lenka Medová.

(tz)

TPCA udržela zisk na 1,4 miliardy korun

Společnost TPCA Toyota Peugeot Citroën oznámila neauditované hospodářské výsledky za rok 2008. Tržby činily 49 miliard korun a zisk před zdaněním 1,4 miliardy korun. TPCA tak dosáhla stejného zisku jako v předchozím roce. Tržby klesly o 4 % z předloňských 51,3 miliardy korun.

„Přestože autoprůmysl těžce zasáhla hospodářská krize a naše tržby snižovala silná koruna, díky dobrým výsledkům v prodeji našich modelů, úsporám v nákladech a efektivní výrobě se náš zisk nepropadl,“ prohlásil prezident firmy Jasuhiro Takahaši.

TPCA v loňském roce vyrobila celkem 324 289 vozů Toyota Aygo, Peugeot 107 a Citroën C1. Výroba byla rozdělena rovnoměrně mezi všechny tři modely. Modelů Toyota Aygo bylo 108 008 kusů, Peugeotů 107 celkem 108 192 a Citroënů C1 pak 108 089. V prosinci TPCA zahájila produkci inovovaných modelů a zároveň oslavila miliontý vyrobený vůz. Miliontý auto sjelo z linky za pouhé tři roky a devět měsíců od zahájení výroby. „V letošním roce očekáváme podobné výsledky výroby jako v roce minulém,“ uvedl k výhledům pro rok 2009 prezident Takahaši.

(tz)

Eurozóna by měla umožnit rychlý vstup zemím z východu Evropy prostřednictvím polovičního členství

Eurozóna by měla umožnit problémovým členským zemím Evropské unie ze střední a východní Evropy rychlý přechod na euro, a to i takovým způsobem, že by nebyly jejími plnohodnotnými členy. Uvádí se to v důvěrné zprávě Mezinárodního měnového fondu, o které psal list Financial Times.

Podle MMF by 16 členů eurozóny mělo uvolnit pravidla pro přijetí tak, aby bylo možné přistoupit k jakémusi polovičnímu členství. To znamená, že by nový člen mohl přejít na euro, i když nesplní daná kritéria, avšak nemohl by o měnové politice rozhodovat stejně jako ostatní členové eurozóny (například by neměl křeslo v Evropské centrální bance). To by pomohlo těmto zemím vyřešit problémy s převisem zahraničního dluhu, zmírnilo nejistoty a obnovilo důvěru, píše FT. V opačném případě budou země s vysokým zadlužením v zahraničních mě-

nách nuceny prudce snížit výdaje.

Podle listu byla zpráva připravena před měsícem. Podle nejnovějších odhadů MMF má hrubý domácí produkt bývalých komunistických zemí střední a východní Evropy a Turecka letos klesnout o 2,5 %. Loni na podzim přitom fond očekával růst o 4,25 %.

„Hospodářská komora s tímto návrhem omezujícím pravomoci a kompetence České republiky a její druhořadé členství v žádném případě nesouhlasí a jednoznačně ho odmítá,“ ohradil se proti tomuto návrhu prezident hospodářské komory Petr Kužel.

„Nelíbí se nám, že na nové členy platí jiný metr, přičemž například ČR má zdravější bankovní sektor než některé staré členské země, které opakovaně porušují finanční pravidla v rámci Paktu stability a růstu. Je nepřijatelné, jak se zachází s některými starými členskými zeměmi včele s Francií, Německem a Itálií a jak se zachází s novými členskými zeměmi například Litvou, u níž překročení inflace o 0,1 bodu neznamenalo pro stabilitu eurozóny žádnou hrozbu, přesto její žádost o vstup do eurozóny byl v roce 2006 okamžitě zamítnut,“ doplnil Petr Kužel.

Přestože hospodářská komora dlouhodobě a velmi hlasitě volá po co nejrychlejším zavedení eura v České republice, návrhy

typu, že nové členské země včetně České republiky by mohly porušovat 3% hranici deficitu veřejných financí a stát se tzv. polovičním členem, jsou pro nás nepřijatelné a zcela chybné. Určitou výjimku si lze představit v tak mimořádné situaci, jako je tato bezprecedentní hospodářská krize, které dnes Evropa čelí. Tato výjimka by však měla spíše zahrnovat méně striktní přístup a pochopení směrem k novým členským zemím, které euro dlouhodobě podporují, než jim nabízet druhořadé členství. Pokud jednou jsme v eurozóně, chceme o měnové politice rozhodovat jako každý jiný člen,“ dodal za hospodářskou komoru Petr Kužel.

(tz hkčr)

Zahraniční obchod klesal i v únoru, firmy čekají na přijetí ozdravných kroků na podporu ekonomiky

Zahraniční obchod pokračoval i v únoru letošního roku ve svižném poklesu. Obchodní bilance skončila v přebytku 8,7 miliardy korun, což je meziročně o 4,3 miliardy korun méně. Vývoz se propadl ve srovnání se stejným měsícem v loňském roce o 22,2 % a dovoz o 21,5 %. Výsledky zveřejnil půlčtvek dubna Český statistický úřad.

Pokles zahraničního obchodu pokračoval již pátý měsíc, propad vývozu i dovozu je v posledních dvou měsících více než 20%. Vlivem oslabení koruny vůči oběma hlavním měnám došlo k většímu snížení zahraničního obchodu v přepočtu na eura (vývoz o 30,6 % a dovoz o 30 %) a zejména na dolary

(vývoz o 39,8 % a dovoz o 39,3 %). Stroje a dopravní prostředky zaznamenaly celkový pokles vývozu o 25,4 %, tedy o 30,4 miliardy korun a dovozu o 28,3 % (24,6 miliardy korun). Snížil se nejvíce vývoz a dovoz silničních vozidel, elektrických zařízení, přístrojů a spotřebičů a strojů a zařízení všeobecně užívaných v průmyslu.

„Čísla o poklesu dynamiky zahraničního obchodu jen výmluvně dokumentují hluboký pád průmyslu a celé ekonomiky, ke kterému došlo na přelomu loňského a letošního roku. Firmy byly rády za každou zakázku a těch přicházelo stále čím dál méně,“ uvedl k aktuálním číslům prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „Situace

tuzemských podniků není ani v dubnu příliš růžová a kopíruje únorová čísla. Namísto dlouho očekávaného zastavení poklesu a oživení výroby je současný stav v mnoho výrobních podnicích stejný jako v únoru. Jediným pozitivem je alespoň oživení v automobilovém sektoru. Je důležité, aby stát přistoupil k rychlému schválení reformních kroků na ozdravení ekonomiky a navýšení státních investic například do výstavby dopravní infrastruktury a alespoň trochu tak pomohl nahradit chybějících zakázek tuzemským firmám, které pro mnoho z nich představují existenční riziko,“ doplnil Petr Kužel.

K zlepšení této situace nepřispívá ani klesající ochota bank úvěrovat tuzemské

podniky. Existují případy, že firma měla dojednanou zakázku do zahraničí, ale vzhledem k tomu, že ji banka odmítla financovat, tak celou transakci musela zrušit. Takový přístup bank se nám jeví jako nepochopitelný a kontraproduktivní,“ dodal Petr Kužel.

Za posledních dvanáct měsíců se v porovnání s předchozími dvanácti měsíci snížil vývoz o 6,4 % a dovoz o 5,3 %. Obchodní bilance dosáhla přebytku 56,2 miliardy korun, což je o 32,8 miliardy korun méně. V lednu až únoru klesl vývoz o 23,1 % a dovoz o 21,4 %. Přebytek obchodní bilance dosáhl 12,2 miliardy korun a byl tak meziročně o 12,6 miliardy korun nižší.

(tz hkčr)

Insolvenční zákon přijde vhod

Vládní novela má podle ministra spravedlnosti Jiřího Pospíšila a ministra práce a sociálních věcí Petra Nečase uchránit pracovní místa podniků v potížích, nelikvidovat tyto firmy a lépe ochránit zaměstnance před insolvenčními zaměstnavatelem. Novela má podle Pospíšila také zlepšit možnosti oddlužení, čili splácení dluhu ve splátkách, které se bude vztahovat i na občany. Soud by mohl například v případě nepředvídatelných těžkostí dlužníka upravit režim splátek.

Insolvenční zákon, který umožňuje od loňského roku řešit problémy podniků, výrazně posílil postavení zajištěných věřitelů, jimiž jsou většinou banky. Jejich nároky jsou nyní uspokojovány přednostně a na financování provozu a mzdy zaměstnanců pak nezbyvají peníze. Ti nyní mají podle Nečase nárok na půlroční mzdu před měsícem, ve kterém byl podán insolvenční návrh. Nově by mohli požádat o platy za sedm měsíců v období kolem termínu podání insolvenčního návrhu.

„Nové změny v insolvenčním zákoně v rámci protikrizových opatření znamenají větší ochranu pro firmy, které se v této složité době mohou dostat do neřešitelných problémů. Novela dává podnikům možnost oddlužení a plynulého fungování namísto jeho zániku,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

(tz hkčr)

Fond vzdělání se rozrůstá o cizince studující v ČR

Poradní sbor Fondu vzdělání Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové pro rok 2009 udělil 71 stipendií mladým lidem se zdravotním nebo sociálním hendikepem. Oproti minulým ročníkům mezi žadateli přibýlo studentů ze zahraničí studujících v České republice. V tomto roce nově Fond vzdělání poskytl stipendia studentům z Číny, Mongolska a Nepálu.

Fond vzdělání dlouhodobě podporuje studenty, kteří by si studium nemohli dovolit z finančních důvodů nebo jim v tom brání jejich nepříznivý zdravotní stav. Podmínkou pro získání stipen-

dia je věk do 26 let a studium na střední, vyšší odborné či vysoké škole v ČR. O stipendium mohou žádat studenti se sociálním a/nebo zdravotním hendikepem, kteří mají studijní průměr do 2,0. Stipendium je podmíněno i úspěšným absolvováním přijímacího pohovoru ve Výboru dobré vůle. Do roku 2009 byla stipendia udělována převážně českým studentům. V roce 2009 Výbor dobré vůle obdržel 3 žádosti zahraničních studentů, kterým sociální důvody bránily v pokračování ve studiu. Poradní sbor Fondu vzdělání všem třem žádostem vyhověl.

(tz)

Zdraví a čas jsou pro mne na prvním místě.

MedUNIQA. UNIQA ví, že zdraví a čas jsou pro Vás nejdůležitější.

Proč sjednat program MedUNIQA:

- pohodlný přístup ke zdravotnickým službám jedním telefonátem
- UNIQA garantuje rychlé vyřízení požadavku na první odborné vyšetření
- přijetí u lékaře bez čekání
- plošné pokrytí ČR smluvními zařízeními
- individuální proklientský přístup ve smluvní síti
- rychlá dosažitelnost odborníků v nejrůznějších oborech
- možnost nepřetržité konzultovat potřeby v oboru zdraví
- široké spektrum lékařských specializací
- smluvní zdravotnická zařízení jsou v provozu každý všední den alespoň do 18 hodin
- MedUNIQA funguje bez čekací doby: služby lze čerpat ihned po sjednání smlouvy

Jak lze uzavřít smlouvu?

- prostřednictvím naší obchodní sítě
- objednejte si konzultaci s naším poradcem na bezplatné infolince 800 120 020

MedUNIQA Vám zajistí:

- organizaci návštěvy u lékaře bez čekání
- non-stop zdravotní poradenství
- odborný rozbor Vaší diagnózy

UNIQA

www.uniqa.cz

Rok 2009 však začal překvapivě, v lednu jsme dokonce prodali o 1 osobní auto více než v lednu 2008

Na špičce žebříčku prodeje nejúspěšnějších automobilových importérů do ČR se za rok 2008 proti roku 2007 vůbec nic změnilo. Znovu totiž zvítězil Ford, a to s obrovským náskokem před druhou značkou v pořadí.

Celkově Ford vloni v ČR zaregistroval 17 380 osobních a lehkých užitkových automobilů, čímž porazil druhého importéra v pořadí o neuvěřitelných 1970 vozů. Dílčí vítězství přitom Fordu v ČR patří jak v kategorii osobních (14 658), tak i lehkých užitkových vozů (2 722). V součtu OA + LUV Ford v ČR proti svému výsledku z roku 2007 loni přidal více než 18%, a to i přes dopady celoevropské recese, které český trh ovlivnily v posledním čtvrtletí roku 2008. Ford výrazně zlepšil i svůj podíl na českém trhu osobními a lehkými užitkovými vozy: za rok 2007 mu patřilo 7,5% a za rok 2008 už 8,5% českého trhu.

Prodejně nejúspěšnějším modelem Fordu v ČR byl již tradičně Ford Fusion, kompaktní městský velkoprostorový vůz, oblíbený napříč celým zákaznickým spektrem. Za celý rok bylo u nás zaregistrováno celkem 5608 těchto vozů, což znamená, že Ford Fusion je nejen nejprodávanějším dováženým automobilem do ČR, ale i čtvrtým nejžádanějším modelem na českém trhu. V porovnání s rokem 2007 se tak prodej modelu Fusion zvýšil o 66%!

Tradičně úspěšný byl i legendární užitkový Ford Transit, dlouhodobý leader všech statistik mezi lehkými užitkovými vozy. Transit loni v ČR zaznamenal 3559 registrací.

Třetímu nejúspěšnějšímu modelu modrého oválu, Fordu Focus, patřilo celkem 3185 registrací.

Opakující se úspěchy byly důvodem k následujícím řádkům. Odpovídal generální ředitel Fordu v České republice Jan Laube:

Pro dovozce automobilů do ČR začal koncem loňského roku složitější život. Importér Fordu byl přesto velice úspěšný a stanul na prvním místě mezi ostatními. Co bylo příčinou?

Příčina toho všeho – úplně na začátku – byla naše ambice navýšit tržní podíl a tomu přizpůsobená strategie složená ze dvou částí. Totiž abychom si udrželi skladbu tradičních modelů i prodej tradičním tzv. fleetovým odběratelům (mezi něž počítáme jak velké i střední firmy, tak i živnostníky) – a k tomu zabodovat i ve třídě malých vozů, tedy segmentu B, k čemuž jsme měli našlápnuto už z roku 2007. To se nám také podařilo a náš Fusion se stal nejprodávanějším dováženým vozem v ČR. Také díky tomu jsme mohli v součtu výrazně navýšit jak celkové prodeje, tak i podíl na trhu. Výsledkem tedy bylo téměř 17 500 prodaných vozů za rok 2008.

Jak by se dnes dala charakterizovat klientela značky Ford?

Náš typický zákazník v České republice je, a to zejména díky historii, firma nebo živnostník, který ke své činnosti potřebuje Ford Transit, sám s ním jezdí, využívá ho ke každodenní práci, k cestám za svými odběrateli, ať už je to třeba řemeslník, instalatér, truhlář, zedník, nebo zelinář.

S rozvojem své činnosti se dostává do situace, že se mu podnikání rozvíjí a on si přikoupí další Transity a pak třeba i Focusy či Fiesty pro

sebe či pro manželku. Máme ale samozřejmě i odběratele další, například hodně velké firmy, typickým příkladem je Česká pošta, s níž spolupracujeme dlouhodobě nejen v prodeji, ale i na servisní bázi, zveme je na různé akce, děláme pro ně speciální školení atd.

Kromě toho máme i řadu jiných typických zákazníků, třeba manažery a další zaměstnance různých firem, které často obměňují vozový park. Tam je to někdy dost složité, protože, pokud jde o značku firemního auta, panuje značná fluktuace. Proto musíme potenciálního zákazníka dokázat přesvědčit – a to vhodnou argumentací, nabídkou, kvalitním produktem a kvalitními službami. Ty prostě musí být lepší než u konkurence. To je tedy profil našeho zákazníka – a vlastně i popis našeho přístupu.

Čím byste letos rádi oslovili firmy?

Začátek roku 2009 jsme očekávali s napětím, nebudeme si zastírat, že celosvětové potíže se naši značky v ČR nedotýkají. Rok však začal překvapivě. Letos v lednu jsme dokonce prodali o jedno osobní auto více než v lednu 2008! Je ale pravda, že firmy jsou v pořízování aut zatím zdrženlivější, že teď spíše nakupují privátní zákazníci. Menší firmy zatím váhají.

Proto teď například spolu s naší finanční společností Ford Credit promýšlíme řadu nových variant financování. Rádi bychom přišli s atraktivním financováním pro živnostníky a drobné firmy, které mají v současnosti stížený přístup k úvěrům.

Na druhé straně také přemýšlíme, jak najít cesty k oslovení zákazníka jiným způsobem než přes velké slevy jako všichni ostatní.

Firemní zákazníci jsou pochopitelně velmi důležití, bez nich by to bylo složité. Musíme ale počkat,



Jan Laube, generální ředitel Fordu v České republice

Je tu ale i jedna pozitivní – a to je i můj vzkaz pro české motoristy: kupujte nová auta právě teď! Na trhu je spousta skvělých vozů za velmi nízké ceny. A ty už dál klesat nebudou, dokonce se na této úrovni ani příliš dlouho nemusí udržet. Neboli právě nyní je ta naprosto nejvýhodnější chvíle pro koupi nového vozu. Vypadá to totiž, že podmínky už lepší nebudou – a se státními pobídkami typu šrotovného, jako například v Německu, u nás velmi pravděpodobně počítat nemůžeme.

Hodně by rozvoji trhu pomohlo také zrychlení odpisů na užitková auta

používaná pro podnikání. Myslím, že se tahle věc hodně podcenila – a dneska vlastně hodně brzdí nákup nových firemních užitkových vozů; firmy s obměnou vozového parku hodně váhají.

Co můžete vlastně nabídnout mladší klientele?

Pro nás mladí motoristé hrají stále větší roli, už proto, že design našich vozů se mění a stává se pro mladší klientelu stále více zajímavým – podívejme se třeba na Fordy Ka a Fiesta. Nové „káčko“ si přitom velmi snadno můžete zvenku i zevnitř přizpůsobit svému vkusu i své individualitě. Nabízíme totiž tři různé individuální designové pogramy (Grand Prix, Tattoo a Digital), díky nimž si můžete být jisti, že si váš Ford Ka s jiným nikdo nesplete...

Plánujete v roce 2009 nějak měnit počet dealerství?

Počet prodejních i servisních míst zhruba odpovídá našim potřebám. Přesto to ještě budeme dolaďovat. Dealerství neubude; naopak, tam kde ještě je prostor, budeme samozřejmě posilovat – třeba i s novým partnerem. Mapujeme trh podle bývalých okresů – a v některých ještě máme prodejní rezervy. A až se to zdá neuvěřitelné, místo, kde rozhodně musíme ještě posílit naše aktivity

a kde jsme donedávna byli „až“ druhou nejprodávanější dováženou značkou, je Praha.

Jaký díl vašich klientů vlastně představují ženy?

Pokud bereme přímo ženy, které nový vůz kupují, pak je to někde kolem 30%, poměrně hodně. Naši typické zákaznice je něco přes 30 let, má jisté zázemí a ví, co chce.

To se projevuje zejména u Fiesty. Tady mě překvapilo, že ještě než jsme uvedli novou Fiestu na trh, ženy – motoristky už přesně věděly, jak bude vypadat, kdy se začne prodávat, v jakých barvách, s jakou výbavou atd. Přitom od nás tyhle informace nedostaly... Je to poučení, z něhož plyne, že naše zákaznice jsou na nákup nového vozu velmi důkladně připraveny.

Je pravda, že v segmentu malých vozů byli dosud našimi typickými zákazníky spíše starší lidé. S těmi samozřejmě chceme pokračovat, ale k tomu musíme velmi hlasitě oslovit i mladší zákazníky a ženy. Myslím, že dnes kombinací designu, výhodné ceny, výbavy, nabídek financování od Fordu Credit – a třeba i atraktivními barvami dokážeme pro tyto cílové skupiny být přitažlivějšími než kdykoli před tím.

Životní styl se hodně mění a jsou zákazníci, kteří chtějí na svém autě mít třeba výstřední lak nebo prostě něco úplně jiného než všichni ostatní. Dokážete jim vyhovět?

Dokážeme. Kromě těch zcela z uniformity vybočujících úprav exteriéru i interiéru u nového Fordu Ka začínáme teď prakticky napříč celou řadou osobních modelů – od Fiesty po S-MAX či Galaxy nabízet tzv. program Individual, v jehož rámci si můžete objednat takové úpravy exteriéru a zejména interiéru svého vozu, které vám dokonale dokáží vyjádřit vaši individualitu.

Fiesta získala jeden z titulů Auto roku 2009 v ČR. Jak to zúročíte?

Určitě s tím počítáme například v reklamě a dalších způsobech komunikace. Pro domácí trh je to pochopitelně důležité. Na Fiestu hodně spoléháme, ostatně rok 2009 jsme nazvali rokem Fiesty.

I tak se přímo nabízejí úvahy o tom, zda půjdete za zákazníkem i speciálními marketingovými triky – partnerstvím s jinou značkou apod. Klient má rád příjemná překvapení, takže auto plné Coca-Coly v parném létě přijde vhod...

Vypadá to, jako byste nahlížela do našich interních materiálů... Na něčem takovém opravdu pracujeme, byť plyšáci v autě nebudou, ale něco zcela jistě chystáme – a bude to zaměřeno na ženskou klientelu. A tyhle typy partnerské spolupráce, kterým říkáme co-promotion, se většinou vyplácejí. Rádi bychom našimi pobídkami potěšili jak naše věrné zákazníky, tak navnadili i ty nově přichozí.

za cenné informace poděkovala Eva Brixí



jak to vlastně bude se změnami v DPH a také se zrychlenými odpisy majetku, na tom je a bude přístup firemních zákazníků závislý.

Nepřipadá vám, že negativních zpráv se hrne na zákazníky až příliš?

Na trhu je mnoho signálů a média bohužel více prezentují ty negativní.



Prezident USA a jordánský král

se radují z českých hodinek PRIM Manufacture 1949

Prezident USA Barack Obama a jordánský král Abdullah II. Ibn Al Hussein jsou další světové osobnosti, které se mohou těšit z českých luxusních mechanických hodinek PRIM Manufacture 1949. Vyrobeny byly na míru, včetně výjimečných identifikačních znaků, v tradiční české hodinářské továrně v Novém Městě nad Metují. Ta letos slaví 60. let nepřerušené hodinářské výroby.

„Prezident Obama dostal hodinky PRIM Manufacture 1949 darem od České republiky. Reprezentují poctivě české řemeslo. Jedná se o typ Elegant 39 s jedinečnou konstrukcí číselníku. Jsou označeny rytinou ve tvaru českého lva nad číslicí 12. Patří do speciální série pro významné státní návštěvy ČR,“ uvedl Jiří Helikar, generální ředitel ELTON hodinářská a.s., která v Novém Městě nad Metují PRIM Manufacture 1949 vy-

rábí. Prezidentu Obamovi byly hodinky v hodnotě 40 tisíc korun předány v neděli 5. dubna na Pražském hradě v 9 hodin v komorní atmosféře, bez přítomnosti zástupců veřejnosti. „Z primek z Nového Města nad Metují měl prezident Obama neličenou radost,“ dodal Jiří Helikar.

Den poté, tedy v pondělí 6. dubna, předal český premiér v Lichtenštejnském paláci v Praze další jedinečné hodinky PRIM Manufacture 1949 jordánskému králi Husseinovi. Ty jsou na číselníku dekorovány královskou korunkou.

Bush, Klaus, Sarkozy a vojáci Tygří letky

České mechanické hodinky PRIM kupují významné osobnosti od prezidentů, přes podnikatele, až po investory a sběratele. PRIM Manufacture 1949, model Spartak, si již dříve koupil za 300 tisíc

korun prezident Václav Klaus. Speciální letecké hodinky se zvláštně vyvedenou vteřinovou ručičkou si zde nechali vyrobit vojáci z Tygří letky. Mezi VIP zákazníky Elton hodinářská a.s. patří dále magnát Bakala. Primky z Nového Města nad Metují získal rovněž prezident Sarkozy, George W. Bush, španělský královský pár, německá kancléřka Merkelová, brankář Čech.

Od deseti do statisíců korun

Mechanické Primky z Nového Města nad Metují běžně stojí 25–100 tisíc korun; v letošní jubilejní limitované Zlaté sérii, která se nyní připravuje k 60. výročí hodinářské továrny a bude zákazníkům předávána v listopadu, přijdou na 250–380 tisíc korun. „Investovali jsme 60 milionů do technologií, přičemž zachováváme tradiční postupy. Disponujeme původními matricemi na tisk číselníků, díky kterým si zachováváme původní a oblíbený nadčasový retro design. Hodinky neděláme na sklad, ale výhradně na základě individuálních objednávek,“

konstatoval Jiří Helikar. Za šest desítek let existence vyrobili v Novém Městě nad Metují více než 16 milionů náramkových hodinek Prim.

„Letos jsme zaznamenali v meziročním srovnání nárůst objednávek o 30 %,“ prohlásil Jiří Helikar. ELTON hodinářská a.s. je výhradně česká firma zaměstnávající na pět desítek specialistů. V současnosti zde byly instalovány nejmodernější CNC stroje. „Stali jsme se tak jednou z mála továren na světě schopných kompletně vyrobit a zkompletovat mechanické náramkové hodinky dle originální dokumentace a vlastního know how,“ zdůraznil Jiří Helikar.

(tz)



Novinka na trhu hypoték

Hypoteční banka, jednička v poskytování hypoték, rozšířila okruh svých strategických obchodních partnerů. Od 1. dubna 2009 nabízí úvěry Hypoteční banky i jednička v oblasti stavebního spoření Českomoravská stavební spořitelna.

Klíčovým pilířem Hypoteční banky je specializace a jedinečná víceznačková strategie, tzv. multibrand. Předností specializace Hypoteční banky je optimální nabídka hypoték, rychlé zpracování, transparentní podmínky, špičkové služby pro klienty i obchodní partnery, odborné poradenství a vstřícné vystupování. Multibrand zaručuje vysokou dostupnost úvěrů Hypoteční banky. Právě díky tomu je dnes Hypoteční banka jedničkou na trhu s podílem okolo 30%.

„Rozhodnutí o spolupráci s Českomoravskou stavební spořitelnou je logickým krokem k dalšímu zvýšení dostupnosti hypoték. ČMSS, stejně jako Hypoteční banka, je lídrem ve svém oboru a disponuje špičkovým týmem úvěrových poradců,“ řekl Jan Sadil, generální ředitel Hypoteční banky. „ČMSS je největším tuzemským poskytovatelem úvěrů na bydlení. Nyní nabídkou překlenovacích úvěrů, úvěrů ze stavebního spoření společně se spotřebitelskými úvěry a hypotékou komplexně pokrývá všechny základní potřeby obyvatel České republiky ve financování bydlení,“ poznamenal místopředseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny Manfred Koller.

V rámci víceznačkové strategie jsou produkty a služby Hypoteční banky dostupné nejen v její vlastní obchodní síti, poskytuje je i ČSOB, Poštovní spořitelna, Citibank, Česká pojišťovna, ING Životní pojišťovna a od letošního dubna i Českomoravská stavební spořitelna. Hypoteční úvěry zůstávají v knihách Hypoteční banky, která dále provádí jejich správu.

(tz)

GE Money Bank představila bankovní služby pro advokáty, notáře a insolvenční správce

GE Money Bank nově nabízí speciální bankovní služby pro advokáty, notáře a insolvenční správce. Hlavními výhodami na míru šitého balíčku služeb s názvem Juridica Business Program jsou bezplatné vedení Profesního účtu, bezplatné vedení neomezeného počtu Účtů úschov a jejich vysoké úročení. Představitelé jmenovaných profesí mohou dále využít vysokých úrokových sazeb na spořicíh účtech a termínovaných vkladech nebo nabídky exkluzivního privátního účtu Genius Gold s úrokovou sazbou 2,5 % ročně. Advokáti a notáři mají u GE Money Bank také snazší přístup ke zdrojům financování. Mohou získat až 1,5 milionu korun neúčelově jen na základě profesního osvědčení, což je nejvíce na trhu.

„Přístup GE Money Bank k profesním skupinám advokátů, notářů a insolvenčních správců prostřednictvím speciálního balíčku Juridica Business Program je na českém trhu unikátní. Klienti si jeho výhody oblíbili velmi rychle. Od února 2009, kdy jsme Juridica Business Program začali nabízet, dosahují celkové zůstatky na účtech s ním spojených již bezmála půl miliardy korun,“ řekl David Řehoř, manažer segmentu svobodných povolání GE Money Bank, a dodal: „Kromě bezplatného vedení balíčku služeb klienti oceňují zejména vysoké úročení uložených prostředků, a to bez ohledu na to, jedná-li se o prostředky advokátní kanceláře, privátní prostředky či prostředky uložené v rámci Účtů úschov,“ dodal David Řehoř.

Advokáti, notáři a insolvenční správci v rámci Juridica Business programu získají bezplatné vedení Profesního účtu, včetně veškerých elektronických příchozích i ochozích transakcí zdarma, platební kartu Master Card Business zdarma či neomezený

počet Účtů úschovy, sloužících ke správě prostředků jejich klientů a třetích osob. Tyto Účty úschovy jsou včetně veškerých transakcí vedeny bezplatně a v tuto chvíli nabízejí ve své kategorii jedno z nejvyšších úročení na trhu – až 2,20 % ročně.

Peněžní prostředky na Účtech úschovy jsou zcela odděleny od peněžních prostředků klienta GE Money Bank (advokáta, notáře či insolvenčního správce) a zůstávají ve vlastnictví třetího subjektu, který je svěřil do správy. Účet nevyžaduje udržování jakéhokoli minimálního zůstatku. Prostředky na něm nejsou jakkoliv termínově vázány. O stavu na Účtech úschovy se klient může informovat online v Internet Bance nebo přes aplikaci domácího bankovníctví BankKlient. Obě formy přímého bankovníctví umožňují provádět veškeré transakce běžného platebního styku.

Po předložení patřičného profesního osvědčení mají advokáti a notáři také možnost čerpat buď kontokorentní, nebo klasický splátkový úvěr. Bez dalších dokladů jim GE Money Bank do 24 hodin poskytne neúčelově až 1,5 milionu korun. Takto vysoký úvěr na základě předložení pouze profesního osvědčení poskytuje na českém trhu jen GE Money Bank.

Další výhodou Juridica Business Programu je možnost zdarma využívat exkluzivní privátní účet Genius Gold, který nabízí úročení sazbou 2,5 % ročně, ale také například zlatou platební kartu Master Card Gold a mnoho dalších služeb.

Pro zařazení do Juridica Business Programu si mohou klienti sjednat osobní schůzku s bankéřem v čase a místě dle svých potřeb nebo mohou napřímo využít kteroukoli z 221 poboček GE Money Bank.

(tz)

Marketér roku 2008 se blíží

Soutěž Marketér roku 2008, kterou každoročně vyhlašuje Česká marketingová společnost, je v plném proudu. V rámci konání veletrhu Reklama, Polygraf se sešlo na společném zasedání čestné předsednictvo a hodnotitelská komise letošního ročníku. Předsedající prof. Gustav Tomek (předseda hodnotitelské komise a viceprezident ČMS) a doc. Jitka Vysekalová (předsedkyně čestného předsednictva a prezidentka ČMS) přítomné seznámili s termíny uzávěrky a podmínkami soutěže, jejíž slavnostní závěr a vyhlášení výsledků proběhne 13. května 2009 na Novotného lávce v Praze.



Přihlášky do soutěže se přijímají do 20. dubna na kontaktní adrese.

Česká marketingová společnost
Novotného lávka 5
11668 Praha 1
tel/fax 221 082 395
e-mail: info@cms-cma.cz
www.cms-cma.cz

Zásadní chyba je nepojistit se vůbec

Kdo z nás nebyl někdy okraden, které firmě nezničili vandalové auto, výlohu, ve kterém objektu nikdy neprasklo potrubí? Těžko bychom hledali na mapě osudů občanů i podnikatelů místa, která by se dala nazvat ideálními. Těžko bychom našli subjekt, který nikdy nepotřeboval pomoc pojišťovny, spíše naopak. Rizik, která hrozí, zdá se, přibývá, a to nejen vlivem počasí, jež se vyvíjí někdy záhadně a zákeřně. Zloději a násilníci je také dost stejně tak jako naši neopatrnosti. Ať již jde o naše zdraví nebo majetek, neškodí občas zrekapitulovat, co pro ně děláme. A také se podívat do našich pojistných smluv. Na téma pojištění hovoří Tomáš Síkora, ředitel České asociace pojišťoven:

Česká asociace pojišťoven iniciovala letos již druhý ročník kampaně „Únor – měsíc pojištění“, zaměřený tentokrát na pojištění majetku. Jaké jsou podle vašeho názoru nejčastější chyby v pojištění majetku?

Zásadní chyba je nepojistit se vůbec. Lidé podstatným způsobem podceňují rizika, v případě náhlé události pak si musí zaplatit škodu v plné výši sami. Dalším významnou chybou je nepojištění důležitých částí stavby nebo jiného hmotného majetku. Dochází pak k tzv. podpojištění. Klienti často nechtou pojistné podmínky a nemají představu o hodnotě majetku. V případě pojistné události pojišťovna škodu uhradí jen v souladu s platnou pojistnou smlouvou, tedy jen do výše sjednané pojistné částky a sjednaného rizika. Je třeba dbát i na aktualizaci pojistné částky ve smlouvě, zejména v souvislosti se zvyšováním ceny majetku, který často nebývá pojištěn na tzv. novou hodnotu. Právě proto ČAP iniciovala únorovou kampaň, aby se veřejnost lépe orientovala v majetkových produktech, možných rizicích a vyvarovala se uvedených chyb.

Jak jsou na tom firmy? Zpravidla rostou, vyvíjejí se, bohatnou, majetku přibývá, nezapomínají měnit pojistku?

Zájem firem, zejména ze segmentu malých a středních podniků, o pojištění majetku dlouhodobě roste. Podnikatelé si uvědomují, že jakákoliv majetková ztráta, ať už způsobená živly, nebo požáry, krádeží, či vandalizmem, může jejich firmy vážně ohrozit, v horším případě zcela zničit. Podobně jako běžní občané i podnikatelé mají tendence podhodnocovat svůj majetek, podceňovat rizika včetně toho, že v pojistce nezohlední veškerá nebezpečí, která jim mohou reálně hrozit.

Neuvažovali jste v rámci ČAP o možnosti, že by mělo být pojištění pro všechny firmy po-

vinné bez výjimky? Tedy včetně podnikatelů, kteří kromě počítače a mobilu nemají žádný hmotný majetek?

Určitě se nepřikláníme ke striktním nařízením tohoto typu, rozhodnutí stojí plně na vedení jednotlivých firem. Každý by si měl uvědomit, že případné následky škodní události si uhradí sám, pokud nebude dostatečně pojištěn. Všichni rozumní podnikatelé jsou si vědomi, že kvalitní pojištění je jednoznačně racionálním výdajem. Díky němu firma předejde eventuelním existenčním dopadům, přenášejícím se v tomto případě nejen na samotného podnikatele, ale i na zaměstnance.

Za jakých podmínek si firma může pojišťovat nehmotný majetek?

Pojištění nehmotného majetku standardně není v rámci pojistných produktů nabízeno. V ojedinělých případech ho však lze sjednat, konkrétní podmínky smlouvy jsou plně v kompetenci jednotlivých pojišťoven.

Konkurence je na českém trhu opravdu velká. Neměly by být pojišťovny více vynalézávé, co se týče novinek a doplňkových služeb?

Právě konkurence nutí pojišťovny přicházet s novými nápady a doplňkovými službami. Zejména v oblasti životního pojištění nabízejí nově pokrytí rizika dosud nepojišitelných závažných onemocnění, pojištění hospitalizace apod. Rozšiřují nabídky produktů s garantovaným zhodnocením a obohacují je různými formami možných připojištění. Navíc se stále více uplatňuje nabídka „produktových balíčků“ vznikajících v oblasti pojištění motorových vozidel, domácnosti, a samozřejmě také v segmentu podnikatelského pojištění. Mezi typické příklady „produktových balíčků“ patří např. pojištění vybavení a nemovitosti, a to jak v případě osob, tak i podnikatelských subjektů. „Produktové balíčky“ jsou pochopitelně pro



Tomáš Síkora, ředitel České asociace pojišťoven

klienty cenově výrazně výhodnější. Pojišťovny navíc zkvalitňují poskytované služby a zrychlují likvidaci pojistných událostí nebo nabízejí různé možnosti sjednávání smluv, zejména dnes velmi populární elektronickou formou u některých typů produktů. V tomto směru se jedná nejčastěji o cestovní pojištění a povinné ručení. Nabídka je v ČR na velmi dobré úrovni. Co se týče rozsahu, nabídky a kvality pojistných produktů v ČR je naprosto srovnatelná s běžným světovým standardem.

Pojistné produkty jsou stále složitější; mnoho lidí se již spálilo při jednání s nejrůznějšími poradci, jimž zpočátku důvěřovali. Jak takovým zkušenostem předejít?

Pojistné produkty nemohou být principiálně jednoduché, neboť samotná problematika pojištění je složitá. Pro klienty je důležité především pochopit smysl a přiměřenost daného produktu vhodného pro krytí potřebných rizik, a proto je důležité si ujasnit, co chci pojišťovat. Za tímto účelem bych doporučoval opatřit si relevantní informace o konkrétním pojistném produktu, vyhledat si je můžete na internetových stránkách pojišťoven. Objektívni informace k majetkovému pojištění získáte na tematicky zaměřeném webu ČAP www.pojistimajetek.cz,

který jsme vytvořili nejen pro kampaň „Únor, měsíc pojištění“. V momentě, kdy budete mít zjištěny základní informace, zkontaktujte konkrétního zástupce pojišťovny a můžete uvažovat o smlouvě. Pro představu o kvalitě poskytovaných služeb bych v každém případě doporučil kontaktovat více zprostředkovatelů a vybrat pro samotné uzavření smlouvy toho nejlépe vyhovujícího představám klienta.

Jaký postup byste doporučil těm, kteří chtějí mít opravdu kvalitně pojištěný majetek a nemají mnoho času na podrobné porovnávání produktů jednotlivých pojišťoven?

Pokud si klient chce sjednat odpovídající pojištění, musí počítat s tím, že nějaký čas pro získání informací a správné rozhodnutí bude muset obětovat. V případě, že jsou vaše časové možnosti značně omezené, věnujte se podrobněji pochopení produktu jedné pojišťovny, máte-li času více, můžete se pokusit porovnávat. Na trhu obecně neexistuje špatné pojištění, především je nutné vybrat vhodný pojistný produkt a alespoň přečíst pojistné podmínky. Čas, obětovaný přečtením pojistných podmínek a pochopením pojistných produktů se vám v případě pojistné události bohatě vyplatí.

za informace poděkovala Eva Brixí

UNIQA loni rostla třikrát rychleji než trh

Zatímco celý pojistný trh posílil loni o 4,9 %, podle předběžných údajů za minulý rok vzrostlo předepsané pojistné UNIQA pojišťovny o 15,7 % na 4,378 miliardy korun. Na tomto výsledku se podílelo neživotní pojištění předpisem ve výši 3,198 miliardy a životní pojištění 1,180 miliardy korun. Zatímco tahounem růstu UNIQA v roce 2007 bylo životní pojištění, loňský výsledek zajistily především výborné výsledky neživotních odvětví, která meziročně posílila bezmála o 20 % (celý trh ČR +5,2 %).

Životní pojištění přineslo loni UNIQA pojišťovně na předepsaném pojistném o 6,5 % více (průměrné tržní tempo ČR 4,5 %). Téměř celý přírůstek UNIQA pojišťovny je vázán na běžně placené pojištění, zatímco jednorázové životní vklady prakticky stagnovaly.

Největší díl neživotního pojištění připadá v UNIQA i nadále na pojištění motorových vozidel. Povinné ručení vzrostlo meziročně o 26 % a havarijní pojištění o 29 %. Vysokou dynamiku si tato odvětví podržela po celý rok 2008, ale v posledních měsících byla zaznamenána historická úroveň přírůstků. Lze to přičíst velmi úspěšné reklamní kampani

UNIQA, ale i všeobecně medializovaným opatřením namířeným k potírání provozu vozidel bez povinného ručení.

Kromě segmentu aut bodovala UNIQA nejvíce v cestovním pojištění (meziročně +64 %) a soukromém zdravotním pojištění (+42 %).

Výrazně narostl loni celý kmen smluv UNIQA pojišťovny, když koncem roku evidovala již 490 800 kusů (oproti 2007 o 18 % více).

Situace v oblasti škod byla pro UNIQA pojišťovnu loni nadále příznivá. Největší loňskou škodou je požár Levého křídla Průmyslového paláce na Výstavišti v Praze, za který už UNIQA společně se soupojistitelem vyplatila zálohu 40 milionů korun. Ukončení šetření škody se předpokládá přibližně do konce prvního pololetí 2009.

O společnosti UNIQA

UNIQA pojišťovna vyvíjí své aktivity na českém pojistném trhu již patnáct let. Jako univerzální pojišťovna nabízí prakticky kompletní paletu pojistných produktů pro občany i korporátní klienty. Podle objemu pojistného figuruje na devátém místě v žebříčku pojišťoven. UNIQA pojišťovna je součástí významné rakouské skupiny UNIQA Group s podílem okolo 22 % na rakouském pojistném trhu. UNIQA se v souladu se svým strategickým záměrem stát se jedním z nejsilnějších pojišťovatelů v regionu širší CEE etablovala již na trzích 20 zemí, jejichž podíl na koncernu měřený výší pojistného neustále roste.

(tz)

Na trh vstoupila s novým programem zdravotní asistence

Jako první mezi komerčními pojišťovnami přišla UNIQA s uceleným programem zdravotní asistence pro občany v ČR. Nový produkt nazvaný MedUNIQA klientům zjednoduší přístup k čerpání zdravotní péče. Klient si jedním telefonátem s call centrem UNIQA pojišťovny dohodne návštěvu u specialisty ve smluvním zdravotnickém zařízení v čase, který mu vyhovuje. Kromě toho má k dispozici nepřetržitou možnost konzultace otázek spojených se zdravím a organizací zdravotnictví na telefonu. Velmi žádanou službou je nabídka expertní lékařské analýzy stávající diagnózy klienta.

Při vývoji programu MedUNIQA vycházela UNIQA pojišťovna z faktů, které potvrzují výzkumy z poslední doby: více než 80 % občanů ČR je spokojeno s úrovní zdravotní péče, které se jim dostává. I podle zahraničních analýz je srovnatelná s jinými vyspělými státy. Co naopak kritizují, je slabá organizace a nedostatečná komunikace ze strany zdravotního personálu. Česká republika se také vyznačuje vysokým využíváním lékařské péče připadajícím na jednoho obyvatele. To přispívá k nutnosti dlouho čekat na vyšetření u specialistů, akceptovat nevhodné termíny, dlouhé čekací doby a menší komfort.

UNIQA pojišťovna se dohodla se smluvními zdravotnickými zařízeními rozmístěnými po celé ČR, která jsou ochotna garantovat splnění standardů MedUNIQA:

- první vyšetření klienta u specialisty nejpozději do 5 dnů ode dne, kdy byl požadavek přijat call centrem UNIQA,
- prodlouženou pracovní dobu zařízení ve všední den zpravidla do 18 hodin,
- přijetí objednaného pacienta nejpozději do 30 minut v ordinaci,
- asistenci centrální recepce, která dbá na zajištění návaznosti péče a jako zdroj informací,
- pohodlí a zajištěný pitný režim pro příchozí klienty.

Do programu MedUNIQA mohou vstoupit klienti ve věku 15–60 let a jejich pojištění může trvat do 65. roku věku. U tohoto druhu pojištění se neuplatňuje žádná čekací doba: služby lze nárokovat prakticky hned druhý den po sjednání smlouvy. V současné době je připraveno přijmout klienty UNIQA celkem 14 zdravotnických zařízení aktivních ve všech 11 hlavních lékařských oborech po celé ČR. Síť se bude průběžně rozšiřovat, aby pacienti nemuseli dojíždět na vyšetření příliš daleko. Nicméně hlavním kritériem pro zařazení do smluvní sítě MedUNIQA bude jeho připravenost vyhovět standardům v oblasti kvality a komunikace s klientem.

Pojistné MedUNIQA se podle pohlaví a věku pohybuje mezi 3 až 5 tisíci korun ročně.

další podrobné informace o jednotlivých službách v rámci programu MedUNIQA najdete na http://www.uniqa.cz/uniqa_cz/cms/privat/health/assistance/index.jsp

(tz)



První dva roky nových dotací EU pro podnikatele: 6257 žádostí a 66,6 miliard

Od března roku 2007 posílají podnikatelé agentuře CzechInvest žádosti o dotace z Operačního programu Podnikání a inovace. Za dva roky, tedy od začátku března 2007 do konce února 2009, obdržela agentura 6257 registračních žádostí v hodnotě 66,6 miliardy korun.

V programovacím období 2007–2013 mohou čeští podnikatelé z Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI) získat až 100 miliard korun nebo přesněji 3,6 miliardy euro. „Agentura CzechInvest do konce února 2009 přijala 6257 registračních žádostí v hodnotě 66,6 miliardy korun. Tolik peněz vepsali podnikatelé do svých registračních žádostí – od skutečného čerpání se však tato částka může výrazně lišit. Opravdu to tedy neznamená, že by už teď byla vyčerpaná více jak polovina finančních prostředků z celého Operačního programu,“ vysvětlil Lukáš Vymětal, ředitel divize Strukturální fondy agentury CzechInvest.

Nejžádanější Eko-energie, marketing a ICT v podnicích

Nejčastěji podnikatelé žádali o dotace z programu Eko-energie. Do konce února 2009 přijala agentura CzechInvest 1319 registračních žádostí v celkové hodnotě přesahující 20 mili-

ard korun. „Dotaci z programu je možné použít na projekty rekonstrukce vodních elektráren, výstavbu bioplynových stanic nebo třeba na spolufinancování výměny otopného systému či zateplení budov – vyjma rodinných a bytových domů,“ vyjmenoval možné oblasti podpory L. Vymětal.

První výzva programu Eko-energie se pro příjem registračních žádostí otevřela od 1. června 2007 do 31. července téhož roku, do druhé výzvy programu mohli podnikatelé posílat své žádosti od 14. listopadu 2008 do 6. března 2009. O program Eko-energie se do 30. září 2007 starala Česká energetická agentura, od 1. října téhož roku program spravuje agentura CzechInvest.

Celkem 879 registračních žádostí zaslali podnikatelé do první výzvy programu Marketing. Jejich hodnota přesáhla půl miliardy korun. „Registrační žádosti mohly od 1. března 2007 do 31. prosince 2007 podávat firmy, které se rozhodly prorazit na zahraniční trhy. Program Marketing dotací podpořil například účast podniku na zahraničním veletrhu, zhotovení propagačních materiálů společností nebo získávání marketingových informací potřebných pro vstup na zahraniční trhy,“ sdělil L. Vymětal.

Třetím nejspěšnějším byl v prvních dvou letech Operačního programu Podnikání a inovace program ICT v podnicích. Agentura CzechInvest obdržela 840 registračních žádostí v celkové hodnotě přesahující dvě miliardy korun. „Podniky mohly žádat o prostředky na rozšíření nebo zavedení informačních a komunikačních technologií a na některé další související služby, například na přístup k databázím, služby expertů a podobně,“ uvedl L. Vymětal.

Do programu ICT v podnicích mohli podnikatelé posílat své žádosti ve dvou obdobích.

První výzva byla pro příjem žádostí otevřena od 1. června do 30. září 2007, žádosti do druhé výzvy programu přijímala agentura CzechInvest od 15. července 2008 do 6. března 2009.

Nejžádanější jižní Morava

Nejvíce registračních žádostí o dotaci z OPPI obdržela agentura CzechInvest od podnikatelů, kteří své projekty realizují v Jihomoravském kraji. V regionu se objevilo dohromady 919 projektů v celkové hodnotě přesahující deset miliard korun. Druhou neaktivnější oblastí byl Moravskoslezský kraj, kde CzechInvest zaregistroval

822 projektů, jejichž hodnota přesáhla sedm miliard korun. Na třetím místě bodoval Středočeský kraj se 704 žádostmi v hodnotě přesahující deset miliard korun.

Ne všichni podnikatelé, kteří CzechInvestu doručí jednodušší registrační žádost, nakonec podají i plnou žádost, podle níž pak hodnotitelské komise vybírají úspěšné projekty. „Už výsledky registračních žádostí s projekty v hodnotě převyšují šedesát miliard korun ovšem dokazují ohromný zájem českých podnikatelů o evropské dotační programy,“ doplnil L. Vymětal.

(tz ci)

POČTY A OBJEMY PROJEKTŮ OPPI PODLE PROGRAMŮ***			
Název programu	Příjem RŽ	Přijaté RŽ	Požadovaná dotace RŽ
Eko-energie	1.6.2007 - 31.7.2007 (Výzva I) 14.11.2008 - 6.3.2009 (Výzva II)**	1 319	21 212 032 000
ICT a strategické služby	3.3.2008 - 30.6.2008 (Výzva I)	168	2 665 219 000
ICT v podnicích	1.6.2007 - 30.9.2007 (Výzva I) 15.7.2008 - 6.3.2009 (Výzva II)**	840	2 094 841 500
Inovace – Inovační projekt	1.6.2007 - 30.9.2007 (Výzva I) 15.7.2008 - 30.9.2008 (Výzva II)	693	12 944 915 000
Inovace – Projekt na ochranu práv průmyslového vlastnictví	3.3.2008 - 30.4.2009 (Výzva I)***	199	20 446 000
Marketing	1.3.2007 - 31.12.2007 (Výzva I)	879	523 059 000
Nemovitosti	1.4.2008 - 15.9.2008 (Výzva I)	627	10 647 486 000
Poradenství	1.10.2008 - 28.2.2009 (Výzva I)	204	68 960 000
Potenciál	1.6.2007 - 31.12.2007 (Výzva I) 3.3.2008 - 30.9.2009 (Výzva II)***	359	6 581 207 000
Prosperita	9.9.2008 - 31.7.2009 (Výzva I + II)***	19	1 719 843 000
Rozvoj	1.3.2007 - 31.7.2007 (Výzva I)	695	4 962 354 000
Školici střediska	3.3.2008 - 31.8.2009 (Výzva I)***	212	1 955 090 000
Klastry	1.10.2008 - 6.3.2009 (Výzva I)**	27	1 104 522 000
Technologické platformy	11.7.2008 - 1.10.2008 (Výzva I)	16	71 416 000
Celkem		6 257	66 571 390 500

RŽ – registrační žádosti

* Data k 28. 2. 2009

** Příjem registračních žádostí byl ukončen po 28. 2. 2009

*** Příjem registračních žádostí stále probíhá

Agrostroj vyrábí profesionální japonské sekačky

Pelhřimovský Agrostroj začne díky agentuře CzechInvest s výrobou velkých profesionálních sekaček na trávu a křoví japonské značky Chikusui Canycom. Celkem by měl Agrostroj vyrobit až tisíc strojů ročně s maloobchodní cenou kolem čtvrt milionu korun. Smlouvu o spolupráci slavnostně podepsali zástupci Agrostroje a Chikusui Canycom v Pelhřimově v březnu.

„Chikusui Canycom jsme s nabídkou českých výrobců oslovili poprvé už před rokem a půl na investičním semináři v Japonsku. Konkrétní obrysy pak začala spolupráce dostávat asi před rokem, kdy dvojice zástupců Chikusui Canycom

navštívila naši zahraniční kancelář v Jokohamě,“ vysvětlila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest

Agentura CzechInvest pak pro Chikusui Canycom připravila ze své rozsáhlé databáze českých dodavatelů nabídku patnácti společností, které přesně odpovídaly jejím požadavkům. „Navštívili jsme pět vytípaných společností a volba nakonec padla na Agrostroj Pelhřimov, protože nás přesvědčil kvalitou výroby i referencemi od svých stávajících klientů,“ vysvětlil Hitoshi Kaneyuki, prezident Chikusui Canycom.

„Chikusui Canycom dnes velkou část svých výrobků prodává přímo v Evropě. Export

z Japonska přes půl planety je ale poměrně nákladný, navíc vždy zabere hodně času, a proto jsme hledali možnosti, jak se dostat blíž k našim evropským zákazníkům. Česká republika se i po konzultacích s CzechInvestem ukázala jako ideální volba,“ pokračuje Hitoshi Kaneyuki. „Kromě výrobního partnera, kterého už jsme tedy našli, v Česku v současné době hledáme i distributora pro naši techniku.“

„Firma Canycom rozšíří portfolio našich zákazníků o velmi zajímavého partnera. Vyrábíme finální stroj, při jehož produkci a montáži velmi těsně spolupracujeme s naším japonským partnerem, od čehož si slibujeme další průnik japon-

ského know-how do našeho podniku z hlediska nejvyšší kvality a racionalizace výroby. To se zvláště projeví v budoucnu při předpokládaných inovacích a zdokonalování předmětu naší spolupráce. Neméně důležitá a vysoce zajímavá bude také obchodní a marketingová spolupráce s prodejní sítí firmy Canycom,“ vysvětlil Lubomír Stoklášek, generální ředitel společnosti Agrostroj Pelhřimov.

Agrostroj se postará o kompletní výrobu japonských sekaček pod typovým označením CM1802, jejichž vývoj a design v Chikusui Canycom nedávno dokončili. Motory dodá americký producent, převodovky zůstanou japonské. Všechny ostatní součástky budou přímo z České republiky.

(tz ci)

Výtahy pro celý svět od firmy STROS

Sedlčanská společnost STROS využila možnost získat dotaci z Operačního programu Podnikání a inovace hned u dvou programů. Úspěšné žádosti v programech Eko-energie a Inovace slibují navrácení téměř třiceti milionů korun.

„Společnost STROS je vynikajícím příkladem úspěšného žadatele o dotaci z Operačního programu Podnikání a inovace. Vedení firmy si uvědomuje, že je potřeba neustále se zlepšovat, aby společnost mohla konkurovat firmám na domácím i na světovém trhu. Proto dlouhodobě investuje do inovací svého zařízení a díky dotaci dostane významnou část vynaložených prostředků zpět,“ upozornil Lukáš Vymětal, ředitel divize Strukturální fondy agentury CzechInvest.

S pomocí projektu, který uspěl v první výzvě programu Eko-energie, zrealizovali ve společnosti STROS velkou část plánovaných úprav budov s cílem snížit náklady na energie. „Přesné úspory vyčíslíme až po zimě, ale už teď vidíme, že spotřebováváme mnohem méně energie než v loňském roce. A to i přes to, že letošní zima se s tou minulou teplotně vůbec nedá srovnávat,“ sdělil Ladislav Filip, ředitel společnosti.

Součástí projektu bylo mimo jiné pořízení osmi nových, tepelně izolovaných rychlovrat do provozů. Zavírají se a otevírají rychleji, takže minimalizují zbytečné ztráty tepla. „Od září 2008, kdy jsme vrata nainstalovali, se některá z nich otevřela až šest a půl tisíckrát. Dříve jsme například kvůli častému otevírání a zavírání vrat v lakovně měli

problém udržet tam požadovanou teplotu, teď už s jejím vytopením problémy nemáme. Rychlovrata jsou jedním z významných zdrojů energetických úspor podniku,“ vysvětlil L. Filip.

Souběžně s žádostí do programu Eko-energie podali ve firmě STROS registrační žádost také do programu Inovace. S její pomocí pořizují laser na dělení materiálu, ohráňovací lis nebo třeba robotizované pracoviště na výrobu stožárů. „Jeden svářeč a jeho pomocník, kteří dnes pracují na robotizovaném pracovišti, zvládnou stejný objem práce, který v minulosti vykonávali čtyři kvalifikovaní svářeči,“ uzavřel L. Filip.

Čištění vzduchu v místnosti navíc obstarává zařízení, které STROS pořídil díky dotaci z programu Eko-energie. To odsává zplodiny a prach,

jež vznikají svařováním, čistí je a zpět do místnosti posílá čistý vzduch. Jelikož k tomu nepotřebuje studený vzduch z venku, šetří náklady na vytápění.

Více o společnosti STROSS

Společnost STROS vznikla v roce 1960 v Sedlčanech. Výroba zdvihacích zařízení pro stavebnictví se ve společnosti rozvinula už v 60. letech, od té doby výtahy a zdvihací plošiny značky STROS pronikly na trhy mnoha zemí světa. Nyní se podnik úzce specializuje na výrobu stavebních výtahů a jejich komponent, 85 % produkce putuje na zahraniční trhy, například do USA, Kanady, Spojených arabských emirátů a mnoha evropských zemí. Na míru vyrobený výtah slouží například k vylodňování kanadského námořnictva z ponorek v přístavu v Halifaxu a také při jejich opravě. Speciální výtah značky STROS pomáhal při výstavbě Strahovského tunelu v Praze a na míru zbudovaná lávka stejné značky v Bratislavě při opravě Starého mostu v roce 2008.

(tz ci)

Jaké jsou vyhlídky pojištného trhu a UNIQA pojišťovny pro rok 2009

Při sestavování jakýchkoli prognóz narážíme letos na nemožnost opřít se o spolehlivá data, na jejichž základě by bylo možné vytvořit solidní projekci vývoje. Pojišťovnictví nežije izolovaným životem bez vnějších vlivů. Jeho směřování i dynamika jsou ovlivněny celkovou ekonomickou situací a jejími efekty promítanými do životní úrovně a „investiční nálady“ obyvatelstva. Světová ekonomika včetně té české je vystavena v posledních měsících recesi a finanční trhy turbulentním, jaké ještě nezažily.

Většinu doposud zažitých schémat, zásad a pouček praxe několika málo posledních měsíců postavila na hlavu. Odborníci se přou a jejich názory jsou často doslova protichůdné. Stačí jen připomenout diskuze na téma, zda je dobře, nebo špatně, že Česká republika ještě nezavedla euro. Odhady růstu – od začátku roku 2009 spíše odhady poklesu hlavního ukazatele ekonomické výkonnosti HDP – jsou korigovány pomalu každý týden. Jedinou jistotu dnešních dnů lze zkrátka shrnout do sókratovského „vím, že nic nevím“.

UNIQA pojišťovna vychází z předpokladu, že dynamika pojištného trhu letos výrazně zpomalí tempo (i tak ale zřejmě poroste vysoko nad úrovní růstu HDP). Životní odvětví by mohla celkově přinést meziročně o 3 % pojištného více, přičemž běžně placené životní pojištění posílí meziročně o něco více. Neživotní segmenty porostou tempem okolo 3 %. Oslabení dynamiky bude logickým důsledkem celkově horších se ekonomických výsledků celé země s negativními průvodními jevy, jakými jsou rozkolísaná koruna, rostoucí nezaměstnanost, hůře dostupné úvěry, omezování, nebo dokonce i zastavení produkce a problémy s vývozem. To se odrazí v životní úrovni obyvatelstva, jehož část pocítí krizi skutečně na vlastní kůži a bude

nucena upravit své dosavadní konzumní návyky a strukturu výdajů.

UNIQA pojišťovna hodlá i v těchto ztížených podmínkách růst nadprůměrným tempem. Bude však samozřejmě záležet na tom, jak se bude vyvíjet celá česká ekonomika. V současné době vidíme tyto hlavní negativní faktory, které z dnešního pohledu prodej pojištění ovlivňují:

- Pokles prodeje nových i ojetých vozidel a posun poptávky směrem k levnějším automobilům, snižování pořizovacích cen ze strany výrobců a dealerů.
- Hůře dostupné finanční prostředky pro firmy, které úvěry doposud využívaly pro rozvoj svých aktivit, ale i pro privátní osoby – hypotéky, spotřebitelské úvěry. Lze očekávat omezení nových projektů a omezování objemu produkce firem, popřípadě odchod některých firem z trhu. V případě hypoték a úvěrů na zboží odpadne potenciál doprovodných pojištění k těmto finančním produktům.
- Turbulence na finančních trzích a chabé výsledky investic i nadále budou odrážet od sofistikovanějšího ukládání volných peněz, včetně negarantovaných rezervotvorných pojištění.
- Stoupající nezaměstnanost přinese horší se platební schopnost a vytváří prostor pro

rozevírání nůžek mezi regiony a skupinami obyvatel. Potřeby lidí se budou měnit a bude nutné k nim přistupovat diferencovaně a počítat s omezeným potenciálem a vyšší stornovostí.

- Úsporná opatření firem povedou ke škrtům v oblasti zaměstnaneckých benefitů, mimo jiné i v oblasti skupinové formy životního pojištění.

Na druhou stranu může však recese přinést i nové impulzy, které je třeba využít. Lidé se chtějí lépe zajistit pro případ nezaměstnanosti nebo jiného výpadku jejich dosavadních výdělků. Životní pojištění se může více soustředit na rizikové formy, které doposud byly ve stínu rezervotvorných. Možnost odpočtu DPH při nákupu vozidla může pojištění rovněž velmi prospět.

Aktuální ekonomické informace s vlivem na pojištný sektor:

- objem poskytnutých hypoték v měsíci únoru 2009 klesl meziročně o 34 %
- průmysl se v lednu 2009 meziročně propadl o 23 % (výroba dopravních prostředků a zařízení – vlajková loď českého průmyslu – ztratila 36 %)
- lednový pokles ve stavebnictví byl meziročně 11 %, nejvíce ztrácí pozemní stavby (včetně developerských projektů bytové výstavby)
- HDP za rok 2008 byl revidován směrem dolů o 0,4 % na konečných 3,1 %. V „účtování“ evropského regionu jde ještě o relativně

slušný výsledek, protože okolní ekonomiky (Německo, Maďarsko) nebo i celá EU se už pohybovaly v červených číslech

- odhady poklesu HDP v roce 2009 se pohybují nyní v rozmezí 0–2 %, optimisté očekávají „blýskání na lepší časy“ už v závěru tohoto roku
- podle výzkumu pocítují už dopady krize domácnosti s nižšími příjmy (asi 1/5), více než polovina domácností ještě negativní efekt očekává; 53 % lidí se obává neschopnosti podržet si dosaženou životní úroveň, 2/5 domácností se domnívá, že nebudou schopny spořit jako doposud. Třetina se bojí ztráty zaměstnání a neschopnosti splácet závazky.

(Zdroje: Bankovníctví, Finanční poradce, analýzy Next Finance, průzkum Factum Invenio – vše březen 2009)

Je třeba zdůraznit, že pojišťovací sektor je v České republice velmi dobře založený a v dnešní době těží ze své dosavadní zdrženlivé a konzervativní strategie v oblasti investic. Pozitivní roli sehrává i státní dozor. Občané se skutečně nemusejí obávat ohrožení svých prostředků svěřených do rukou pojišťoven. Například UNIQA pojišťovna splňuje předepsanou solventnost v oblasti neživotního pojištění na 213 % a v životním pojištění na 230 %. Je skutečně připravena dostát všem závazkům, které na sebe vzala pojištnými smlouvami.

(tz)

Kooperativa rozeslala přes půl milionu potvrzení ke snížení daní

Přes 3,8 miliardy korun si od svého daňového základu mohli odečíst klienti Kooperativy pojišťovny, a.s., Vienna Insurance Group, kteří mají uzavřeno soukromé životní pojištění splňující podmínky daňového zvýhodnění. Kooperativa během ledna rozeslala přibližně 520 tisíc těchto potvrzení, což představuje meziroční nárůst o 5 %. „Je zjevné, že klienti možnosti odečíst si zaplacené pojistné od daňového základu masivně využívají a tento fakt sehrál v posledních pěti letech výraznou roli při rozvoji pojištného trhu v ČR,“ uvedl šéf pojištění osob Kooperativy Filip Král.

Pojistník si může od základu daně odečíst pojistné v maximální výši 12 000 Kč za rok. Průměrně na jedno potvrzení vydané Kooperativou vychází 7300 Kč, které si pojištník odečte z daňového základu za rok 2008. Průměrná výše pojištného odečitatelného z daňového základu dlouhodobě mírně roste. „Tento fakt souvisí s pozvolným růstem průměrného pojištného v ČR, což je určitě dobrá zpráva – pojištná ochrana občanů se zvyšuje a životní pojištění u nás začíná hrát stejně důležitou roli jako ve vyspělých zemích Evropy i světa,“ doplnil F. Král.

Nárok na daňový odpočet zaplaceného pojištného má každý pojištník, který splní zákonem stanovené podmínky – mimo jiné pojištníkem a pojištěným je jedna a tatáž osoba, pojištní smlouva trvá minimálně 5 let a výplata plnění z pojištní smlouvy je minimálně v 60 letech věku klienta.

(tz)

Nové pojištění Patriot je i pro seniory

Z průzkumu, který si Česká pojišťovna nechala vypracovat společností Millward Brown, vyplývá, že klienti mají dva hlavní důvody pro uzavření životního pojištění – potřebu zajistit rodinu a bezpečně a výhodně zhodnotit své peníze. Právě tyto potřeby klientů Česká pojišťovna promítla do svého nejnovějšího životního pojištění Patriot, které právě uvádí na trh. V současné ekonomicky neklidné době poskytuje zajištění možných životních rizik a je jednoznačně bezpečným finančním přístavem s aktuálním zhodnocením 2,7 %. V horizontu 15 let může být i výhodnou investicí.

Respondenti ve věku nad 50 let mají obavy z nedostatku peněz v důchodu na udržení životní úrovně, nenadálé výdaje a na zdravotní péči. Velmi specifickým fenoménem této věkové skupiny je silná potřeba spojená s pocitem být užitečný a také ve stáří finančně podporovat své děti. „Zároveň více než dvě třetiny z nich se domnívají, že jejich možnosti pojištění jsou v důchodovém věku téměř nulové. Nové pojištění Patriot jsme proto konstruovali tak, aby bylo pojištěním minimálně pro tři generace již od 15 let a dalo příležitost k zajištění potřeb také seniorům. Uzavřít pojištění mohou totiž právě i penzisté, a to až do věku 74 let,“ uvedla vrchní ředitelka úseku produktového managementu životního pojištění ČP Helena Lazosová.

Naopak respondenti do 50 let chtějí dle průzkumu zajistit své rodiny a jejich potřeby spojené s bydlením či úvěrovými závazky běžného života – nejčastěji v podobě hypotéky. Největší strach pak mají ze ztráty schopnosti vydělávat peníze v případě neštěstí a cití potřebu vytvořit si rezervu pro nečekané situace. Za optimální délku pojištění považují 15 let.

Právě tuto dobu si klienti České pojišťovny vybírají nejčastěji u nejoblíbenější produktové řady životního pojištění DYNAMIK a DYNAMIK Plus, kterou si zvolilo téměř 900 tisíc klientů. Na stejnou dobu byl proto konstruován

i Patriot, aby vytvořená kapitálová hodnota pro pojištěného se zájmem o zhodnocování peněz představovala konkurenceschopnou alternativu k jiným způsobům zhodnocování financí. „Patriot nabízí od dnešního dne aktuálně zhodnocení prostřednictvím Nového konzervativního programu na úrovni 2,7 % p. a. Patriot je pro klienty v současné neklidné finanční době zároveň bezpečným přístavem, a to s ohledem na velmi konzervativní způsob zhodnocování pojištného,“ doplnile produktový manažer tohoto pojištění Petr Štraut.

„Všichni klienti pak ocení i další novinky, kterými jsou např. jednodušší koncipovaný návrh pojištní smlouvy, což byl právě jeden ze společných požadavků respondentů zmiňovaného výzkumu trhu na vyšší srozumitelnost produktů životního pojištění,“ rekapitulovala vrchní ředitelka Helena Lazosová. K novému životnímu pojištění Patriot je dále možné si vybrat vlastní balíček úrazového pojištění. Volitelnými součástmi pojištění jsou také zproštění od placení pojištného v případě trvalé invalidity a pojištění plateb pojištného při pracovní neschopnosti během příštích 15 let.

(tz)



autor: Miloš Krnáček

NENÍ TŘEBA SE OBÁVAT RECESE. VLÁDA JE POJIŠTĚNA U JEDNÉ ZAHRANIČNÍ POJIŠŤOVNY.

Namodelujte si svoji Perspektivu on-line

Kooperativa umístila na své webové stránky www.koop.cz unikátní moderní konfigurator investičního životního pojištění, který umožňuje on-line modelaci vývoje klientem zvolené investiční strategie. Pro všechny klienty, ať už stávající, nebo ty, kteří se teprve rozhodují, zda investiční pojištění uzavřít, nabízí konfigurator investiční dotazník, který všem zájemcům o investování umožní určit jejich sklon k riziku. Na základě dotazníku je pak nakonfigurováno takové složení investičních fondů, které odpovídá investičnímu profilu klienta. Samozřejmostí je rovněž doplnění investic o riziková pojištění (riziko smrti, tělesného poškození úrazem, smrti úrazem, trvalých následků úrazu atp.), z nichž si klient může on-line vybrat ta, která jsou pro něj vhodná včetně příslušných pojištných částek. Konfigurator pak velmi přesně namodeluje průběh celého pojištění včetně předpokládaného zhodnocení.

Podle prvních ohlasů klienti tento nástroj na modelaci investičního životního pojištění Perspektiva oceňují velmi kladně především pro jeho přehlednost a šíři možností, které poskytuje. Unikátní konfigurator najdete na homepage stránek Kooperativy www.koop.cz či přímo na adrese <http://www.koop.cz/konfigurator-zivotniho-pojisteni/index.html>.

(tz)

Pravá doba na založení stavebního spoření

Lidé si ani v období finanční krize nepřestávají půjčovat peníze a značná část půjček souvisí s bydlením. V souvislosti se současným poklesem cen mnoha nemovitostí je rozhodnutí investovat do pořízení vlastního bydlení rozumné – pokud si při rozhodování o půjčce počínáme zodpovědně, tedy zejména myslíme na to, abychom svým závazkům byli schopni dostát.

Pokud uvažujete o úvěru na bytové potřeby nebo chcete „jen“ bezpečně uložit a výhodně zúročit své finanční prostředky, jeví se vzhledem k nestabilitě trhů způsobené vlivem ekonomické krize a s ohledem na možná rizika jako nejlepší možnost stavební spoření.

Stavební spoření totiž není náchylné na výkyvy trhu, stavební spořitelny mohou klientům zaručit fixní a předem jasný výnos, a navíc státní podporu. Efektivní úroková sazba se přitom pohybuje někde mezi 6–7 % p. a. A všechny výnosy u stavebního spoření jsou ještě ke všemu osvobozené od placení daně z příjmu.

Máte-li zájem o úvěr ze stavebního spoření, i zde je dobré zdůraznit bezpečnost, plynoucí z principu stavebního spoření, tedy zejména

z toho, že stavební spořitelny k financování úvěrů používají vklady svých klientů, kteří jsou ve fázi spoření. Princip dospořování u úvěrů ze stavebního spoření navíc zajišťuje vhodné nastavení pro konkrétního klienta vzhledem k jeho finančním možnostem. Raiffeisen stavební spořitelna (RSTS) při poskytování nových úvěrů vždy postupuje velmi obezřetně, v zájmu klienta i stavební spořitelny.

O tom, že RSTS zvolila správný přístup a při stanovování podmínek úvěrů jedná velmi zodpovědně, aby předešla vzniku problémů svých klientů, svědčí i velmi nízká míra klasifikace poskytnutých úvěrů, která na trhu stavebního spoření nemá konkurenci (k 31. 12. 2008 činila v RSTS klasifikace pouhých 2,01 %). Navíc se RSTS snaží klien-



tům úvěry maximálně zjednodušit a zpřístupnit – např. u Nízké hypoplátky, úvěrového produktu s garantovanou neměnnou výší úvěrové sazby u úvěru ze stavebního spoření

3,5 % p. a. po celou dobu úvěru, je nově minimální výše úvěru snížena na 300 000 Kč.

„My v RSTS pozorujeme, že nás klienti začínají vnímat jako instituci pro kompletní financování bydlení, nejen pro ‘ty malé věci’, jako jsou rekonstrukce. Objem nově poskytnutých úvěrů dosáhl v roce 2008 téměř 10 miliard korun, což znamená meziroční nárůst o 22 %. A na založení stavebního spoření je nyní skutečně ta nejlepší doba. Všechny stavební spořitelny totiž zatím mají více vkladů než úvěrů, ale tento poměr by se měl pravděpodobně v horizontu přibližně tří let vyrovnat,“ řekl Mgr. Karel Pavlík, ředitel odboru podpory prodeje a vývoje produktů Raiffeisen stavební spořitelny a.s.

(red)

„Manpower Index trhu práce“ už je méně záporný

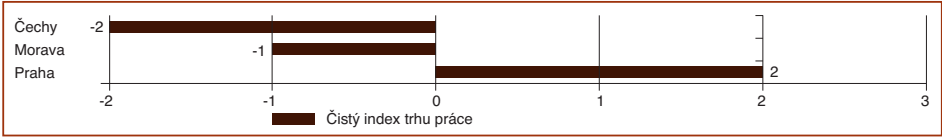
Zaměstnavatelé v České republice jsou mírně optimističtější než v předchozím čtvrtletí. Vyplývá to z průzkumu „Manpower Index trhu práce“ pro druhé čtvrtletí roku 2009. I když část zaměstnavatelů předpokládá snížení náborových aktivit a Index trhu práce má, stejně jako v 1. čtvrtletí roku 2009, negativní hodnotu -2 %, zaměstnavatelé čtyř z deseti odvětví hlásí zvyšování počtu zaměstnanců ve srovnání s prvním čtvrtletím roku 2009. Z výzkumu vyplývá, že nejsilnější náborové aktivity pro druhé čtvrtletí 2009 má Stavební průmysl.

„Podle našich výsledků by se mohlo zdát, že hlavní vlna propouštění je za námi, protože počet zaměstnavatelů, kteří hlásí snižování počtu pracovních míst, je nižší oproti prvnímu čtvrtletí, nicméně zpracovatelský průmysl, který zaměstnává nejvíce lidí, se propadl do záporných -8 %,“ zhodnotila situaci Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka Manpower Česká a Slovenská republika.

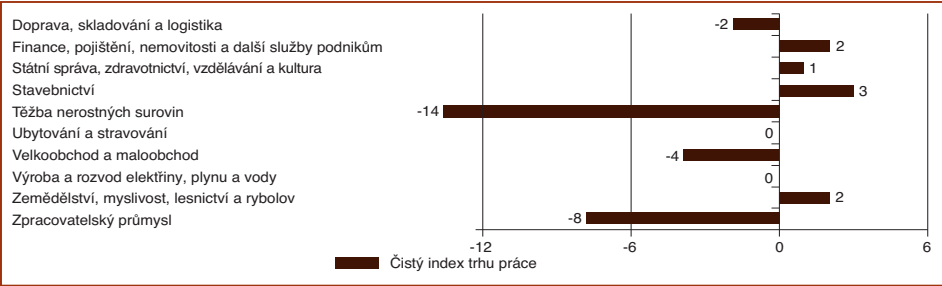
V nadcházejícím čtvrtletí zaměstnavatelé v pražském regionu očekávají ze všech tří regionů nejsilnější náborové aktivity a hlásí Čistý index trhu práce +2 %. V Čechách zaměstnavatelé naopak předvídají nejslabší náborové aktivity a ukazují Čistý index trhu práce -2 %. Zaměstnavatelé na Moravě ohlašují Čistý index trhu práce -1 %.

Porovnání dle odvětví v České republice ukazuje, že zaměstnavatelé čtyř z deseti odvětví hlásí zvyšování počtu zaměstnanců ve srovnání s prvním čtvrtletím 2009. Naopak zaměstnavatelé ve čtyřech odvětvích ohlašují pro 2. čtvrtletí roku 2009 negativní výhledy v náborových aktivitách. Neoptimističtější jsou plány v odvětví Stavební průmysl (+3 %), které se oproti prvnímu čtvrtletí zlepšily o 4 procentní body. Zaměstnavatelé v odvětví Těžba nerostných surovin hlásí nejnižší náborové plány ze všech odvětví (-14 %) – o 14 procentních bodů nižší než ve 2. čtvrtletí roku 2009.

Regionální porovnání v rámci ČR



Porovnání v rámci odvětví



Praha optimistická, ostatní v depresi

Co se týče Regionálního srovnání v rámci České republiky, všechny tři regiony (Čechy, Morava, Praha) hlásí mírné zlepšení náborových aktivit pro uvedené období. Výhledy v Praze na další čtvrtletí posílily o 4 procentní body a na Moravě o 3 procentní body, zatímco v regionu Čechy zůstal Index relativně stabilní a mírně posílil o 1 procentní bod.

Globální pohled

Zaměstnavatelé ve 13 z 33 zemí stále očekávají v druhém čtvrtletí 2009 mírně pozitivní náborové aktivity. Přestože se očekávání každé tři měsíce mírně zvyšují, meziroční srovnání ukazuje pokles. Zaměstnavatelé ve třech zemích hlásí nejnižší náborové aktivity pro nadcházející období od doby, co se zapojily do průzkumu Manpower Index trhu práce.

Globální Index trhu práce

EVROPA, STŘEDNÍ VÝCHOD & AFRIKA	ČISTÝ INDEX TRHU PRÁCE			Mezikvartální změna		Meziroční změna	
	Q2 2008	Q1 2009	Q2 2009	Q1 2009 k Q2 2009	%	Q2 2008 k Q2 2009	%
BELGIE	6 (8)	7 (6)	0 (2)	-7 (-4)		-6 (-6)	
ČESKÁ REPUBLIKA	12	-4	-2	2		-14	
FRANCIE	3	-3 (-2)	-2 (-2)	1 (0)		-5 (-5)	
IRSKO	6 (5)	-14 (-12)	-14 (-15)	0 (-3)		-20 (-20)	
ITÁLIE	3 (1)	-11 (-9)	-5 (-7)	6 (2)		-8 (-8)	
JIHOAFRIKÁ REP.	23	13	14	1		-9	
NĚMECKO	12 (10)	-1 (4)	2 (0)	3 (-4)		-10 (-10)	
NIZOZEMÍ	5 (8)	6 (8)	4 (4)	-2 (-4)		-1 (-4)	
NORSKO	15 (14)	5 (6)	2 (1)	-3 (-5)		-13 (-13)	
POLSKO	30	12	6	-6		-24	
RAKOUSKO	13 (11)	-2 (2)	4 (2)	6 (0)		-9 (-9)	
RUMUNSKO	36	16	-4	-20		-40	
RECKO	23	3	0	-3		-23	
ŠPANĚLSKO	2 (0)	-13 (-9)	-9 (-11)	4		-11 (-11)	
ŠVÉDSKO	13 (11)	0 (5)	-3 (-5)	-3 (-10)		-16 (-16)	
ŠVÝCARSKO	9 (6)	7 (8)	5 (2)	-2 (-6)		-4 (-4)	
VELKÁ BRITÁNIE	6 (6)	-5 (-2)	-6 (-6)	-1 (-4)		-12 (-12)	

Číslo v závorkách představují Čistý index trhu práce po úpravě za účelem odstranění důsledků sezonních výkyvů v náborové aktivitě.

Důchod nestačí nahradit mzdu ani z poloviny

Aktuální důchodový poměr se pohybuje již jen kolem 40 %. To znamená, že státní penze v průměru nenahradí ani polovinu posledního výdělku čerstvého důchodce. Jistá forma spoření na penzi tak bude pro obyvatele do budoucna nevyhnutelná.

Penzijní připojištění je stále důležitější forma

zabezpečení se na stáří. To si uvědomují i obyvatelé ČR. V průměru už má uzavřené penzijní připojištění téměř polovina všech obyvatel starších dvaceti let. Podíl u praceschopných je dokonce 60 %. Do těchto statistik navíc nejsou započtení klienti nad 60 let, kteří tvoří pětinu z celkového počtu připojištěných. „Osobně tato

čísla považuji za velmi dobrý výsledek – Češi získávají zodpovědnější přístup k vlastní budoucnosti. Je důležité uvědomit si, že spoléhat se jen na výplatu penze od státu již současné generaci rozhodně stačit nebude,“ vysvětlil Petr Beneš, generální ředitel ČSOB Penzijních fondů.

Agentura Swiss Re vypracovala v této oblasti analýzu a dospěla k závěru, že v dnešní západní společnosti, s ohledem na očekávanou délku života,

budou lidé potřebovat v průměru nejméně 70 % posledního příjmu. „Bez soukromých příspěvků na důchod nebude možné udržet životní standard, na který jsou domácnosti zvyklé. A to bez ohledu na nepříznivý vývoj v demografických ukazatelích republiky,“ dodal Petr Beneš; poukázal na často zmiňovaný fakt, že postupně klesající počet obyvatel v produktivním věku nestačí na rostoucí počet obyvatel v důchodovém věku.

(tz)



Zvýhodněné záruky za úvěry pro podnikatele

Snazší získání bankovního úvěru na investice či pořízení zásob s podporou prostředků EU a státního rozpočtu.
www.cmzrb.cz

CzechTrade snese srovnání i s těmi nejlepšími komerčními firmami

Podle všeho jako jediná organizace ve státní správě se může CzechTrade pyšnit čerstvým certifikátem hodnocení výkonnosti systému řízení metodou IQRS – International Quality Rating System.

„Dosud jsme se chlubili tím, že jsme v roce 2002 jako třetí národní proexportní organizace v Evropě získali certifikát systému managementu kvality ISO 9001:2000 a od té doby se nám daří každoročně toto uznání úspěšně obhajovat,“ uvedl Ivan Jukl, generální ředitel CzechTrade. „To je určitě velmi dobrý výsledek, ale neusínáme na vavřínech, a proto jsme se rozhodli posunout laťku opět o několik stupínků výše. Daleko náročnější a komplexnější proces hodnocení prokázal, že má naše agentura velmi

dobře zavedený systém řízení, podle zástupců certifikační agentury ve státní správě nevidaný a v mnoha ohledech lepší než u leckterých i velkých firem.“

Hodnocení IQRS kombinuje jak požadavky normy ISO 9001:2000, tak specifické standardy pro vyspělé systémy řízení, modely tzv. podnikatelské výjimečnosti a nejlepší praxe světově úspěšných firem. Cílem je samozřejmě další zvyšování efektivity v podnikání a při řízení procesů. Auditři Det Norske Veritas (DNV)

hodnotili celkem 12 oblastí na úrovni L8, přičemž hodnocení ISO odpovídá L3-L4. Úroveň každé z nich byla hodnocena od 0 do 100%. Výsledná průměrná známka CzechTrade je 70%, což je velmi dobré hodnocení. Jen pro srovnání – předchozí hodnocení podle ISO 9001:2000 se pohybuje někde kolem 30–40%.

Auditři konstatovali, že silnými stránkami CzechTrade jsou kultura řízení, ovzduší otevřenosti a snaha o zlepšování. „Nevidíme tak často státní organizaci, která má výkonnost řízení srovnatelnou se soukromým sektorem. Pro organizace státního sektoru je těžké najít schopné manažery a stabilizovat je,“ uvedl doslova Juraj

Kramara z Det Norske Veritas (DNV). Dále oceňoval také řízení zahraničních kanceláří, zejména nový přístup k motivaci manažerů, efektivnosti řízení a benchmarking mezi kanceláři. To vše umožňuje zvyšovat výkonnost a efektivní podporu exportu českých firem.

„Výsledky auditu korespondují také s prioritami, které máme v CzechTrade nastaveny. Jestliže asi největší rezervy audit zaznamenal v procesu prodej a marketing, týkaly se výhrady a doporučení pro zlepšení právě oblastí, které jsme si již sami dali za cíl řešit v rámci nově budovaného marketingu v naší agentuře,“ dodal Ivan Jukl.

(tz ct)

Nový web zjednoduší klientům cestu ke službám

Dnes přichází CzechTrade s novým webem. A nejedná se o žádný aprílový žertík. Nové internetové stránky agentury jsou atraktivnější, přehlednější a hlavně mají nový a kvalitnější obsah.

„Největší důraz jsme kladli na to, aby nový web přehledně a srozumitelně prezentoval celkovou nabídku služeb naší agentury, poskytl potenciálním a stávajícím klientům optimální množství informací a podpořil jejich zájem o nabízené služby,“ řekl Aleš Řiháček, ředitel odboru marketingu a komunikace CzechTrade.

Významnou novinkou nových internetových stránek je prezentace jednotlivých zemí, v nichž CzechTrade působí. Na těchto stránkách najde klient nejvyužívanější služby CzechTrade, perspektivní obory v dané zemi a přehled akcí souvisejících s daným teritori-



em. Samozřejmostí jsou navazující odkazy na teritoriální rubriky portálu BusinessInfo.cz, s nímž je nový web mnohem více propojený.

Právě na portál BusinessInfo.cz, který je provozován agenturou CzechTrade, budou pře-

sunuty databáze exportních příležitostí a novinek ze zahraničí, které byly dříve součástí webových stránek CzechTrade.

Na základě požadavků klientů CzechTrade zaznamenal změny také Kalendář akcí. Uživatelé uvidí přímo z přehledu, o jaký druh akce se jedná a zda se koná v ČR nebo v zahraničí. Důležitou funkcí nového webu je fulltextové vyhledávání, které umožní jednoduše najít konkrétní akci nebo seminář.

S kalendářem souvisí i nový a přehlednější systém on-line objednávání vybraných služeb. Uživatelé budou moci kromě seminářů a některých konferencí objednat on-line i účast na konzultacích s řediteli zahraničních kanceláří CzechTrade.

Podoba nového webu, který najdou uživatelé na www.czechtrade.cz, není samozřejmě ko-

nečná. „Jeho obsah se bude dále zdokonalovat na základě podnětů a potřeb našich klientů,“ uvedl dále Aleš Řiháček. „Na přelomu roku se také plánuje plné propojení webu a tzv. klientského rozhraní CzechTrade do jediného portálu, který by měl jeho uživatelům ještě více zjednodušit nákup vybraných služeb prostřednictvím elektronického on-line obchodu.“

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

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

EXPORTNÍ KONFERENCE CZECHTRADE

Agentura CzechTrade ve spolupráci s Komerční bankou a.s. pro Vás připravila Exportní konferenci

22. 04. 2009, Praha 6, **Jak úspěšně exportovat do RUSKA**

Na konferenci spojené s workshopem získáte **informace potřebné k úspěšnému překonávání překážek** způsobených odlišnostmi společenských a kulturních zvyklostí v daném teritoriu. Účast na konferenci je **bezplatná**.

www.czechtrade.cz



CzechTrade
Dittrichova 21, 128 01 Praha 2
Zelená linka pro export:
800 133 331
E-mail: info@czechtrade.cz

Servis CzechTrade

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Referenční číslo:	Země určení:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	E-mail:	Popis poptávky
POCZ200955256	Rusko	20. 03. 2009	03. 04. 2009	miroslav.obruca@czechtrade.cz	Ruská firma hledá dodavatele brusky na plocho TOS BVA -25B. ➡
POCZ200955257	Indie	20. 03. 2009	19. 06. 2009	hiteshmomaya@hotmail.com	Indická firma má zájem dovážet bílý i modrý mák ve velkém množství. ➡
POCZ200955244	Francie	19. 03. 2009	02. 05. 2009	miroslav.obruca@czechtrade.cz	Francouzská společnost, výrobce hydraulických lisů a zařízení pro letecký průmysl, hledá v ČR subdodavatele podcelků lisů – svařovaných ocelových konstrukcí s obrobením, materiál S235JR a S355JO. ➡
POCZ200955240	Slovinsko	18. 03. 2009	17. 06. 2009	dina.stancin@slovenija.ibermetgroup.com	Slovinská firma má zájem o zinek vysoké kvality. ➡
POCZ200955245	Ukrajina	18. 03. 2009	17. 06. 2009	arabinski@mail.ru	Ukrajinský výrobce kosmetické produkce má zájem o nákup extraktu Saponaria Officinalis-mydlicí lékařskou. ➡

Kooperativa loni s rekordním ziskem i předpisem

Hranici 30 miliard korun loni úspěšně překročilo předepsané pojistné Kooperativy, druhé největší pojišťovny českého trhu. Kooperativa při předpisu 30,7 miliardy Kč vykázala loni vůbec největší absolutní přírůstek pojistného na českém trhu – více než 1,6 miliardy korun, což je meziroční růst o 5,6 %. Rekordní výše dosáhl rovněž zisk společnosti před zdaněním – 1 621 milionů Kč v národní účetní metodice (tj. meziroční růst o 10,6 %). Čistý zisk dosáhl 1 180 milionů Kč a Kooperativa z něj vyplatí akcionářům 300 milionů korun na dividendách. „Určitě můžeme říct, že to byl úspěšný rok a Kooperativa si své postavení na českém trhu upevnila – tržní podíl firmy se mírně zvýšil na 22,5 %,“ uvedl k výsledkům firmy předseda představenstva a generální ředitel Martin Diviš.

Neživotní pojištění vzrostlo meziročně o 5 % na 23,3 miliardy a Kooperativa si udržela postavení lídra trhu v oblasti pojištění průmyslu a podnikatelů (v tomto segmentu vzrostlo pojistné o 7 % na více než čtyři miliardy Kč). Nezanedbatelně rostla i oblast pojištění majetku a odpovědnosti občanů (o 8 % na více než dvě miliardy Kč) a havarijního pojištění (o 5,7 % na 4,7 miliardy Kč). Výrazný vzestup – o 7,4 % – na 7,4 miliardy Kč vykázalo loni životní pojištění. „S vývojem v tomto segmentu můžeme být určitě spokojeni, i přes určité vyčerpání možností trhu se Kooperativě podařilo udržet solidní meziroční růst 7 % i v segmentu jednorázově placených životních pojištění,“ konstatoval Martin Diviš.

Objem pojistných plnění loni Kooperativě meziročně vzrostl o 9,1 %. Pojišťovna tak celkově pro své více než dva miliony klientů v roce 2008 spravovala 3,8 milionu pojistných smluv a úspěšně vyřídila 485 146 pojistných událostí.

Co se týká nabídky pojištění, firma loni úspěšně uvedla na trh několik novinek. V oblasti životního pojištění to bylo komplexní rizikové pojištění Rubikon, kdy v rámci jedné pojistné smlouvy lze pojistit rizika: smrt, vážná onemocnění, pracovní neschopnost, pobyt v nemocnici, invaliditu s výplatou důchodu. Produkt zahrnuje také

komplexní úrazové pojištění a pojištění pracovní neschopnosti či pobyt v nemocnici v důsledku úrazu. Rubikon je na českém trhu unikátním produktem, a to jak množstvím, tak i variabilitou pojištěných rizik. Další z úspěšných novinek je speciální pojištění ordinací a lékáren – produkt Ordinance lze rovněž sjednat on-line. Koncem roku 2008 Kooperativa představila inovovaný produkt povinného ručení Standard, kde u každé individuální smlouvy klient získá zdarma nejen živelní pojištění, ale i roční pojištění pro případ hospitalizace. Kupony s touto výhodou si do konce března aktivovalo na 100 tisíc klientů Kooperativy. Obě posledně zmíněné novinky – Ordinance i Standard – souvisejí se strategií Kooperativy i skupiny Vienna Insurance Group jako celku, totiž etablovat se na trhu komerčního zdravotního pojištění.

Kooperativa také loni úspěšně zahájila prodej pojištění po telefonu. „Máme velmi dobré zkušenosti s pojištěním on-line přes internet. Rozhodli jsme se proto klientům nabídnout další rychlý, pohodlný a moderní prodejní kanál – svou nonstop bezplatnou zelenou linku 800 105 105 a službu Zavoláme Vám se zkušenými operátory,“ vysvětlil M. Diviš. Po telefonu Kooperativa nabízí pojištění majetku občanů (domů, bytů, domácností a rekreačních objektů), pojištění odpovědnosti



Kooperativa – ocenění získaná v roce 2008

Asociace českých pojišťovacích makléřů – pojišťovna roku
1. místo Pojišťovna roku v neživotním pojištění



Zlatá koruna
1. místo Investiční životní pojištění PERSPEKTIVA
1. místo Povinné ručení s živelním pojištěním
1. místo Pojištění pro podnikatele – TREND 07
1. místo Cena podnikatelů – TREND 07 (hodnoceno veřejností)



Mastercard Banka roku 2008
1. místo Pojišťovna roku 2008



zaměstnance za škodu způsobenou zaměstnavatelem, povinné ručení a havarijní pojištění. Klienti za sjednání pojištění majetku po telefonu získají 10% slevu. Tuto formu sjednání smlouvy zatím využily takřka 3000 klientů.

Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group, je druhou největší pojišťovnou v ČR. V současné době má více než 300 obchodních míst po celé republice a produkty Kooperativy lze sjednat i v pobočkách České spořitelny. Klientům je k dispozici dále několik tisíc externích spolupracovníků, nonstop bezplatná zelená linka 800 105 105 a internetové stránky www.koop.cz. Firma má základní kapitál tři miliardy Kč a v roce 2007 dosáhla předepsaného pojistného 29 miliard Kč a zisku po zdanění ve výši jedna miliarda Kč.

Kooperativa je součástí Vienna Insurance

Group – jedné z hlavních pojišťovacích skupin v zemích střední a východní Evropy, jejíž akcie jsou obchodovány na burzách ve Vídni a v Praze. Mimo kmenového trhu v Rakousku je Vienna Insurance Group prostřednictvím svých dceřiných společností aktivní v Albánii, Bělorusku, Bulharsku, České republice, Estonsku, Gruzii, Chorvatsku, Lichtenštejnsku, Litvě, Lotyšsku, Maďarsku, Makedonii, Německu, Polsku, Rumunsku, Rusku, na Slovensku, v Srbsku, Turecku a na Ukrajině. Kromě toho má pobočky v Itálii a ve Slovinsku. Koncern je na rakouském trhu zastoupen Wiener Städtische Versicherung AG Vienna Insurance Group, Donau Versicherung a Sparkassen Versicherung. Dále vlastní minoritní podíl ve Wüstenrot Versicherung.

(tz) ➞

Svaz zdravotních pojišťoven: kvalita a bezpečí

Svaz zdravotních pojišťoven ČR jako zástupce členských zaměstnaneckých a oborových zdravotních pojišťoven byl před nedávnem ve spolupráci s Joint Commission International (JCI) a Association Internationale de la Mutualité (AIM) pod záštitou Ministerstva zdravotnictví ČR, u příležitosti Předsednictví ČR v EU, významným aktérem dvoudenní mezinárodní konference v Praze. Hlavním tématem byla „Kvalita a bezpečí pro naše pacienty – náš základní cíl“.

Kvalita a bezpečí – to jsou základní cíle, které jsou pro všechny hráče na poli poskytování zdravotních služeb ve vztahu k pacientům, klíčové. Hlavními okruhy jednání se staly: monitorování kvality a nákupu služeb, představení základních principů mezinárodní akreditace nemocnic a léčeben a představení Centra bezpečí pro bezpečí pacientů (společné pracoviště WHO a JCI).

Zdravotní pojišťovny sdružené ve Svazu zdravotních pojišťoven České republiky zajišťují služby pro 4 miliony pojištěnců. Na konferenci představily tři oblasti zlepšování služeb a vyjádřily se k aktuálnímu tématu těchto dnů – k současnému vývoji reformních kroků ve zdravotnictví.

Zvyšování kvality z pohledu pacienta, lékaře i plátce

Monitorování kvality poskytovaných zdravotních služeb považujeme za důležitý předpoklad pro zvyšování jejich efektivity, která je základem pro dlouhodobý rozvoj celého sektoru. Kvalita zdravotních služeb má dva základní aspekty. Subjektivní, jak poskytovanou službu vnímá pacient, popř. jeho rodina, a objektivní, jak je poskytovaná péče v souladu s požadavky současného

klinického poznání. Kvalitní zdravotní služba je naplněním obou aspektů zároveň ve standardních referenčních hodnotách. To jsou témata, která spolu s problematikou nákupu služeb, jejich kontraktace a zadávání parametrů k vyhodnocování jejich účinnosti doprovázela první den jednání konference.

Nakupování péče

Cílem nakupování zdravotní péče je zajistit pojištěncům rychlejší přístup k některým typům péče a trvalé zvyšování její kvality. V minulých letech masivní využívání úhradových systémů založených na historických paušálech často snižovalo dostupnost péče pro pacienty. Průvodním jevem byly prodlužující se čekací doby na některé typy zdravotní péče. Nakupování zdravotní péče je zajímavé pro pojištěnce i pro poskytovatele, kterým vytváří prostor nasmlouvat si s pojišťovnami takové objemy úhrad, které jim umožňují efektivněji rozvíjet některé obory. Proces nákupu musí být transparentní, standardizovaný a v maximální možné míře efektivní.

Na těchto úkolech zdravotní pojišťovny společně pracují a sjednávají je se základním cílem – zajistit kvalitní zdravotní péči pacientům. V letošním roce se očekává, že dojde k nákupu péče v rozmezí 10 až 15 % z objemu finančních zdrojů, kterými je financován fond akutní lůžkové péče.

Spolupráce s Joint Commission Internationale (JCI) a Association Internationale de la Mutualité (AIM)

Svaz zdravotních pojišťoven vítá možnost spolupráce JCI. Joint Commission Resources (JCR) je organizace, která zajišťuje mezinárodní akreditaci v oblasti ambulantní

i lůžkové péče (t. č. proběhla tato akreditace v téměř 200 nemocnicích a dalších zařízeních). Ve spolupráci se Světovou zdravotnickou organizací koordinuje činnost Mezinárodního centra pro bezpečí pacientů, které pravidelně zveřejňuje tzv. Bezpečnostní řešení – tedy postupy při minimalizaci nejčastějších rizik při poskytování zdravotní péče. Na konferenci k tomu vystoupila Karen Timmons, prezidentka a výkonná ředitelka JCI.

Akreditace nemocnic je proces směřující k poskytování bezpečné a kvalitní péče a zasahující všechny oblasti provozu nemocnic a léčeben. Je to dobrovolný proces, kterým vláda nebo nevládní agentura uděluje oficiální uznání zdravotnické instituci, jež splňuje určité standardy vyžadující stále zlepšování v oblasti struktury, procesů a výsledků. Proces akreditace hodnotí postupy zdravotnické organizace, neboť se tím podstatnou měrou snižuje riziko poškození



TO SE NESTYDÍTE STRKAT MI OBÁLKU S ÚPLATKEM? DNES MI TO LIDI NOSÍ V KUFŘÍKU NEBO VOZÍ NA VOZEJČKU.

či újmy pacienta při poskytování zdravotní péče a optimalizuje pravděpodobnost dobrých výsledků. Těmto tématům byl věnován blok odborných přednášek pořádaných JCI.

Svaz zdravotních pojišťoven se stal v roce 1995 členem korespondentem mezinárodní organizace AIM se sídlem v Bruselu. Na vrcholném jednání guvernérů této organizace v Maroku v říjnu 2002 byl Svaz zdravotních pojišťoven přijat za plného člena.

Association Internationale de la Mutualité (AIM) je uskupením autonomních orgánů pro oblast zdravotního pojištění a sociálního zabezpečení. AIM zastupuje zájmy svých členů na rozličných grémiích a fórech. Je obecně považována za spojnicu mezi svými členy a vládami, nevládními organizacemi a zainteresovanými subjekty na poli sociálních a zdravotních služeb a za mluvčí sdružení a organizací ve zdravotní a sociální oblasti. Na konferenci vystoupil prezident AIM p. W. Budde.

Zdravotní pojišťovny sdružené ve SZP ČR mají zájem na tom, aby se nemocnice prokázaly audity kvality, protože chtějí i tímto způsobem zvyšovat kvalitu péče pro svoje klienty. Akreditace kvality znamenají více bezpečí pro pacienty. Akreditace by se postupně měly stát i podmínkou některých typů kontraktů mezi ZP a nemocnicí.

Se zvyšováním garancí kvality určitě také dojde k cenovému zvýhodnění nemocnic s akreditací, jak je běžné v evropském prostředí i v celosvětovém měřítku. Je to jedna z možností tlaku na zvyšování kvality ve zdravotnických zařízeních, kdy pojišťovny váží existenci, rozsah smlouvy nebo výši plateb na hodnocení zařízení z hlediska kvality a bezpečí.

(tz)

Úsporná opatření firem způsobila, že hotovost vládne všude na světě

Zpráva Ernst & Young „Opportunities in Adversity“ shrnuje reakce 350 největších světových firem na stále obtížnější situaci způsobenou oslabováním ekonomického růstu, informuje, jak se společnosti snaží přizpůsobit svou obchodní strategii a ilustruje změny v uspořádání priorit těchto podniků pro následující rok. Přes 80 % respondentů již podrobilo možnosti úspor nákladů důkladné analýze, téměř dvě třetiny společností se rozhodly snížit stav zaměstnanců a více než polovina provedla optimalizaci výdajů na služby IT.

Snižování interních nákladů a uvolňování hotovosti

Podstata existence všech společností přímo souvisí s množstvím hotovostních peněžních prostředků, přičemž mnoho firem již bylo nuceno přistoupit k rozsáhlým úsporným opatřením. Zástupci téměř 40 % dotazovaných podniků pozorují výrazné zhoršení obchodních podmínek v daném sektoru, přičemž více jak třetina si všímá úbytku konkurence a zvyšujícího se počtu ohlašovaných bankrotů. Vedení více jak dvou třetin firem se za daných okolností seznamuje s mírou relevantních rizik častěji než dříve.

Snaha snižovat náklady se v současné době významně projevuje na utváření vnitřních obchodních strategií společností. Přes 80 % respondentů již podrobilo možnosti úspor nákladů důkladné analýze, téměř dvě třetiny společností se rozhodly snížit stav zaměstnanců a více než polovina provedla optimalizaci výdajů na služby IT. Redukci výdajů v oblasti nemovitého majetku a informačních technologií upřednostňují před přímým či nepřímým snižováním nákladů na zaměstnance ve srovnání s americkými podniky spíše společnosti v Evropě.

Úvěrová krize donutila firmy usilovat o alternativní způsoby, jak vylepšit vlastní platební schopnost. Jen o něco méně než polovina analyzovaných společností musela prodat či ukončit

činnost určité části podniku, 43 % zkoumá varianty využití prostředků krátkodobého financování a 23 % plánuje revidovat uzavřené podmínky pro poskytování úvěrů, jakož je i aktivně projednávat s věřiteli, analytiky a agenturami pro posuzování úvěruschopnosti podniků. Pouze čtvrtina společností nepovažuje nedostatek hotovosti za problém.

Mark Otty, vedoucí partner společnosti Ernst & Young pro region západní a východní Evropy, Středního východu, Indie a Afriky (EMEIA), komentoval výsledky průzkumu následovně: „Studie názorně ilustruje postoje jednotlivých společností vůči úvěrové krizi a jejich snahu se s dopady hospodářského poklesu vyrovnat. Svět obchodu však zaznamenal vážné propady již v minulosti a nyní máme příležitost, abychom se z předchozích krizí poučili. Je zřejmé, že v průběhu následujícího roku mnoho podniků ztratí, na druhou stranu určité nízké procento vyjde z nastalé situace jednoznačně vítězně.“

Identické dopady na zákazníky i dodavatele

Společnosti, které se průzkumu zúčastnily, věnují vztahům s klienty i dodavateli patřičnou pozornost. Existují k tomu pádné důvody. Více než polovina účastníků poukazuje na zhoršující se bonitu zákazníků (téměř 60 % na základě výsledků evropských společností) a přes polo-

vinu společností také uvedlo, že jejich klíčoví zákazníci se nacházejí ve složité finanční situaci a prodlevy mezi objednávkami a příchodem plateb se prodlužují.

Společnosti novému prostředí přizpůsobují svou obchodní strategii. Bezmála tři čtvrtiny z nich se ve zvýšené míře orientují na stávající klíčové zákazníky a více než 40 % podniků vyvíjí nové produkty. Obavy ze ztráty současných klientů přiměly třetinu společností rozšířit svou zákaznickou základnu, další třetina podniků uvedla, že se rozhodly ukončit vztahy s těmi zákazníky, které považovaly za rizikové.

V souvislosti s přístupem k dodavatelům byly mezi odpověďmi zastoupeny dvě velice odlišné strategie. Polovina dotazovaných společností se rozhodla okruh dodavatelů zúžit, a to s cílem vyjednat výhodnější ceny či obchodní podmínky. Druhá polovina počet svých dodavatelů naopak rozšířila, aby eliminovala dopady případného selhání klíčového dodavatelského subjektu. Většina společností přitom již se svými dodavateli aktivněji komunikuje – o platebních podmínkách jedná častěji padesát procent analyzovaných společností, více jak čtvrtina z nich pak poukazuje na finanční potíže některého z klíčových dodavatelů.

Magdalena Souček, vedoucí partnerka Ernst & Young v České republice, k situaci dodala: „S ohledem na současný vývoj není možné, aby se společnosti chovaly konzervativně nebo jen nečinně přihlížely. Analýzy dřívějších případů hospodářského poklesu dokládají, že z těchto situací vyšly jako nejsilnější ty společnosti, které dokázaly nejlépe identifikovat příležitosti k udržení rozvoje během období hospodářského poklesu a učinily taková strategická rozhodnutí, jimiž se důsledně odlišily od konkurence. V průběhu krize může být změna provedena rychleji a účinněji než v období, během něhož se podnik daří.“

Důraz na přípravná opatření

Představitelé jednotlivých společností byli dotazováni rovněž na hlavní strategické priority podniků pro období nadcházejících dvanácti měsíců. Většina z nich v této souvislosti zmiňovala opatření na ochranu stávajících aktiv, zvýšení výkonnosti a restrukturalizaci podniku. Pokud jde o řízení hotovosti, dvě třetiny respondentů zvažují kompletní prověření existujících mechanismů správy svých peněžních toků, polovina plánuje zapracovat opatření týkající se managementu provozního kapitálu do výkonnostních cílů vedoucích pracovníků a 36 % zkoumá ostatní možnosti získání hotovosti prostřednictvím vlastněných aktiv.

Firmy si letos utáhnou opasky, snižování platů a bonusů postihne zaměstnance i management

Na štědré bonusy letos zapomeňte, spíše se dokonce připravte, že vám budou sníženy platy. Tak reagují mnohé firmy na stávající hospodářskou krizi a s ní spojený pokles zakázek a odbytu zboží. Snižování platů a odměn se nebude týkat jen řadových zaměstnanců, ale více i manažerů. Vyplývá to z exkluzivního průzkumu Hospodářské komory České republiky pro Hospodářské noviny, kterého se zúčastnilo 1009 firem z celé České republiky.

Nutnost šetřit si uvědomují i vrcholoví manažeři firem a ve dvou z pěti firem k tomuto kroku přistoupí dobrovolně, více než pětina si sníží i svůj platový základ. Nijak se uskromňovat ve výši platů nehodlá více než polovina manažerů a o snižování svých bonusů neuvažuje necelá třetina z nich. Třetina firem bude snižovat odměny i zaměstnancům a necelých 28 % z nich se musí připravit i na snížení platů.

Prostor pro budoucí úsporná opatření

Na základě obdržených odpovědí bylo možné identifikovat určité oblasti, ve kterých se podniky budou dále snažit ušetřit. Zástupci společností očekávají značné nebo výrazné úspory z transakcí v rámci dodavatelско-odběratelských vztahů (58 %), oblasti prodeje a marketingu (42 %), provozní činnosti (56 %) a služeb IT (43 %).

Z hlediska strategického směřování podniku posuzuje 40 % celosvětově působících společností a 53 % společností z Evropy přínosy prodeje vedlejších či nevýkonných činností, vyšší míru využití středisek sdílených služeb (27 %) a outsourcingu (31 %), vytvoření strategických spojení (30 %) a přesun provozních aktivit do oblastí s nižšími náklady (31 %). Příležitosti k outsourcingu spatřují firmy zejména v oblasti IT, logistiky a lidských zdrojů.

Relativně vysoký podíl společností však obdobi hospodářského útlumu pokládá za příležitost k průniku na nové trhy – zástupci 34 % globálních a 38 % evropských společností plánují provedení strategických akvizic.

Dave Read, vedoucí oddělení daňového poradenství pro oblast EMEIA, dodal: „Pro prodeje částí podniků s cílem získat hotovost na překonání obtížného období, ale i pro odkupy aktiv pod cenou od konkurence platí stejná pravidla. Přípravenost, flexibilita, odvážné myšlení a rozhodnost daných kroků.“

Rozvíjející se trhy a perspektivy růstu

Ačkoliv růst převážné části vyspělých trhů označují tazatelé za stagnující nebo nacházející se ve fázi sestupu, hlavní potenciál spočívá dle jejich názoru v rozvíjejících se trzích. Mezi rozvíjejícími se trhy s nejslibnějším potenciálem růstu zařadily společnosti následující země: Čínu (59 %), Indii (45 %), jihovýchodní Asii (26 %) a východní Evropu (31 %). Americké společnosti upřednostňovaly oblast jihovýchodní Asie před Indií, zatímco u evropských podniků tomu bylo naopak. Necelých 18 % účastníků se domnívá, že růst na rozvíjejících se trzích bude v blízké době stagnovat. Zhruba 57 % očekává jeho další růst, i když pomalejším tempem než v průběhu minulých dvou let a 25 % dotazovaných společností je toho názoru, že růst v daných regionech výrazně oslabí.

Mark Otty nabídl následující postřeh: „S přetrvávající vírou společností v potenciál rozvíjejících se trhů lze souhlasit. Z nedávné zprávy společnosti Ernst & Young vyplývá, že podíl Brazílie, Ruska, Indie a Číny na celosvětovém ekonomickém růstu v období let 2009 až 2020 bude činit 40 %.“

(tz)

Marketingová podpora

Zefektivnění
vašich
mediálních
rozpočtů

Trápí vás finanční krize?
Potřebujete snížit náklady,
ale zároveň neztratit efekty PR
a mediální komunikace?

Pokud ano, jsme tu pro vás.
Malá firma s velkým know-how.

Poskytujeme kompletní služby v oblastech:

- media relations
- PR
- grafický design a internet

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/marketing

Prosperita
Marketingová podpora

Podnikatelé a živnostníci tvrdí: švarc systém ano, může pomoci

Počátkem dubna se uskutečnil v Poslanecké sněmovně pravidelný kulatý stůl s novináři, tentokrát na téma flexibilita zákoníku práce a švarc systém. Jednalo se o konfrontaci názorů politiků, odborné veřejnosti a zástupců odborů za přítomnosti médií.

Zúčastnili se:

Petr Nečas – ministr práce a sociálních věcí

David Šeich – poslanec a předseda Unie Malých a středních podniků ČR

Pavel Duba – jednatel společnosti Autocentrum Duba

Magda Piroutková – viceprezidentka APM ČR, o. s. ředitelka projektu

EUROPODNIKATELKA 21. století

Petr Baubín – místopředseda Sdružení pražských podnikatelů a živnostníků

Unie malých a středních podniků ČR podporuje myšlenku legalizace švarc systému jako jednu z cest řešení krize při současném nárůstu nezaměstnanosti. Všichni přítomní se shodli, že na českém trhu práce existuje příliš těžkopádná ochrana zaměstnanců, proto je nutné tento stav změnit a zpružnit pracovní systém přímo v zákoníku práce.

David Šeich: „Švarc systém je jedním z řešení podpory zaměstnanosti v době krize. Je smutné, že jediný, komu je dnes tolerován, jsou asistenti zákonodárců v Poslanecké sněmovně ČR. Je nezbytné zbavit zaměstnavatele strachu z vytváření nových pracovních míst. Daleko horší je, že podnikatelé z obavy před krizí propouští zaměstnance dokonce „preventivně“ před tím, než tato potřeba skutečně nastane. Švarc systém není ale zdaleka jediným způsobem řešení zaměstnanosti. Odvahu zaměstnavatelům může dodat celkově flexibilnější zákoník práce, práce na dobu určitou, pracovní smlouvy na dobu určitou a krátkodobé pracovní úvazky.

Ministr práce a sociálních věcí Petr Nečas uvedl, že stávající ekonomická recese samozřej-

mě vede k nárůstu nezaměstnanosti a k tomu řekl: „Už schválený vládní stabilizační balíček, ve kterém jsou například zákon o zaměstnanosti nebo zákon o státní sociální podpoře, má zajistit pokles dlouhodobé nezaměstnanosti a demotivuje nezaměstnané občany k setrvání v sociální síti. Předchozí systém nastavený sociální demokracií nabádal lidi kombinovat příjem sociálních dávek s příjmem načerno. Nevyplatilo se jim jít do normálního zaměstnání.“

Švarc systém je podle Petra Nečase záležitostí diskutabilní: „Má své plusy i minusy. Boj s ním je boj s větrnými mlýny. V této zemi totiž existuje, přestože je zakázaný. Příkladem je i práce asistenta poslance. Všichni mají živnostenské listy, což je faktickou legalizací a tolerancí švarc systému. Proto bychom neměli trestat podnikatele za něco, co sama provozuje jedna z nejvyšších ústavních institucí.“

Petr Nečas dále zdůraznil, že švarc systém ale není řešením nepružnosti našeho pracovního trhu, řešením je podle něj změna zákoníku práce: „Nutná je změna celé legislativy na trhu práce. Zákoník práce by měl nastavit mimo jiné



Diskuze nad tím, co firmy pálí...

pružnější pracovní vztahy, dále větší objem pracovních vztahů na dobu určitou a zdvojnásobení doby v dohodách o pracovní činnosti. Takové změny by byly dlouhodobě účinnější.“

Magda Piroutková: „Švarc systém by bylo dobré zlegalizovat, minimálně na příštích pár let teď v době krize by mohl být pro podnikatele přínosem. Navíc už se stejně nyní uplatňuje v několika pracovních oblastech. Měl by se navýšit maximální počet hodin pro dohodu o provedení práce. Petr Nečas navrhuje zvýšení na 300 hodin práce, Asociace podnikatelek a manažerek ČR by ale uvítala ještě větší počet pracovních hodin, a to na 400 až 450. Vyplatilo by se to například ženám na mateřské či sezonním pracovníkům na stavbách. Stejně tak bychom rádi prodloužili zákonnou zkušební dobu ze tří měsíců na půl roku. Při realizaci krátkodobých projektů v rámci do-

tací z EU by toto řešení bylo jistě výhodou.“

Petr Baubín: „V některých oborech se bez švarc systému ani obejít nelze. V dnešní době je v ČR zhruba 700 000 živnostníků takzvaně na plný úvazek, tj. že nemají jiný příjem. Jsou obory a oblasti, kde není možné uplatňovat klasický zaměstnanecký systém.“

Pavel Duba: „Je mým snem, aby každý politik sociální demokracie vyzkoušel, co obnáší mít vlastní firmu. Věřím tomu, že by pak rádi podpořili návrhy ministra Nečase. Já v současné době kvůli krizi musím propustit deset lidí. Kdybych měl možnost je legálně najímat podle švarc systému, situace by byla mnohem lepší. Je to jediná možnost, jak se přiblížit vyspělým zemím, kde podnikatelské prostředí funguje.“

(tz)

Grantika České spořitelny – nové jméno a logo společnosti ČS pro komplexní politiku získávání dotací z fondů Evropské unie

Významný hráč v oblasti poradenství při získávání dotací ze strukturálních fondů Evropské unie – dceřiná společnost České spořitelny Raven EU Advisory – dovršila svůj transformační proces. Po změně vlastnictví a proměně vedení společnosti v září 2008 nyní došlo také ke změně názvu a loga. Nově se společnost nazývá Grantika České spořitelny.

„Původní název bylo posledním pozůstat-

kem po bývalém spoluvlastníkovi společnosti. Se změnou názvu a loga startujeme symbolicky také novou strategií firmy. Naším cílem je být spolehlivým partnerem klientům, kteří hledají nejen kvalitní poradenství v oblasti EU dotací. S podporou jedné z nejsilnějších bankovních skupin v zemi můžeme podnikatelům, municipalitám i neziskovým organizacím poskytnout také finanční zajištění

projektů a řadu dalších služeb a produktů z dílny Finanční skupiny České spořitelny,“ uvedl Karel Goldemund, generální ředitel Grantiky České spořitelny.

Grantika České spořitelny poskytuje v rámci poradenských služeb komplexní servis při získávání dotací z evropských fondů pro klienty veřejného sektoru, neziskových organizací a pro malé a střední podniky i velké korporace.

Od roku 2000 – od počátku existence firmy – pomohla společnost klientům realizovat přes 950 projektů o celkovém objemu získaných dotací 4,3 mld. Kč. Ze všech podaných projektů zpracovaných ve spolupráci s Raven EU Advisory bylo přes 60 % úspěšně zrealizovaných. Raven EU Advisory se stala dceřinou společností České spořitelny v červnu 2007.

(tz)

Odstranění zápachu nejen u dokumentů, ale i veškerého vybavení bytu

Nepříjemný zatuchlý zápach je velmi často přítomen nejen ve vybavení domácnosti, které bylo, byť jen nepřímo, zasaženo požárem. Nalezneme ho například i u archivních materiálů, které jsou dlouhodobě uskladněné ve sklepních prostorách, kde



Vzorek ozonizovaných materiálů

je vlhko a nedostatek vzduchu. Je samozřejmě typický i u dokumentů zaplavených při povodních, které jsou v řadě případů po vysušení cítit tímto typickým „po-povodňovým“ zápachem. Tento zápach znepříjemňuje a mnohdy i znemožňuje další využití dokumentů a nelze se ho v podstatě žádným známým způsobem zbavit. V konečné fázi nám zůstává pouze poslední nepříjemné rozhodnutí: zasažené knihy či sedací nábytek zlikvidovat a pořídit si nový.

Z tohoto důvodu byla pro trvalé odstranění tohoto zápachu navržena technologie ozonizace, jejímž principem je krátkodobé uložení zasažených předmětů a archiválií do prostředí se zvýšenou koncentrací ozonu.

Společnost BELFOR se snaží nejen v zahraničí, ale i v České republice nabízet klientům vždy ten nejlepší servis. Vzhledem k tomu, že v případě ozonizace často dochází k manipulaci s archivními dokumenty, které mají určitou historickou hodnotu, požádala společnost BELFOR Národní archiv o vypracování studie, jejímž cílem bylo ověření vlivu technologie ozonizace na chemické, optické a mechanické vlastnosti různých druhů papírů a na typické záznamové



prostředky. Touto studií bylo následně prokázáno, že typický zápach u dokumentů po použití ozonizace mizí, přičemž vlastnosti dokumentu zůstávají zachovány.

Pro bližší prostudování je „Studie ozo-

nizace vlivu na archivní materiály“ uložena na webových stránkách společnosti www.cz.belfor.com.

Ing. Romana Villagomez Kopečná, prokurista

➞

České pivovary v roce 2008 úspěšně, podíl rekordního exportu na produkci piva trvale roste

Celkový výstav piva z produkce pivovarů v České republice dosáhl v roce 2008 objemu 19 806 107 hl, což je o 0,5 % méně než v roce 2007 a druhý nejvyšší výstav v dějinách. V tuzemsku se spotřebovalo v loňském roce 16 100 154 hl, což je o 1,3 % méně než v roce 2007. Vyvezlo se 3 705 953 hl piva, tedy o 3,2 % více než v předchozím roce, což je nejvíce v historii. Pokračuje tak trend růstu z uplynulých let. Nejvíce piva vyrobil Plzeňský Prazdroj, a. s., s pivovary v Plzni, Nošovicích a ve Velkých Popovicích, dále Pivovary Staropramen, a. s., s pivovary Smíchov a Ostrava a společnost Heineken Czech, která zahrnuje pivovary patřící dříve do skupin Drinks Union, Starobrno a Královský pivovar Krušovice. Mezi největší výstavce piva patří rovněž Budějovický Budvar, n. p., a PMS Přerov, a. s. Tyto největší subjekty vyprodukovali téměř 86,2 % veškerého piva. Výstav zbývajících pivovarů meziročně poklesl na 2 748 943 hl neboli na 13,8 % ve srovnání se 14,5 % v roce 2007.

„Ekonomické problémy světové a domácí ekonomiky celkovou produkci našich pivovarů prakticky neovlivnily a pokles domácí spotřeby je trvale nahrazován výrazným nárůstem exportu,“ uvedl Ing. Jan Veselý, výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven. „Potvrzuje se to, co tvrdíme již nějakou dobu – pozornost, kterou pivovary věnují jakosti nakupovaných surovin i používaným technologiím, produkuje kvalitní pivo, jež si své spotřebitele i za složité situace najde,“ dodal Jan Veselý.

Export piva se v letech 2000 až 2008 více než zdvojnásobil, je vyšší o 133 %, a v podstatě všechny české průmyslové pivovary exportují. Zatímco v roce 2001 činil průměrný export pivovarů 10,4 % produkce, v loňském roce již překročil 18,7 %. Tradičně nejvíce českého piva se vyváží do SRN a na Slovensko. Na dalších místech došlo po mnoha letech ke změnám. Rusko poprvé předstihlo Anglii, páté jsou USA, na šesté místo postoupilo Švédsko. Celkem je české pivo vyváženo nebo se konzumuje ve více než 60 zemích všech světadílů. Největší zájem je o naše ležáky.

Ke změnám dochází v sortimentu vyráběného piva. I když se stále produkuje především výčepní pivo zejména kvůli domácí spotřebě, jeho podíl dlouhodobě klesá ve prospěch ležáků, tedy „jedenáctek“ a „dvánáctek“. Ještě v roce 2000 pivovary uvařily necelých 69 % výčepních piv, ale v roce 2008 to bylo už jen 63 %. Naopak roste spotřeba ležáků a jejich podíl vzrostl v uvedených letech z 29,3 % na více než 31 %. Ještě výrazněji narostl podíl ostatních piv – z 2,1 % v roce 2000 na 5,8 % v loňském roce. Trvale a nejdynamičtěji z nich rozšiřuje svou působnost segment nealkoholických piv. Jeho výstav se za posledních 9 let téměř zpětinašobil a v roce 2008 ve srovnání s rokem 2007 činil nárůst spotřeby přes 16 %; dosáhl objemu 579 tisíc hl. Vyrábí se nejméně 23 značek v 21 pivovarech. Po období poklesu stoupá v posledních 3 letech obliba

speciálních piv, kterých se v loňském roce vystavilo téměř 104 tisíc hl.

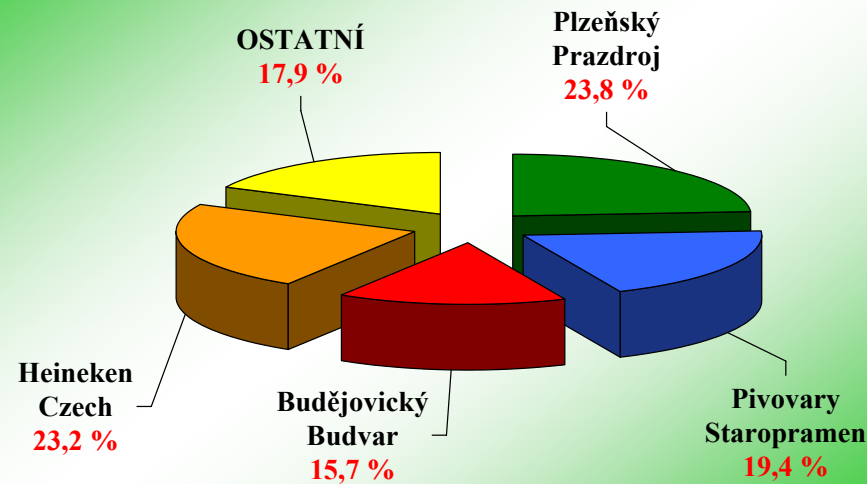
Stále menší je rozdíl v produkci piva distribuovaného v sudech a lahvích. Pokračuje trend, kdy klesá podíl piva stáčeného do sudů ve prospěch piva ve skleněných lahvích na domácím trhu i pro export. Zatímco ještě v roce 2000 převažovaly jako nejčastější obal sudy, v loňském roce se do sudů stočilo 43,3 % piva a 49,8 % do skleněných lahví. Trvale klesá popularita piva v PET

lahvích. Celkově stagnoval objem piva distribuovaného cisternami, jeho popularita však v České republice meziročně vzrostla o 5 %. Stejně tomu bylo u piva v plechovkách, které jsou u nás stále populárnějším druhem obalu.

Další informace naleznete na internetových stránkách Českého svazu pivovarů a sladoven www.cspas.cz.

(cspas)

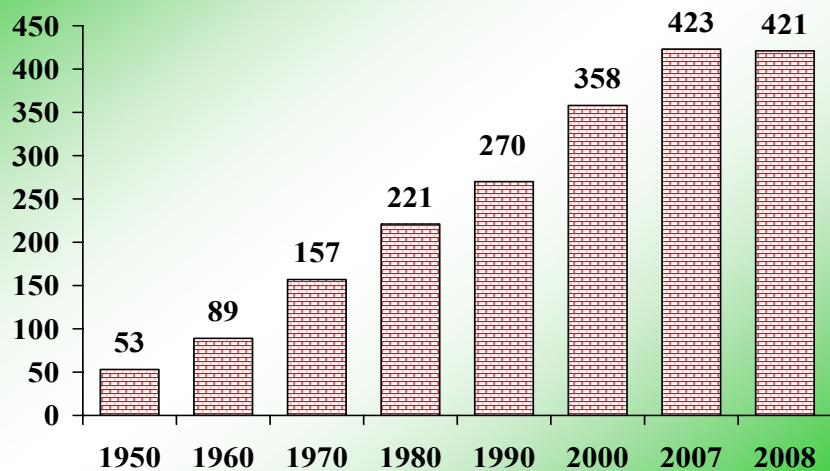
Pět největších vývozců piva v roce 2008



PORT spol. s r. o. pro ČSPS

10

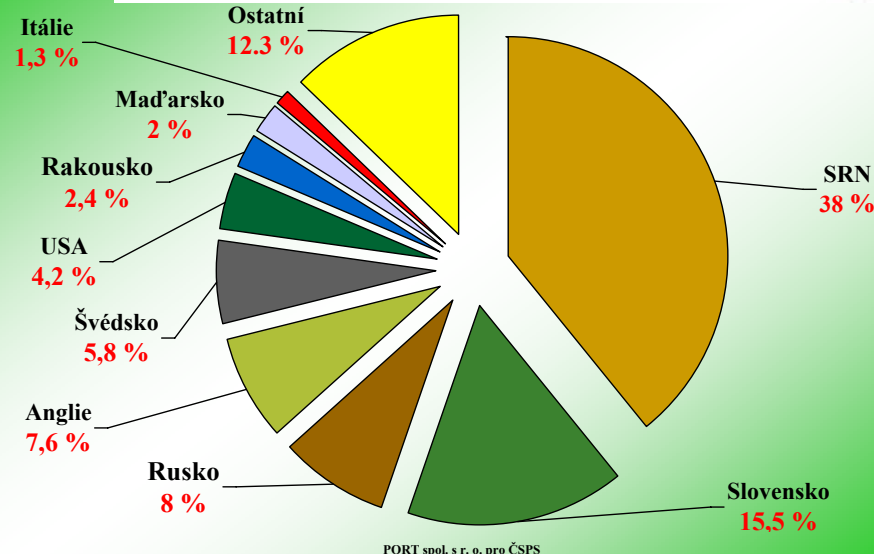
Průměrný výstav jednoho průmyslového pivovaru v tis. hl v letech 1950 – 2008



PORT spol. s r. o. pro ČSPS

4

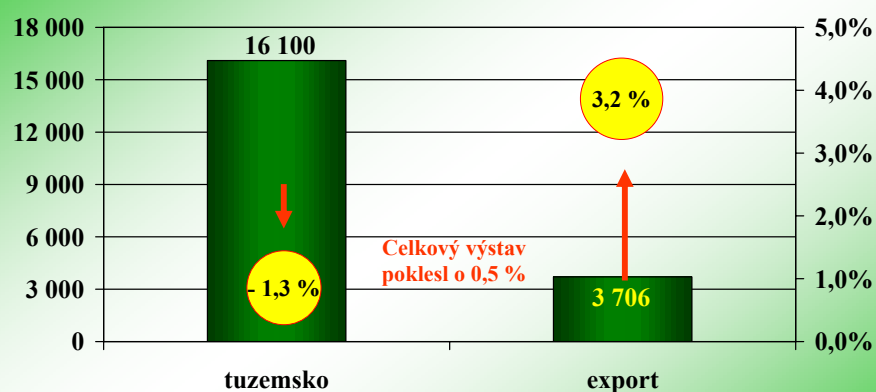
Podíly exportu českého piva v roce 2008 podle jednotlivých států



PORT spol. s r. o. pro ČSPS

12

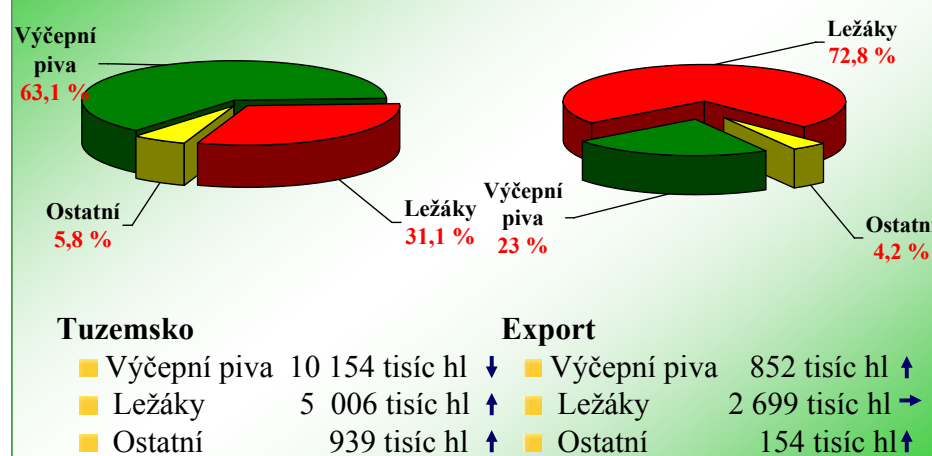
Porovnání tuzemského výstavu a exportu v roce 2008 s rokem 2007



PORT spol. s r. o. pro ČSPS

8

Výstav piva podle druhů v tuzemsku a pro vývoz v roce 2008



PORT spol. s r. o. pro ČSPS

15

Nigérie nabízí příležitosti pro zkušené exportéry

Česká interiérová společnost TECHO úspěšně dokončila další projekt v oblasti centrální Afriky. Tentokrát se jednalo o vybavení jednoho z největších bankovních domů v Nigérii – First Bank of Nigeria. V regionu střední Afriky realizovalo TECHO již desítku zakázek, dosud se však vždy jednalo o vybavení nemocnic.

Zakázka pro First Bank of Nigeria byla pro společnost novou výzvou. I přes bohaté zkušenosti z exotických oblastí se jednalo o první bankovní projekt, který TECHO v subsaharské Africe získalo. Klient si objednal kompletní dodávku řešení, od vybavení bankovní haly, přes prostory s přístupem klientů, kancelářské prostory pro zaměstnance a zasedací místnosti, až po kancelář ředitele.

Během realizace projektu nedošlo k žádným výrazným komplikacím, a to i přes to, že Nigérie má velice špatnou pověst. „Na místě je extrémně vysoká kriminalita a v noci se po ulicích příliš nepohybují ani místní. My jsme naštěstí za celou dobu žádné bezpečnostní riziko nepocítili. O bezpečnost našich zaměstnanců pečlivě dbala hostitelská britsko-nigerijská firma, jež měla na starost výběrové řízení, jakož i tamní české velvyslanectví,“ řekl Jan Petrák, ředitel pro strategický rozvoj TECHO.

Přestože se TECHO dlouhodobě zaměřuje na trhy střední a východní Evropy, má v tuto chvíli v Nigérii rozjednány již další tři projekty, v rámci regionu pak ještě téměř o polovinu více.

„Díky růstu cen ropy byl v Nigérii v mi-

nulých letech nastartován ekonomický růst, jež se mimo jiné projevil také výrazným růstem stavebnictví, na které náš interiérový obor navazuje. Proto v této zemi a v tomto odvětví vidíme do budoucna velký potenciál, ačkoli mnoho zemí světa jistě nabízí lepší podnikatelské i životní prostředí. Pro zkušené exportéry může být Nigérie dobrou příležitostí, ale začátečníkům bych tuto zemi příliš nedoporučoval,“ uzavřel Jan Petrák.

Nigérie patří k nejbohatším zemím Afriky, je šestým největším světovým producentem ropy. Ekonomické prostředí i další politické a společenské podmínky současné Nigérie vykazují podstatně vyšší potenciál k dalšímu rozvoji a růstu, než reálně existuje ve většině zemí subsaharské Afriky.

(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

Počítač v domácnosti

Jiří Lapáček

Ať nalézáte v počítači prostředek pro svou práci, studium, nebo zábavu, kniha vás naučí jej zprovoznit, ovládat, konfigurovat a prakticky využít – včetně bezpečného připojení a používání Internetu, zřízení elektronické pošty, psaní dopisů a jiných dokumentů ve Wordu, domácího účetnictví v Excelu, úpravy fotek a videa, tisku, poslechu hudby či vypalování CD a DVD.

Austrálie

Roff Martin Smith

National Geographic připravilo jedinečné turistické průvodce. Vynikají kvalitou, praktičností, vkusným designem a stovkami unikátních fotografií.

Přesvědčivá komunikace manažera

Květuše Lepilová

Dozvíte se vše podstatné o verbální a neverbální komunikaci, osvojíte si důležitá pravidla etikety. Součástí knihy je DVD, na kterém objevíte řadu komunikačních situací v různých prostředích. Za scénkami následují cvičení, pomocí nichž si ověříte, jak byste v daných situacích obstáli.

Guerilla marketing

Jay Conrad Levinson

Autor definoval touto nálepkou označené aktivity jako nekonvenční cesty k oslovení potenciálních zákazníků realizované s nízkými rozpočty, jejichž výsledkem je, že recipient věnuje kampani svou pozornost, aniž by si byl primárně vědom, že jde o propagaci. ■

Projektový management pro praxi

Stephen Barker, Rob Cole

Tato knížka se od ostatních publikací o projektovém managementu odlišuje svou velkou praktičností, srozumitelností a jednoznačnou orientací na každodenní praxi projektového manažera. Nabízí praktické zkušenosti a osvědčené rady a tipy, jak úspěšně řídit projekty, jak je plánovat, řídit rizika a kvalitu, budovat a řídit projektové týmy, vést efektivní schůzky o projektu, vyjednávat a dovést projekt k stanoveným výsledkům.

Řeč těla pro ženy

Cornellia Topf

Tato knížka s fotografiemi vám ukáže, jak své vystupování a působení na druhé zlepšit tak, že už nic nebude stát v cestě vaší kariéry. Přestane se podceňovat a skrývat a nepůjdete životem a prací se sklopenýma očima.

Jak motivovat svůj tým

Patrick Forsyth

Naučte se proto spolu s námi snížit negativní postoje a reakce lidí ve svém týmu, poznejte řadu správných a účinných stimulů ke zkvalitnění práce podřízených a osvojte si jednoduché komunikační techniky.

Úspěšná práce s týmem

Rolf Meier

Naučte se s námi 25 pravidel, prostřednictvím kterých můžete vytvořit právě takový špičkový tým, jaký potřebujete. Je jedno, zda jste v roli podřízeného či vedoucího týmu, nabízíme vám pohled na tým z obou pozic. ■

Zahraničně obchodní politika ČR

Historie a současnost (1945–2008)

Lenka Fojtíková

První kapitola je zaměřena na teoretické vymezení problému – od obecného vymezení dvou základních směrů obchodní politiky, jejich nástrojů a historického náhledu na vývoj přes uplatňování těchto politik ve světové ekonomice až po zahraničně obchodní politiku českého státu. Následující kapitoly charakterizují zahraničně obchodní politiku naší země v historicky vymezených obdobích – od poválečného vývoje po pád železné opony a dále období transformace české ekonomiky. Ve čtvrté kapitole je charakterizováno období po vstupu ČR do Evropské unie. ■

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

CzechInvest vysvětlil firmám změny na pracovním trhu

Výrazné změny, které přinesl rok 2009 českému pracovnímu trhu, byla tématem pro setkání zaměstnavatelů i státních institucí pořádáné agenturou CzechInvest v Technologickém inovačním centru ČKD Praha. Seminář navazuje na velmi úspěšnou obdobnou akci v Brně. Na oba semináře si našlo cestu přes sto zástupců významných firem podnikajících v Česku. CzechInvest pořádá obdobné semináře na různá témata v průběhu celého roku a pomáhá tak investorům, kteří již působí v České republice (tzv. aftercare), řešit aktuální problémy, které celorepublikově či v daném regionu aktuálně vyvstaly.

„První leden letošního roku přinesl spoustu novinek v zaměstnávání cizinců i v celém systému vztahů mezi firmami a státem v oblasti zaměstnaneckého práva. A právě tyto novinky jsou stále častějším tématem dotazů firem, se kterými spolupracujeme. Kromě toho se v letošním roce otevírá možnost získat na vzdělávání zaměstnanců finance z EU ze zcela nového programu EDUCA“ vysvětlila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „O aktuálnosti tématu nás přesvědčil fakt, že na úvodní pondělní seminář se nám vrátila řada velmi dobrých reakcí od lidí, kteří se setkání zúčastnili.“

Hlavními tématy obou seminářů bylo zaměstnávání cizinců, zelené karty, změny v zákoně o zaměstnanosti a také nový program EDUCA.

(tz)

NAŠE KAVÁRNA

Foxconn vede Miloslav Rut

Miloslav Rut se stal od března novým výkonným ředitelem českého zastoupení společnosti Foxconn, která patří k největším výrobcům elektroniky na světě. Na pozici nahradil Jima B. Changa, viceprezidenta společnosti Foxconn Technology Group, kterému dosud asistoval z pozice speciálního poradce a nadále mu bude přímo odpovědný.

Nový management skupiny Capgemini v ČR

Významným krokem v probíhající integraci bylo jmenování nového managementu skupiny Capgemini v České republice: Michal Kavale, CEO, Patrik Horný, Deputy CEO, Alexandra Lemerová, Chief Sales Office. Na pozici Chief Operating Officer je za rozvoj zodpovědný Ondřej Lubovský. Finančním ředitelem (CFO) byl jmenován Andreas Parusel. Ve vedení dceřiné společnosti Sophia Solutions, která je expertním dodavatelem služeb v oblasti Business Intelligence a Data Warehouse, zůstávají Jan Kadlec a Jaromír Lukáš.

Unipetrol má nového personálního ředitele

Personálním ředitelem skupiny Unipetrol se stal Krzysztof Lozinski, který v posledních šesti letech působil jako personální ředitel jedné z největších polských firem v oblasti IT, PROKOM Software S.A. Lozinski vystudoval politologii na Univerzitě ve Vratislavi.

M. Hofman Operations Managerem Arie

Novým Operations Managerem hotelu ARIA se stal Ing. Martin Hofman, který se v oblasti gastronomie pohybuje na manažerských postech již 8 let. V nové pozici bude zodpovědný za bezchybný provoz restaurace CODA, stejně jako za kvalitu služeb a spokojenost hotelových hostů. (tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Hlavním partnerem Moravské galerie v Brně opět UniCredit Bank

Moravská galerie v Brně patří mezi hlavní kulturní instituce v oblasti výtvarného umění, které jsou také v roce 2009 podporovány bankovním ústavem UniCredit Bank. Spolupráce s Moravskou galerií navazuje na loňský rok, ve kterém se UniCredit Bank objevila v Brně již ve spojitosti například s výstavami Třetí strana zdi nebo Bruselský sen a samozřejmě také jako hlavní partner nejdůležitější akce MG v roce 2008 – 23. mezinárodního bienále grafického designu Brno 2008. V letošním roce spolupráce pokračuje, a to u výstavy Múzy pod nebesy a u aktuálního projektu „Jako v zrcadle“ laureáta Ceny Michala Ranného za rok 2008 a výtvarného samouka Vladimíra Skrepla. Plánována je také prezentace díla Alfonse Muchy. (tz)

Jak zvládnout maloobchod

Jak napsal Miloš Toman, v době krize velcí obchodníci mohou snižovat ceny, mohou si dovolit nějaký čas prodělávat. Na první pohled to tedy vypadá tak, že menší maloobchodníci nemají proti globálním řetězcům šanci. Pokud si ovšem přečtete tuto knihu, zjistíte, že tomu tak být nemusí. Autor odmítá názor, že jediným konkurenčním faktorem je nízká cena, a přináší celou paletu nástrojů, které vám dopomohou k úspěchu bez ohledu na hospodářský pokles a silnou konkurenci. Autor přináší jednak nové pohledy na osvědčenou praxi, jednak se zabývá i novými tématy. Proto také knihu začíná kapitolou o postojích obchodníka a pokračuje chováním prodávачů a péčí o zákazníka. Další informace, s nimiž se běžně v podobné literatuře nesetkáte, se týkají práce s komunitami a komunikace se zákazníky mimo prodejnu. Originální je i důraz na těsné propojení kamenného obchodu a prodeje na internetu. (kčr)

Agrární komora ČR podporuje transgenní GM rostliny

Prezident Agrární komory Jan Veleba oznámil 1. dubna 2009 na tiskové konferenci v Praze, že zemědělci chtějí pěstovat transgenní nebo-li geneticky modifikované (GM) plodiny. Reagoval tak na vyjádření náměstka ministra zemědělství Ing. Hlaváče, že Česká republika bude ustupovat od GM rostlin.

„Tento názor nebyl s odbornou veřejností konzultován. Agrární komora má názor přesně opačný,“ prohlásil J. Veleba. Ústup od GM plodin v ČR a EU by znamenal podle komory ztrátu konkurenceschopnosti zemědělské produkce. „Postup Evropy připomíná rakouskou blokádu jaderné elektrárny Temelín a na druhé straně dovoz elektřiny z JE Dukovany. Je to falešná politika,“ dodal J. Veleba.

Ve světě, zejména v Severní a Jižní Americe, Jižní Africe a Asii, je patrný stále větší příklon k pěstování transgenních rostlin. Plochy GM sóji, kukuřice, bavlny a řepky se rozšířily na plnou desetinu veškeré orné půdy a přesahují 125 milionů hektarů.

Prof. Jaroslav Drobník uvedl, že snaha potlačit v Evropě pěstování GM plodin je politický, a nikoli odborný problém. Upozornil, že přes uváděné riziko se při pěstování a zužitkování GM plodin nevyskytl žádný zdravotní nebo ekologický problém.

Zemědělci požadují, aby měli přístup k GM rostlinám, protože to přináší ekonomické a ekologické výhody. Jediná schválená odrůda BT kukuřice přispívá v ČR k snížení spotřeby pesticidů, provozních nákladů a zvýšení kvality zrna. (kčr)

Německé podniky komentují:

co způsobila extrémní závislost české ekonomiky na exportu

Minulý rok se hospodářská situace v České republice výrazně zhoršila. To je výsledek konjunkturálního průzkumu mezi německými podniky v Česku, který každoročně provádí Česko-německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK).

Nálada podniků se během jednoho roku zcela obrátila. Zatímco v loňském roce označily téměř dvě třetiny dotázaných podniků ekonomickou situaci v ČR jako dobrou, tento rok to byla jen 4 %. V roce 2009 podniky žádné zlepšení neočekávají. Téměř tři čtvrtiny dotázaných naopak počítají v letošním roce s ještě dalším zhoršením ekonomické situace.

„Průzkum ukazuje, že hospodářská krize Českou republiku zasáhla velmi silně. Extrémní závislost hospodářství na exportu přivedla ČR do nepříjemné situace, kdy má svázané ruce a musí čekat, až začne růst celosvětová ekonomika,“ vyjádřil své obavy Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK.

Dobrá zpráva je, že německé podniky sice hodnotí svoji ekonomickou situaci hůře než v předešlém roce, ale pořád výrazně lépe než obecnou ekonomickou situaci v ČR.

Přesto bude rok 2009 pro německé podniky v ČR těžký; 54 % očekává nižší obrát, 40 % bude muset propouštět zaměstnance a investiční výdaje se sníží na minimum.

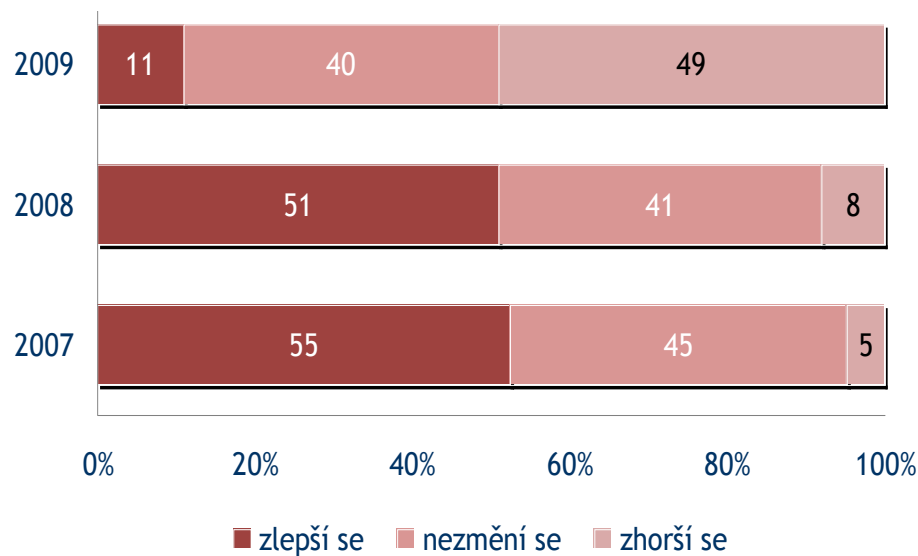
Důvodem této špatné situace nejsou nepříznivé podmínky pro podnikání v ČR, ale bezpochyby celosvětová hospodářská krize. Nicméně 86 % dotázaných podniků jasně formulovalo požadavek vůči české vládě: v ČR musí být zavedeno euro. „Euro znamená stabilitu. Podniky chtějí konečně zase spolehlivě plánovat, a ne být závislé na výkyvech směnného kurzu. Právě v době hospodářské krize může efektivní finanční plánování za určitých okolností znamenat zajištění pracovních míst,“ sdělil Bernard Bauer, který je s tímto problémem velmi dobře obeznámen na základě osobních rozhovorů s mnoha členskými firmami komory. Dotázané podniky počítají se zavedením společné měny teprve v roce 2013.

Navzdory současným problémům se neočekávají přehnané reakce nebo odchod německých podniků z České republiky. Více než 80 %

dotázaných podniků uvedlo, že by si i dnes vybraly pro svoji investici Českou republiku.

(tz)

Ekonomická situace a očekávání německých investorů v Česku



Česká leasingová a finanční asociace jednala o prioritách pro další období

Členská schůze České leasingové a finanční asociace (ČLFA) se 30. března 2009 v Praze zabývala programovými i organizačními otázkami jejího dalšího působení. Konstatovala, že v podmínkách ekonomické recese a omezeného přístupu řady podniků k úvěrům roste význam leasingu a factoringu při alokaci kapitálu, financování investic a provozu podniků

a význam nebankovních spotřebitelských úvěrů a splátkových prodejů při financování spotřeby domácností.

„ČLFA je připravena všestranně podpořit působení členských společností k posilování akceschopnosti našeho finančního trhu a k obnovení ekonomického růstu,“ uvedl při prezentaci závěrů členské schůze dosavadní předseda představenstva ČLFA

Mgr. Ing. Martin Kofroň. „I nadále bude prosazovat návrhy na zlepšení legislativního rámce nebankovních finančních produktů a působit k šíření znalostí o podstatě a využitelnosti těchto produktů. Přizpůsobila tomu i vnitřní chod asociace a strukturu rozpočtu na příští období.“

Do nového představenstva ČLFA byli zvoleni: Doc. Ing. L. Cívín, CSc. (Factoring

České spořitelny, a.s.), Mgr. Ing. M. Kofroň (ŠkoFIN, s.r.o.), Ing. J. Matula (UniCredit Leasing CZ, a.s.), Ing. M. Mitterwald (LeasePlan ČR, s.r.o.), Mgr. B. Valkořáková (Cetelem ČR, a.s.) a Ing. V. Válek, CSc. (Essox, s.r.o.).

Za nového člena ČLFA byla přijata společnost Leasetrend, s.r.o.

(tz)

Někdo se těší na krásné nové auto bez mřížky.
My víme, že se zvýhodněným pojištěním bude ještě lepší.

10% zvýhodnění povinného ručení a možnost pohodlně sledovat likvidaci pojistné události on-line. Tím Vám a Vaší firmě usnadníme život ve chvíli, kdy díky možnosti odpočtu DPH přemýšlíte o koupi nového vozu. Jaro bez nehod všem podnikatelům přeje Allianz.

Více informací na tel.: 800 170 000

Allianz – stojíme při Vás

Allianz 