

Fleetový program je významnou součástí naší obchodní strategie

Pod jakým zorným úhlem dnes vybírají podnikatelé a manažeři auta do svých firem, o tom hovoří generální ředitel Peugeot ČR Christopher Palombo

Firma bez auta je skoro jako firma bez šéfa. Zkrátka a dobře – nač myslí jenatel společnosti, když promýšlí své investice a své nákupy? Není to jen vybavená kancelář nábytkem a počítači, není to jen objekt, v němž se bude odehrávat výroba, dejme tomu, mýdel či hřebíků. K nejzákladnějším patří počítače, telefony, a samozřejmě firemní vozidla. Osobní auta i ta užitková. Je-li prostředků nazbyt, může mezi těmi služebními auty vyniknout i něco navíc – třeba kupé, tak trochu provokativní, tak trochu elegantní, zkrátka sexy. Právě v takovém, modelu 308 CC, seděl generální ředitel společnosti Peugeot Česká republika s.r.o. Christopher Palombo, když jsme připravovali otázky k následujícímu rozhovoru.

Mohl byste charakterizovat atributy značky Peugeot, které dnes zajímají vaše zákazníky nejvíce?

Věříme, že zákazníci oceňují ty atributy, které jsou pro značku Peugeot prioritou, kterých si nejvíce ceníme a nejvíce do nich investujeme. Jsou to vyspělá technologie, kvalita a ekologická účinnost vozů. Neopomeňme ani komfort, který naše vozy nabízejí a který je zákazníky tolik vyhledáván. A pak je tu také design – osobitý, přitažlivý a vyjadřující příslušnost ke značce.

Požadavky na firemní automobil, ať již jde o limuzínu, nebo užitkový vůz, se zpravidla liší od požadavků běžného kupujícího. Co dnes, v souvislosti s uvážlivějším vydáváním finančních prostředků, firmy požadují především?

Dnes více než kdy jindy nabývají na důležitosti celkové náklady na používání vozu, které kromě ceny pořízení zahrnují i náklady na provoz, údržbu, pojištění a v neposlední řadě i zůstatkovou hodnotu vozu. Toto si velmi dobře uvědomujeme a vycházíme vstříc požadavkům firemních zákazníků. Proto jim nabízíme program Peugeot Optiway. Tento program zajišťující veškerou údržbu, servisní prohlídky, výměnu opotřebovaných dílů i nepřetržitě asistenční služby zaručuje zákazníkům, že budou mít náklady spojené s užíváním vozu pod kontrolou.

Jak by podle vás měl vypadat reprezentativní automobil pro generálního ředitele velké firmy? Může být samo-



Generální ředitel společnosti Peugeot Česká republika Christopher Palombo v modelu 308 CC právě uváděném na náš trh

zřejmě nenápadný, může být svým způsobem osobitý až výstřední, podle naturelu dané osobnosti, podle oboru, jenž zastupuje... Určitě jsou i jistá, nepsaná pravidla...

Služební vůz by měl reprezentovat firmu a současně vyjadřovat určitý status jeho uživatele. Ovšem i ředitel společnosti by měl brát v potaz hodnotu celkových nákladů na používání vozu. I reprezentativní vůz se může vyznačovat nižší spotřebou. V této oblasti se i naše značka snaží naplnit očekávání zákazníků a příkladem mohou být i nedávno uvedené

vývojové změny modelu Peugeot 407 1.6 HDI FAP 80 kW – zástupce segmentu střední třídy,

u kterého se nám podařilo snížit spotřebu na 4,9 l/100 km a emise CO₂ na 129 g/km. A další technologické inovace v oblasti snižování spotřeby a emisí připravujeme.

Komfort a pohodlí jsou významnými prvky, zejména pokud musí šéf v autě strávit týdně delší dobu a pokud využívá auto jako pracovní. Jak bude vypadat automobilová kancelář budoucnosti? Lze vůbec takto uvažovat?

Komfort je skutečně významným kritériem při výběru vozu a obecně úroveň komfortu roste velice rychlým tempem. Společně s tím se zlepšuje ergonomie, rozvíjí se komunikační nástroje a možnosti připojení různých elektronických zařízení, což řidiči rozhodně usnadňuje život. Tímto směrem vývoje se ubíráme i my. Například nové technologie v modelu Peugeot 3008, jako je například způsob zobrazení informací Head Up nebo telematický systém WIP Com 3D, jsou z er-

gonomického hlediska na vyšší. Ovšem přesto si nemyslím, že lidé začnou používat vůz jako mobilní kancelář. Vůz zůstane i nadále prostředkem k přepravě, či pro mnohé pracovním nástrojem, nikoli kanceláří.

Peugeot si vždy zakládal na propracovaném, vysoce elegantním designu. Touha po dokonalém rukopise vedla až k jistému konzervatismu v tom nejlepším slova smyslu. Jaké jsou trendy do budoucna? Jaké jsou vize, a jak na ně slyší praxe?

Design je jednou z uznávaných hodnot značky Peugeot. Náš styl se neustále vyvíjí a nemohu teď prozrazovat, co připravujeme do budoucna. Naším záměrem je, aby design představoval určitou trvalou hodnotu, vyjadřoval dynamiku a osobitost, aniž by musel nutně zabíhat do výstřednosti či futurizmu.

pokračování na str. 5 ►

součástí vydání je

PROSPERITA
Madam Business®

BeneFIT – pojištění, které vám přinese peníze za všech okolností



Generali Pojišťovna a.s. přišla na trh s novým produktem, který nejen kryje rizika, ale při bezškodním průběhu dokonce i vrací část peněz. Produkt BeneFIT je jediné rizikové pojištění, které vám přinese peníze v každém případě. Pojistná smlouva BeneFIT totiž garantuje, že při bezškodním průběhu dostanete zpět v hotovosti bonus ve výši až 25% zaplaceného pojistného.

Každý z nás je denně vystaven různým druhům nebezpečí. „I když si myšlenky na možná rizika nepřipouštíme, jako rozumní a zodpovědní lidé bychom s nimi měli počítat a pojistit se pro případ, že nás nějaká nepříjemná událost potká,“ radí Petr Hájek, vrchní ředitel úseku Product management & Operations a dodává: „Rodinné pojištění BeneFIT jako první nabízí kromě individuální pojistné ochrany i vrácení části pojistného jako bonus za to, že pečujete o své zdraví.“

Pojištěná rizika:

- Denní odškodné za dobu nezbytného léčení úrazu
- Denní odškodné za dobu léčení vyjmenovaných úrazů
- Trvalé následky úrazu s progresivním plněním
- Hospitalizace následkem úrazu
- Odškodnění definovaných úrazů s asistenčními službami (ojedinělé na trhu)
- Smrt
- Smrt úrazem vč. smrti při autonehodě (novinka v pojistných rizicích)

„Pojištění lze sjednat pro 1–8 osob ve věku od 0 do 70 let,“ vysvětlil Product Manager Ladislav Wagner. Přitom pojištění vůbec nemusí být z jedné rodiny. Jediná smlouva tak může provázet vaši rodinu nebo skupinu blízkých přátel po celé generace. K čemu vám však taková smlouva bude, když se nikomu nic nestane? V takovém případě dostanete zpět bonus ve výši až 25% ze zaplaceného pojistného, a to v hotovosti, nikoli jen formou přislíbené slevy.

S pojištěním BeneFIT se však pojí i řada dalších výhod: sleva až 35% pro každou pojištěnou osobu, sleva až 30% z pojistné smlouvy za počet pojištěných osob, dvojnásobné plnění v případě smrti úrazem nebo v důsledku autonehody, výplata pětinásobku pojistné částky v případě trvalých následků při stoprocentním stupni invalidity, výplata dvojnásobku pojistné částky denního odškodného za bezprostřední hospitalizaci v důsledku úrazu, bezplatné pojištění paušálních částek (například za jízvy nebo ztrátu zubů, u dětí i za zlomeniny), možnost změn v průběhu pojištění s ohledem na aktuální potřeby pojištěného a v neposlední řadě i rychlé posuzování medicínských rizik.

(tz)

Prosperita je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů anebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

Z OBSAHU

- | | |
|----|--|
| 3 | Protikrizové balíčky by neměly skončit v propadlišti dějin |
| 7 | Bez flexibilnějšího pracovního trhu a změny systému vzdělávání nebude ČR konkurenceschopná |
| 9 | O partnerství, které zdobí |
| 11 | AUTOSALON BRNO 2009 – novinky automobilového světa a nevšední zážitky |
| 18 | CzechTrade chrání svou značku |

VÍTEJTE NA WWW.

Jaký bude internet

Denně se setkáváme s množstvím informací o tom, jak se bude vyvíjet vztah firem k internetu, například z pohledu investic, využívání vně i uvnitř společnosti, ve vztahu k reklamě apod. Bylo by nešikovné roli elektronického média přeceňovat, ale jedno je jisté: jde-li o nejrychlejší a nejpřístupnější linku v komunikaci pro celý svět, budou muset i firmy ve využívání této možnosti postupovat pružněji. Jedním z účinných kroků je optimalizace webových stránek, která napomáhá zdokonalovat marketing a obchod. Více si přečtěte na www.prosperita.info.

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: 15. května 2009
Datum distribuce: 18. května 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 Krmášek, mobil: 723 613 330
e-mail: milo.krmasec@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

Chřipka

Tak k nám z Mexika dorazil hysterický virus. Je nesmírně nakažlivý a neohrožuje počítače, ale osoby, kteří proti němu nemají ještě vytvořeny protilátky. Hříža! Pustím televizi – prasečí chřipka. Přepnu na jiný kanál – chřipka. Vypínám televizi. Přestal jsem poslouchat oblíbenou rozhlasovou stanici, protože za každou druhou písničkou se dozvídám, o kolik se během několika minut nakazilo víc lidí chřipkou. Noviny, internet, zprávy v mobilu, všude se na mě valí vepřová pandemie. Rozhodl jsem se, že se opevním ve svém soukromí. Jenže nejsem poustevník a mezi lidmi musím. Když potkám v metru Japonce s rouškou, otočím se zády. Zapojím přehrávač mp3, nasadím sluchátka a pohled zapíchnu do stránek románu. Sláva, zatím v něm ještě nikdo chřipku nedostal. Na malé rodinné oslavě mezi sourozenci a jejich životními partnery, vlastními a vyženěnými dětmi, jsem si myslel, že budu v bezpečí. Omyl, hlavním tématem byla chřipka. Pochopil jsem. Dokud v nás média nevytěstují imunitu vůči této zákeřné chorobě, nebude jinak. Teprve pak se začneme zabývat všedními starostmi, jakými jsou důsledky hospodářské krize.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Slibná porce faktů

Na té pozvánce vlastně nic nebylo – deklarovala jen, že se bude hovořit na takové a onaké téma a že ji pořádá Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR 6. května v Praze. Jenže v tom byl ten fůrek: program tiskovky byl o něčem. Na aktuální a zajímavou notu – mýty a fakta o maloobchodních řetězcích, zákon o významné tržní síle a jejím zneužití a také vliv Mexické chřipky na spotřebitelské chování a maloobchod. Pro novinářskou obec slibná porce faktů. A tak to má být. Proto hodnotíme známkou číslo 1. **(rix)**

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 priznání všeho druhu a řadu dalších služeb ekonomických a daňových (podnikatelské plány, úvěry, ekonomické vedení firem, krizové řízení apod.)

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

QUALITY – 18. ročník

Ani se tomu nechce věřit, ale 18. ročník konference QUALITY probíhá právě ve dnech, kdy dostáváte naši Prosperitu na stůl. Pořadatelem je DTO CZ, s.r.o. pod taktovkou prof. Ing. Růženy Petříkové, CSc., ředitelky DTO CZ, a jejího sehraného týmu. Čeští i zahraniční odborníci,

NAŠIMI STÁLÝMI PARTNERY JSOU

- Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest
- Agrární komora ČR
- Asociace českého papírenského průmyslu
- Asociace českých pojišťovacích makléřů
- 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

špičkoví manažeři, pegagogové i studenti – ti, kteří se hlouběji, než bývá běžné, zabývají otázkami kvality a aktuálními trendy v řízení, hledají odpovědi na řadu žhavých otázek dneška. Akce se koná 19. až 20. května v Ostravě a pořádaná je v rámci Národního programu kvality 2009.

(rix)

Plodiny budoucnosti přicházejí

Rostliny, do jejichž genetické informace vložili inženýři nové vlastnosti, představují budoucnost zemědělství. Dokáží totiž bez pesticidů nebo s omezením chemických postřiků odolávat škůdcům, chorobám, plevelům i suchu a dalším nepříznivým podmínkám. Takzvané geneticky modifikované organizmy GMO mohou dostat gen odolnosti a nebo získat jiné výhodné, například krmivářské a výživové vlastnosti. Rozšíření

GM plodin ve světě, například kukuřice, sóji a bavlny, postupuje velmi rychle. Také Česká republika se může pochlubit tím, s jakým tempem se rozšiřuje pěstování povolené odrůdy GM kukuřice. Zemědělcům přináší řadu ekonomických a ekologických výhod. Geneticky modifikované rostliny však mají i své odpůrce, a zejména Evropská unie zavádí vůči zavádění nových GM odrůd tvrdé regulace.

Jsou však GMO skutečně nebezpečné? Mohou ohrozit náš ekosystém, tradiční zemědělství nebo lidské zdraví? Z nedostatku informací nebo záměrných dezinformací mohou vznikat nesprávné představy, nebo dokonce obavy veřejnosti. Ředitelka vnějších vztahů společnosti Monsanto Miluše Dvoržáková odpovídá na nejčastěji dotazy o GMO v rozhovoru, který přinášíme v příloze Prosperita Madam Business. **(kčr)**

Ať vás každý okamžitě najde!

premium
PROSPERITA.INFO

Server pro firmy i profesní organizace

www.premium.prosperita.info

Portál
Představuje
jednoduchou
elektronickou
křížovátku kontaktů
a základních
informací.

HLEDEJ!

Redakční rada pracuje ve složení: Ing. 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.

Protikrizové balíčky by neměly skončit v propadlišti dějin

Petr Kužel stojí v čele Hospodářské komory České republiky pouze rok, ale v období, které je pro podnikatele od vzniku této organizace vůbec nejtěžší. Firmy se musí vyrovnat s dopady ekonomické recese, navíc jsou ohrožena protikrizová opatření, jimiž jim stát chtěl podat pomocnou ruku. Z rozhovoru s nejvyšším představitelem komory je znát, že jedinou současnou jistotu pro business představuje vlastně nejistota, co se bude dít dál. Přesto odpovědi prezidenta Hospodářské komory ČR Petr Kužela nezní pesimisticky.

Jak hodnotíte současnou situaci českých firem? Kdo má šanci obstát ve ztížených ekonomických podmínkách a kdo půjde z kola ven?

Přízně si bez obalu, že současná situace není nikterak růžová. Počet lidí bez práce se zvyšuje a klesá průmyslová výroba stejně jako obrat zahraničního obchodu. Tyto jevy se samozřejmě odrážejí na situaci českých firem. Některé z nich zatím těmto problémům čelí úspěšněji, některé hůře. Vše záleží i na schválení různých protikrizových opatření, která se pak projeví i v těchto podnicích, například ve zvýšení počtu zakázek nebo úspore finančních prostředků. Větší šanci na přežití bez větších ztrát mají odvětví jako potravinářství či zpracovatelský průmysl, u dalších záleží na tom, zda se jim podaří najít nová odbytiště, například v zemích mimo Evropskou unii.

Pokládáte protikrizová opatření vlády za správná? Čím se podnikatelské sféry dotýká nestabilní politická situace a jaké řešení současné politické krize Komora preferuje?

Už samotnou skutečnost, že politici se snaží přijít s návrhy na řešení krize, samozřejmě vítáme. Bohužel některé nápady nám připadají spíš jako lákadla předvolební kampaně, než lék na současné hospodářské problémy. Nicméně návrhy jako zrychlení odpisů či snížení odvodů na sociální pojištění mají naši plnou podporu. Sami jsme též iniciovali některé návrhy, jako například možnost pro podniky platit DPH za zboží, až za něj obdrží zaplacen. Jinak samozřejmě politická nestabilita má své dopady na podnikání, ať už to je například kolísavost kurzu, nebo potenciální nebezpečí odlivu zahraničních investic. Dopady krize, které se k nám přelily z USA a západní Evropy, však mají na naše firmy mnohem větší vliv než nestabilita politická.

Budete co nejdříve jednat s novým úřednickým kabinetem premiéra Fischera? Co od něj očekáváte?

Přestože vládní provizorium nebude mít politický mandát, očekáváme, že úřednická vláda důstojně dokončí započaté předsednictví. Co se týče protikrizových opatření, doufáme, že pod taktovkou

úřednické vlády neskončí v propadlišti dějin, ale naopak se bude snažit řadu těchto užitečných opatření dovést do zdárného konce. Samozřejmě s novým ministerským předsedou budeme komunikovat stejně intenzivně a aktivně jako se současným předsedou vlády či jeho předchůdci.

Snažíte se ovlivnit postoj bank vůči jejich firemním klientům? Mohou se zlepšit podmínky úvěrování a jak?

Postoj bank k firemním klientům je jedním z našich prioritních zájmů. Na začátku letošního roku jsem svolal na půdu Hospodářské komory České republiky historicky první kulatý stůl, za který se posadili zástupci všech významných bank v zemi a představitelé podnikatelů a oborových svazů. Naším cílem bylo přimět zástupce bank, aby tyto nepřenášely všechna svá rizika spojená s půjčováním peněz jen na své klienty, což se v konečném důsledku projevuje ve zpřísnění podmínek pro poskytnutí provozního úvěru nebo nárůstem úrokových sazeb, ačkoliv centrální banka hlavní úrokovou sazbu naopak snížila. Z toho vyplývá i odpověď na druhou část otázky: ano, podmínky pro úvěrování se tedy mohou ještě zlepšit.

Předpokládám, že hospodářská recese jen prohloubila dlouhodobé problémy, s nimiž se české firmy potýkají. Změnil se kritický postoj HK ČR k odkládání vstupu do eurozóny? Jste příznivcem Lisabonské smlouvy a co nejtěsnější integrace s EU?

My jsme byli vždy hlasitými zastánci co nejrychlejšího přijetí eura, protože kolísavost kurzu byla a stále je velkou hrozbou pro naše exportéry. Nezapomínejme, že přes 80 % našeho vývozu směřuje do zemí, kde se eurem platí. Na tomto našem postoji se tedy nic nemění. Druhou věcí nyní ale je, že se hospodářská krize negativně projeví v hospodaření naší země a Česká republika nesplní některá kritéria pro přijetí eura a náš vstup se odloží. Navíc tu v poslední době zazněla nabídka pro nečlenské země na jakési „poloviční členství“ v měnové unii, které by přišlo dříve než běžným přibližovacím procesem. Takovou nabídku jsme ale odmítli, protože když někde chceme vstoupit, tak jako plnoprávní

členové se všemi povinnostmi i právy. Myslím, že nejlepší dobu pro vstup do eurozóny jsme již bohužel propásli a nyní to bude pouze horší.

Jakým způsobem se HK ČR snaží lobovat ve prospěch svých členů v oblasti legislativy, energetické a environmentální politiky?

Hospodářská komora České republiky je ze zákona povinným připomínkovým místem národní legislativy a podílí se i na připomínkování nově vznikající legislativy EU. Naši zástupci jsou členy nesčetného množství pracovních skupin a odborných sekcí jak na ministerstvu životního prostředí, tak i v ostatních rezortech. Přes práci členů těchto pracovních skupin prosazujeme zájmy podnikatelů, ať už se jedná o oblast odpadového hospodářství, ekologických daní, energetiky a jejich dílčích odvětví, úspor energií a dotčených programů a mnoha dalších. Naši pozitivní součinnost s ministerstvem životního prostředí podporuje i Dohoda o vzájemné spolupráci, kterou jsme uzavřeli již v roce 2005 a která nás opravňuje jako jednu z rozhodujících podnikatelských reprezentací k diskuzi a úzké spolupráci na prosazování a sjednocování podnikatelských zájmů a cílů v oblasti životního prostředí.

Krize – nekrize, domácí průmysl se dlouhodobě potýká s nezájmem mladých lidí o technické obory. Připravuje se nějaké koncepční řešení?

Spolupracujeme na zlepšení této situace zejména na úrovni krajů, za všechny příklady bych rád uvedl aktivitu pražského magistrátu, který nedávno spustil motivační kampaň s názvem „Řemeslo žije“ zaměřenou na zvýšení prestiže odborného vzdělávání. Velmi aktivní je rovněž Liberecký kraj, který již delší dobu realizuje kampaň TECHyes a má ambici ji rozšířit do dalších krajů. Co se týče systémového – koncepčního řešení, tak to je otázka zejména pro státní správu. Na konci loňského roku vzala vláda na vědomí materiál Ministerstva školství mládeže a tělovýchovy ČR – Akční plán



Prezident Hospodářské komory ČR Petr Kužel

podpory odborného vzdělávání a uložila příslušným ministrům zabezpečit realizaci uvedených opatření.

Jinak máte pravdu, je to dnes skutečně narůstající problém a podniky ve všech regionech se čím dál více potýkají s nedostatkem kvalifikovaných pracovníků v mnoha technických oborech. Sehnat dnes operátora na CNC stroj nebo kvalitního svářeče je v mnoha místech téměř nemožné.

Máte za sebou rok v čele Hospodářské komory ČR ve velmi složité době. Co považujete za největší úspěch ve funkci prezidenta HK a co nyní pokládáte za svůj největší úkol?

Za svůj největší úkol považuji aktivní pomoc našim firmám nejen při řešení dopadů hospodářské krize. Jsou tu totiž stále věci, se kterými nemohu být sto procentně spokojený, a to jsou například méně dostupné a zdražující provozní úvěry nebo vysoké ceny energií. Ale i zde se nám díky pokračujícím jednáním daří tuto situaci měnit. Příkladem může být to, že právě díky hospodářské komoře mají dnes podniky možnost fixace ceny elektřiny za nižší sazbu na další roky. Za úspěch svůj i celé Hospodářské komory České republiky považuji zdařilé šíření jejího jména po světě, které zároveň otevírá našim obchodníkům cesty na zahraniční trhy, stejně jako možnosti mezistátní spolupráce na domácí půdě.

ptal se Pavel Kačer

ONDRÁŠEK INJ-JET SYSTEM spol. s r.o. rozšiřuje aktivity a roste

Společnost ONDRÁŠEK INJ-JET SYSTEM spol. s r.o. vznikla v roce 1999 a navázala na dlouholetou tradici podnikatele Aloise Ondráška. Její jednatel Pavel Ondrášek působí v rodinné firmě 15 let, předtím pracoval v bankovním sektoru. Během této doby dovedl podnikání od malé firmy, fyzické osoby, až do pozice jednoho z nejvýznamnějších hráčů na trhu popisovacích zařízení, která v současné době eviduje více než 2500 instalovaných strojů u mnoha výrobců z nejrůznějších oborů.

Činnost společnosti zajišťuje tým 25 servisních techniků a obchodních zástupců v České a Slovenské republice. Filozofií je být zákazníkům co nejbližší a co nejrychleji reagovat na jejich potřeby a požadavky s důrazem na dlouhodobé navzájem prospěšné vztahy. „Mojí vizí je poskytnout zákazníkům kompletní servis a perspektivní oboustranné prospěšné partnerství. Dosáhnout vedoucí pozice v oboru označování v České a Slovenské republice,“ prozradil Pavel Ondrášek.

Návštěvníci letošního veletrhu EmbaxPrint v Brně (19.–22. 5.) budou svědky zásadní změny, firma



Jednatel společnosti ONDRÁŠEK INJ-JET SYSTEM spol. s r.o. Pavel Ondrášek

totiž od letošního jara rozšiřuje své aktivity též o přístroje, náhradní díly, spotřební materiál a servis americké firmy Markem. V povědomí všech, kteří se zabývají označováním výrobků, je zakořeněna jednoduchá rovnice: ONDRÁŠEK INK – JET SYSTEM = Imaje. Francouzská firma tohoto jména s třicetiletou tradicí se specializuje zejména na značení jednotlivých výrobků pomocí inkoustových průmyslových tiskáren. Vlastník Imaje,

kterým je americká investiční skupina Dover Technology, si k ní před dvěma lety koupil dalšího znamenitého hráče na poli značení, společnost Markem a spojil tyto dva subjekty do jednoho celku. Cílem

akvizice bylo nabídnout komplexní služby a vyhovět různým přáním a potřebám zákaznické obce. A tak jsme právě v současné době svědky toho, že ONDRÁŠEK INK – JET SYSTEM zásadním způsobem rozšiřuje oblast své působnosti. Namísto tiskových systémů jedné značky, tedy Imaje, nabízí i produkty, které doposud dodávala na trh prostřednictvím svých zástupců pouze společnost Markem. A netýká se to jen přístrojů, nýbrž také veškerého spotřebního materiálu, náhradních dílů a především servisních služeb.

V souvislosti s barvou loga společnosti Markem-Imaje její jednatel hovoří o jisté paralele s názvem

hudební skupiny Deep Purple. „Tak jako je na poli rockové hudby skupina Deep Purple zárukou kvality, tradice a jakosti, lze stejnými přívlastky na poli značení výrobků, ať již jednotlivých, či skupinových balení, označit obě zmíněné společnosti. Podle mého mínění tím, co spojuje tyto dva naprosto rozdílné světy v oblasti podnikání, může být při troše nadsázky podoba nového loga, které vzniklo před dvěma lety v důsledku spojení firem s názvem Markem-Imaje. Jako základ loga byla vybrána purpurová barva firmy Imaje, která nabrala v novém pojetí hlubšího odstínu fialové – „deep purple“.



markem-imaje

Společnost ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM spol. s r.o. si vás dovoluje pozvat na výstavní expozici do Pavilónu F, stánek 69. Zde máte možnost poprvé vidět ucelenou nabídku výrobků firem MARKEM a IMAJE pod jednou střešou. V rámci veletrhu budou představeny tyto nové produkty:

První novinkou bude termotransferová tiskárna SMARTDATE 5. Termotransferová tiskárna je poslední generací a nástupcem velmi oblíbeného produktu SMARTDATE 3 a je schopna potiskovat PP PE fólie, savý i nesavý papír nebo karton. Pro potisk různých ploch jsou k dispozici barvicí pásy v různých kvalitách a barvách. Jednoduchá obsluha s WYSIWYG barevným touch screen displayem, bezkonkurenční rychlost tisku a nový systém úspory termopásky staví tento model na pomyslný vrchol přímého potisku fólií ve světě ve své kategorii.

Druhou novinkou na stánku bude představení systému laserového značení. Model s označením SMART LASE 110i je v současnosti nejrychlejší CO 2 laserem na trhu. Vysoké IP krytí a rychlost tisku až do 600 ks/min. představuje v tomto segmentu trhu absolutní špičku.

Třetí novinkou bude představení softwarového produktu CoLOS. V tomto případě se jedná o aplikaci umožňující napojení všech popisovacích zařízení firmy MARKEM-IMAJE do jednoho funkčního celku díky standardním rozhraním RS 232 a RJ 45. Z jednoho místa je možné monitorovat chod tiskáren na výrobních linkách, zasílat zprávy a uchovávat data o vytištěných informacích na jednotlivá i skupinová balení.

M.C.TRITON je největší českou poradenskou společností

Česká poradenská společnost M.C.TRITON podle nejnovějšího průzkumu Ipsos Tambor posílila pozici mezi tuzemskými firmami působícími v tomto oboru. Jako jediná se mezi subjekty v českých rukou přehoupla přes 100 mil Kč obrátu.

„Jsme pochopitelně nesmírně hrdí na to, že jsme posílili naši pozici a znovu zvítězili. Trh se v poslední letech velmi proměnil a pro nás je takové prvenství především důkazem spolehlivé znalosti trendů v poptávce, ale i schopnosti trh úspěšně spoluvytvářet,“ uvedl Luděk Pfeifer, spolumajitel společnosti.

M.C.TRITON v žebříčku sestaveném podle obrátu za poslední zveřejněné účetní období předstihl Consulting České spořitelny a BILLANC PARTNERS. Celkovému žebříčku poradenských společností v ČR v současné době dominuje pětice firem s ročními tržbami přesahujícími 1 mld Kč. Celkem 11 společností vykazuje roční tržby nad 100 mil Kč, prvních 10 společností podle tržeb má zahraničního majoritního vlastníka. M.C.TRITON je v celkovém žebříčku na 11. místě.

Pozice M.C.TRITON z hlediska obrátu:

- M.C.TRITON je největší poradenskou společností s českým majoritním vlastníkem

- M.C.TRITON je 3. největší poradenskou společností na českém trhu, která se specializuje na poradenství v podnikání a řízení (manažerské poradenství)
- M.C.TRITON je jedinou poradenskou společností s českým majoritním vlastníkem s ročním obrátem nad 100 mil Kč

více informací najdete na www.mc-triton.cz a nově také v rámci komunitní sítě Facebook

O společnosti M.C.TRITON

Hlavním předmětem podnikání společností působících pod značkou M.C.TRITON je manažerské poradenství a vzdělávání. Do této skupiny patří M.C.TRITON, spol. s r.o., s obchodním zastoupením ve Vídni, M.C.TRITON Slovakia, spol. s r.o., a M.C.TRITON Bulgaria, spol. s r.o. Nejdéle působící firmou v oboru je M.C.TRITON na českém trhu (od roku 1990).

M.C.TRITON, spol. s r.o. je největší českou poradenskou a vzdělávací společností, která řeší potřeby společností v oblasti růstu a zvyšování výkonu prostřednictvím služeb svých poradců, trenérů a interim manažerů. M.C.TRITON pomáhá svým klientům prostřednictvím chytrých řešení rychle implementovaných do praxe.

M.C.TRITON se umístila na 3. místě v soutěži Vodafone firma roku 2008 a stala se Štikou českého byznysu za rok 2007 v oborovém žebříčku v sekci vzdělávání.

Pořadí poradenských společností s českými majoritními vlastníky podle obrátu:					
Pořadí	Společnost	Obrát / tržby v tis. Kč	(Rok)	Zaměstnanci	Majoritní kapitál
1	M.C.Trítón, spol. s r.o.	114 938	2007	37 (c)	ČR
2	BILLANC PARTNERS ČR, s.r.o. (b)	68 000	2007	14	ČR
3	Consulting České spořitelny, a.s. (a)	59 829	2007	29 (c)	ČR
4	INVENTA, SPOL.S R.O. (b)	41 000	2006	22 (c)	ČR
5	TRIFID CONSULT a.s. (b)	40 000	2007	26 (c)	ČR
6	Strategic Consulting s.r.o.	39 526	2005	27	ČR
7	Facility s. r. o. (a)	38 472	2007	35	ČR
8	Blue Events, s.r.o.	36 715	2006	do 10	ČR
9	RAVEN EU Advisory, a.s.	27 909	2005	50	ČR
10	Alpha Management Consultants s.r.o.	26 592	2007	22 (c)	ČR

- Poznámky:
- a) V průběhu roku 2008 došlo k převzetí Consultingu České spořitelny společností Facility
 - b) Údaje zaokrouhlené na celé tisíce jsou přibližné
 - c) Počet konzultantů v manažerském poradenství

Celkové pořadí poradenských firem v ČR podle obrátu:					
Pořadí	Společnost	Obrát / tržby v tis. Kč	Rok	Zaměstnanců	Majoritní kapitál
1	Deloitte Advisory s.r.o. (a)	1 912 697	2007	621 (100 (b))	Nizozemí
2	KPMG Česká republika,s.r.o. (a)	1 578 400	2007	332	Kypr/SR
3	Accenture Services, s.r.o. (a)	1 330 471	2007	1183	Nizozemí
4	Logica Czech Republic s.r.o. (a)	1 176 991	2007	25 (b)	Nizozemí
5	PricewaterhouseCoopers Česká republika, s.r.o. (a)	1 054 364	2007	332	Nizozemí
6	Ernst & Young Audit, s.r.o. (a)	713 399	2007	211	Kypr
7	IDS Scheer ČR s.r.o. (a)	344 421	2006	170	SRN
8	A.T. Kearney GmbH – org. sl.	173 181	2006	26 (b)	SRN
9	Cap Gemini Czech Republic s.r.o. (a)	162 828	2007	40 (b)	Francie
10	McKinsey & Company, Inc. Czech Republic – org. sl.	115 839	2007	50–99	USA
11	M.C.Trítón, spol. s r.o.	114 938	2007	37 (b)	ČR
12	Roland Berger Strategy Consultants GmbH – org. sl.	98 243	2007	25	SRN
13	The Boston Consulting Group, s.r.o.	93 629	2007	10	SRN
14	BILLANC PARTNERS ČR, s.r.o.	68 000	2007	14	ČR
15	Consulting České spořitelny, a.s.	59 829	2007	29*	ČR

Pro řidiče kamionů nejsou vysoké příjmy hlavním stimulem práce

Pro dvě třetiny řidičů kamionů v České republice je nejdůležitější na jejich práci to, že je zajímavá a že mají možnost dostat se do jiných zemí. Naproti tomu dobré finanční ohodnocení a bonusy považuje za nejdůležitější ve své profesi jen zhruba 25 % řidičů kamionů.

Volný pohyb služeb - vysílání pracovníků, poskytování služeb OSVČ

Vinohradská 46, Praha 2, zasedací místnost v přízemí
Středa 17. 6. 2009

Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR si Vás dovozuje pozvat na seminář, který se bude zabývat vysíláním pracovníků a přeshraničním poskytováním služeb OSVČ v členských zemích Evropské unie. Příspěvky se budou věnovat jak příslušné legislativě, tak i praktickým příkladům, se kterými se tato síť při své činnosti setkává.

Program

09:30 - 10:00	Registrace
10:00 - 11:30	Vysílání pracovníků a přeshraniční poskytování služeb OSVČ - legislativa, sociální a zdravotní pojištění, daňové aspekty Magdaléna Vyškovská, spolupracující daňový poradce advokátní kanceláře Peterka & Partners
11:30 - 12:00	Přestávka s občerstvením
12:00 - 13:30	Vysílání pracovníků a přeshraniční poskytování služeb OSVČ - řešené příklady z praxe a diskuse Jiřka Ryšavá, Enterprise Europe Network

Vstup volný
Organizátor si vyhrazuje právo na eventuální změnu místa semináře. Přihlášené účastníky budeme včas informovat.

Kontakt pro zasílání přihlášek: Petra Šmídová, tel.: 221 580 263, e-mail: smidova@ccrr.cz, fax: 221 580 292, Enterprise Europe Network, Centrum pro regionální rozvoj ČR, Vinohradská 46, 120 00 Praha 2, www.crr.cz/lec, www.enterprise-europe-network.cz

Tento závěr vyplývá z dotazníkového šetření, který počátkem letošního roku provedl mezi 150 respondenty z různých dopravních firem v Praze, v Brně a v Prostějově dopravní expert Alexandr Mostýn ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR.

Ve výsledcích šetření se již promítl propad objemu nákladní dopravy meziročně o zhruba 30 %, v důsledku čehož se objevila nevytíženost kapacit a přebytek řidičů. Přitom ještě v polovině roku 2008 dopravní firmy zoufale vyhledávaly řidiče kamionů v zahraničí a přeláceli je v tuzemsku. I díky tomu hrubé příjmy profesionálních řidičů, včetně diet a příplatků, dosahovaly vloni v průměru 40 tisíc korun. Nyní se řidiči sami hlásí o práci, u větších dopravních firem jsou to stovky zájemců měsíčně.

„Zájem řidičů o práci v českých firmách stoupá také v důsledku snižování poptávky a nevytíženosti nákladní dopravy v okolních zemích, převážně od nás na západ. Uchazeči o práci řidičů jsou v současné době ochotni přistoupit na nižší mzdu řádově i o třetinu oproti loňskému roku a na horší pracovní podmínky,“ uvedl Alexandr Mostýn.

Co se týká otázky přeláčení konkurenční dopravní firmou, jak to bylo běžné v časech konjunkturní, na návrh by nyní kývla většina řidičů již jen v případě poměrně vysoké finanční nabídky. „Přibližně 43 % řidičů kamionů by svou firmu opustilo a přešlo ke konkurenci, pokud by jim nabídla o 10–15 tisíc korun měsíčně více a 17 % řidičů by se rozhodlo vyměnit zaměstnavatele pouze v případě konkurenční nabídky o více než 15 tisíc korun. Jen zhruba 40 % řidičů je ochotno kývnout na změnu zaměstnavatele za 5 tisíc korun a méně,“ přiblížil závěry šetření Alexandr Mostýn.

Věrnostnímu přístupu v posledních měsících nahrává i skutečnost zvyšujícího se počtu nezaměstnaných na pracovního trhu ČR a zvýšené snahy udržet si své pracovní místo, byť za cenu nižších příjmů.

Jak k výsledkům šetření uvádí Jaroslav Hanák, první viceprezident SP ČR, oslovení byli především zaměstnanci větších a středních dopravních firem, které reprezentují 15–17 % tuzemských ka-

pacit. „U dopravních firem pod pět zaměstnanců popsané zásady z velké části neplatí, neboť v tomto sektoru nejsou dodržovány principy odměňování, včetně vyplácení diet, a nejsou dodržovány zákony o pracovní době jako u větších dopravních firem,“ uvedl Jaroslav Hanák.

„Ochota k finančním ústupkům a narůstající loajalita je patrnější v současné situaci prohlubujících se dopadů globální krize na oblast nákladní dopravy o to více, že absolutní většina řidičů je ve stáří mezi 25 až 55 lety. Tedy jsou ve věku, kdy chtějí založit či už založili svou rodinu,“ uvedl Alexandr Mostýn. „Důležité je, zda se veškerá mzda vyplácí a přiznává ke zdanění nebo je pouze vyplacena její část a zbytek v tzv. dietách či stravném.“

Jak naznačuje struktura respondentů dotazníkového šetření, ve věku 24 až 35 let bylo 30 % řidičů, v kategorii 35 až 45 let to bylo 34 % řidičů a v kategorii 45 až 55 let 18 % řidičů. Tuto věkovou strukturu tuzemských řidičů nákladních vozidel potvrzují i jiná, předchozí šetření.

Uvedené dotazníkové šetření také ukázalo, že z hlediska úrovně vzdělání je největší podíl řidičů kamionů středoškolsky vzdělaný se zájmem o další zvyšování kvalifikace. Úplně středoškolské vzdělání či odborné učiliště absolvovalo 79 % respondentů. Mezi řidiči se vyskytli i vysokoškoláci, a ti činili přes 2 % respondentů.

Šetření potvrdilo hypotézu, že čím vyšší věk, tím nižší je vzdělání profesionálních řidičů.

Podstatná je informace, že s nezbytností vzdělávání v oblasti dopravy souhlasí až 77 % dotázaných. Většina řidičů směřuje do zahraničí, aby zde získali zkušenosti a prověřili si znalosti. To může být důvod, proč tak velké procento odpovědí dotázaných považuje vzdělávání za důležité a přínosné.

Čeho si řidiči kamionů v ČR nejvíce cení na své profesi (v % respondentů)	
Zajímavá práce	46
Dobré finanční ohodnocení.....	18
Dobrý kolektiv	14
Možnost cestovat do ciziny.....	11
Bonusy.....	7
Jiné.....	4
Zdroj: Šetření – A. Mostýn, SP ČR (leden 2009, 150 respondentů)	

(tz spčr)

Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

Komerční banka a obnovitelné zdroje

Státem garantovaná cena výkupu elektrické energie na 20 až 30 let nahrává rozvoji projektů využívajících obnovitelné zdroje energie, zvláště pak solární energii. Málomocný sektor nabízí tak atraktivní investici z hlediska zhodnocení a jistoty návratnosti. Komerční banka připravila nový obchodní model a sestavila tým specialistů pro financování obnovitelných zdrojů energie. Podpora ze strany státu je důležitým faktorem při rozhodování investorů o realizaci projektů. ➡

Hypotéka vzrostla o 80%

Lidé, kteří si pořizují nové bydlení v Praze a okolí, si v průměru berou více než o třetinu vyšší hypoteční úvěr než ve zbytku země. Výplývá to ze statistik Hypoteční banky, která je jedničkou českého hypotečního trhu. Hlavním důvodem jsou především vyšší ceny nemovitostí v hlavním městě. V průběhu minulých let se postupně zvyšovala průměrná výše hypotečního úvěru i délka splatnosti. Průměrná výše u Hypoteční banky v loňském roce vzrostla z 1,7 na téměř 1,9 milionu korun. ➡

UNIQA pojistí přes SMS

Pojištění před cestou do zahraničí mohou klienti UNIQA pojišťovny nyní uzavřít i přes mobilní telefon. Podobnou službu nabízí na trhu jen několik málo pojišťoven. Inovaci zavedla UNIQA v zájmu urychlení, zjednodušení a většího komfortu pro klienty. Na základě textové zprávy obdrží turista kompletní cestovní pojištění pro celý evropský kontinent a některé další hojně navštěvované destinace – Turecko, Tunisko, Egypt, Maroko a Izrael. ➡

KAPITÁL s úrokovou mírou 4%

Jednorázové životní pojištění prémiový KAPITÁL nabízí nyní Pojišťovna České spořitelny s garantovanou technickou úrokovou mírou ve výši 4 % p.a. Produkt kombinuje vysoké zhodnocení vložených prostředků s pojistnou ochranou pro případ smrti pojištěného. Pojistnou dobu pojišťovna u premiového KAPITÁLU pevně stanovila na pět let. Minimální částka, kterou musí klient do pojištění vložit, je 20 tisíc korun, maximální hodnota není omezena. ➡

Konec přetáčení tachometrů za miliardy korun – cesta k serióznosti

Největší nešvar v obchodování s ojetými automobily by se měl stát minulostí. Společnost CEBIA s.r.o. nabízí řešení, jak nekalé praktiky s údaji vozidla zjistit a jak jim předcházet. Systém nazvaný AUTOTRACER a CEBIA REPORT je už přístupný široké motoristické veřejnosti.

Stáčení kilometrů na tachometru ojetých vozidel je v České republice velmi časté. Podle kvalifikovaných odhadů se na trhu s osobními automobily objeví každý rok 200 000 případů nedovolených zásahů do počítadla kilometrů. Díky podvodnému zvyšování prodejní hodnoty ojetin si obchodníci přijdou přibližně na šest miliard korun.

„Stáčení tachometrů přináší větší zisky než krádeže aut,“ uvedl ředitel společnosti CEBIA Ing. Martin Pajer.

Nejde jen o manipulaci s tachometry, jejíž pravděpodobnost je 40%. Obchodníci také každé třetí nabízené vozidlo omlazují alespoň o rok a v 21 % případů zamlčují generální opravu po velké havárii. Často se také falšují identifikační údaje vozidel.

Všechny nezákonné praktiky může odhalit nový informační systém AUTOTRACER. Pro motoristy znamená jednoduchý přístup k informacím, možnost ověřit si o vyhlédnutém voze důležité skutečnosti, např. typ,

rok výroby, záznamy o servisu a opravách, zabezpečení a prověření, vývoj stavu tachometru apod. Umožňuje výběr ojetých automobilů s prověřenou a čistou minulostí.

Díky tomu CEBIA očekává, že se zásadně zvýší kvalita prodáváných vozidel z druhé ruky na českém trhu a že mnohé autobazary skončí.

Poctiví prodejci ojetin už služby CEBIA vyhledávají. Nechávají si online prověřit původ všech vykupovaných vozů a doklad – Osvědčení CEBIA REPORT přikládají ke každému nabízenému vozu. Patří k nim i jeden z největších autobazarů v ČR AUTO ESA.

(kčr)

Cestovní pojištění UNIQA nyní i prostřednictvím SMS

Pojištění před cestou do zahraničí mohou klienti UNIQA pojišťovny nyní uzavřít i přes mobilní telefon. Podobnou službu nabízí na trhu jen několik málo pojišťoven.

Inovaci zavedla UNIQA v zájmu urychlení, zjednodušení a většího komfortu pro klienty. Na základě textové zprávy obdrží turista kompletní cestovní pojištění pro celý evropský kontinent a některé další hojně navštěvované destinace – Turecko, Tunisko, Egypt, Maroko a Izrael.

Výhodou je, že tato forma cestovního pojištění není vázána na otevírací dobu prodejních poboček a není ani závislá na přístupu k internetu. Lze ho uzavřít kdykoli před překročením státní hranice ČR. Cestovní pojištění UNIQA prostřednictvím SMS platí ode dne uvedeného v textové zprávě, a v případě sjednání na poslední chvíli před odjezdem od okamžiku provedení platby

pojistného. Mohou ho uzavřít osoby ve věku 0–65 let pro turistické cesty. Klient obdrží zpět potvrzující textové zprávy, jejichž obsahem je cena služby (platí se z telefonního účtu držitele mobilního telefonu) a číslo pojistné smlouvy s kontaktním telefonem na asistenční službu. V případě, že zasláná SMS žádost o cestovní pojištění nesplňuje potřebné náležitosti, dostane klient upozornění se specifikací chyby.

Pojištění prostřednictvím jedné SMS lze uzavřít až na 1–9 dnů za cenu 50–300 korun na osobu. V případě delší cesty lze zaslat více SMS s návaznými daty. Klientovi poskytne UNIQA následující krytí:

- pojištění léčebných výloh do výše 2 milionů korun
- pojištění asistenčních služeb do výše 2 milionů korun
- úrazové pojištění pro případ smrti do výše

150 000 korun a pro případ trvalých následků do výše 300 000 korun

- pojištění odpovědnosti do výše 1 milionu korun
- pojištění zavazadel do výše 15 000 korun
- zimní sporty připojištěny automaticky

Pro případnou pojistnou událost je klientům k dispozici vyškolená asistenční služba, která pomůže řešit každou nouzovou situaci v českém jazyce 24 hodin denně, popřípadě zorganizovat nebo projednat potřebné kroky a opatření přímo se záchranáři, lékaři a dalšími zúčastněnými subjekty v zahraničí. Pro hlášení pojistných událostí a jejich úhradu ze strany UNIQA platí stejná pravidla jako u běžného „papírového“ nebo on-line cestovního pojištění.

více podrobností o způsobu sjednání smlouvy na www.uniqa.cz

(tz)

DIRECT už není pojišťovnou jen pro motoristy

DIRECT Pojišťovna, jediná online pojišťovna na českém trhu, výrazně rozšiřuje své produktové portfolio. Kromě pojištění motorových vozidel nově nabízí i pojištění majetku a odpovědnosti občanů. Počínaje 27. dubnem 2009 si tak klienti mohou u DIRECTu po telefonu (od června 2009 také na internetu) pojistit svůj byt, rodinný dům či chatu.

„Pojištění majetku a odpovědnosti je základem pilířem produktového portfolia každé pojišťovny, která chce svým klientům poskytovat komplexní služby. Obdobně

jako naše zahraniční sesterské společnosti plánujeme i my postupně rozšiřování nabídky našich služeb tak, abychom pokryli klíčové oblasti neživotního pojištění,“ řekl generální ředitel DIRECT Pojišťovny Ján Čarný.

V rámci nového pojištění majetku si lze sjednat pojištění nemovitosti (pojistná částka max. 15 mil. Kč), pojištění domácnosti (pojistná částka max. 1 mil. Kč) a také pojištění odpovědnosti občanů. Komplexní pojistné balíčky MINI, OPTI a MAXI kombinují různé varianty ochrany majetku proti ži-

velním událostem, odcizení, vandalizmu či vodovodním škodám. V ceně všech balíčků klient navíc získá asistenční služby pro případ havárie, a to včetně úhrady materiálu, a pojištění zahrady. To kryje např. poškození porostů, přenosného zahradního nábytku, dekorativních předmětů či grilu. Samozřejmostí je pojištění majetku na nové ceny.

Stejně jako u produktů pro motoristy poskytuje DIRECT Pojišťovna u pojištění majetku bonus za bezeškodní průběh – za každý rok trvání pojištění bez pojistné události získá klient 5% slevu na pojistném. Všichni

Tisíc korun od Alza.cz za příspěvek ekologii – šrotovné jinak

Společnost Alza.cz a.s. spustila v květnu kampaň na podporu ekologické likvidace nepotřebné elektroniky. Pokud zákazníci odevzdají na pobočce Alza.cz starou televizi, notebook nebo počítač, bude jim vyplacen příspěvek ve výši 1000 Kč.

Alza.cz motivuje své zákazníky pomáhat životnímu prostředí. Proto v květnu odstartovala kampaň, kdy všichni, kteří nakoupí novou televizi, notebook nebo počítač, mohou získat příspěvek 1000 Kč. Stačí aby na kterékoliv pobočce Alza.cz předali ekologické likvidaci starý výrobek. Získaný obnos mohou zákazníci použít buď na okamžitý nákup nového zboží, nebo jim bude částka zaslána na bankovní účet. Odevzdaná stará elektronika bude roztříděna a následně ekologicky zlikvidována.

Společnost Alza.cz dlouhodobě podporuje projekty, jejichž cílem je zlepšení kvality života lidí. Kromě charitativních akcí se však chce rovněž soustředit i na propagaci ekologického chování občanů České republiky. Do uvedené kampaně bude společnost Alza.cz investovat miliony korun. „Jako lídr trhu chceme jít příkladem a v květnu odměnit všechny zákazníky, kteří svým odpovědným chováním přispějí k ekologické likvidaci odpadů,“ řekl Jan Samko, marketingový ředitel Alza.cz. „Jsme mladý tým a záleží nám na tom, abychom po sobě nenechali dalším generacím spoušť.“



(tz)

► pokračování ze str. 1

Do jaké míry spoléhá vaše značka v České republice na firemní klientelu? Kupují si vaše auta dnes více „šéfové“, kteří reprezentují, anebo živnostníci?

Firemních zákazníků si samozřejmě velice ceníme. Fleetový program je významnou součástí naší obchodní strategie. Neustále na něm pracujeme, vyvíjíme ho a přizpůsobujeme požadavkům našich klientů. Široké portfolio našich zákazníků tvoří firmy různých velikostí a zastoupení Peugeotů ve vozovém parku firem je poměrně významné. Avšak top management firem často volí spíše luxusní vozy vysoce prémiových značek.

A jak to vypadá s malými auty pro ženy či jako družnými do rodiny?

Značka Peugeot se může pochlubit širokou nabídkou malých vozů a v současné

Služební vůz by měl reprezentovat firmu a současně vyjadřovat určitý status jeho uživatele.

době tato řada nabývá na významu. Například oblíbený Peugeot 207 si drží vedoucí pozici v segmentu B na západoevropském trhu. Na tomto trhu je také třetím nejprodávanějším modelem v rámci všech segmentů osobních vozů a všech značek. Malým vozům vděčí značka Peugeot také za prvenství mezi konstruktéry v oblasti produkce vozů s nízkými emisemi CO₂.

Letošními novinkami budou modely...

Právě jsme na český trh uvedli atraktivní Peugeot 308 CC. Zhruba měsíc po něm přijde crossover 3008. A od poloviny března letošního roku je na trhu také model 206+.

Čím se snažíte uspět v konkurenčním prostředí a jak se budete věnovat věrným zákazníkům?

O zákazníky bojujeme ne-



jen cenou, ale i nabídkou služeb. Klíčem k úspěchu je kvalita těchto služeb. Na to klademe důraz a věnujeme značné úsilí sledování úrovně kvality služeb, které naše koncesionářská síť poskytuje, a práci na permanentním zvyšování této úrovně.

Změní se něco podstatného ve financování vašich automobilů?

S našim partnerem Bankou PSA Finance v současné době pracujeme na naší aktuální nabídce a na přípravě nových finančních produktů.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Druhotná platební neschopnost firem se zhoršuje, na špičce neplatičů je stát

Platební morálka firem se výrazně zhoršuje, podle únorového průzkumu hospodářské komory tři ze čtyř firem platí pozdě a podnikatelé chtějí po vládě, aby se touto situací vážně zabývala. Problémem je paradoxně dnes i to, že na špičce žebříčku neplatičů stojí právě stát. Pozdní platby ze strany státu jdou do miliard korun, jen na Ostravsku dluží stát firmám, které se podílejí na výstavbě dopravní infrastruktury, více než 1 mld. Kč. Hospodářská komora proto doporučuje změnit stávající zákon o veřejných zakázkách tak, aby splatnost obchodních plnění byla maximálně 30 dní, jak dnes navrhuje i Evropská komise v rámci Směrnice o pozdních platbách.

„Zhoršování platební morálky firem je důkazem toho, že mnoho firem dnes čelí existenčním problémům, způsobeným dramatickým propadem objemu výroby a zakázek. Navíc přestávají včas platit i firmy, které doposud žádné problémy neměly. V momentě, kdy se tento problém takto plošně rozšíří, stává se z něho začarovaný kruh, který ohrožuje i zdravé firmy,“ řekl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„Tuzemské podniky mají obrovské problémy s tím, že stát neplní včas své závazky a platí pozdě. Stát by měl jít naopak příkladem, protože když nedodržuje zákony stát, pak je nedodržuje nikdo. Namísto toho je

stát na špičce žebříčku druhotné platební neschopnosti a v době krize tak zhoršuje oběh peněz ve firmách. Nejvíce postiženy jsou zejména malé a střední subdodavatelské firmy, které mají okamžité náklady, ale musí velmi dlouho čekat na platbu za odvedenou práci. Situaci nepomáhá ani zastavování financování podniků ze strany bank. Navíc už ve výběrových řízeních na veřejné zakázky si stát diktuje a dává do podmínek, že doba splatnosti může být delší, než je v běžných obchodně-závazkových vztazích obvyklé. Není nic mimořádného, že stát platí ve lhůtě 240 dní, což je velký extrém. Podobným problémům dnes firmy čelí i ze strany měst a obcí, které kvůli tomu, že dostávají později peníze od státu, pak

pozdě platí firmám,“ doplnil Petr Kužel. „Navíc se dnes zastavují stavby, kde již proběhlo výběrové řízení a stavby byly již oficiálně zahájeny, jako se to stalo například u výstavby nového úseku silnice z Ostravy do Opavy – Mokré Lazce. Pokud se toto zlepší, bude to mít pro firmy větší efekt než srotovné,“ doplnil viceprezident Hospodářské komory České republiky Pavel Bartoš.

Hospodářská komora trvá na tom, že nejlepším receptem na úspěšné řešení současné zhoršující se platební morálky firem je změna režimu platby DPH, kdy firmy nebudou moci uplatnit odpočet DPH do doby, než zaplatí fakturu. Myslíme si, že v současné době by toto jednoduché opatření bylo velmi účinným a efektivním nástrojem pro zrychlení plateb a tím oživení cash-flow ve firmách. Na příjmovou stránku ze strany státu to nebude mít žádný dopad, ale fungujícím firmám to výrazně pomůže.

V únorovém průzkumu hospodářské komory odpovědělo na otázku „Projevíla se hospodářská krize u vás tím, že vám

odběratelé či zákazníci platí později, než jak bylo sjednáno?“ plných 75,2 % firem kladně. Pouze 24,8 % firem nemá problémy s placením svých závazků či pohledávek. Téměř 30 % firem uvedlo, že se jedná o desítky tisíc korun, podle více než poloviny firem (54,1 %) se jedná o stovky tisíc korun a každá desátá firma (11,9 %) konstatovala, že se jedná o miliony korun. Každá druhá firma (47,6 %) sdělila, že platí své faktury pozdě nebo žádá o odložení splatnosti kvůli nedostatku financí způsobených dopadem hospodářské krize na činnost podniku.

V kontextu zhoršující se platební morálky firem a zhoršujícímu se cash-flow podniků devět z deseti firem (91 %) v posledním průzkumu hospodářské komory uvedlo, že podporuje návrh změny režimu platby DPH, kdy firma by odváděla DPH až po zaplacení faktury. Zároveň tři ze čtyř firem (75,6 % firem) podporují návrh, aby si firma nemohla nárokovat DPH a vést fakturu v nákladech do doby, než je tato faktura uhrazena.

(tz hkčr)

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ



ZMĚNY SI ŽÁDAJÍ VZDĚLÁNÍ!

ZÍSKEJTE MEZINÁRODNÍ CERTIFIKÁT IES



1. VOX a.s.

ÚČETNÍ TERMINOLOGIE V ANGLIČTINĚ	
TERMÍN:	3. 6., 10. 6. a 17. 6. 2009
PŘEDNÁŠÍ:	Mgr. Lucie Šmídová
KÓD: 92940A	CĚNA: 7 490 Kč

MZDOVÝ AUDIT ANEB INTERNÍ PROVĚRKA MZDOVÉHO ÚČETNICTVÍ – rady a tipy od profesionálů – volný cyklus	
TERMÍN:	8. – 12. 6. a 24. – 26. 6. 2009
KÓD: 934503	CĚNA: 17 990 Kč

IFRS/US GAAP – Světové účetnictví	
TERMÍN:	9. – 13. 6. 2009
PŘEDNÁŠÍ:	Robert Mládek
KÓD: 929004	CĚNA: 18 990 Kč

POHLEDÁVKY V KOSTCE ANEB PRAKTICKÉ ŘEŠENÍ PROBLÉMU – právní, účetní a daňové hledisko KONFERENCE	
TERMÍN:	4. – 5. 6. 2009
KÓD: 951500	CĚNA: 6 490 Kč

NENECHTE SI UJÍT

ÚČETNÍ A DAŇOVÉ AKTUALITY S VĚTŠÍM ROZLETEM – sportovní a pohybová příležitost s Ing. Ivanou Pilařovou NYMBURK	
TERMÍN:	22. – 24. 6. 2009
KÓD: 926500	CĚNA: 7 990 Kč







WWW.VOX.CZ

Informační linka **226 539 670**

Teritoriální rubriky na portálu BusinessInfo.cz

Na oficiálním portálu pro podnikání a export BusinessInfo.cz jsou k dispozici informace ke všem zemím světa v tzv. teritoriálních rubrikách (Zahraniční obchod / Teritoriální informace – země). Prezentované informace jsou v jednotlivých zemích členěny do dvou částí – středová část a pravý sloupec, které se dále dělí na několik informačních sekcí. Sekce jsou v jednotlivých teritoriálních rubrikách zobrazovány podle dostupnosti a aktuálnosti informací, proto pro některé země nemusejí být v případě nedostupnosti nebo zastaralosti údajů všechny sekce zveřejněny.

Středová část rubriky

Jednotlivé teritoriální rubriky obsahují především souhrnnou teritoriální informaci (STI) pro příslušnou zemi. STI jsou vytvářeny a pravidelně aktualizovány pracovníky obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí. Cílem STI je podat v deseti kapitolách co nejkomplexnější pohled na ekonomický vývoj a trendy v dané zemi. Text STI na portálu BusinessInfo.cz je možno jednak pročitat přímo, nebo si je čtenář může stáhnout do svého počítače ve formátu PDF pro pozdější studium.

Sekce „Strategie a dokumenty k teritoriu“ má za cíl upozornit na rozsáhlejší a důležité dokumenty vztahující se k danému teritoriu – jedná se především o proexportní strategie, pravidla pro podnikání v dané zemi, náležitosti zaměstnávání cizinců nebo podmínky pro vstup na trh příslušné země.

Středová část teritoriálních rubrik dále obsahuje sekci „Aktuální exportní příležitosti“. Jedná se o prezentaci databází zahraničních poptávek, investičních příležitostí a projektů a tendrů, které se vztahují k příslušné zemi. Databáze doplňují a pravidelně aktualizují specialisté proexportní agentury CzechTrade na základě informací pracovníků působících přímo v dané oblasti.

Sekce „Články“ pak obsahuje všechny publikované články a dokumenty, které tematicky souvisejí s daným teritoriím. Články jsou řazené chronologicky a v přehledu je každý charakterizován krátkou anotací.

Pravý sloupec rubriky

Důležitou částí teritoriálních stránek jsou jejich pravé sloupce. Čtenář zde nalezne filtrované výstupy z dalších databází a především pak všechny relevantní kontaktní údaje a odkazy vztahující se k danému teritoriu.

Sekce „Aktuality z teritoria“ přináší stručné zprávy a oznámení z teritoria. Databáze aktualit z celého světa je přitom doplňována přímo v dané zemi pracovníky Ministerstva zahraničních věcí

a CzechTrade. Další sekci v pravém sloupci je Kalendář akcí, který nabízí uživatelům výběr z komplexní databáze akcí (výstavy, veletrhy, obchodní setkání, workshopy, semináře apod.) spravované redakcí portálu. Prezentovány jsou akce pořádané přímo v teritoriu, nebo akce pořádané v ČR, které s příslušnou zemí teritoriálně či tematicky souvisí.

Dále jsou uvedeny odkazy na webové stránky zastupitelských úřadů ČR v teritoriu a odkazy na stránky českých oficiálních agentur a center, pokud v příslušné zemi působí (CzechTrade, CzechInvest, CzechTourism, Česká centra). K dispozici jsou také kontaktní informace na diplomatické zastoupení příslušné země pro Českou republiku. Sekce „Důležité kontakty“ obsahuje výběr odkazů na instituce významné pro rozvoj vzájemných obchodních a ekonomických vztahů (např. obchodní komory).

Rubriky pro státy, které nejsou členy Evropské unie, poskytují snadný přístup k Databázi tržních příležitostí (Market Access Database), již provozuje EU. Pro rozvojové země je navíc v pravém sloupci zveřejněna sekce Rozvojová spolupráce, která odkazuje na informace o programové zahraniční rozvojové spolupráci České republiky, Evropské unie a relevantních mezivládních organizací (OSN a její specializované agencie, OECD/DAC, Světová banka, Mezinárodní měnový fond).

V každé zemi je pak publikována sekce „Další informace“ odkazující na internetové stránky Encyklopedie států MZV ČR a na světově uznávané stránky „The World Factbook“ provozované americkou CIA.

Jako poslední je v pravém sloupci k dispozici sekce „Související odkazy“ s proklikem na korespondující rubriku Katalogu odkazů. V katalogu jsou uvedeny vybrané odkazy na internetové stránky místních institucí či důležitých informačních zdrojů v teritoriu. Každý odkaz je krátce anotován. Modul v rubrice dále odkazuje na internetové stránky s oficiálními informacemi o vnějších a obchodních vztazích Evropské unie s danou zemí. Jednotlivé odkazy jsou redakcí portálu BusinessInfo.cz postupně doplňovány a aktualizovány.



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Elektroodpad na víc místech

Zbavit se starého a nepotřebného elektroodpadu ekologickým způsobem je stále snazší. Počet sběrných míst, kde lidé mohou vysloužilé elektrospotřebiče odevzdat k recyklaci, totiž v posledním roce výrazně vzrostl. Jen společnost REMA Systém od loňského února do současnosti nainstalovala tisíce nových sběrných boxů a kontejnerů v rámci svých projektů Zelená firma a Zelená obec. To je plná desatina z celkového počtu 10 tisíc sběrných míst, které v Česku nyní fungují. ➡

Akční sleva Hypoúvěrů

Od 15. dubna až do 31. května nabízí Modrá pyramida sníženou úrokovou sazbu Hypoúvěru a Hypoúvěru Garant o 0,3 % p.a. Toto snížení platí pro ty klienty, kteří si zároveň založí Modré konto nebo Modré konto Plus – ti, co tak neučiní, mohou počítat se snížením o 0,2 % p.a. Úroková sazba Hypoúvěru tak bude začínat již na 4,44 % p.a. a ten, kdo nemá naspověné žádné prostředky na smlouvě o stavebním spoření, může za uvedených podmínek počítat s roční úrokovou sazbou 4,74 %. ➡

Úrok Poštovní spořitelny

Poštovní spořitelna přichází se skvělou nabídkou, jak výhodně zhodnotit peníze. Od 1. dubna 2009 nabízí termínované vklady s dobou trvání vkladu na dva roky a s atraktivní roční úrokovou sazbou ve výši 3%. Termínované vklady obecně platí za vhodnou volbu pro výhodné zhodnocování finančních prostředků pro konzervativní klienty. Poštovní spořitelna se teď rozhodla těmto klientům nabídnout právě na termínovaných vkladech atraktivní úročení. ➡

Spořicí účty hitem mezi klienty

Ekonomická recese přiměla lidi hospodárněji nakládat se svými financemi. Ještě před rokem rostl objem peněz v depozitech nejvíce na běžných účtech. V posledních šesti měsících však dávají občané přednost spořicími účty. Od září 2008 do konce února 2009 vzrostl podle statistik ČNB jejich objem o 30 %, zatímco na běžných účtech o pouhých 10 %. Klienti ČSOB si od začátku roku 2009 zřídili více než 13 600 nových spořicích účtů, tedy téměř tolik, co za celý rok 2008. ➡

Bez flexibilnějšího pracovního trhu a změny systému vzdělávání nebude ČR konkurenceschopná

Pracovní trh v České republice není dostatečně flexibilní a neodpovídá potřebám podniků, které jsou pod tlakem hospodářské recese. Současně je třeba od základu změnit systém školství a rekvalifikaci na účinnější systém celoživotního vzdělávání. Jen tak je do budoucna možné zajistit přechod lidí z pracovního procesu do vzdělávacího a zpět.

Takové jsou hlavní závěry diskuze Klubu Manažera roku, které se zúčastnila třicítka zástupců podnikatelské sféry a vysokých škol. Debata v pražském paláci Žofín předcházela udělení prestižní ceny Manažer roku 2008.

Zástupci podniků se shodli v tom, že ne všechna opatření navrhovaná vládou jim přinesou potřebný efekt pro překonání negativních důsledků recese a poklesu poptávky. Zejména představitelé velkých firem zpochybnili účinnost snížení sociálního pojištění pro nízkopříjmové kategorie zaměstnanců.

K návrhu zavedení šrotovného v ČR poznamenal Radek Špicar, ředitel vnějších vztahů Škoda Auto, že toto opatření je impulzem zejména pro tuzemské subdodavatele automobilek. Ti již nyní pocítují příznivý vývoj na evropských trzích po zavedení šrotovného. K tématu podotknul jednatel sklářské společnosti SAHM Pavel Bobošík, že pokud bylo zavedeno šrotovné pro auto, mohlo by se zvážít zavedení „střešného“ pro oblast sklářství.

Na co podnikatelé upozornili, byl nárůst byrokracie a počtu úředníků, kterých je podle vyjádření účastníků debaty třikrát více než v 90. letech. Na potřebu kvalitní státní správy, infrastruktury a podnikatelského prostředí poukázal zase Jan Mühlfeit,

chairman Europske společnosti Microsoft. A to se týká i flexibility trhu práce.

Právě to, v čem se diskutující jednoznačně shodli, byla akutní nezbytnost přijetí novely zákoníku práce. Bylo by však třeba, aby došlo také k zásadní změně vzdělávacího systému v ČR a aby lidé, kteří přijdou o práci, byli vtaženi do tohoto systému. To je předpoklad pro jejich další uplatnění.

„Novela zákoníku práce by měla odpovídat potřebám současné doby. Současně by se měl najít způsob, jak rychle zaměstnance přesunout do procesu celoživotního vzdělávání,“ poznamenal Pavel Kafka, generální ředitel SIEMENS s.r.o.

V diskusi zaznělo i to, že kvůli redukci pracovních míst v řadě podniků se mění pracovní návyky zaměstnanců a jejich přístup k práci. Na druhé straně existují případy, třeba ve sklářství, kdy lidé pracovali s cílem udržet výrobu bez ohledu na nezaplacené mzdy.

Podle debatujících by protikrizové kroky měly být vyvážené v zaměření na krátkodobá a dlouhodobá opatření. A to se týká právě oblasti vzdělání.

Jak ale zajistit vhodné fungování školského systému a propojit ho více s požadavky podnikatelské sféry? Odpověď není jednoduchá.

To, že vzdělávací systém není dostatečně

propojen s podniky, naznačuje skutečnost, na kterou poukázali diskutující, že v řadě oborů a podniků i dnes chybí kvalifikované pracovní síly.

„Chybou bylo zrušení učňovských škol, napojených na podniky. To by se mělo změnit a pro nás by to bylo přínosné,“ navrhnul Jiří Cíenciala, generální ředitel Třineckých železáren s tím, že jeho podnik má v Třinci filiálku na katedrách Vysoké školy báňské.

V souvislosti s nedostatkem odborníků poukázal Radek Špicar na otevřené vývojové centrum v Mladé Boleslavi, kde je místo pro několik set kvalifikovaných pracovníků, ale dosud ne zcela obsazených. Nedostatek inženýrů a obecně absolventů technických oborů tento problém do budoucna podle diskutujících jen prohloubí.

Tématem také bylo, že spolupráce mezi školami a podniky, zejména malými a středními, není nastavena ideálně. Není nastaveno daňové či další zvýhodnění v této oblasti. Možnosti by se měly intenzivněji hledat i za přispění státu, uvedli diskutující.

Problém školského a vzdělávacího systému v ČR je i otázkou finanční poddimenzovanosti. „Karlova univerzita působí s řádově nižšími příjmy než prestižní školy v zahraničí,“ uvedl příklad Pavel Hobza z ústavu Organické chemie a biochemie. A jak zaznělo v debatě, stát stále nedostatečně investuje do výzkumu. Přitom právě věda a výzkum by měly v budoucnu hrát

U NÁS MÁ KAŽDÝ
JEDNO ZAMĚŠTNÁNÍ NAVÍC.



autor: Miloš Krmářek

I TI NEZAMĚŠTNANÍ.

rozhodující roli ve změně struktury příliš průmyslově zaměřené ekonomiky ČR.

Navíc se podle Pavla Hobzy zpozdlilo o rok získávání peněz z prostředků Evropské unie. „Ministerstvo školství a další instituce by neměly změnou vlády pokračovat v tomto zpoždění,“ vyzval politiky Pavel Hobza.

V tom je zajedno i podnikatelská sféra, neboť v budoucnu se české výrobky mohou prosadit zejména díky investicím do vědy, výzkumu a inovací. „Musíme se soustředit na inovace už nyní, bez ohledu na recesi,“ uvedl k tomu Jiří F. Grund, šéf společnosti GRUND a.s.

A jak během diskuze Klubu Manažera roku uvedl Michal Mejstřík, ředitel Institutu ekonomických studií: „Krise není jen o poklesu celkových ekonomických aktivit, ale také o strukturálních změnách. Kdo je bude schopen provést, vyjde z ní posílen.“

(tz spčr)

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 

Na moderní inspirativní spolupráci se dohodly Prazdroj a Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

Zástupci Plzeňského Prazdroje a Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR) podepsali v půli dubna memorandum o vzájemné spolupráci. Účelem tohoto strategického partnerství je zvyšování kvality produktů, rozvoj služeb a spokojenost zákazníků a konečných spotřebitelů.

Plzeňský Prazdroj a SOCR ČR mají společné zájmy v mnoha oblastech. Jedním z cílů SOCR ČR je působit na proces zdokonalování podmínek prodeje potravin, zejména v oblasti hygieny, biologických požadavků a udržitelné spotřeby. „SOCR ČR jako oborový reprezentant úzce spolupracuje s příslušnými ministerstvy a dozorovými orgány při projednávání a řešení otázek prevence a zkušeností k zajišťování bezpečnosti, zdravotní nezávadnosti a kvality výrobků a hygieny prodeje jak v obchodě, tak i v gastronomii. Je členem poradního a iniciačního orgánu vlády ČR – Rady pro kvalitu ČR – kde má také odbornou gesci nad sektorem kvalita v obchodě a kvalita v cestovním ruchu, lázeňství a hotelnictví a podílí se na řízení a realizaci programu Česká kvalita, který vytváří jednotný systém nezávislého ověřování kvality produktů,“ řekl Ing. Zdeněk Juračka, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu.



Jaromír Žáček, ředitel obchodu a distribuce Plzeňského Prazdroje (zleva) a Ing. Zdeněk Juračka, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR při slavnostním aktu

Plzeňský Prazdroj usiluje o maximální kvalitu výrobků jak při expedici, tak během vlastního prodeje konečnému spotřebiteli, o příjemné a kulturní prostředí v obchodech

i místech prodeje čepovaného piva včetně doprovodných služeb. „V této oblasti rozvíjíme například programy certifikace provozu, které svou péčí o pivo od skladování,

přes sanitaci až po techniku čepování piva jdou ostatním příkladem. Vytvíráme a zavádíme do praxe technická řešení podporující kvalitu výrobku pro konečného spotřebitele. Investovali jsme například do šetrnějšího způsobu filtrace a menších sudových balení. Naším cílem je, aby se pivo dostalo ke spotřebiteli v nejlepší kvalitě nejen v restauracích a hospodách, ale také v obchodech. To vyžaduje například kvalitní skladování v suchu a chladu. Důležité je také dobré vystavení zboží v obchodech. To vše můžeme ovlivnit sami, pomůže nám v tom ale také spolupráce se svazem obchodu,“ uvedl Jaromír Žáček, ředitel obchodu a distribuce Plzeňského Prazdroje.

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR je vrcholovým reprezentantem českého obchodu a cestovního ruchu, kterého uznávají jak podnikatelé, odborná veřejnost, státní instituce, tak i odborné evropské organizace. Plzeňský Prazdroj je respektován jako přední pivovarská společnost ve střední Evropě. Spolupráce těchto dvou subjektů proto může českým zákazníkům a spotřebitelům přinést reálné benefity.

(tz socrčr)

Znamená liberalizace likvidaci potravinářského průmyslu v České republice?

Jdete si, nalákání letákem, koupit do obchodního řetězce jogurty za výhodné ceny? Pak vězte, že avizované ceny pro vás, jako pro spotřebitele, vůbec být výhodné nemusí. Zatímco farmářská cena mléka klesla za poslední rok o více než 40% a cena placená odběratelem (tedy obchodními řetězci) potravinářům za zpracovaný výrobek klesla víceméně o stejný podíl, cena například jogurtů v regále se prakticky nezměnila vůbec. Kde je tedy proklamovaná cenová vstřícnost řetězců směrem ke spotřebiteli, jestliže zisk obchodníka z prodejní ceny činí 50–100%. Přičemž existují položky, například bílé pečivo, kdy zisk prodávajícího z prodejní ceny dosahuje 200–300%.

Nebo je libo jiný příklad, například z oblasti

masného průmyslu? Mortadela z dovozu stojí řekněme 200 Kč za kilo, naprosto shodný druh masného výrobku (typu gothajského salámu), leč české výroby zakoupíte za 75 Kč za kilo. Jeho výrobce ovšem od štědrého odběratele obdrží pouze 36 Kč za kilo.

Ptáte se, kam jdou zisky z těchto výhodných transakcí? Odpověď je nad míru jednoduchá – do mateřských centrálních obchodních řetězců, které se rozhodně nenacházejí na území České republiky. Takže nejen že je klamán zákazník příslibem nadmíru výhodných cen a potravinářský průmysl a zemědělci je ožebračováni až nestydatě nízkými výkupními cenami, ale v konečném důsledku přichází o miliardy na daních také český stát.

Celá situace má ovšem i další vážné důsledky. Systematickým tlakem na ceny dochází k postupné, leč účinné likvidaci českých potravinářských výrobců a českých zemědělců. Tento zmenšující se prostor uplatnění české produkce tak logicky snižuje konkurenceschopnost českého potravinářského sektoru i českých zemědělců. A je potřeba si uvědomit, že například v případě likvidace chovu dojných krav je šance na jeho obnovu prakticky minimální. Co to znamená? Úbytek pracovních míst v zemědělství i v potravinářství, ale také v průmyslu na tento sektor navazujícím – výrobci obalů, chemických přípravků, logistika apod. Vzhledem k tomu, že podíl pracovních míst v těchto sektorech

dosahuje až 14% na celkovém pracovním trhu, je jakékoliv snižování počtu pracovníků velmi nebezpečné.

Pokud tedy nedojde k urychlené nápravě těchto pokřivených vztahů, může rázem zmizet český potravinářský a zpracovatelský průmysl ze sektorové mapy a zároveň se radikálně sníží rozměr českého zemědělství. V konečném důsledku pak může rázem stoupnout nezaměstnanost v republice na dvojciferné číslo a stát bude marně shánět prostředky na podpory. Neexistence české potravinářské výroby pak jednoznačně znamená dovozové potraviny za patřičně vysoké ceny. A to je realita, která se týká každého z nás.

(tz pkčr)

Potravinářská komora šíří poplašné zprávy

Představitelé maloobchodních sítí sdružených ve Svazu obchodu a cestovního ruchu (SOCR ČR) vnímají tiskovou zprávu Potravinářské komory ČR ze dne 20. dubna 2009, která prognózuje likvidaci tuzemských výrobců potravin a tuzemských zemědělců ze strany obchodních řetězců, jako šíření poplašné zprávy mezi laickou i odbornou veřejností.

Uvedená zpráva obsahuje nepřesné, zavádějící a manipulační informace a podle názoru SOCR ČR je jejím skutečným důvodem vytvořit lobbyistický tlak na politické rozhodnutí k přijetí zákona o zneužívání významné tržní síly, jehož návrh je v současné době připraven k projednání v Poslanecké sněmovně parlamentu ČR. Představitelé SOCR ČR v této souvislosti opakovaně

upozorňují, že tato snaha může vést v praxi k růstu cen potravinářských výrobků prostřednictvím zvýšení zisků výrobců potravinářského zboží. Z mnohačetných jednání mezi představiteli SOCR ČR s konkrétními potravinářskými podniky kromě toho vyplývá, že iniciativu Potravinářské komory ČR směřující k přijetí zákona regulující obchodní řetězce v ČR ani zdaleka nesdílejí všichni dodavatelé potravin do obchodních sítí. Podle názoru SOCR ČR je tak uvedená iniciativa fakticky odtržena od skutečné obchodní reality.

Představitelé maloobchodních sítí sdružených v SOCR ČR se důrazně ohrazují proti nařčení, že zisky z prodeje potravin v ČR jsou systémově vyváděny do zahraničí. Finanční prostředky, a to čas-

to ve větším objemu, než ve kterém jsou z prodeje zboží v ČR vygenerovány, investují společnosti do dalšího rozvoje maloobchodu v této zemi. Svaz v této souvislosti také upozorňuje, že v současné době pracuje v oblasti maloobchodu v ČR více než 350 000 lidí, a pouze daňové odvody za zaměstnance činí ročně desítky miliard korun do státního rozpočtu. Příjmy tuzemského státního rozpočtu ve výši dalších desítek miliard tvoří i odváděné daně ze zisku, a zejména daně z přidané hodnoty. Maloobchodní řetězce se tak v podstatné míře podílejí na vytváření zdrojů na zabezpečení sociálních programů pro obyvatele ČR.

Představitelé SOCR ČR odmítají i neustále se opakující tvrzení o výši marží maloobchodu a snahu na nevěrohodných datech prokázat, že

na prodeji potravin vydělávají maloobchodní sítě značné finanční prostředky. Z oficiálních informací Českého statistického úřadu za rok 2008 například vyplývá, že průměrná marže v maloobchodu v ČR činila v loňském roce 22,6 % a oproti předchozímu roku se mírně snížila (o 0,2 %). To je zcela v rozporu s tvrzením Potravinářské komory ČR, která uvádí marže ve výši 50, 100, a dokonce i 300 %. Za naprosto zavádějící považuje SOCR ČR i příklady výrobků, jejichž spotřebitelské ceny podle názoru Potravinářské komory ČR nekopírují pokles farmářských cen nebo cen výrobců potravin. Právě v mlékárenských produktech je prokazatelné na množství výrobků, například u másla nebo mléka, že spotřebitelské ceny meziročně klesly zhruba o 50 %, tedy ještě více, než je uváděný 40% pokles cen mléka placených zemědělcům.

(tz)

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktuje nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Česká pojišťovna nejobdivovanější

Česká pojišťovna se opět umístila mezi deseti nejobdivovanějšími firmami České republiky a stala se nejobdivovanější pojišťovnou vůbec. Toto ocenění odráží fakt, že Česká pojišťovna zůstává i v době krize stabilní a silnou společností. V elitní desítku se Česká pojišťovna umístila v této soutěži již potřetí v řadě, a to na osmém místě. Žebříček byl sestaven na základě hlasování manažerů významných společností, ekonomických analytiků a zástupců profesních asociací. ➔

Rizikem nejsilnější motocykly

Majitelé nejsilnějších kubatur s objemem převyšujícím 500 cm³ představují pro sebe i ostatní řidiče nevyšší riziko dopravní nehody. Vyplývá to ze statistik, které za poslední tři roky sledovala ČSOB Pojišťovna. Téměř každá druhá nehoda způsobená motorkářem je zaviněna řidičem motorky z nejvyšší kubatury nad 500 cm³. Škodní frekvence, tedy průběh počtu zaviněných dopravních nehod vzhledem k počtu pojištěných vozidel, je v této kategorii jasně nejvyšší. ➔

Výhodné penzijní připojištění

V dnešní době stále roste zájem o možnosti, které zvýší finanční ohodnocení zaměstnanců a současně jsou nákladově a daňově optimální. Jednou z variant je poskytování příspěvku na penzijní připojištění. Pro nové klienty Penzijního fondu Komerční banky, čtvrtého největšího penzijního fondu na českém trhu, je navíc připravena atraktivní nabídka. Při uzavření smlouvy o penzijním připojištění získá každý nově pojištěný zaměstnanec zajímavou prémii ve výši 500 Kč. ➔

Škoda sbírá odpad domácností

Nový systém ekologického nakládání s elektroodpadem zavádí od poloviny dubna společnost Škoda Auto ve spolupráci s firmou Rema. Systém je určen pro odpad vznikající ve firmě a také pro drobný odpad vznikající v domácnostech zaměstnanců automobilky. Škoda Auto se tak zapojila do celorepublikového projektu „Zelená firma“. Nový systém nakládání s elektroodpadem přinese úsporu nákladů a zároveň rozšíření o sběr a likvidaci odpadu z domácností našich zaměstnanců. ➔

O partnerství, které zdobí

Jak jste se mohli dočíst na předešlé straně, podepsal Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR a Plzeňský Prazdroj velice zajímavou smlouvu o spolupráci. Její význam se dá odhadnout také jako nový směr komunikace svazu obchodu a dá se pochopit i jako příklad toho, jak má konstruktivní partnerství vypadat, má-li přinášet skutečný užitek. Nejde tedy o pouhý nástřel k posílení image obou subjektů, ani o kamarádké posezení u piva. Jedná se o projev podporující podnikání u nás, o směr, kterým mohou odborníci společným názorem na řadu skutečností docílit kýženého výsledku. Jak na celou záležitost nahlíží Ing. Zdeněk Juračka, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR? Zde jsou jeho odpovědi:

S Plzeňským Prazdrojem uzavřel Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR atraktivní smlouvu o vzájemné spolupráci. Čeho se bude týkat především?

Smlouva je zajímavá z několika hledisek. Jednak je to první partnerská smlouva, kterou SOCR podepsal a která řeší vztahy mezi dvěma silnými institucemi, samozřejmě orientovaná tak, aby výhoda byla na obou stranách. Svým obsahem se smlouva neliší od obdobných partnerských smluv, je zaměřená na různé oblasti společných aktivit dotýkajících se obou stran. Vychází z toho, že oba subjekty jsou svým postavením na trhu výjimečné jednak z titulu síly tržní pozice a také z důvodu, že se jedná o smlouvu mezi celorepublikovým reprezentantem obchodníků a silným odběratelem, jehož význam pro český trh je, jak z důvodů historických, tak i současných, neoddiskutovatelný.

Na nedávné tiskové konferenci k této záležitosti jste s Jaromírem Žáčkem, ředitelem obchodu a distribuce Plzeňského Prazdroje, uvedli, že budete vzájemně posilovat působení na zvyšování kvality produktů, hygienu prodeje apod., a to zejména z hlediska legislativy. Co to v praxi může znamenat? Pravděpodobně půjde o rovinu teoretickou...

Otázky legislativy budou jednou z priorit spolupráce už proto, že jsme společně deklarovali svůj postoj vůči tvorbě novelizované a nové legislativy, ve kterém jsme se shodli na názoru, který svaz obchodu hájí již několik let, tj. že než nová špatná legislativa je lépe legislativa žádná. Toto konstatování se týká zejména momentálně diskutovaného zákona o zvláštní tržní síle, který leží v parlamentu a čeká na svůj další osud.

Oba subjekty podporují zlepšení v té oblasti legislativy, která se týká kvality výroby a pro-sazování kvalitních výrobků. V této věci dojde zřejmě k vytvoření společné pracovní skupiny, která zváží možnosti podepsané smlouvy pro řešení problémů v této oblasti, a to jak současných, tak budoucích, a to zejména na úrovni EU.

Také jste podotkl, že partnerství s takovým subjektem, jakým uvedená firma je, zdobí. Proč jste si vybrali právě jmenovanou společnost?

Jsem přesvědčen o tom, že samotný název partnerské firmy, tj. Prazdroj, je ozdobou, a to nejen pověstí svých výrobků. Ryze české pozadí této výroby nesnižuje ani skutečnost, že tento subjekt již není českou firmou v oblasti vlastnických vztahů. Tradice, úspěšnost a pověst tuto firmu zdobí a budou ji zdobit i nadále, protože v sobě zahrnují soubor kvalitativních ukazatelů, které vysoce hodnotí jak konkurence, tak obchodníci, a zejména pak spotřebitelé. To nás mj. vedlo k oslovení právě i této firmy a k navázání prvního partnerského vztahu na této úrovni.

Škarohlídi by mohli namítnout, že svaz obchodu propaguje alkohol, že výrobci dělají skrytou reklamu a vůbec – že jde o nestoudnost první kategorie. Myslím, že byste takový názor přebil řadou argumentů.

Škarohlídi mohou a budou vždy tvrdit opak, než je pravda, a vždy najdou nějakou záminku pro kritický názor na věc. Náš svaz nebyl nikdy propagátorem alkoholu, a vůbec už ne formou skryté reklamy. Spolupracuje navíc s mnoha dalšími firmami, které alkohol vyrábějí, protože jde o komoditu, která má své zastoupení na trhu, a ať se to komu líbí, či nelíbí, budou tuto komoditu obchodníci vždy nabízet. Podpora alkoholu a alkoholizmu nespočívá v otázce prodeje, ale v problematice konzumace, což obchodník přímo neřeší. Svaz jako takový v rámci spolupráce s ministerstvem zdravotnictví i s ostatními institucemi přispívá svým dílem k odstranění nešvarů, které alkoholismus způsobuje. Rozhodně si nemyslíme, že řešením tohoto stavu může být např. určitý bojkot či vyloučení firem vyrábějících alkoholické nápoje z partnerských vztahů. Domnívám se, že spíše opak je pravdou, neb pokud je vytvořena dobrá úroveň vzájemné spolupráce, lze na její bázi řešit i některé negativní stránky věci, které přináší život.

Členové SOCR ČR mají velmi blízko k oceňování kvality – svaz je členem Rady pro kvalitu ČR a podílí se významně na rozvoji programu Česká kvalita. Chystáte se k diskuzi na toto téma s Plzeňským Prazdrojem? Mohla by být poměrně velkou inspirací...

SOCR ČR si velmi váží svého členství v Radě pro kvalitu ČR a nadále bude významně podporovat její program. Náš nový partner je ukázkou výrobce, který má kvalitu jako jednu z priorit svého působení na trhu, a pokud my k této prioritě přispějeme ještě podporou tohoto fenoménu ze strany obchodu, jsem přesvědčen o tom, že na úrovni trhu, a to nejen českého, to může působit jenom dobře.

Při podepisování smlouvy jste řekl, že program spolupráce se bude ladit podle toho, co život přinese, ale že se již např. uvažuje o přítomnosti světoznámé značky plzeňských pivařů na Družstevním dni na letošní Zemi živitelce. Zde se budou prezentovat nejen spotřební družstva (Svaz českých a moravských spotřebních družstev je členem SOCR ČR), ale také české výrobky. Mohla by to být příležitost i pro pivovar.

Je pravdou, že obecně stanovený program našeho partnerství se bude ladit, a to nejen v průběhu času, ale i v návaznosti na vývoj trhu a dle potřeb obou smluvních stran. Určitě nabídneme Prazdroji spolupráci i na výstavě Země živitelce, protože k reprezentaci českých výrobků na této výstavě náš partner může přispět svojí historickou zkušeností, významem značky i osobní kvalitou odborníků, kteří nám nabídli v rámci chystaných přednášek své služby.

Svaz obchodu má významné postavení v systému připomínkování nových zákonů či jejich novel, častokrát v praxi dokázal přimět politiky k rozumu, aby v platnost nevěřila neužitečná pravidla, která by rozvoj podnikání spíše



Jaromír Žáček, ředitel obchodu a distribuce Plzeňského Prazdroje (zleva) a Zdeněk Juračka, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR podepisovali smlouvu s radostí

brzdila. Pro Plzeňský Prazdroj je tato síla určitě rovněž zajímavá. Co mu v této souvislosti v rámci partnerství svaz může nabídnout?

O této otázce jsem se částečně zmiňoval již v předešlém textu. V této oblasti má pro nás zásadní význam skutečnost, že na řešení problémů spojených s legislativním vývojem máme stejný názor. Platí to zejména v současné době, kdy jsou obchodníci obviňováni z narušení partnerských vztahů s výrobci a dodavateli, které je dle mínění Potravinářské komory ČR nutné řešit regulací trhu. Při vyjasňování těchto otázek jsme se shodli na tom, a opakuji to již podruhé, že jakákoliv další regulace trhu je nadbytečná, neboť stávající úroveň legislativy dostatečně ošetřuje partnerské vztahy a že budoucnost dodavatelskoodběratelských vztahů je zejména závislá na úrovni komunikace mezi oběma partnery, nikoliv na úrovni platné legislativy.

Odborníci tvrdí, že šikovnější nápoj, z hlediska užitečnosti pro lidský organismus, než je pivo (pokud se konzumuje vhodně a umírněně), lidstvo zatím nevynalezlo. Co vy na to?

Mohu se veřejně přiznat k tomu, že jsem zastáncem a obdivovatelem tohoto dobrého moku. Nedovedu si představit, že jako ryzí Čech budu zapíjet vepřo-knedlo-zelo něčím jiným než džbánkem dobrého českého piva. Zdravotní stránka konzumace piva je dostatečně prokázána novými testy s tím, že pivo, a o plzeňském pivu to platí zvláště, je v přiměřených dávkách zdraví prospěšné. Tuto diagnózu mohu potvrdit i z titulu vlastní zkušenosti s jeho konzumací.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Víte, jak se nespálit při výběru zboží a služeb?

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

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

ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediální partneři >>>

24

Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

Prosperita

EURO FIRMA

Podnikatel

Q



Loni historicky nejlepší

hospodářský výsledek pro síť restaurací McDonald's v ČR

McDonald's ČR udržel i v roce 2008 pozitivní trend růstu a může se pochlubit historicky nejlepším hospodářským výsledkem za dobu svého podnikání v České republice. Tržby McDonald's ČR vzrostly oproti roku 2007 téměř o 18% na 3 776 947 000 Kč. Počet zaměstnanců se v meziročním srovnání zvýšil z 3 800 na 4 065. V 78 restauracích McDonald's v ČR bylo v loňském roce obslouženo 59 938 175 zákazníků. Růst očekává McDonald's ČR i v letošním roce.

„Výsledky roku 2008 jsou opětovným potvrzením rostoucí obliby našich restaurací. McDonald's velmi pružně reaguje na měnící se zvyklosti i preference zákazníků. V roce 2008 jsme investovali přes 240 mil. Kč do moderního designu našich restaurací a otevření provozoven v nových atraktivních lokalitách. I v roce 2009 budeme

v tomto aktivním přístupu k českému trhu pokračovat,“ uvedl Radek Janalík, generální ředitel McDonald's ČR a SR.

V roce 2008 společnost McDonald's ČR otevřela 4 nové restaurace – v Rudné u Prahy, Osicích na dálnici D11, na stadionu SK Slavia Praha v Praze Edenu a v obchodním centru Arkády Pankrác. Rekonstrukci,

zahrnující kompletní přestavbu interiéru, prošlo 6 provozoven. Ve 27 restauracích byla zavedena zcela nová kuchyňská technologie, která mění vybavení kuchyně a díky novému systému umístění strojů zvyšuje kvalitu výrobků a zefektivňuje organizaci práce.

„Zákazníci od nás očekávají nejen kvalitní a chutné jídlo za přijatelnou cenu, ale i příjemný zážitek z návštěvy restaurace,“ řekl generální ředitel Radek Janalík a pokračoval: „Naučili se také více snídat mimo domov, což nás utvrdilo v tom, že zavedení snídaní byl krok správným směrem.“

I v roce 2009 se zákazníci mohou těšit na některé novinky. McDonald's postupně rozšiřuje nabídku snídaní a zavádí tzv. „Fajnovky“. V nabídce zůstanou i vybrané produkty za 20 Kč, které se těší u českých zákazníků velké oblibě. Firma zároveň plánuje otevření 3 až 5 nových restaurací a celkovou rekonstrukci další téměř desítky provozoven. V průběhu léta vstoupí McDonald's na



český trh s novým, v zahraničí velmi úspěšným, konceptem McCafé.

Vedle podnikatelských aktivit společnost McDonald's v České republice založila obecně prospěšnou společnost Ronald McDonald Charity, která od jejího vzniku v roce 2002 financovala ubytování více než 5000 dlouhodobě nemocných dětí a jejich rodinných příslušníků. Společnost již 12 let organizuje také největší fotbalový turnaj v Evropě pro děti z prvního stupně základních škol – McDonald's Cup, který v loňském ročníku hrálo 82 782 kluků a děvčat.

(tz) ⇨

Novinky pro vaši chuť



Generální ředitel Mc Donald's ČR a SR Radek Janalík

ním trendu přinášet zákazníkům inovace a kvalitní služby.

McDonald's je i v České republice dobře zavedená značka, má osvědčené technologie a oblíbené receptury, stabilní okruh zákazníků, přesto prochází v poslední době významnými změnami. Které pokládáte za nejdůležitější?

Jsou to zejména obnova a zlepšování kuchyňského vybavení tak, abychom mohli rychleji připravovat čerstvější výrobky. Zaměřujeme se také na lepší využívání potenciálu trhu. Rozšiřujeme nabídku snídaní, nabízíme

takzvané „Fajnovky“, což je osm různých výrobků v ceně třicet korun za kus, a připravujeme projekt McCafé. Tohle jsou nové věci, které rozjždíme a které nám zaberou příští dva až tři roky.

Jak se ve vašich restauracích projevuje současná ekonomická situace?

V prvním čtvrtletí 2009 jsme dosáhli přibližně takových výsledků, jaké jsme očekávali. Zaznamenali jsme určitý vliv špatného počasí, protože lidé moc nechodili ven ani do restaurací. Zatím však nemohu říci, že by na nás krize ve větší míře zapůsobila.

(kčr)

Restaurace McDonald's v České republice řídí od října loňského roku Čech s bohatými zahraničními zkušenostmi. Radek Janalík strávil osm let ve vrcholných pozicích McDonald's v Maďarsku a Řecku. Teď má zodpovědnost za 78 restaurací a víc než čtyři tisícovky zaměstnanců v ČR. Požádali jsme ho o krátký rozhovor.

S jakými představami jste se vrátil do Prahy?

Situaci jsem konzultoval nejen s bývalým generálním ředitelem Arnaudem Burlinem, ale i s celým managementem. Mohu říci, že mé představy se shodují s tím, jaká strategie byla nastavena. Jsem rád, že jsem mohl nastoupit do dobře rozjetého vlaku a pokračovat v pozitiv-

Prodejny Hypernova se do konce června změní na moderní Albert hypermarket

Maloobchodní síť prodejen Albert, provozovaná společností AHOLD Czech Republic, v rámci své strategie pokračuje ve významném investování do svých prodejen v České republice. Do konce června přejmenuje všech svých 57 prodejen Hypernova po celé České republice na Albert hypermarket. Zákazníci v nich i nadále najdou své oblíbené produkty, široký potravinářský sortiment, zboží za nízké ceny a řadu možností k výhodným nákupům. Přivítá je však moderní prostředí a nová vizuální a komunikační podoba, ve které působí všechny prodejny značky Albert. Hypermarkety jsou dle nejaktuálnějších průzkumů mezi zákazníky nejoblíbenější formát prodejen.

Albert hypermarket nahradí Hypernovu do konce června. „Prostřednictvím těchto investic dojde ke sjednocení celé sítě našich prodejen pod jednu silnou značku Albert. Všechny formáty našich prodejen budou zákazníkům nabízet to, co si dle našich průzkumů a v současné ekonomické situaci skutečně přejí. Důraz je především kladen na výhodné nákupy, akční cenové kampaně, nízké ceny zboží, moderní prostředí a snadnou orientaci v prodejnách.

Investování do našich prodejen a zákazníků patří mezi naše hlavní priority i v budoucnu,“ sdělil Johan Boeijenga, generální ředitel společnosti AHOLD Czech Republic.

Nejdříve se dočkají zákazníci na Moravě

K samotné přeměně (rebrandingu) prodejen Hypernova na prodejny Albert hypermarket dojde postupně v několika vlnách a dle jednotlivých regionů. Po již otevřených pilotních prodejnách Albert hypermarket v Berouně a v Nových Butovicích v Praze se 22. dubna v nové podobě představily prodejny na severní Moravě – ve městech Frýdek-Místek, Nový Jičín, Třinec a Karviná. Každý následující týden bude otevřeno dalších pět prodejen Albert hypermarket. Jejich provoz zůstane po celou dobu přeměny nepřerušena a stejná bude i otevírací doba.

„Uspořádání v prodejně a řada dalších věcí zůstane pro zákazníky dle toho, jak jsou zvyklí. Výrazně se však vylepší samotné prostředí a zvýší pohodlí nakupování. Nové prodejny Albert hypermarket budou zákazníkům stejně jako předchozí prodejny Hypernova i nadále nabízet ideální příležitost především k výhodným rodinným nákupům,“ zdůraznil J. Boeijenga.

Hypermarkety hrají prim i v době krize

Hypermarkety zůstávají u českých spotřebitelů nejoblíbenější i v době hospodářské krize. „Naším zákazníkům chceme ve všech prodejnách i v současné světové ekonomické situaci nadále nabízet především cenově výhodné nákupy a široký výběr zboží za nízké ceny. V této návaznosti rozšíříme i nabídku oblíbené vlastní značky Albert Quality, která nabízí kvalitní zboží za nižší ceny,“ prozradil J. Boeijenga. Právě privátní značky si totiž čeští zákazníci v době krize výrazně oblíbili a prodej produktů Albert Quality roste v řádech desítek procent.

Zákazníky v prodejnách Albert hypermarket přivítá nové logo a moderní design prodejny. Změny se budou týkat především barevného označení jednotlivých oddělení, moderního vybavení a hlavně samotné grafické navigace. Ta pomůže v rychlé a snadné orientaci v prodejně. „V prodejně Albert hypermarket jsme věnovali speciální pozornost oddělení ovoce a zeleniny a pečiva,“ zmínil J. Boeijenga. Prodejny Albert hypermarket propojují současný životní styl českých zákazníků, moderní prostředí prodejen, dobrý poměr ceny a užitné hodnoty zboží a pohodlí zákazníků.

(tz)

Deset let Vysoké školy hotelové v Praze

Vysoká škola hotelová (VŠH) bude mít za sebou deset let činnosti. Její existence je spojena se založením První soukromé hotelové školy (PSHŠ), která zahájila činnost 1. září 1991. Tato střední škola má dnes více než 300 žáků, je úspěšná a působí jako výrazný komplement vysoké školy (praxe, spolupráce učitelů apod.). Výrazným mezníkem na cestě k vysoké škole bylo v roce 1995 zřízení vyšší odborné školy s tříletým studijním oborem „management hotelových služeb“.

Kvantitativní i kvalitativní zlom v rozvoji střední a posléze též vyšší a vysoké školy znamenal příchod do Prahy 8 (Svídnická 506) – získaná budova svým prostorovým uspořádáním potřebám hotelové školy velmi vyhovuje. „Myšlenka založit VŠH se zrodila na základě vlastních zkušeností. Ve spolupráci s Vysokou školou hotelovou v Haagu byl připraven bakalářský studijní program „hotelnictví“. Po úspěšném akreditačním řízení a udělení státního souhlasu byla VŠH, jako jedna z prvních v ČR, založena k 1. září 1999 jako společnost s ručením omezeným.

pokračování na str. 12 ►

EU se nedohodla o délce pracovního týdne, pro české podniky je to dobrá zpráva

Členské státy Evropské unie a europoslanci se ani v závěrečném kole jednání v dubnu nedokázali shodnout na tom, jak dlouhý by měl být v unii pracovní týden a jaká nová pravidla by v tomto směru měla v EU existovat. Navzdory pěti letům jednání o revizi směrnice o pracovní době tak nadále zůstane v platnosti stávající předpis z roku 1993. Spor se vedl kolem stanovení maximální délky pracovního týdne a kolem výjimek umožňujících překročení tohoto limitu.

Europoslanci loni v prosinci odhlasovali, že maximální pracovní doba nesmí být delší než 48 hodin týdně bez výjimek. Státy EU se přitom loni v červnu dohodly na tom, že výjimky možné jsou. Ve většině členských států včetně Česka je pracovní doba stanovena na 40 hodin týdně. Mnohé členské státy však využívají výjimku z maximální pracovní doby (takzvaný opt-out). V tom případě nynější legislativa v unii umožňuje pracovat například až

78 hodin. Evropský parlament chce tyto výjimky, jež využívá 15 z 27 členských států, časem zrušit. Rada EU v čele s českým předsednictvím navrhovala snížit stávající limit maximální týdenní pracovní doby na 60 až 65 hodin. To však europoslanci odmítli.

„Hospodářská komora tuto zprávu přijala s velkou úlevou. Pokud by totiž novela směrnice o pracovní době byla v této podobě přijata, přineslo by to negativní důsledky pro českou

i evropskou ekonomiku. V tom duchu, ve kterém byla novela koncipována, brání větší flexibilitě pracovního trhu a je kontraproduktivní pro potřeby a práva jak zaměstnavatelů, tak i zaměstnanců. Možnost upravit si délku pracovního týdne podle potřeb ekonomiky Hospodářská komora České republiky vždy vnímala jako nástroj pro zachování pružného fungování podniků a flexibility při zaměstnávání pracovníků,“ uvedl k tématu prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „Chceli zaměstnanec pracovat delší pracovní dobu a vydělat si tak více peněz, není důvod mu tuto možnost zakázat, pro zaměstnavatele je to zároveň méně nákladné a jednodušší než nabírat nového pracovníka. Současný platný stav této

směrnice je proto z pohledu podnikatelů výrazně menším zlem než její znění prosazované Evropským parlamentem, které je pro nás nepřijatelné a znamenalo by pouze další náklady pro firmy,“ dodal Petr Kužel.

Podle průzkumu institucí EU z minulého roku zhruba 15 % Evropanů pracuje déle než 48 hodin týdně. Častěji se to týká samostatně výdělečně činných osob než zaměstnanců. Pracovní doba přesahující maximum dané směrnicí je podle podkladu spíše mužskou záležitostí. Co se týče odvětví, nejčastěji se dlouho pracuje v zemědělství, v pohostinství, v hotelech a na stavbách. Týká se to asi 20 % lidí zaměstnaných v těchto odvětvích.

(tz hkčr)

Makro má pro zákazníky nový a výhodnější cenový systém

Společnost Makro intenzivně vnímá aktuální problémy svých zákazníků, a proto připravila novou cenovou strategii. Zákazníci Makra mají jistotu nejlevnějšího nákupu všech pro ně důležitých výrobků a držitelé partnerských karet získají ještě okamžitou objemovou slevu. U Zlatých partnerů to jsou nyní 3 % a u Stříbrných partnerů je sleva 1 %. Dalšími nástroji je pravidelný cenový monitoring a pravidelné úpravy ceny tak, aby profesionální zákazníci měli neustále garanci, že v Makru nakoupí nejlevněji.

„Krise naše zákazníky, zejména v oblasti nezávislého maloobchodu a Horeca, začíná negativně ovlivňovat, a proto jsme se rozhodli jim podat další pomocnou ruku. Nový cenový systém je výhodný – garantujeme nejnižší ceny

nejdůležitějších výrobků pro jejich podnikání, přehledný – každý zákazník ví, na jakou slevu dosáhne, a okamžitý – zákazníci získávají slevu hned na pokladně. Věříme, že nový cenový systém pomůže našim registrovaným zákazníkům se s krizí lépe vypořádat, mnohdy i posílit jejich pozici na trhu či získat nové klienty,“ uvedl Aleš Drábek, ředitel pro řízení vztahů se zákazníky společnosti Makro.

Sledování cen na trhu – ProfitAgent™

ProfitAgent™ je služba, která navazuje na současný systém kontroly a úpravy cen. Makro ji vyvinulo pro pohodlí klíčových zákazníků. Tato služba neustále monitoruje ceny na trhu a automaticky upravuje ceny celé řady zboží, důležitého zejména pro zákazníky ze seg-

mentu Horeca a nezávislého maloobchodu. Garance nejvýhodnějších cen přináší zákazníkům nezanedbatelné množství času, který by jinak strávili sami porovnáváním různých nabídek a umožňuje jim se soustředit na samotný prodej, což je v dnešní době klíčem k úspěchu.

Slevy pro Zlaté a Stříbrné partnery

Zákazníkům se statusem Zlatý partner (tržby nad 40.000 Kč měsíčně) a Stříbrný partner (tržby nad 20.000 Kč měsíčně) Makro poskytuje pevné objemové slevy. U Zlatých partnerů činí sleva 3 %, u Stříbrných partnerů 1 %. Sleva platí na všechny položky vyjma akčního zboží, tabákových výrobků a pohonných hmot, a to okamžitě při nákupu. Důležité navíc je, že jak-

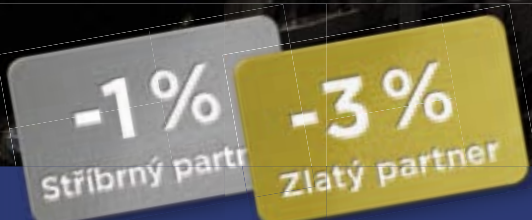
mile zákazník dosáhne úrovně Zlatého či Stříbrného partnera, počítá se sleva automaticky podle výše uvedeného pravidla.

Objemová sleva pro partnery se navíc ihned promítá přímo do faktury, takže „čistou“ nákupní cenu vidí zákazníci okamžitě. To jim ulehčuje kalkulaci při stanovování prodejní ceny zboží v jejich prodejně nebo ceny menu v restauraci apod.

Skutečnost, že Zlatí i Stříbrní partneři získávají množstevní slevu okamžitě při zaplacení, má pozitivní dopad na stav zákaznickovy hotovosti. Oproti dříve používanému bonusovému systému již nemusí čekat na konec čtvrtletí a zjišťovat podle výše svých tržeb, jakého bonusu mohou dosáhnout.

(tz)

Vybojovali jsme pro vás lepší ceny



www.makro.cz

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**.

makro

Partner profesionálů

Reprezentanti – manažeři 2008

Bohuslava Šenkýřová a Jiří Cienciala. Taková jsou jména Manažerky roku 2008 a Manažera roku 2008. Dr. Bohuslava Šenkýřová je rektorkou Vysoké školy finanční a správní, o.p.s., Jiří Cienciala je předsedou představenstva a generálním ředitelem společnosti Trinecké železárny, a.s. Vítězové již 16. ročníku soutěže Manažer roku byli vyhlášeni v dubnu během slavnostního Dne úspěšných manažerů a firem v pražském paláci Zofin.

V kategorii Vynikající manažer malé firmy (do 50 zaměstnanců) se na první příčce umístil ing. Vladimír Moravec, MBA, ředitel společnosti Consulting Company Novasoft, a.s., vítězem v kategorii Vynikající manažer střední firmy (do 250 zaměstnanců) se stal ing. Tomáš Plachý, CSc., předseda představenstva a generální ředitel Chemoprojekt, a.s. Cena vydavatelství Economia byla udělena prof. RNDr. Václavu Pačesovi, DrSc, předsedovi Akademie věd ČR. Poprvé v historii soutěže byla udělena také cena v kategorii Mladý manažerský talent do 35 let. Získala ho Bc. Marta Šumerová, generální ředitelka TOP HOTELS GROUP a. s. V rámci soutěže bylo ohodnoceno také 22 manažerů odvětví ve 22 kategoriích.

Vítěze soutěže Manažer roku 2008, která se konala pod záštitou předsedy vlády České republiky, vybírala z celkem 70 finalistů patnáctičlenná Národní komise složená ze zástupců vyhlašovatelů a organizátorů soutěže a manažerů oceněných v předchozích ročnících.

„Soutěž Manažer roku si díky své strukturovanosti a zapojení řady odborníků do vyhodnocovacího procesu dlouhodobě zachovává vysokou prestiž. Průběh letošního ročníku byl specifický v tom, že nejlepší manažeři byli vybíráni v době, kdy většina z nich čelí obtížným ekonomickým podmínkám doma i na evropských a světových

tržích,“ uvedl PhDr. Bohuslav Holub, ředitel Manažerského svazového fondu, který soutěž organizačně zajišťuje. „O to větší ocenění a zároveň závazek do budoucnosti letos titul Manažera roku představuje. Věřím, že všem, kteří stanuli v čele naší manažerské obce, se podaří v ekonomické krizi obstát a bude se jim v jejich práci dařit dosahovat skvělých výsledků jako doposud. A také doufám, že se stejně jako v loňských ročnících připojí k naší snaze představovat veřejnosti nejschopnější české manažery, kteří přispívají k ekonomickému rozvoji svých regionů i celé země.“

V rámci soutěže Manažer roku jsou voleny osobnosti, které svým přínosem výrazně pomohly k úspěchu firmy, již reprezentují, a přispěly k rozvoji odvětví, v němž působí. Uchazeči mohou působit ve státních i soukromých společnostech, manažerskou funkci ovšem musí zastávat alespoň tři roky a sídlo jejich společnosti se musí nacházet na území České republiky. Nominování manažerů procházejí několikastupňovým na sobě nezávislým hodnoce-

ním, během kterého jsou posuzovány nejen ekonomické úspěchy firem, v nichž vykonávají své funkce, ale také jejich osobní kvality a schopnosti. Letos byla posuzována mimo jiné také kvalita strategií, které manažeři zvolili k překonání celkově nepříznivé ekonomické situace, a důraz byl kladen na zhodnocení kvality rozvoje lidských zdrojů ve firmách, ve kterých manažeři působí.

Soutěž Manažer roku pravidelně vyhlašují Česká manažerská asociace, Svaz průmyslu a dopravy ČR a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Průběh hodnocení a vyhlašování soutěže organizačně zajišťuje Manažerský svazový fond (MSF). (tz)

Seznam oceněných

Národní komise rozhodla mezi finalisty o těch, kteří obsadili první místa v jednotlivých soutěžních kategoriích, kterými jsou:

Manažer roku 2008

doc. Ing. Jiří Cienciala, CSc. Trinecké železárny, a.s.

Manažerka roku 2008

Dr. Bohuslava Šenkýřová Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.

Mladý manažerský talent do 35 let

Bc. Marta Šumerová, TOP HOTELS GROUP a.s.

Vynikající manažer malé firmy (do 50 zaměstnanců)

Ing. Vladimír Moravec, MBA, Consulting Company Novasoft, a.s.

Vynikající manažer střední firmy (do 250 zaměstnanců)

Ing. Tomáš Plachý, CSc. Chemoprojekt a.s.

Cena Economie

prof. RNDr. Václav Pačes, DrSc., Akademie věd ČR

TOP 10

1. doc. Ing. Jiří Cienciala, CSc. Trinecké železárny, a.s.
2. Viliam Sivek, EuroAgentur Hotels&Travel a.s.
3. prof. RNDr. Václav Pačes, DrSc. Akademie věd ČR
4. Ing. Josef Novák, VEBA, textilní závody a.s.
5. Dr. Bohuslava Šenkýřová, Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.
6. Ing. Petr Zemánek, Erwin Junker Grinding Technology a.s.
7. Ing. Lumír Al-Dabagh, BENEŠ a LÁT a.s.
8. Ing. Václav Klejch, Zemědělské družstvo Dolní Újezd
9. Ing. Jiří Dostál, Kovohutě Příbram nástupnická, a.s.
10. Ing. Pavel Bobošik, MBA SAHM s.r.o.

Manažer odvětví

· ZEMĚDĚLSTVÍ.....	Ing. Václav Klejch, Zemědělské družstvo Dolní Újezd
· TĚŽBA NEROSTNÝCH SUROVIN A ZPRACOVÁNÍ KOVŮ.....	Ing. Jiří Dostál, Kovohutě Příbram nástupnická, a.s.
· VÝROBA A ZPRACOVÁNÍ TEXTILU, ODĚVŮ A KŮŽE.....	Ing. Josef Novák, VEBA, textilní závody a.s.
· VÝROBA A ZPRACOVÁNÍ DŘEVA, NÁBYTKU A DOPLŇKŮ.....	Ing. Michal Tokarik, DESK-FORM a.s.
· CHEMIE, LÉČIVA A PLASTY.....	Ing. Jaroslav Pantáček, MERO ČR a.s.
· SKLÁŘSTVÍ A VÝROBA NEKOVOVÝCH MINERÁLNÍCH VÝROBKŮ.....	Ing. Pavel Bobošik, MBA SAHM s.r.o.
· VÝROBA KOVODĚLNÝCH VÝROBKŮ A KOMPONENTŮ.....	doc. Ing. Jiří Cienciala, CSc. Trinecké železárny, a.s.
· VÝROBA INVESTIČNÍCH ZAŘÍZENÍ.....	Ing. Miloslav Mácha, ZVVZ a.s.
· VÝROBA ELEKTRICKÝCH PŘÍSTROJŮ A ZAŘÍZENÍ.....	Ing. Petr Zemánek, Erwin Junker Grinding Technology a.s.
· VÝROBA TECHNICKÝCH PŘÍSTROJŮ A NÁŘADÍ.....	Ing. Petr Beneš, MBA, Pramet Tools, s.r.o.
· STAVEBNICTVÍ.....	Ing. Martin Borovka, Eurovia CS, a.s.
· VÝROBA A PRODEJ STAVEBNÍCH MATERIÁLŮ.....	Ing. Rudolf Borýsek, Lias Vintřov, lehký stavební materiál k.s.
· OBCHODNÍ A TECHNICKÁ ČINNOST.....	Ing., et Ing. Petr Jelinek, MBA, Grundfos s.r.o.
· UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ A CESTOVNÍ RUCH.....	Viliam Sivek, EuroAgentur Hotels&Travel a.s.
· DOPRAVA A LOGISTIKA.....	Ing. Jiří Kolář, Ph.D. České dráhy a.s.
· ZPRACOVÁNÍ DAT A SOUVISEJÍCÍ ČINNOSTI.....	Ing. Vladimír Moravec, MBA Consulting Company Novasoft, a.s.
· VÝZKUM A VÝVOJ.....	prof. RNDr. Václav Pačes, DrSc. Akademie věd ČR
· VEŘEJNÁ SPRÁVA.....	PhDr. Roman Nogol, Magistrát města Karviné
· PORADENSTVÍ VE VZDĚLÁVÁNÍ A PUBLIKAČNÍ ČINNOST.....	Mgr. Michal Krejčí, ALBATROS nakladatelství, a.s., právní nástupce
· VYSOKOŠKOLSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ.....	Dr. Bohuslava Šenkýřová, Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.
· PROJEKTOVÁ A INŽENÝRSKÁ ČINNOST.....	Ing. Tomáš Plachý, CSc. Chemoprojekt a.s.
· SLUŽBY PRO VEŘEJNOST A PODNIKATELE.....	Ing. Pavel Pastorek, Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo

Všechny platební karty ČS jsou čipové

Od letošního května jsou všechny platební karty České spořitelny, a to jak nově vydávané, tak i všechny stávající, vybaveny čipem. Čipová technologie výrazně posiluje bezpečnost transakcí, protože data zaznamenává na čip a zcela minimalizuje možnost jejich případného zneužití. Česká spořitelna zahájila vydávání čipových karet v září 2006.

Údaje uložené na čipu jsou chráněny vysokou úrovní šifrování. Ověřování klienta při realizaci plateb u obchodníků se provádí vždy po zadání PIN. Aby byly údaje na kartě přečteny z čipu, je potřeba, aby i platební terminál nebo bankomat byl vybaven čipovou technologií. Pro případ, že by klient uskutečnil platbu nebo výběr na terminálu či bankomatu, který nemá čipovou technologii, nesou všechny platební karty České spořitelny vedle čipu nadále i magnetický proužek.

► pokračování ze str. 10

Škola získala akreditaci uvedeného studijního programu v prezenční (denní) a kombinované (obdobu dálkového studia) formě studia. Obvyklá obtížnost začátků byla výrazně eliminována zázemím, postupně budovaným střední a posléze též vyšší školou,“ uvedl doc. Ing. Miroslav Čertík, CSc., jednatel společnosti. Pro kvalitní průběh vzdělávacího procesu bylo nezbytné investovat nemalé finanční prostředky do vybavenosti. Jednatel Miroslav Čertík dále popsal vnější prostředí školy. Podle něj dnešní počet vysokých škol je spíše než cokoliv jiného obrazem a odrazem konkurence uvnitř školství. Je příznačné, že značný nárůst škol se projevil více v oblasti cestovního ruchu, kde není nezbytná vysoká míra materiální vybavenosti. Ohromující počet škol, z nichž je podstatná část veřejnoprávních, vytváří soukromým školám tvrdé prostředí. K otázce školného se VŠH staví tak, že za školné poskytuje vzdělávací služby. Proces vzdělávání, podmínky pro výuku, pro následné studium i širší studentský život a společenské klima ve škole formuje tak, aby

Se službou odemknutí/zamknutí karty si klient transakční limity dočasně změní na požadovanou dobu, která činí 1 až 23 hodin nebo 1 až 5 dní. Odemknutí/zamknutí debetní karty klienti provedou kdykoli telefonicky ve službě SERVIS 24 Telebanking nebo BUSINESS 24 Telebanking, držitelé Chytré karty České spořitelny mohou kartu odemknout/zamknout na informační lince 800 207 207. Cena za odemknutí a následné zamknutí karty je 30 Kč. Změnit lze všechny typy transakčních limitů, tedy limity pro výběr hotovosti, limity pro platby u obchodníků a limity pro platby na internetu. Od 20. dubna 2009 Česká spořitelna zjednodušila strukturu transakčních limitů k platebním kartám – limity sjednotila na tři základní typy a všechny limity nastavila jako jednodenní.

(tz)

cestu ke vzdělání ulehčovaly, nikoliv však na úkor jeho kvality. Zjednodušeně řečeno: za školné jsou poskytovány profesionální služby, bez školného se nelze obejít, ale základním zájmem je co nejvyšší efektivnost prostředků na vzdělávání vynakládaných studenty resp. jejich rodiči či sponzory.

Jaká je situace dnes, téměř po deseti letech od založení školy? Na VŠH studuje více než 2000 studentů v příznivých podmínkách. Budova je průběžně koncepčně přestavována, aby vyhovovala potřebám odborného vzdělávání a také rozvoji oboru. Rozvíjejí se bakalářské i magisterské obory studia, v tomto roce započal program MBA. Učitelský sbor se rozšiřuje o mladší pedagogické pracovníky. Jsou vydávány dva vědecké časopisy, radost má škola i ze studentského časopisu. I když chybí jakákoliv dotace, studenti mají k dispozici kvalitní a levné stravování. Škola připravuje k nadcházejícímu desátému výročí vzniku školy v září a říjnu 2009 slavnostní zasedání a další akce pro odbornou i širší veřejnost.

další informace naleznete na internetových stránkách Vysoké školy hotelové www.vsh.cz (tz)

PŘIPOJTE SE TAKÉ

Rozhodněte se pro zemní plyn, ekologický a komfortní zdroj energie, a získáte výhody skupiny RWE:

- odkup Vaší individuálně vybudované plynovodní přípojky za 30 422 Kč*
- jednorázová sleva na odebraný zemní plyn ve výši až 1 100 Kč
- sleva 7 000 Kč na vybraný sortiment plynových kotlů Viessmann a jejich montáž

Pro více informací volejte **NONSTOP zákaznickou linku RWE 840 11 33 55** nebo navštivte **www.rwe.cz**.

RWE
The energy to lead

partner projektu

VISSMANN
climate of innovation

* Vzorový propočet pro individuálně vybudovanou 4metrovou plynovodní přípojku s odběrem 2 000 m³ zemního plynu ročně, podrobná pravidla odkupu naleznete na webových stránkách příslušného regionálního provozovatele distribučních soustav; obchodní místa skupiny RWE v případě odkupu přípojek vystupují jen jako zprostředkovatelé odkupu pro provozovatele distribučních soustav.

AUTOSALON BRNO 2009

– novinky automobilového světa a nevšední zážitky



I přes situaci, která v letošním roce provází automobilový průmysl a také motoristické výstavy, nabídne letošní AUTOSALON BRNO návštěvníkům přehlídku více než tři desítek automobilových značek. Své nejnovější modely pro letošní rok představí například Škoda připravující do Brna dvě světové premiéry, KIA přijede s premiérou nového „českého“ modelu, prozatím pracovní označovaného jako No 3, Renault představí nový Mégane Grandtour, Honda se ukáže s novým modelem City, uvidíme také Opel a jeho auto roku 2009 – model Insignia. Dále se můžeme těšit na novinky značek, jako jsou Volkswagen, Audi, Seat, Hyundai, Ford a řady dalších. Kromě automobilek vyrábějících vozy ve velkých sériích se v Brně objeví i výrobci malosériových značek, jako je například Bentley, Lamborghini, Aston Martin, Spyker, YES a další.

Přímá podpora prodeje nových vozidel – největší přehlídka automobilů na českém trhu

AUTOSALON BRNO 2009 bude poněkud jiného charakteru, než byly ročníky předcházející. Vedle základního významu v posílení image vystavujících značek bude jeho cílem i konkrétně přispět k oživení trhu osobních automobilů v České republice a v regionu střední Evropy. Zástupci vystavujících značek již dnes připravují pro návštěvníky veletrhu, potencionální zájemce o nový automobil, nejednu akční cenovou nabídku. Letošní AUTOSALON BRNO tím posílí svoji návštěvníckou atraktivitu.

Nové výstavní prostory

Brněnské výstaviště v současné době nabízí jeden z nejmodernějších evropských výstavních areálů. V době konání AUTOSALONU dojde k dalšímu rozšíření výstavních prostor. Svoji výstavní premiéru si prožije pavilon „P“, který nabídne další rozšíření areálu výstaviště v Brně o plochu přesahující 15 000 m². Jen pro představu – automobily, které se zde představí v letošním roce, musely být v letech předcházejících umístěny ve třech pavilonech. Díky nabídce možností nového výstavního pavilonu také dojde k určitému přesunu v rozmístění AUTOSALONU. Expozice jednotlivých automobilových značek najdeme především v pavilonech „P“ a „F“. Okolí nového pavilonu navíc nabízí téměř 4000 parkovacích míst a poskytuje tak návštěvníkům bezproblémový přístup do areálu výstaviště. Navíc zde budou moci parkovat za zvýhodněné parkovné a při připravované akci Autosalon Night dokonce zdarma. Jižní část výstaviště bude v letošním roce využita především pro doprovodné pro-

gramy a aktivní zábavu pro návštěvníky všech věkových kategorií.

Nejlepší je vše prožít na vlastní kůži

Nejen akční nabídky nových vozidel najdou v Brně návštěvníci letošního AUTOSALONU, ale budou mít také příležitost vyzkoušet si vše přímo v praxi. Připraveny budou testovací jízdy, při kterých získají všichni příchozí ojedinělou příležitost vyzkoušet si vozy a na jednom místě se během několika hodin seznámit s celou plejádou modelových řad nejrozličnějších značek automobilů. Zájemci o koupi automobilu si tak mohou ověřit správnost svého rozhodnutí, případně je i zcela změnit.

Automobilové výstavy v Brně se za dobu své existence staly významnými společenskými událostmi. Jsou místem, kde se setkávají a diskutují odborníci z automobilového průmyslu, z oblasti obchodu, ale i dalších odvětví. Součástí AUTOSALONU BRNO tak opět bude bohatý doprovodný program pro odborníky i laiky a celá série mezinárodních setkání a konferencí.

Akce pro odborníky

Mezi nejvýznamnější akce zaměřené na odbornou veřejnost bude patřit například:

- BRNOSAFETY 2009 – odborná mezinárodní konference zaměřená na bezpečnost silničního provozu (4.–5. 6.)
- AUTOSYMPO 2009 konference se zaměřením na ekologickou likvidaci autovraků (9. 6.)
- STOLETÍ AUTOŠKOLSTVÍ V ČESKÝCH ZEMÍCH – ve středu 10. 6. se na výstavišti sejdou zástupci, pro které je na tento den připravován odborný seminář. Po celou dobu AUTOSALONU bude také k dispozici výstava z historie autoškoly u nás.

- OBOROVÉ DNY PRO PROFESIONÁLY V SERVISNÍ TECHNICE – profesionálové se v Brně sejdou také při oborových dnech zaměřených na opravy vozidel:

- pondělí 8. 6. 2009 bude věnováno diagnostice;
- úterý 9. 6. 2009 – sejdou se zde odborníci na pneuservisy, kde se v premiéře představí například i nový „TOP“ stahovák pneumatik John Bean Quadriga;
- středa 10. 6. pak bude věnována problematice mytí vozidel.

Programové sekce pro návštěvníky

Doprovodný program pro laické návštěvníky je rozdělen do několika tematických sekcí:

- EKO AUTO – zaměřené na oblast ekologie a hospodárnosti provozu motorových vozidel s možností vyzkoušení alternativních pohonů.
- FUN AUTO – program věnovaný fanouškům automobilů, tematicky rozdělený do kategorií, jako je tuning, motorsport, historici apod.
- BEZPEČNOST A AUTO – sekce zaměřená na bezpečnost silničního provozu, jehož součástí mimo jiné budou také jízdy zručnosti, terénní polygon, trenažéry, kluzná fólie, simulátor převrácení osobního vozidla, ukázky vyproštění osob z automobilu, dětské dopravní hřiště apod.
- ŽENA A AUTO – projekt zaměřující se speciálně na ženy za volantem. Najdete zde „zkušební dráhu“ jen pro ženy, na které si budou moci přichodit v klidu vyzkoušet nejrozličnější modely vozidel, kavárnu s dětským koutkem, připravují se rozhovory se zajímavými lidmi,

prezentace kosmetiky, poradenská služba a mnoho dalšího. Chybět nebude ani anketa „LADYCAR“ o nejlepší automobil pro ženu.

AUTOSALON Night – netradiční večerní prohlídka expozic

Ojedinělou akcí bude rovněž AUTOSALON Night, neboli netradiční večerní prohlídka expozic pro širokou veřejnost se speciálním zábavným programem. V pátek 5. 6. 2009 se v 18.00 hodin otevrou brány areálu brněnského výstaviště; všichni, kdo sem najdou cestu, si užijí večer plný atraktivní podívané a zábavy pro celou rodinu. Navíc vstup do areálu i parkování bude zdarma, a to u nově vybudovaného pavilonu „P“. Na příchozí čeká kromě možnosti vidět, osahat si, případně vyzkoušet si nejnovější modely automobilů také vystoupení populárních interpretů a skupin, atrakce pro děti, občerstvení a mnoho dalšího. V 19.30 hodin pak dojde ke slavnostnímu otevření nového pavilonu „P“. Vrcholem večera bude grandfinále Ignis Brunensis, závěrečný ohňostroj nad Špilberkem, kde areál výstaviště nabízí vynikající podmínky pro zhlédnutí této mimořádné podívané.

AUTOSALON BRNO 2009 pro veřejnost otevřen od soboty 6. 6. 2009 do čtvrtky 11. 6. 2009.

Pátek 5. 6. 2009 je určen pro novináře a odborníky.

V pátek 5. 6. 2009 od 18.00 hodin areál otevřen pro širokou veřejnost v rámci programu Autosalon Night.

další informace hledejte na www.autosalon.cz

Nové značkové financování traktorů od ČSOB Leasing

Společnosti ČSOB Leasing a Bonas představily nový společný produkt na financování zemědělských traktorů a komunální techniky značky Kubota. Tento značkový produkt s názvem Kubota Finance přináší zákazníkům především nejvýhodnější nabídku finančních produktů doplněnou o speciální sazby komplexního strojního pojištění a rychlé a jednoduché uzavírání zákaznických smluv. Produkt Kubota Finance je dostupný v celé síti autorizovaných prodejců společnosti Bonas a umožní pořízení nového traktoru širokému spektru zákazníků z řad zemědělců i komunální sféry.

„Se společností Bonas jsme zahájili spolupráci již na loňské výstavě Země živitelka a ihned jsme uvedli na trh atraktivní nabídku v podobě nulového navýšení leasingu,“ komentoval začátek spolupráce Radan Šantora, výkonný ředitel pro obchod společnosti ČSOB Leasing. „Naše společnost má ve financování zemědělské i komunální techniky silnou pozici a má dlouhodobé zkušenosti se značkovým financováním. Naším cílem je, aby i zájemci o traktory Kubota měli mož-

nost využívat výhod značkového produktu poskytovaného lidem leasingového trhu,“ doplnil Radan Šantora.

„Jedním ze základních předpokladů úspěšného prodeje nových traktorů je zajištění jejich kvalitního financování. Vloni jsme zavedli novou řadu zemědělských traktorů Kubota a nabídka leasingu s nulovým navýšením od ČSOB Leasing značně pomáhá jejich prodeji,“ sdělil ředitel Bonasu Radko Našinec. „Naše společnost se proto rozhodla těsněji spojit se společností ČSOB Leasing, která je stabilním a silným partnerem s čelním postavením na trhu finančních služeb. Výsledkem tohoto spojení je značkový produkt Kubota Finance, který je nyní standardně nabízen našimi autorizovanými dealery všem zájemcům o nové traktory značky Kubota,“ doplnil Radko Našinec.

KUBOTA je největší světový výrobce komunálních a zemědělských traktorů s výkonem do 130 HP s roční produkcí 250 000 traktorů a s obrátem přesahujícím 7 miliard eur.

(tz)

Nebud'te další v řadě,
komu havárie, opravy a jiné výdaje
ohrozí firemní cash-flow.

ČSOB Leasing, a.s.
Na Pankráci 310/60, 140 00 Praha 4
tel.: 222 012 111, fax: 222 012 377
Modrá linka: 844 633 644
hotline.fsltech@csobleasing.cz
www.csobautolease.cz
pondělí–pátek: 8.00–17.00

150 000,-
Ušlý zisk z nepojízdného auta

30 000,-
Nečekané výdaje na opravy

75 000,-
Neplánované výdaje za náhradní vozidlo

Josef, 45 let
majitel potravinářské firmy

Anna, 27 let
velkoobchod s květinami

Věra, 37 let
finanční ředitelka pivovaru

**Pokud chcete vyrovnané cash-flow,
ČSOB Autolease je ta správná volba.**

Za pevnou měsíční splátku vám zajistíme:

- výraznou slevu při nákupu vybraného modelu,
- on-line přehled o provozních nákladech a poloze vozidla za pomoci GPS,
- servis, údržbu a výměnu pneumatik,
- náhradní vozidlo již do dvou hodin,
- pojištění, asistenční služby a řadu dalších výhod.

Více na Modré lince 844 633 644
nebo na www.csobautolease.cz

ČSOB Autolease

CSOB Leasing

Manažeři očekávají do roku 2014 tvrdé výzvy

Společnosti v nejbližších pěti letech počítají s těžším získáváním financí, menší připraveností poskytovat úvěry a vyššími nároky na kvalifikované účetní. Ukázal to nový průzkum globální asociace profesních účetních ACCA. V průzkumu mezi 750 výkonnými manažery z osmi zemí bylo také zjištěno, že zvýšené zaměření organizací na řízení rizik znamená, že účetní budou muset mít komplexní obchodní a manažerské dovednosti.

ACCA a společnost BPRI Group zabývající se průzkumem trhu se ptali ředitelů finančních úseků, partnerů a senior účetních v Evropě, Africe a Asii, jak se změní organizace v důsledku ekonomického poklesu během příštích pěti let, jak vidí poptávku po kvalifikovaných účetních v roce 2014 a jaké dovednosti budou tito lidé potřebovat.

Výsledná zpráva s názvem „Accountancy: The future outlook“ ukázala, že finanční ředitelé, partneři a senior účetní se zejména obávají o finanční stabilitu svých zákazníků a klientů; 87% z nich se domnívá, že firmy budou velmi opatrné v poskytování úvěrů. Očekávají, že hypoteční krize a jí způsobený globální ekonomický pokles bude mít dalekosáhlé následky: 84% respondentů uvádí, že firmy budou opatrnější při akceptování obchodních rizik a 76% dotázaných je silně přesvědčeno o tom, že získání financí bude v konečném důsledku komplikovanější.

Skoro 70% dotázaných ve studii ACCA dále uvedlo, že platy a bonusy manažerů budou mnohem více propojeny s dlouhodobou výkonností organizace a stejné procento manažerů sdělilo, že vícezdrojové financování bude běžnější. Pokud bude získávání financí komplikovanější, zpráva ACCA předpokládá, že účetní ve firmách budou muset navrhovat kvalifikovaná řešení, a tedy disponovat příslušnými znalostmi.

Globálně očekává 63% respondentů, že zájem o účetní profesi se zvýší. A to nejen protože předpokládají opětovný ekonomický růst, ale také proto, že role účetních je zcela zásadní při řešení celkově zosířené obchodního klimatu.

Průzkum ACCA je součástí série průzkumů a komentářů s cílem pochopit dopad současných globálních ekonomických podmínek na účetní profesi a pomoci finančním profesionálům poskytovat přidanou hodnotu



zákazníkům firem. Více informací o průzkumu je k dispozici na www.accaglobal.com/economy, speciální tematické stránky ACCA věnované současným globálním ekonomickým podmínkám.

Kateřina Benešová, ředitelka ACCA pro Českou republiku, Slovensko a Maďarsko k průzkumu uvedla: „Náš průzkum ukázal, že nynější ekonomický pokles bude mít v blízké budoucnosti znatelný dopad na globální ekonomiku a vytvoří výzvy, ale i příležitosti pro účetní profesi. ACCA bude i nadále pokračovat ve spolupráci s organizacemi na kvalifikaci účetních, aby zajistila, že ACCA certifikovaní účetní dokáží ve firmách vytvořit přidanou hodnotu tím, že identifikují hnací síly hodnot a ziskovosti a dokážou redukovat náklady.“

(tz)

Zahraničí má o MSV stále zájem

Přípravy 51. mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně a 5. mezinárodního veletrhu Transport a Logistika jsou takzvané v plném proudu. Kdo by si myslel, že v současné nelehké hospodářské i politické situaci ztratí o obchodní kontakty s českými firmami zahraniční subjekty zájem, ten se spletl. Prestiž těchto veletrhů a jejich role jako platformy pro obchodní setkání a prezentaci nejnovějších trendů oceňuje řada zahraničních partnerů a firem.

Slovensko partnerská země MSV 2009

Přestože je Slovensko na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně každoročně silně zastoupeno, letos bude tato prezentace poměrně výjimečná. Důvodem je nejen fakt přechodu slovenské měny na euro, ale také oficiální záštita. Podporu a aktivní účast na MSV 2009 přislíbilo jak ministerstvo hospodářství Slovenské republiky, tak Svaz strojírenského průmyslu SR a očekává se také účast nejvyšších slovenských státních představitelů. V rámci vystoupení Slovenska jako partnerské země se počítá s uspořá-

dáním bilaterální obchodně-politické konference, sérii odborných prezentací a seminářů na témata v zájmu českých a slovenských institucí a firem.

Německé firmy s největším zastoupením

Německo – největší obchodní partner České republiky – má na MSV dlouhodobě nejvyšší účast ze zahraničních zemí. Každoročně se prezentuje přibližně tři sta německých firem, které vystavují především obráběcí a tvářecí techniku, materiály a komponenty pro strojírenství, elektroniku a měřicí techniku. Zdá se, že také letos bude zájem podobný. Není divu. Možnost navázání přeshraniční / regionální spolupráce s českými a slovenskými partnery je pro německé subjekty lákavá zejména v oblasti investic do technologií budoucnosti – fotovoltaika a solární techniky, neboť právě Česká republika se stává rostoucím trhem pro tuto technologii.

Úspěšným budoucím obchodním kontaktům nahrávají také dotační programy české vlády do nových energetických zdrojů jako biomasa a tepelná čerpadla v novostavbách.

Prezentace obráběcích strojů bez omezení

Dobrou zprávou pro prezentaci zahraničních firem z oboru obráběcích strojů je rozhodnutí Generálního komisariátu EMO umožnit účastníkům EMO Milano vystavovat v roce 2009 stroje a zařízení i na jiných veletrzích v Evropě. K obdobné situaci došlo již v roce 2007, kdy obor obrábění, tváření a povrchové úpravy s 668 vystavovatelů dominoval celému Mezinárodnímu strojírenskému veletrhu. Tento dominantní obor veletrhu se letos poprvé přestaví v novém pavilonu P, který bude se svými patnácti tisíci čtverečnými metry největší výstavní halou ve střední Evropě. Dokončen bude v květnu letošního roku a vystavovatelům obráběcích a tvářecích strojů poskytne nejkvalitnější výstavní plochu vybavenou moderními technologiemi i veškerým zázemím.

další podrobnosti o veletrzích MSV 2009, Transport a Logistika 2009 jsou k dispozici na stránkách www.bvv.cz/msv

(tz)

Skupina HARTMANN převzala společnost Bode Chemie

Skupina HARTMANN převzala 100% podíl ve společnosti Bode Chemie, předního evropského výrobce hygienických a dezinfekčních přípravků pro zdravotnický personál, od společnosti Beiersdorf AG. Touto akvizicí skupina HARTMANN posiluje své postavení v oblasti zdravotnických prostředků.

Bode Chemie byla založena v roce 1924 a dnes je jedním z předních specialistů v oblasti dezinfekce, hygieny a ochrany kůže. Snad nejrozšířenějším produktem Bode Chemie je Sterillium, dezinfekce na bázi alkoholu, jehož obliba má velký podíl na celkovém úspěchu Bode Chemie. Do rukou skupiny HARTMANN se tak dostává vzkvétající společnost s 280 zaměstnanci a obratem v hodnotě 70 mil. eur (rok 2007).

Převzetí vhodně zapadá do obchodní strategie obou firem, tj. HARTMANN i Beiersdorf AG. HARTMANN chce i nadále posilovat svoji pozici v oblasti zdravotnictví a vlastnictví Bode Chemie představuje příležitost k dalšímu růstu v rámci expandujícího trhu s dezinfekčními přípravky ve zdravotnictví. Zatímco Bode Chemie dosud soustředila svůj prodej především na nemocnice, HARTMANN má silné postavení v prodeji výrobků lékařským praxím a pečovatelským zařízením. Propojením obou společností a distribučních možností tak lze očekávat zvýšení prodeje dezinfekčních produktů.

„Tento počín vnímáme jako strategicky významný krok, který výborně doplňuje naši strategii růstu společnosti. Skupina

HARTMANN tak rozšiřuje poskytování komplexních řešení i v oblasti dezinfekce,“ komentoval převzetí Dr. Rinaldo Riguzzi, CEO skupiny HARTMANN a dodal: „Výrobky společnosti Bode Chemie se těší velké dobré pověsti na trhu, synergické efekty jsou tedy naprosto zřejmé.“

„Společným cílem výrobků jednorázového operačního krytí (společnosti HARTMANN-RICO) a dezinfekčních prostředků (společnosti Bode) je ochrana před nozokomiálními infekcemi. V tomto ohledu vnímám začlenění společnosti Bode do portfolia skupiny HARTMANN jako zvýšení hodnoty pro zákazníka,“ uvedl Ing. Lubomír Páleník, generální ředitel a předseda představenstva HARTMANN-RICO.

(tz)

Hospodaření RWE Transgas efektivnější cestou

Konsolidované tržby energetické skupiny RWE v ČR loni vzrostly o 32% na 125,47 miliardy Kč. Hospodářský výsledek po zdanění navzdory tomu meziročně poklesl o 8% na 14,78 miliardy Kč.

Hospodaření skupiny RWE v ČR v roce 2008 významně ovlivnilo nadprůměrně teplé počasí, které se stejně jako v předchozích dvou letech projevilo nižší spotřebou zemního plynu. Pokles hospodářského výsledku je také důsledkem jednorázových účetních operací s rezervami. Pozitivně se naopak odrazil vyšší prodej zemního plynu do zahraničí.

„Musím vyjádřit spokojenost s dosaženými hospodářskými výsledky, přestože rok 2008 pro nás nebyl lehký. Podíl RWE na trhu konečných zákazníků pro rok 2009 sice poklesl ze 72 na 69%, nicméně poprvé od liberalizace lze říci, že jsme stabilizovali naše postavení, a dokonce získali od konkurence zpět první velké zákazníky,“ uvedl Martin Herrmann, předseda představenstva RWE Transgas.

Výsledky společnosti RWE Transgas téměř identicky kopírují hospodaření celé skupiny RWE v ČR. Tržby jí vzrostly o 38% na 108,53 miliardy Kč, hospodářský výsledek po zdanění naproti tomu poklesl o téměř 22% na 10,04 miliardy Kč. Zatímco za výrazným růstem tržeb stojí větší objemy zemního plynu prodané na mezinárodních trzích, zisk společnosti srazil zejména jednorázové účetní operace. Pozitivně se naopak projevily dividendy dceřiných společností RWE Transgas Net a RWE Gas Storage.

„Dosažené výsledky nám dávají veškeré předpoklady pro úspěšné zvládnutí období hospodářského útlumu, ke kterému minimálně letos dojde. Potvrzují také, že zdražování zemního plynu v ČR neznámá automatický růst zisku RWE. Až 80% ceny, za kterou zemní plyn v tuzemsku prodáváme, totiž tvoří cena, za kterou plyn nakupujeme v Rusku a Norsku. Dále je nutné připočítat poplatky, které platíme za jeho přepravu, uskladnění a distribuci,“ dodal M. Herrmann.

Rok 2008 byl pro skupinu RWE, která zaměstnává v ČR 4925 lidí, rovněž ve znamení reorganizace. Fungovat začaly dceřiné společnosti RWE Distribuční služby, RWE Zákaznické služby a RWE Gas Slovensko. Od letošního roku pak o nejvýznamnější tuzemské zákazníky pečuje společnost RWE Key Account CZ. Změny s cílem zjednodušit řízení a zvýšit efektivitu hospodaření budou pokračovat i letos.

Již od 1. června 2009 začne fungovat společnost RWE Energie, a.s., do které budou sloučeny společnosti Středočeská plynárenská, a.s., Západočeská plynárenská, a.s., a Severočeská plynárenská, a.s. Pro zákazníky nebude tato změna znamenat žádnou dodatečnou povinnost. Do budoucna se naopak zjednoduší a sjednotí zákaznická komunikace. „Zákazníci RWE tuto změnu ze začátku pravděpodobně ani nezaznamenají. Jde zejména o konsolidaci počtu společností ve skupině RWE v ČR. Ta dnes čítá 21 firem, což je dlouhodobě neudržitelný stav,“ uvedl Martin Herrmann, předseda představenstva RWE Transgas. „Na naší přítomnosti v regionech se nic nemění. Nový subjekt převezme všechny stávající obchodní aktivity,“ dodal.

Sloučením společností se prakticky vymažou plynárenské administrativní hranice mezi tradičními územními celky. Z tohoto důvodu došlo již k 1. lednu 2009 ke sjednocení ceníků pro zákazníky v oblastech, ve kterých SČP, STP a ZČP nyní působí.

(tz)

OPPI: začíná příjem žádostí

do dvou dotačních programů – šest miliard korun pro podnikatele

Od dubna mohou podnikatelé posílat registrační žádosti o dotace z programů Rozvoj a Inovace – Inovační projekt. Celkem mohou získat šest miliard korun. Dvě miliardy na podporu nových výrobních kapacit z programu Rozvoj, čtyři miliardy na inovativní projekty zvyšující efektivnost procesů výroby a poskytování služeb z programu Inovace – Inovační projekt.

„Programy Inovace – Inovační projekt a Rozvoj patří k nejžádanějším dotačním programům Operačního programu Podnikání a inovace. V předchozí výzvě programu Rozvoj agentura CzechInvest obdržela 695 registračních žádostí v hodnotě téměř pěti miliard korun. Dvě skončené výzvy programu Inovace – Inovační projekt přilákaly 693 zájemců, kteří agentuře CzechInvest odeslali registrační žádosti v hodnotě dosahující třinácti miliard korun. Také u aktuálních výzev očekáváme velký zájem ze strany podnikatelů,“ upozornil Lukáš Vymětal, ředitel divize Strukturální fondy agentury CzechInvest.

V rámci druhé výzvy programu Rozvoj mohou malí a střední podnikatelé z vybraných regionů České republiky čerpat finanční podporu pro investice do technologického vybavení svých firem, a tím získat

nové výrobní kapacity. Podnikatelé si mezi sebe rozdělí celkem dvě miliardy korun, jeden projekt může být podpořen finanční částkou v rozmezí jednoho až 20 milionů korun. Maximální míra podpory činí 50 až 60 % uznatelných výdajů, a to v závislosti na velikosti podniku a regionu realizace projektu.

Dotace z programu Rozvoj pokryje náklady spojené s pořízením strojů a zařízení, ale i s pořízením patentových licencí na know-how nebo řídicího softwaru k pořízovaným strojům a zařízením.

Dalším dotačním otevřeným titulem pro podnikatele je program Inovace – Inovační projekt. Ve třetí výzvě podnikatelé získají celkem čtyři miliardy korun. Pro projekty zaměřené na inovaci produktu či inovaci procesu mohou podnikatelé získat dotaci od jednoho do 75 milionů korun. Podniky

působící v regionech se soustředěnou podporou státu (dle přílohy č.1 k usnesení vlády 560/2006) mohou na výše zmíněné aktivity čerpat dotaci v hodnotě až 150 milionů korun. Malé a střední podniky mohou dále získat dotaci až dva miliony korun na projekty zaměřené na organizační a marketingové inovace. Platí však, že všechny projekty musí být uskutečněné mimo území hlavního města Prahy.

Program Inovace – Inovační projekt podpoří podniky všech velikostí, které realizují projekty s cílem zvýšit technické a užité hodnoty výrobků, technologií a služeb, či projekty zvyšující efektivnost procesů výroby a poskytování služeb. Dotaci lze využít k zakoupení moderních strojů a dalších zařízení, které napomohou efektivnější aplikaci výsledků vlastního výzkumu a vývoje do výrobního procesu, nebo také k pořízení know-how či licencí nutných k podpoře zavádění nově vyvinutých produktů na trh.

Žádosti o dotace přijímá agentura CzechInvest výhradně prostřednictvím apli-

kace eAccount, která je online dostupná 24 hodin denně na internetové stránce www.czechinvest.org. Registrační žádosti do programu Rozvoj mohou podnikatelé posílat od 15. dubna do 15. července 2009. Žádosti o dotace z programu Inovace – Inovační projekt přijímá agentura CzechInvest od 15. dubna do 30. června 2009, do 18.00 hodin.

Dotazy týkající se Operačního programu Podnikání a inovace mohou podnikatelé směřovat na zelenou informační linku o programech podpory podnikání 800 800 777, která je jim zdarma k dispozici každý všední den od 9 do 13 hodin. Své podnikatelské záměry a dotazy týkající se aplikace eAccount lze také konzultovat osobně či telefonicky ve 13 regionálních kancelářích agentury CzechInvest, a to každý pracovní den od 8 do 16.30 hodin. Regionální kanceláře jsou v každém krajském městě, jejich seznam je k dispozici na <http://www.czechinvest.org/regionalni-kancelare>.

(tz ci)

Špičková česká věda a výzkum se v dubnu představily v Singapuru

V Singapuru se před nedávnem odehrál premiérový ročník Česko-singapurských dnů vědy a techniky. Hlavního setkání se zúčastnilo přes pět desítek vědců a výzkumníků ze Singapuru. Hlavními tématy byly: diagnostika, výzkum léčiv nebo biologicky odbouratelné polymery.

„Singapur patří do velmi úzké skupiny států, které si můžou dovolit plně financovat rozvoj vlastní vzdělanostní ekonomiky, a proto se dnes může pochlubit řadou

úspěchů ve výzkumu a vývoji,“ upozornila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest.

Na programu byla například exkurze do Centra experimentálních terapií, Institutu biotechnologií a nanotechnologií, Institutu molekulární buněčné biologie nebo do parku Singapore Immunology Network. Rovněž se konala vědecká konference.

Českou republiku svým singapurským kolegům představil Peter Šebo a František

Rypáček z Ústavu molekulární genetiky Akademie věd ČR, Petr Bažant z Ústavu experimentální medicíny Akademie věd ČR, Karel Ulbrich z Ústavu makromolekulární chemie, Petr Bareš za Czech Space Alliance nebo Andrea Grigelová a Marián Hajdůch z Univerzity Palackého v Olomouci.

„Singapur je domovem pro největší českou komunitu v jihovýchodní Asii. Na rozdíl od USA nebo Austrálie to ovšem nejsou potomci exulantů, ale výzkumníci, kteří sem

po roce 1989 přijeli osvěžit si svoje nápady díky kontaktům s místními špičkovými vědci. Řada z nich pracuje v technologických firmách nebo se podílí na výzkumu financovaném z veřejných prostředků,“ vysvětlila A. Rudyšarová důvody pro výběr Singapuru.

Organizaci Česko-singapurských dnů vědy a techniky měla už tradičně na starosti agentura CzechInvest spolu s Ministerstvem zahraničních věcí ČR a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR.

(tz ci)

Díky podpoře průmyslových zón našlo práci přes sto tisíc lidí

Díky státní podpoře výstavby průmyslových zón našlo práci už 103 054 lidí. Přesně tolik pracovních míst totiž ke konci minulého roku vytvořili jednotliví investoři na státem podpořených plochách v průmyslových zónách roztroušených po celé České republice. Celkem 606 společností v nich zatím proinvestovalo už 210 miliard korun.

„Vedle vysokého počtu nových pracovních míst svědčí o úspěchu programu podpory i to, že investoři obsadili už plných 78,6 % z celkové podpořené plochy v jednotlivých průmyslových zónách,“ vysvětlila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest.

„Možná ještě zajímavější je ale fakt, že počet pracovních míst v podpořených zónách vytrvale stoupá. A to i navzdory současným problémům globální ekonomiky. Zatímco v roce 2007 v nich pracovalo 90 304 lidí, vloni to už bylo o plných třináct tisíc víc,“ upozornila A. Rudyšarová. „Ve výhledu pak jednotliví investoři počítají s tím, že do roku 2010 vytvoří celkem 118 tisíc pracovních míst.

Podporu na vznik nebo další rozvoj si mezi sebe od roku 1998 rozdělilo celkem 101 průmyslových zón. Nejvíce z nich v Ústeckém kraji, ve středních Čechách a v Moravskoslezském kraji. V současné době finance míří na další práce ve velkých strategických zónách Nošovice, Mošnov, Kvasiny, Holešov a Triangle. Kromě nich dotaci čerpají ještě průmyslová zóna Hořice a Cukrovar Lovosice. V Hořích má své technologické centrum a dílnu například designérská společnost Swell, která získala ocenění pro Subdávatele roku v posledním ročníku soutěže Investor roku v Lovosicích pak už od roku 2006 pracuje vůbec první velký jihokorejský výrobní investor v České republice společnost Kos Wire.

„Soustředěná podpora výstavby průmyslových zón u nás odstartovala v roce 1998. Česká republika nabízela investorům velmi dobré podnikatelské prostředí,

příliv investic ale brzdil nedostatek připravených nemovitostí pro podnikání, do kterých se soukromí developéři tehdy obávali investovat. Proto jejich roli na čas zastoupil stát. V současné době se už Česko může pochlubit hustou sítí průmyslových parků napříč všemi regiony, a to včetně těch hospodářsky nejslabších. Proto se další veřejná podpora v budoucnu soustředí hlavně na oživení brownfieldů,“ konstatoval Milan Kratina, vedoucí Oddělení umístění investic agentury CzechInvest.

Vznik a rozvoj průmyslových zón v České republice podpořoval od roku 1998 Program pro podporu rozvoje průmyslových zón. Na něj pak v roce 2006 navázal Program na podporu podnikatelských nemovitostí a infrastruktury. Celkem si z nich jednotlivé zóny rozdělily 9,184 miliard korun.

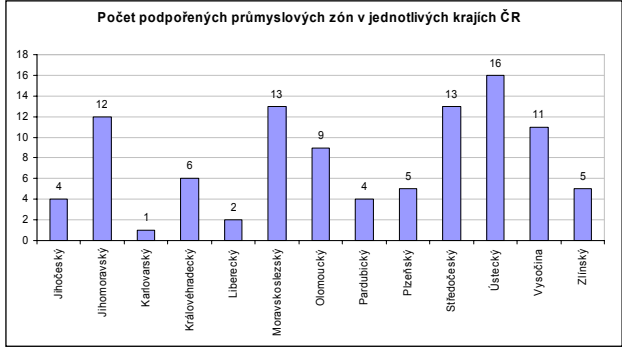
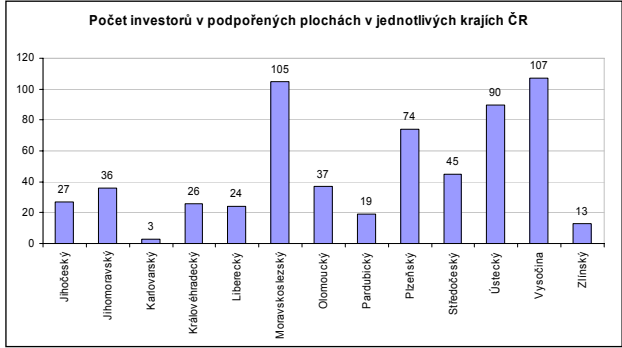
(tz)

Mapa podpořených průmyslových zón od roku 1998



1 Klášterec nad Ohří 2 Žatec (2) 3 Podbořany (2) 4 Kadaň 5 Chomutov (2) 6 Most 7 Bílina 8 Teplice 9 Přestanov 10 Rumburk 11 Liberec 12 Ústí nad Labem 13 Lovosice (2) 14 Slaný 15 Louny 16 Kladno 17 Unhošť 18 Tuchlovice 19 Zdice 20 Žebrák 21 Plzeň (2) 22 Úherce 23 Stod 24 Blatná 25 Písek 26 Prachovice 27 Kamenice nad Lipou 28 Jihlava 29 Pelhřimov 30 Havlíčkův Brod 31 Zruč nad Sázavou 32 Velim 33 Kolín 34 Kutná Hora 35 Chrudim 36 Pardubice 37 Hradec Králové 38 Jičín (2) 39 Vrchlabí 40 Kvasiny 41 Svítavy 42 Žďar nad Sázavou 43 Žďar nad Sázavou 44 Velké Meziříčí 45 Třebíč 46 Znojmo 47 Mikulov 48 Brno (2) 49 Kuřim 50 Bystřice nad Pernštejnem 51 Moravská Třebová 52 Blansko 53 Vyškov (2) 54 Hodonín 55 Staré Město 56 Brankovice 57 Prostějov 58 Litovel 59 Uničov 60 Šumperk 61 Krnov 62 Olomouc (3) 63 Hranice 64 Valašské Meziříčí 65 Zlín 66 Vsetín 67 Kopřivnice 68 Třinec 69 Frýdek-Místek (2) 70 Třanovice 71 Paskov 72 Český Těšín 73 Karviná 74 Ostrava (3) 75 Mošnov 76 Hrádek nad Nisou 77 Domažlice 78 Český Krumlov 79 Nošovice 80 Pohofelice 81 Velká Bystřice 82 Holešov 83 Mladá Boleslav 84 Nymburk 85 Zlatníky 86 Trutnov 87 Velká Bíteš

(v závorce počet podpořených zón v dané lokalitě)



Stavební firmy letos investice do informačních technologií neomezí

Investice do informačních technologií považují čeští výrobci stavebních materiálů za užitečné a nebudou je ani v současné ekonomické situaci nijak výrazně omezovat; 65 % firem hodlá plánované investice do IT pro nejbližší období zachovat, plných 25 % pak plánuje tyto výdaje dokonce ještě zvýšit. O snížení investic tak uvažuje pouhých 10 % oslovených firem. Tyto údaje vyplynuly z bleskového průzkumu provedeného společností CCV mezi padesáti stavebními firmami vystavujícími na veletrhu IBF a byly představeny v rámci konferenčního programu veletrhu. Mezi prioritní opatření firem naopak patří škrtnutí provozních nákladů, efektivnější využívání informací a prohlubování zákaznických vztahů.

Zjištěné výsledky naznačují zlepšení investiční nálady na trhu: zatímco při podobných šetřeních z počátku roku byla investiční skepse velmi hluboká, aktuální průzkum ukazuje zlepšené vnímání současné situace. Tuto změnu je možné přisuzovat pozitivním pobídkám pro oblast stavebnictví z posledních týdnů, od deklarací veřejných zakázek až po dotační projekt Zelená úsporám ve výši 25 miliard korun, který byl zahájen ministrem Bursíkem přímo na brněnském veletrhu, podobně jako nová výzva pro čerpání finančních prostředků z Operačního programu Životní prostředí, která je zaměřena mimo jiné i na investice do energetických úspor v budovách veřejného sektoru a přináší celkem až 6 miliard korun.

Na otázku, jaká opatření byla přijata v současném období stavební recese, uvedli zástupci stavebních firem nejčastěji snižování provozních nákladů (73 %), lepší využívání analýz a informací (68 %), prohlubování zákaznických vztahů (61 %) a expanzi na nové trhy nebo do tržní

niky konkurence (42 %). Pouze 22 % firem mezi nejnepatnějšími opatřeními uvedlo snižování investičních nákladů. S tímto zjištěním koresponduje také ochota i nadále investovat do informačních technologií. „Většina firem v letošním roce plánuje zachovat stejnou výši výdajů do IT, 25 % jich dokonce plánuje tyto výdaje navýšit,“ uvedl ředitel pro strategický marketing společnosti CCV Petr Ondrášek. „O zvýšení plánovaných investic s využitím některého z dotačních programů Evropské unie navíc uvažuje plných 50 % firem, přičemž 5 % již má tuto formu podpory rozpracovanou.“

Dodavatelé IT musí mluvit „srozumitelnou řečí“

Mírná většina respondentů se domnívá, že dodavatelé IT nenaslouchají správně zákazníkovi a nedokáží vysvětlit nabízená řešení, tedy mluvit pro zákazníka srozumitelným jazykem. „Úspěšný může být jenom ten, kdo nejen dodá kvalitní řešení, ale kdo také prokáže zkušenost

v oboru a kompetenci pro jeho implementaci,“ uvedl Petr Ondrášek.

Společnost CCV Informační systémy dodává obchodním a výrobním stavebním firmám spolehlivé informační systémy, které podporují řízení odběratelských sítí se složitými a na míru šitými smluvními podmínkami, automatické odběry objednávek a dalších obchodních dokladů. „Důležitá je úzká provázanost ERP se systémy odběratelů umožňující lepší predikci a řízení poptávky, výroby, zásob a cash flow,“ řekl Dalibor Damborský, ředitel společnosti CCV Informační systémy. „Provázání informačních systémů s dodavateli velmi oceňují obchodní sítě stavebnin. To jim přináší efektivnější řízení obchodní sítě, optimalizaci činnosti poboček v oblasti cenotvorby, struktury sortimentu a výše zásob. V současné ekonomicky nestabilní době je naprosto klíčová pružnost a schopnost rychlé reakce a expanze. Naše systémy v těchto oblastech poskytují zákazníkům hmatatelnou podporu.“

Řešení na míru ve stavebnictví vedou

Podle názoru stavebních firem dále platí, že informační systém by měl podniku především přinést úsporu zdrojů a lepší přehled o firmě. Trendem současnosti jsou řešení na míru. Rostoucí význam investic do nákladů lidské práce v oblasti IT a implementace podle potřeb orga-

nizace potvrzují podle jejího ředitele Dalibora Damborského i zkušenosti společnosti CCV.

Z pohledu funkcionality systému jsou výsledky průzkumu jednoznačné: zákazníkům v první řadě záleží na srozumitelnosti aplikace (60 %). Zlepšit či nově zavést v informačním systému firmy by respondenti chtěli především řízení poptávky, distribuce a skladových zásob. Tento požadavek uvedlo za svou prioritu 24 % respondentů. Mezi další trojici preferovaných řešení patří řízení vztahů se zákazníky (21 %), manažerské analýzy a reporting (20 %) a mezi nejčastějšími odpověďmi se objevuje také důraz na elektronickou výměnu obchodních dokumentů (11 %).

„Téměř stovka našich klientů ze stavebního a nábytkářského segmentu dnes využívá komplexní řešení pro elektronickou výměnu dokumentů či elektronickou fakturaci, což je typické úspěšné softwarové řešení dnešní doby, které snadno přináší okamžité úspory nákladů,“ řekl Petr Ondrášek. Na českém trhu stavebnictví podle aktuálních údajů Českého statistického úřadu používá elektronickou fakturaci 7 % firem, řešení pro elektronickou výměnu dokumentů (EDI) ve formátu EDIFACT 2,1 % a řešení EDI postavené na formátu XML 8,9 %. Tato tři čísla jsou vesměs o polovinu nižší, než je průměr ve všech dvaceti sedmi zemích Evropské unie.

(tz)

Největší dopad krize? Museli jsme propouštět naše zaměstnance, hlásí v anketě HK ČR přes 40 % firem

Negativní údaje o prudkém nárůstu nezaměstnanosti od začátku letošního roku v důsledku hospodářské krize, které pravidelně zveřejňuje Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, potvrzují i aktuální výsledky ankety Hospodářské komory České republiky, která probíhala od konce ledna letošního roku na jejích webových stránkách a již se dosud zúčastnilo 441 respondentů.

Na anketní otázku „Jak se ve vaší firmě projevily negativní dopady hospodářské krize?“ odpovědělo 41,07 % respondentů tak, že jejich firma musela snížit počet zaměstnanců. Více než pětina podniků odpověděla, že pokud se situace nezlepší, bude muset uvažovat o ukončení činnosti a necelých 18 % firem přiznalo, že jim meziročně ubyly zakázky.

„Výsledky ankety věrně dokreslují situaci, která zde panovala na začátku letošního roku a v následujícím období. Mnoho firem mělo výrazný úbytek zakázek, podniky významně omezily výrobu nebo ohlásily odstávku provozů. Jedním z hlavních úsporných kroků byla

redukce počtu zaměstnanců,“ uvedl prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel. „V následujícím období očekáváme zastavení tohoto nepříznivého trendu a na konci roku předpokládáme první náznaky oživení. Vše ale záleží na vývoji situace v západní Evropě a na tom, jak rychle budou přijata a uvedena v život protikrizová opatření v České republice,“ dodal Petr Kužel.

(tz)

Jak se ve vaší firmě projeví negativní dopady hospodářské krize?

Museli jsme snížit počet zaměstnanců	(41,07 %)
Na přechodné období jsme zkrátali pracovní týden nebo omezili počet směn	(5,36 %)
Meziročně nám ubyly zakázky a musíme hledat nová odbytiště	(17,86 %)
Naším zaměstnancům jsme v letošním roce zmrazili platy	(8,04 %)
Máme větší problémy získat provozní úvěry od banky	(6,25 %)
Krize nás zasáhla velice silně, pokud se situace nezlepší, budeme zvažovat ukončení činnosti	(21,42 %)

pokračování na str. 19 ►

Konference o veřejné podpoře



Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) hostil v průběhu dubna mezinárodní konferenci o veřejné podpoře. Takzvaný State Aid Day byl pořádán v rámci českého předsednictví v Radě EU. „Téma veřejné podpory nabývá na důležitosti zejména v souvislosti s probíhající hospodářskou a finanční krizí. Myslím, že jsme učinili první krok k založení tradice podobných akcí a další členské státy Evropské unie nás budou v době svého předsednictví následovat,“ uvedl na konferenci předseda ÚOHS Martin Pecina. Poskytování státní pomoci podnikům v době krize bylo jedním z klíčových témat diskuzních příspěvků.

Prosperita

Prosperita? Především!
Nic jiného neřeším.

Váš webdesign

Dotkněte se reality

Internet a design

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našími hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například budujeme poptávkové a objednávkové formuláře nebo systém pro fungování newsletteru. Kontaktujte nás kdykoli. Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

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

© 2005-2009 RIX, s.r.o. Všechna práva vyhrazena. www.prosperita.info
Prosperita je registrovaná ochranná známka.

EGAP a ČEB nabídlý peníze

Stát se snaží pomoci vývozcům získat co nejvýhodnější úvěrové prostředky. K tomu využívá zejména Českou exportní banku a Exportní garanční a pojišťovací společnost. V době prohlubující se hospodářské recese přichází s dalšími finančními a legislativními nástroji, které už výrobcům pomáhají nebo jsou v přípravě. Na semináři v Praze o tom 23. dubna informovali představitelé vlády a obou státních institucí.

Generální ředitel ČEB Ing. Lubomír Pokorný, MBA, přímo vyzval shromážděné podnikatele a manažery slovy: „Peněz pro vás máme dost! Pošlete k nám také své subdodavatele! Můžeme jim zajistit záruky nebo přímé financování. Jsme vaše banka schopná sehnat peníze za fěrovou cenu.“

L. Pokorný v této souvislosti zmínil, že ČEB patří k jednomu z mála pilířů státní ekonomické

politiky. „Důležité však je, aby si zachovala jistou neutralitu,“ zdůraznil.

Jako protikrizové opatření EGAP zvýšil své pojistné kapacity na 120–150 miliard korun. Jak konstatoval generální ředitel Ing. Karel Pleva, EGAP pojistil vývoz v hodnotě 100 mld. Kč a předpokládá, že se částka zvýší o dalších 40 mld. Kč. Pojistné krytí se zvyšuje z 95 % až na 99 %. Upozornil rovněž na nové

produkty, které jsou zaměřeny zvláště na malé a střední firmy.

O žádosti o notifikaci pojištění vývozu v Bruselu pro malé a střední podnikání hovořil 1. náměstek ministra financí Ing. Ivan Fuksa. Připomenul, že další významná pomoc se očekává od návrhu zákona o pojišťování a financování vývozu se státní podporou.

Rovněž náměstek ministra průmyslu a obchodu Ing. Milan Hovorka sdělil, že stát chce dostat do centra pozornosti prostřednictvím ČEB a EGAP zejména malé a střední podniky, aby byly schopny uspět na náročných trzích.

(kčr)

Komerční banka a Modrá pyramida připraveny na účast v Programu Zelená úsporám

Komerční banka podporuje maximální využití dotací z Programu Zelená úsporám. Jako první banka na trhu připravila novou řadu atraktivních úvěrových produktů „EKO úvěry“.

Komerční banka a Modrá pyramida stavební spořitelna společně uspěly ve výběrovém řízení pro realizaci procesu distribuce dotací v Programu Zelená úsporám organizovaném Státním fondem životního prostředí. Ihned po plném spuštění programu pro pověřené banky budou obě instituce zajišťovat distribuci základních informací žadatelům o dotace, sběr jejich žádostí, zpracování i výplatu dotace.

„Podpora státu je velmi důležitým faktorem pro realizaci projektů v oblasti úspory a využívání obnovitelných zdrojů energie,“ uvedl Radko Belada, vedoucí Marketingu pro retailové bankovníctví KB. Dotace je vždy vyplácena až po uskutečnění investice a v žádném z programů nekryje její plnou výši. Žadatel tedy vždy musí část prostředků vložit ze své-

ho. „Proto nabízíme účastníkům Programu Zelená úsporám možnost spolufinancování investice formou cenově zvýhodněných EKO úvěrů. Neméně zajímavou možností je prostřednictvím EKO úvěrů realizaci investice podstatně urychlit, a dotaci tak získat co nejdříve“, dodal Radko Belada.

Žadatelům o dotace Komerční banka nabízí tyto speciální typy účelových půjček:

- EKO Osobní úvěr se splatností až 6 let
- EKO Úvěr na nemovitost se splatností až 10 let
- EKO Hypoteční úvěr se splatností až 30 let

Všechny EKO úvěry Komerční banka poskytuje za zvýhodněných úrokových podmínek a bez poplatku za zpracování úvěru!

EKO úvěry samozřejmě obsahují i všechny další výhody, které jsou v Komerční bance běžně dostupné:

- Zdarma pojištění schopnosti splácet úvěr

poskytované na celou dobu splácení úvěru pro EKO Osobní úvěr a EKO Úvěr na nemovitost

- Možnost kdykoliv úvěr předčasně splatit bez jakýchkoliv sankcí a poplatků pro EKO Osobní úvěr a EKO Úvěr na nemovitost
- Možnost flexibilní úpravy splátek pro EKO hypoteční úvěr, pokud žadatel tuto funkčnost při sjednání úvěru využije

Stejný komfort, tedy vyřízení žádosti a získání půjčky na jednom místě, mohou po plném spuštění programu pro pověřené banky získat také žadatelé o dotaci, kteří zamíří do Modré pyramidy stavební spořitelny. „Do Programu Zelená úsporám se zapojí celkem 166 kanceláří Modré pyramidy. Věříme, že přibližně 1200 našich flexibilních úvěrových poradců bude skvěle doplňovat pobočkovou síť Komerční banky“, uvedl Miroslav Hiršl, člen představenstva Modré pyramidy.

(tz)

ČSOB má dobré zprávy pro zájemce o půjčku

Až do 31. května nabízí ČSOB zájemcům o půjčku nad 100 tisíc korun benefit v podobě 100% slevy z poplatku za zpracování úvěru. Nabídka, kterou klienti mohou ušetřit až 3500 korun, se vztahuje na ČSOB Půjčku na cokoliv a ČSOB Půjčku na lepší bydlení. Zpracování úvěru zdarma je tak další výhodou půjček ČSOB, která se připojuje k možnosti čerpat úvěr až do výše 600 tisíc korun bez ručitele.

„Dlouhodobé průzkumy dokazují, že jaro a podzim patří k obdobím, kdy mezi klienty ČSOB žádostí o půjčku přibývá nejvíce. Každoročně v těchto obdobích zaznamenáváme 45% nárůst žádostí oproti zbytku roku. Také proto jsme letos pro své klienty připravili nabídku bezplatného zpracování úvěru,“ uvedl Martin Eyberger, výkonný manažer segmentu Bydlení, úvěry a platební styk ČSOB. „Pro zájemce o ČSOB Půjčku na lepší bydlení je připravena ještě další atraktivní nabídka v podobě možnosti vyhrát návrh nového bydlení od designérů televizního pořadu Jak se staví sen,“ dodal k jarním výhodám Martin Eyberger.

Oba úvěry lze až do 600 000 korun získat bez ručitele. ČSOB Půjčka na cokoliv nabízí možnost splátky rozložit podle možností klienta až na dobu 7 let. V případě ČSOB Půjčky na lepší bydlení lze úvěr splácet až po dobu 10 let. Tato půjčka je primárně určena na vylepšení nebo rekonstrukci bytu, ale také na koupi družstevního podílu, koupi stavebního pozemku, koupi garáže nebo rekreační nemovitosti. Půjčka dále nabízí možnost zpětného proplacení dokladů a až 20% z ní lze čerpat neúčelově. Navíc klienti, kteří si o Půjčku na lepší bydlení požádají do konce června, se zařadí do každotýdenního slosování. Vyhrát tak mohou návrh nového bydlení v hodnotě 35 000 korun.

O půjčky ČSOB lze žádat buď na pobočkách, prostřednictvím webových stránek ČSOB, nebo na infolince 800 300300. Navíc lze o úvěr žádat i s využitím bankomatu. Pokud klient projeví zájem o úvěr prostřednictvím funkce „Osobní úvěrový limit“ v menu bankomatu, bude tato informace odeslána do Call Centra, které klienta následně zkontaktuje.

(tz)

Absurdita roku začíná příslibem zrušení knihy jízd

Předchozí ročníky ankety Absurdita roku byly úspěšné. Po upozornění na nejkřiklavější podnikatelské povinnosti došlo k jejich úplnému odstranění či se odstranění dostalo do legislativního procesu. Třetí ročník ankety Absurdita roku, která je vyhlášovaná v rámci podnikatelských soutěží Firma a Živnostník roku,

začíná příslibem zrušení knihy jízd. „Kvůli pádu vlády se administrativní zátěž nesníží o pětinu, ale o necelou desetinu. Třetí ročník ankety o nejkřiklavější administrativní povinnost Absurdita roku ale otevíráme příznivou zprávou pro všechny podnikatele. Připravili jsme legislativní návrh na zrušení knihy jízd

a nyní záleží jen na vůli poslanců, zda mu dají ve sněmovně zelenou,“ řekl odstupující ministr průmyslu a obchodu Martin Říman. Návrh přivítají především malé a střední firmy. Podnikatelé místo vedení knihy jízd budou moci uplatnit paušální odečet 5 tisíc Kč měsíčně, a to až na tři vozy. Pokud podnikatelé vědí, že

se jim paušální odpis nevyplatí, mohou zůstat u vedení knihy jízd.

Podnikatelé však upozorňují, že je nutné ve snižování administrativní zátěže podnikatelů systematicky pokračovat: „I přes množství problémů, s kterými se příští vlády budou potýkat, by se nemělo na snižování podnikatelské byrokracie zapomenout,“ doplnil prezident Hospodářské komory ČR Petr Kužel.

(tz)

KONFERENCE

JAK ŘEŠIT DOPADY KRIZE NA EKONOMIKU PODNIKŮ

Pořadatelé

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST
VÁŠ PARTNER NA CESTĚ
ZA VYŠŠÍ KVALITOU

MSF Manažerský svazový fond

EFQM
ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST JE NÁRODNÍ
PARTNERSKOU ORGANIZACÍ EFQM

Inovace managementu procesů s využitím Modelu excelence EFQM a dalších nástrojů

Na konferenci vystoupí:

Jan Muehlfeit, Chairman Europe Microsoft Corporation
Jiří Cieñciała, předseda představenstva a generální ředitel, Třinecké železářny, a. s.

a další představitelé významných českých a zahraničních firem

10. června 2009, TOP HOTEL, PRAHA

Další informace na internetových stránkách www.csq.cz, www.msf.cz, www.npj.cz



AKCE JE POŘÁDÁNA V RÁMCI NÁRODNÍHO PROGRAMU PODPORY KVALITY 2009

CzechTrade chrání svou značku

Na dobré pověsti a kreditu značky CzechTrade stále parazitují soukromé společnosti. Ačkoli se agentura loni podařilo zaregistrovat slovní ochrannou známku CzechTrade u Úřadu průmyslového vlastnictví a pražský Vrchní soud zakázal společnosti CzechTrade Internet s. r. o. užívat ve své komunikaci zkrácenou podobu obchodního názvu CzechTrade, stále dochází ze strany jmenované společnosti k případům porušování tohoto nařízení. V praxi se pak bohužel stále stává, že si firmy v mnoha případech zaplatí službu u společnosti CzechTrade Internet s.r.o. v domněnku, že se jedná o produkt vládní proexportní agentury.

„Většinou se to dozvíme na základě toho, že s námi firmy chtějí řešit stížnost na služby (zápis do elektronické databáze exportérů), které si objednaly u společnosti CzechTrade Internet s.r.o. s přesvědčením, že si objednávají zápis v Adresáři exportérů CzechTrade,“ dodal k tomu Aleš Řiháček, ředitel odboru marketing a komunikace vládní agentury. „CzechTrade Internet s.r.o. na svých webových stránkách uvádí ceník, který

výslovně prezentuje jako Ceník CzechTrade. Uživatel, který nemusí vědět, že vedle sebe paralelně existují dva subjekty s podobným, resp. zaměnitelným označením, si tak může objednat omylem službu u privátní společnosti s tím, že získává produkt vládní agentury se všemi výhodami, které nabízí.“

Název CzechTrade neprávem užívá také slovenská společnost Czech Trade Internati-

onal s. r. o., založená v listopadu 2006. Tedy v době, kdy agentura CzechTrade již více než rok vedla obchodní spor z nekalé soutěže a o porušování práv k ochranným známkám vůči CzechTrade Internet s.r.o. Tato okolnost zřejmě vedla k tomu, že název Czech Trade je již psán s mezerou mezi slovy, nicméně logo prezentované na webových stránkách slovenské společnosti je snadno zaměnitelné s logem vládní agentury a název CzechTrade je v něm psán opět dohromady. Zajímavá je i skutečnost, že kromě podobného názvu mají obě zmíněné privátní firmy také stejného jednatele, který je i jedním ze společníků obou obchodních společností.

Podle Aleše Řiháčka CzechTrade podniká a ještě podnikne všechny relevantní právní kroky,

kteří povedou k odstranění tohoto stavu, kdy jsou porušována nejen práva a chráněné zájmy agentury, ale dochází i ke klamání podnikatelské veřejnosti. „Podnikatelům doporučujeme, aby si řádně prověřili, u koho objednávají služby a co za tyto služby skutečně obdrží. Tedy zda se jedná pouze o cizojazyčný překlad firemní prezentace umístěný bez jakékoliv další podpory na zahraničních serverech, nebo o skutečnou aktivní podporu jejich exportních záměrů formou jediného oficiálního Adresáře exportérů prezentovaného mj. prostřednictvím 33 zahraničních kanceláří národní proexportní agentury CzechTrade a na webových stránkách většiny zastupitelských úřadů ČR v zahraničí. A to vše za neporovnatelně nižší cenu,“ dodal Aleš Řiháček. (tz ct)

Firmy v době krize více spolupracují

Další tři nové vývozní aliance, které sdružují celkem 48 členů. To je bilance posledního měsíce v rámci projektu exportních aliancí pod záštitou CzechTrade. V současné době tak agentura zastřešuje 22 aliancí, do nichž se zapojilo 136 firem.

Mezi nová sdružení patří CEITEC Cluster-bioinformatic, CZECH ICT ACCELERATE EXPORT TEAM a CzechBio. V nejbližší době bude založena exportní aliance výrobců kolejových vozidel, dodavatelů automatizace a signalizace a dalších komponentů pro železnice. Mezi první aktivity této aliance bude patřit například prezentace jejích členů na Tureckých státních železnicích a ve státních podnicích TULOMSAS a TOVASASI v Ankaře na počátku června.

V jednání je rovněž ustanovení vývozní aliance sdružující české podnikatelské subjekty v oblasti plastikařského průmyslu. (tz)



Arrow line sklízí úspěchy na polském trhu

Převážně díky exportům do jihovýchodní Evropy – Bosny a Hercegoviny a na Slovensko zvítězila akciová společnost Arrow line v loňské Exportní ceně DHL v rámci kategorie „Malá společnost“. Od té doby se jí i díky výrazné pomoci CzechTrade daří prosadit na polském trhu. „Konkrétně jsme uzavřeli smlouvy s Koksovnou ve Zdziessowicích (ArcelorMittal Polska) a Katowicki Holding Węlowy na Dole Wujek,“ uvedl Karel Merany, předseda představenstva a ředitel firmy. „Nyní se tam již buduje patnáct lanových posunovacích zařízení. Díky spolupráci s CzechTrade se nám nedávno podařilo uspořádat na půdě české ambasády ve Varšavě seminář, na němž jsme představili náš nový posunovací mechanismus pro průmyslové vlečky. Zájem ze strany polských partnerů byl ohromný, přišli zástupci z více než dvou desítek firem, kteří konstatovali, že český výrobek nemá co do provedení konkurenci.“

Třinápravová akumulátorová lokomotiva 710.201-5, vzniklá přestavbou dieselhydraulické lokomotivy řady 710 (T334) od firmy Arrow line může být výraznou úsporou v rámci současné ekonomické krize. Zatímco provoz dieselové posunovací lokomotivy přijde ročně cca na 1,1 milionu korun, provoz akumulátorového zařízení stojí za stejné období pouhých 108 tisíc korun. „Životnost akumulátorů je sice 10–15 let, výhodou však je ekologie provozu, velmi výrazné snížení provozních nákladů (náklady na palivo, náplně, údržbu), nízká hluková hladina a také příznivá pořizovací cena,“ vysvětlil Karel Merany.

Arrow line a.s. je projektční, inženýrská a dodavatelská firma. Zabývá se vývojem a dodávkou kolejových tahačů a lanových posunovacích zařízení pro železniční vlečky průmyslových podniků. V posledních letech pracuje také na vývoji pyrolyzního zařízení pro energetické využití tříděných odpadů. (tz)

Český design na největším světovém veletrhu

Minulý týden představila agentura CzechTrade poprvé výstavní projekt „Czech Selection“. Stalo se tak u příležitosti největšího veletrhu nábytku, interiérového designu a doplňků na světě – Salone Internazionale del Mobile v Miláně, v rámci doprovodného Design Week Miláno. Cílem výstavního projektu bylo prezentovat vedle klasického současného českého designu i průmyslový design a představit tak tvorbu českých i světových designérů ve spojení s tradičními českými výrobci. Milánským návštěvníkům české expozice o rozloze přes 90 m² umístěné na prestižní Zona Tortona své nové produkty a ikony představilo celkem 18 firem: Ajeto, A.M.O.S. design., Ateh, Ardeco, BeldaFactory, Blata, Botas, Futurista, Křehký by Designblok Prague, mmcitě, Qubus design studio, Pirc porcelain, Prim, Process, Polstrin, Ton, UP závody, Vavex Lavmi. Formu katalogové prezentace zvolily Xeon design lifting a Dýhy Večeřa. Odborným garantem projektu bylo Uměleckoprávní muzeum v Praze. Architekturu expozice vytvořilo studio Olgoj Chorchoj.

Výstavní projekt Czech Selection měl v lednu 2009 premiéru pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu ČR na pařížském veletrhu Maison et Objet ve Francii. (tz)

Naše sklo představeno v budově Evropské komise

U příležitosti českého předsednictví v Radě EU zaštitila agentura CzechTrade prezentaci spolupráce českých firem s předními průmyslovými designéry. Obohatila tak dubnovou vernisáž obrazů pod názvem Českýma očima III., která se pod patronací Vladimíra Špidly uskutečnila v prostorách Minigalerie 09 hlavní budovy Evropské komise v Bruselu na konci března.

Obrazy malíře Jana Bárty doplnilo české sklo novoborské sklářské společnosti Astera, mezi jejíž zákazníky patří významní čeští a světoví designéři sklářského řemesla, např. Rony Plesl, Michal Červa, Barbara Nanning, Carina Riezebos, Willem Noyons, Tora Urup, Droog Design nebo Marcel Wanders.

„U nás najde holandský designér nebo sklář-

ský výtvarník to, co už v Holandsku dávno zmizelo – možnost realizovat svůj projekt, navíc pružně, v dobré kvalitě a za přijatelné ceny,“ řekl Vladimír Žila, jednatel společnosti Astera. „Zatím to u nás stále ještě najde. Aby to našel i zítra, nezáleží pouze na nás, ale pochopitelně i na prostředí, ve kterém se pohybujeme. Tady má stát obrovské možnosti, jak pomoci, nebo naopak podřezat poslední větve. Existence agentur jako CzechTrade je tou pomocí, která je adresná a funguje. Díky CzechTrade jsme měli možnost zrealizovat analýzu úrovně designu ve firmě a díky CzechTrade máme také možnost představit se na půdě Evropské komise,“ dodal. Dále uvedl, že se tímto způsobem neprezentuje pouze firma Astera, ale práce všech foukačů, brusičů, rytčů, malířů, technologů, formařů

a dalších řemeslníků a odborníků, kteří na projektech spolupracují. „Příkladem naší konkrétní spolupráce s CzechTrade je ukázka realizací, které jsme dělali pro mladého českého designéra Michala Červu právě v rámci služeb Design pro export,“ doplnil.

Ukázka produkce českých firem a designérů bude díky agentuře CzechTrade pokračovat i na slavnostním zahájení další výstavy – Českýma očima IV., které proběhne 30. dubna. Vedle děl akademického malíře Karla Pokorného tak bude na bruselské půdě prezentována i firma Sans Souci a její konkrétní spolupráce s předními českými a světovými designéry (např. Rony Plesl, Pavel Baxa, Jiří Šuhájek, Zdeněk Lhotský, René Roubíček, Jaromír Rybák a mnoho dalších). (tz)

CzechTrade v nejbližší době plánuje účast českých designérů a firem na následujících zahraničních výstavách a veletrzích:

Code 2009 – First Nordic Design Fair (sekce Furniture/Interior), Kodaň 27.–31. 8. 2009 v rámci týdne designu „Denmark's First International Design Week“, jehož patronem je následník trůnu, J.V. Princ Frederik.

Interlight Moskva, 12. mezinárodní odborný veletrh osvětlení,

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

Servis CzechTrade

Referenční číslo:	Země určení:	Datum zveřejnění:	Platnost do:	E-mail:	Popis poptávky
POCZ200955459	Polsko	29. 04. 2009	29. 07. 2009	m.stankiewicz@idmar.pl	Polská firma IDMAT hledá výrobce nebo distributora mosazných spojek, jako jsou například: kolena, fitinky, nyple, redukované fitinky, zátky, příruby apod. ➡
POCZ200955501	Řecko	29. 04. 2009	10. 05. 2009	oldrich.vesely@czechtrade.cz	Řecká firma má zájem o projektanty a stavitele ocelových mostů. ➡
POCZ200955502	Spojené státy americké	29. 04. 2009	08. 05. 2009	bohupil.sevcik@czechtrade.cz	Americká firma hledá dodavatele/výrobce konkrétních částí průtokoměrů. Bližší informace o firmě: www.vortekinst.com . Firma poptává díly v 6 různých rozměrech, počty kusů v tabulce: 1.5" 250 ks, 2" 250 ks, 3" 200 ks, 6" 75 ks, 8" 50 ks. ➡
POCZ200955496	Ukrajina	28. 04. 2009	28. 07. 2009	nserg@envitec.com.ua	Ukrajinská projektční a inženýrská společnost, která působí v oblasti vodního zásobování, má zájem o navázání spolupráce s českými výrobci ventilů a šoupátkových ventilů. ➡

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Výpis z insolvenčního rejstříku na všech kontaktních místech

Od 16. dubna je spuštěna nová služba pro podnikatele i občany na pobočkách CzechPOINT. Jedná se o vydávání ověřených výpisů z insolvenčního rejstříku, který je dalším informačním systémem veřejné správy zpřístupněným prostřednictvím projektu CzechPOINT a v současné době je spravován ministerstvem spravedlnosti. Zájemci obdrží ověřený výpis na všech 51 kontaktních místech hospodářské komory, jejichž seznam je ke stažení na www.komora.cz.

Insolvenční rejstřík je veřejně přístupným registrem. Vydání ověřeného výpisu nebude tedy podmíněno ověřením totožnosti žadatele. V rejstříku je možné vyhledávat na základě dvou ukazatelů – identifikačního čísla organizace (hledání právnické osoby zapsané v obchodním rejstříku) a podle osobních údajů (fyzická osoba podnikající nebo nepodnikající). Poplatek za vydání ověřeného výpisu se bude řídit zákonem o správních

poplaticích a zavedenými zvyklostmi na ověřovací kancelářích hospodářské komory, tzn. žadatel zaplatí 70 Kč za první stranu výpisu, za každou následující pak 50 Kč. Maximální poplatek na ostatních kontaktních místech veřejné správy (vybraných pobočkách České pošty a na obecních úřadech) přitom dle zákona o správních poplatcích může být až 100 Kč za první stranu výpisu, 50 za druhou a každou další.

„Zejména podnikatelé tuto novou službu za jistě uvítají. Díky aktuálnímu rozšíření služby CzechPOINT o výpis z insolvenčního rejstříku dochází k dalšímu zjednodušení a zefektivnění komunikace s úřady. Zároveň tato služba přináší větší komfort pro klienty, kteří již nemusí obcházet několik úřadů, ale mohou obratem obdržet výpis z insolvenčního rejstříku spolu s ostatními dokumenty potřebnými pro podnikání na kterémkoliv kontaktním místě CzechPOINT, včetně těch, které se nacházejí na kontaktních místech hospodářské komory. Dochází tak k dalším finančním úsporám, úspoře času a zrychlení celého procesu,“ sdělil prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

Insolvenční rejstřík je novým informačním systémem veřejné správy. Jeho základní úlohou je zajistit maximální míru publicity o insolvenčních řízeních a umožnit sledování jejich průběhu na rozdíl od dřívějších roztržitých informací publikovaných v Obchodním věstníku. Prostřednictvím insolvenčního rejstříku jsou zveřejňovány veškeré relevantní informace týkající se insolvenčních správců, dokumenty z insolvenčních spisů i zákonem stanovené informace týkající se dlužníků.

více informací naleznete na <http://insolvenzeni-zakon.justice.cz/obecne-info-prevence-upadku/insolvenzeni-řízení-rejstrik.html>

(tz hkčr)

Unikátní přeshraniční služba internetového bankovníctví

- UniCredit Bank společně s dalšími šesti bankami skupiny UniCredit Group nabízí svým klientům zcela novou službu internetového bankovníctví, která je dalším krokem ve sjednocování nabídky produktů celé skupiny v rámci regionu střední a východní Evropy.
- Nová služba pod názvem „Mezinárodní uživatel“ umožňuje klientům jednoduše prostřednictvím internetu obsluhovat účty ve více zemích skupiny UniCredit Group z jedné aplikace internetového bankovníctví s jedním zabezpečením (tj. uživatelským číslem a bezpečnostním klíčem).
- Z jediného místa mohou klienti ovládat bez dalšího přihlašování firemní i osobní účty, a to v různých zemích.
- Kromě České republiky je nová služba dostupná na Slovensku, v Rumunsku, Slovinsku, Litvě, Lotyšsku a Estonsku. UniCredit Bank Czech Republic byla pilotní zemí celého projektu.

„Propojení internetového bankovníctví v rámci naší bankovní skupiny navazuje na

loňské sjednocení poplatků při výběru z bankomatů všech bank UniCredit Group a potvrzuje strategii banky nabízet našim klientům unikátní přeshraniční služby,“ uvedl Radek Jirka, manažer přímého bankovníctví UniCredit Bank.

Jak dále doplnil Daniel Čermák, manažer odboru Cash Management & eBanking UniCredit Bank: „Novou službu internetového bankovníctví mohou využívat klienti všech segmentů, a to jak občané a podnikatelé v internetovém bankovníctví pod názvem Online Banking, tak menší a střední firmy v internetovém bankovníctví s názvem BusinessNet Basic a velké firmy v internetové aplikaci BusinessNet Professional.“

Pro zřízení nové služby stačí mít v dané zemi otevřený účet. Banka, na kterou se klient obrátí se žádostí o uvolnění mezinárodního uživatele internetového bankovníctví, zprostředkuje s partnerskými bankami veškeré nutné formality a stává se pro klienta „domovskou“ bankou zajišťující veškerý servis spojený s mezinárodním uživatelem i do budoucna. Domovská banka

předá klientovi jednu sadu zabezpečení (uživatelské číslo a bezpečnostní klíč), kterou bude používat i pro všechny ostatní banky.

Klient se jako „mezinárodní uživatel“ může přihlásit do internetového bankovníctví z webu kterékoliv banky. V rámci přihlášení si vybere, v které zemi chce začít online řídit své účty a ty se mu následně zobrazí. Pro ovládání účtů jiné země se již nemusí odhlásit a znovu přihlásit, ale jednoduše se „přepne“ do jiné země volbou v aplikaci. Internet banking jednotlivých zemí jsou stejné designem i způsobem ovládání, tedy pro klienta zcela intuitivní.

Při ztrátě či zcizení bezpečnostního klíče stačí kontaktovat klientskou linku (helpdesk) v kterékoliv zemi, kde má klient veden účty. Zablokování a odblokování služby funguje automaticky pro všechny země. Klientovi zůstává možnost individuálního nastavení (včetně limitů) pro jednotlivé země a účty. Nejbližší nasazení této služby se připravuje v Srbsku.

(tz)

Většina bank postrádá komplexní řízení rizika

Pouze 14% vedoucích pracovníků z téměř 40 globálních bank uvedlo, že má konsolidovaný přehled o rizicích napříč svými organizacemi. Podle globálního průzkumu Ernst & Young o řízení rizika „Navigating the Crisis: A Survey of the World's Largest Banks“ odhalila současná hospodářská krize skryté slabiny řízení rizika a nutí banky zlepšit proces kontroly rizika, zefektivnit spolupráci mezi řízeným rizikem a financemi a zavést celofiremní vnímání rizika jako skutečnou prioritu.

Mezi hlavními překážkami účinného řízení rizika v rámci celé organizace byly uváděny organizační překážky a s tím spojená decentralizace zdrojů a rozhodování, nedostatečné předpovědi a nesrozumitelné výkaznictví. Potřeba vytvořit firemní kulturu, která si uvědomuje rizika napříč celou institucí, má v současnosti nejvyšší prioritu. Tři čtvrtiny respondentů ji uvedly jako životně důležitou, a to v dnešní době, kdy se banky snaží ne vždy úspěšně vyvinout konsolidovaný přehled rizika napříč obchodními útvary a jednotlivými riziky.

pokračování na str. 20 ►

► pokračování ze str. 16

„V minulosti jsme sami, ještě před vstupem do Evropské unie, řešili významné intervence státu do jednotlivých sektorů, bankovního nebo ocelářského. Šlo až o 4 % hrubého domácího produktu České republiky ročně. Dnes tvoří

státní pomoc v ČR necelé 0,5 % a některé státy nám mohou v tomto směru závidět. V době hospodářské krize je velice důležité přistupovat ke státní pomoci citlivě, protože podpora například automobilového průmyslu v jedné zemi může v globální ekonomice přinést negativní

důsledky v zemi jiné. Právě proto je důležité dodržovat jednotná pravidla a o problémech diskutovat,“ uvedl k tématu krize I. místopředseda ÚOHS Kamil Rudolecký, který ve svém příspěvku navrhl větší decentralizaci pravomocí Evropské komise, vybudování společné

evropské platformy pro národní instituce zabývající se veřejnou podporou, jasné vymezení jurisdikce či vytvoření centrálního registru pro podpory de minimis. Zároveň také vyzdvihl schopnost Evropské komise v případech krize rychle reagovat, a to v řádu dní. (tz)



ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

ADRESÁŘ EXPORTÉRŮ

Vaše efektivní prezentace v zahraničí



- Oficiální katalog českých exportérů vládní agentury CzechTrade
- Optimalizován pro internetové vyhledávače
- Publikován ve třinácti světových jazycích
- Propagován agenturou CzechTrade v zahraničí

<http://exporters.czechtrade.cz>

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





Evropský pojišťovací sektor poroste navzdory ekonomické nejistotě

Evropský pojišťovací sektor i tento rok pravděpodobně nadále poroste, i když mírnějším tempem než v předchozích letech. Vyplývá to ze zprávy společnosti Ernst & Young Insurance Outlook 2009. Podle Ernst & Young může adaptace na měnící se finanční prostředí přinést pro pojišťovací ústavy celou řadu nových příležitostí, a to bez ohledu na okolnosti, jako jsou recese a plán na implementaci tří hlavních regulatorních požadavků, k němuž pojišťovací sektor směřuje pro rok 2012. Ernst & Young také předpovídá dopad na evropský pojišťovací sektor ve formě jednodušší a transparentnější struktury pojišťovacích produktů.

Lex Van Overmeire, ředitel divize pojišťovnictví Ernst & Young pro Evropu, Střední východ, Indii a Afriku, uvedl: „Pojišťovací sektor čelí v tomto roce nemalým výzvám, a to nejen v souvislosti s celoevropskou recesí. Ale i špatné časy přináší nové příležitosti. Pojistitelé, kteří jsou natolik odvážní, že využijí současný vývoj k implementaci změn, přehodnocení kapitálové přiměřenosti a pečlivému sledování dopadů propadajícího se ocenění a výnosů z investic, mohou na této situaci významně profitovat.“

Douglas Burnham, Partner Ernst & Young v České republice k tomu dodal: „Finanční krize bude bezpochyby impulzem pro podrobnější zkoumání ze strany regulatorních orgánů. Jak tyto orgány, tak i investoři požadují pravidelné a podrobnější informace o dodržování zákonných norem. Pojišťovací sektor musí udělat vše, co je v jeho silách, aby přežil rok 2009, a v roce 2012 splnil termín implementace regulatorních požadavků (standardy Solvency II týkající se vyšší ochrany klientů, IFRS 4 a požadavek na tržně konzistentní implicitní hodnotu – market-consistent embedded value).“

Tomáš Němec, Senior Manager Ernst & Young v České republice k tomu doplnil: „Přestože ani pojišťovací ústavy v České republice nebyly dopadů krize ušetřeny, růst domácího pojistného trhu i nadále trvá, i když pomalejším tempem.

Dá se ovšem očekávat, že původní optimismus investorů a růstové předpoklady českého pojišťovacího trhu budou vzhledem k aktuálnímu ekonomickému vývoji částečně revidovány.“

Mezi pět nejvýznamnějších úkolů pro rok 2009 patří:

1. Vyvážení rizik a příležitostí
2. Přehodnocení strategie pro střední a východní Evropu
3. Posílení rozvahy a kapitálové přiměřenosti
4. Přehodnocení provozních záležitostí
5. Příprava na změny v globálním regulatorním dohledu

Životní a penzijní pojištění

- Propad sektoru životního a penzijního pojištění v roce 2008 a dopad odpisů pořízovacích nákladů na pojistné smlouvy, případně zvyšování rezerv souvisejících s garancemi produktů, povede pravděpodobně v roce 2009 ke snížení výnosů.
- Klienti se zaměří na tradičnější produkty a penzijní produkty, které přinášejí jasněji definované příjmové toky. Pojišťovny budou nuceny vyvíjet stále sofistikovanější nástroje řízení aktiv a pasiv za účelem maximalizace výnosů při současném řízení rizik dlouhodobosti a efektivního umístění kapitálu. To je dobrá zpráva

pro zajišťovací ústavy, protože zajištění bude hrát při řízení těchto rizik hlavní roli. Očekává se totiž, že v roce 2009 dojde znovu k realizaci transakcí na kapitálových trzích.

- Nejúspěšnějšími pojišťovacími organizacemi na poli životního a penzijního pojištění se stanou ty ústavy, kterou budou rozvíjet a prodávat produkty, jako je spořicí pojištění a výplata dávek při dožití pro celý spotřebitelský segment.

Všeobecné pojištění

- Některé pojistné produkty budou redukovány, jelikož se pojišťovny budou zaměřovat na ty co nejvíce ziskové. Mezi produkty, kterých se redukce pravděpodobně dotkne, může patřit například pojištění odpovědnosti manažerů a statutárních orgánů, pojištění profesní odpovědnosti a pojištění úvěrů.
- Neustálý tlak na ziskové marže se projeví ve formě dalších očekávaných odpisů aktiv a propadů v investičních příjmech.
- Nízké ceny pravděpodobně značně sváží výsledky za pololetí z důvodu potřeby kapitálové ochrany a strategie vedoucí ke zvyšování kapitálu zvýší poptávku po zajištění a zajišťovatelé poženou ceny směrem vzhůru.

Střední a východní Evropa

Podle prognóz poroste pojišťovací trh ve střední a východní Evropě pomalejším tempem, než tomu bylo v minulých letech. Zaměření na specifické segmenty trhu, jako například takaful – tj. společná garance, je možné použít k rozšíření licence k podnikání v těchto zemích.

„Pojišťovací instituce ve střední a východní Ev-

ropě by se měly zaměřit na jednoduché, transparentní ochranné produkty, jako je například spoření, pojištění následku tíživé situace a pojištění zdravotních následků,” řekl Douglas Burnham.

Rozvaha a kapitálová přiměřenost

- Jen málo pojistitelů nebylo postiženo dopadem klesající hodnoty aktiv a návratnosti investic a očekává se, že i v roce 2009 budou pokračovat odpisy tohoto majetku. Příjmy z investic budou pravděpodobně klesat, jelikož centrální banky i nadále snižují úrokové sazby.
- Pojistitelé budou muset zvážit dopad tlaků, jako jsou rostoucí náklady na zajištění, ztráty související s neefektivním zajištěním a nestabilita kurzů zahraničních měn. Není pochyb o tom, že toto jsou důvody pro další erozi kapitálu pojišťovacích společností.
- Navyšování kapitálu pro účely potenciálních akvizic bude velice obtížné, ale některé pojišťovací ústavy získají přístup ke státním záchranným fondům. Ostatní využijí příležitosti ke koupi, aby mohli uskutečnit akvizice v roce 2009.

Přehodnocení provozních záležitostí

- Technologie pořízené v minulých 18 měsících budou v roce 2009 uvedeny do provozu a zmírněním administrativních nedostatků a zlepšením služeb zákazníkům pomohou získat širší spektrum pojištěnců.
- V roce 2009 budou iniciativy vedoucí ke snížení nákladů naprosto klíčové, jelikož technologie již budou implementovány a provozní transformace dokončeny.

(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

► pokračování ze str. 19

„Naše zkušenosti z bankovního sektoru ve střední Evropě zcela zřetelně ukazují, že hlavní překážkou efektivnějšího řízení rizik je chybějící rámec definující jasné role a odpovědnosti za rizika napříč organizací. Dosažení efektivnějšího řízení je limitováno nedostatečnou komunikací nejen mezi oddělením odpovědným za řízení rizik a obchodními útvary, ale také mezi top managementem a analytiky. Vrcholový management by měl jasněji definovat svá očekávání, zatímco od analytiků se očekávají srozumitelnější a přesnější výstupy,” řekl Pavel Riegger, vedoucí týmu řízení finančních rizik Ernst & Young v České republice.

„V souvislosti s nedávnými událostmi existuje mezi odborníky shoda v tom, že efektivní řízení rizika vyžaduje jak dohled směrem shora dolů, tak zapojení směrem zespoda nahoru, tedy těch, kteří riziku čelí v první linii. K tomu, aby banky začaly vytvářet kulturu řízení rizika a vnímat ji jako prioritu, je třeba, aby se do řízení rizika zapojili opravdu všichni,” sdělil Bill Schlich, vedoucí globální divize bankovního a kapitálových trhů Ernst & Young.

Respondenti se shodli na tom, že je třeba diskuze o riziku posunout na strategickou úroveň a vytvořit mnohem užší spolupráci mezi jednotlivými obchodními útvary a řízením dílčích rizik. Na 86 % dotazovaných uvedlo, že jejich banky zavádějí celou řadu projektů s cílem poskytnout srozumitelnější přístup k riziku. Pouze 16 % má však dobře definovanou společnou vizi o tom, jak by strategické řízení celofiremního rizika mělo vypadat.

Respondenti shodně uváděli potřebu lepšího toku informací a výkaznictví v oblasti rizika. Nízká kvalita dat, mezery v datových tocích a celkový objem dat představují jen některé z problémů, kterým banky v sou-

časnosti čelí. Zhruba 67 % vrcholových pracovníků uvedlo, že v jejich organizacích probíhá proces zavádění konsolidovaného vykazování rizika, ale pouze 9 % z nich si myslí, že se jim skutečně podařilo úspěšně sloučit data v rámci celého podniku. Účastníci průzkumu se shodli na tom, že hlavními prioritami se musí stát větší srozumitelnost, rychlejší a pružnější reportování a lepší agregace datových zdrojů.

„V prvním průzkumu z roku 2007 měla identifikace dosud nepozorovaných rizik relativně nízkou prioritu na cestě k lepšímu řízení rizika. Současná krize jen dokazuje, že firmy se musí zaměřit na nově vznikající a nepředvídaná rizika,” uvedl Hank Prybylski, vedoucí divize řízení finančních rizik v Ernst & Young.

Velká většina letošních respondentů průzkumu uvedla, že jejich organizace nemají dobře definované a důsledné procesy předpovídání rizika. Všichni ale uznávají potřebu zlepšit předpovědi na základě vývoje důkladnějších procesů a většího množství nástrojů pro kvantifikaci rizika s ohledem na budoucí vývoj ekonomického prostředí. Mezi tyto nástroje patří například zavedení častějších schůzek výkonných výborů pro riziko pro sledování problémů a zvláštních událostí, podrobné modelování stresových scénářů a pravidelné monitorování hlavních indikátorů rizika jednotlivých portfolií.

Mnozí odborníci uvedli, že krize může v konečném důsledku vést k robustnějšímu řízení rizika. Krize již teď funguje jako katalyzátor – odbourává „izolaci“ risk manažerů, podporuje dialog mezi rizikem a financemi a stimuluje širší diskuzi o riziku jako klíčovém problému. Jak poznamenal jeden z vedoucích pracovníků: „Ti, kdo přežijí tuto pětisetletou povodeň, se vynoří jako mnohem silnější globální instituce.“

(tz)

S nízkým úrokem nebo bez navýšení

Do konce měsíce června platí zvýhodněné financování pro modely BMW řady 1, 3, 5, X3 a X5, které pod značkou BMW Financial Services poskytuje UniCredit Leasing. Nízkého úroku mohou využít fyzické i právnické osoby pro nákup vozu BMW prostřednictvím produktů BMW Leasing – nízký úrok, BMW Credit – nízký úrok nebo BMW Fin – nízký úrok. Například při koupi BMW 320d v hodnotě 930 150 Kč (vč. DPH) ušetří klient u produktu „BMW Fin – nízký úrok“ během tříletého splácení skoro 80 000 Kč v porovnání se standardní nabídkou na trhu.

V případě produktu BMW Lesing – nízký úrok si mohou klienti zvolit délku splácení v rozmezí 36–84 měsíců, produkty BMW Credit – nízký úrok a BMW Fin – nízký úrok pak poskytují ještě větší variabilitu v délce splácení a nabízí volbu mezi 6–84 měsíci. „Všechny produkty BMW Financial Services jsme od začátku dubna rovněž inovovali dle novely Zákona o DPH a o dani z příjmů. Možnost odpočtu DPH plátcům DPH dále zlevnilo financování nákupu automobilů prostřednictvím leasingu nebo úvěru,“ vysvětlil Marek Chvojka, ředitel divize Business Development společnosti UniCredit Leasing. Další výhodou produktu je univerzálnost použití, produkty je možné použít na všechny karosářské varianty a motorizace výše zmíněných řad.

Časově omezená akce klientům ušetří během celé doby splácení několik desítek tisíc. (tz)

První čtvrtletí patřilo Fordu!

Českému zastoupení automobilky FORD MOTOR COMPANY, s.r.o., se v měsíci březnu povedl husarský kousek. I přes celkový pokles českého trhu novými vozy dokázal totiž modrý ovál prodat 1608 vozů, o 44 % více než v březnu 2008 – a dosáhnout v prodeji osobních vozů rekordního podílu na českém trhu: 10,8%!

Přesto, že se český trh novými osobními a lehkými užitkovými automobily ve srovnání s loňským rokem za první čtvrtletí propadl o 18%, dokázal Ford za první tři měsíce své prodeje zvýšit – ze 3393 na 3749 prodaných vozů, tedy o více než 10 %!

Ještě výraznější nárůst pak modrý ovál zaznamenal v samotném měsíci březnu, kdy počet nově zaregistrovaných vozů proti loňsku zvýšil o celých 44% a dosáhl v součtu osobních a lehkých užitkových automobilů tržního podílu

10,7% – a v samotných osobních automobilech (1338) dokonce 10,8%! A to je v dlouhodobém rekordním tažení českého Fordu další milník: takový měsíční podíl na trhu totiž v historii ČR ještě žádný dovozce nikdy nezaznamenal!!!

Po prvních třech měsících tak Ford získal 9,3% českého trhu (OA + LUV) a na druhého importéra v pořadí má náskok více než 700 zaregistrovaných vozů. Nejúspěšnějším modelem byl už tradičně Ford Fusion (1563 registrací), dlouhodobě nejprodávanější do-

vážený vůz na českém trhu, kterému už patří třetí příčka v absolutním pořadí všech prodáváných modelů; hned za dvěma stěžejními modely domácího výrobce.

Druhým nejprodávanějším Fordem prvního čtvrtletí byl model Focus (573) a na třetí pozici se pracoval Ford Fiesta (446), jehož prodeje po uvedení na trh každým měsícem stoupají.

„Naše prodejní výsledky dokazují, že nová auta se dají úspěšně prodávat i v době krize,“ okomentoval generální ředitel Fordu v ČR Jan Laube. „Pokud ovšem máte vynikající produkt, rozumné ceny, výborně fungující síť dealerů a skvěle sehraný importérský tým. Jako Ford.“

(tz)

Bezpečnost osob při nehodě starších vozidel je až o 60 % nižší

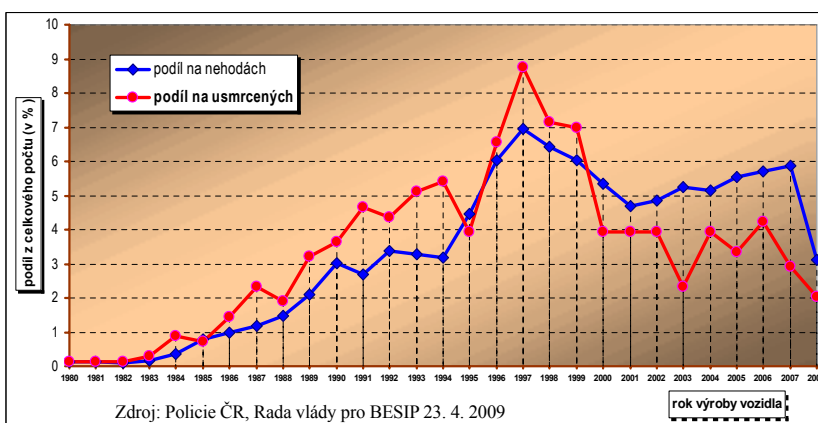
Na jednání Rady vlády pro bezpečnost silničního provozu (BESIP) dne 23. dubna v Praze byly uvedeny zajímavé údaje o počtech nehod a počtech usmrcených osob v osobních automobilech za rok 2008 v závislosti na stáří (roku výroby) vozidla.

Z výše uvedeného grafu jasně vyplývá, že podíly na usmrcených osobách převyšují u vozidel starších než 10 let podíly na počtu nehod, tedy že v případě nehody staršího vozidla mají přepravované

osoby nepochybně menší naději na přežití. O nižší bezpečnosti starších vozidel vypovídají nejen po-

měrové ukazatele, ale i absolutní čísla. V osobních automobilech starších než 10 let bylo v roce 2008

při nehodách usmrceno 62% ze všech usmrcených osob (421 osob), v mladších vozidlech to bylo 38% (258 osob). Vezme-li do úvahy počty registrovaných osobních automobilů dle stáří a jejich předpokládané roční proběhy km (u mladších odhadujeme v průměru 10 000 km za rok na 1 vozidlo, u starších jen 6500 km za rok na 1 vozidlo), dojdeme opět k zajímavým výsledkům. (tz)



BMW R 1200 GS Adventure se stal Motocyklem roku 2009 v ČR

Titul Motocykl roku 2009 v České republice získalo mezi 32 soupeři – motocyklovými novinkami – enduro BMW R 1200 GS Adventure. Titul dostalo ve 13. ročníku ankety Motocykl roku, jehož výsledky byly vyhlášeny 21. dubna na motorkářském bále, který proběhl v Praze.

Anketu vyhlásila ve třetím lednovém týdnu sekce Moto při Svazu dovozců automobilů a její organizaci již poosmé pověřila agentura Ehrlich63. Nominované motocykly byly rozděleny do šesti kategorií a každá byla hodnocena zvlášť. O to se postarala jednak 22členná odborná porota a jednak veřejnost a jejich hlasy se sčítaly. Motocykl, který získal nejvíce hlasů, se automaticky stal Motocyklem roku 2009. Celkem do

ankety poslalo hlasovací listek 42618 osob. Hlasování probíhalo jednak klasicky na kuponech z tisku, jednak prostřednictvím internetu.

Anketa Motocykl roku 2009 v České republice byla prováděna rozsáhlou inzertní kampaní v motocyklových a motoristických titulech, v denících ve společenských časopisech, v rozhlasu a na internetu. Anketu podpořil také informační bulletin a rovněž informační stánek na výstavě Motocykl na výstavišti v Praze Holešovicích, kde byly vystaveny všechny ceny a zájemci tam rovnou mohli vyplnit a odevzdat svůj anketní kupon.

Hlavním partnerem galavečera ankety byla společnost Cetelem Česká republika.

Partnery ankety byl Castrol Lubricants, Incheba Praha – Výstava Motocykl, Garmin, Sdružení

automobilového průmyslu, AS reality, Gakaho, BaB Company, Tourinvest, AM Compact a RK Rensa.

Jako partneři cen působily společnosti a značky Hyosung, Held, Cardo systems, Castrol, Garmin, Pirelli, Yshop, Harley-Davidson, Honda a Bikers Mode.

Generálním mediálním partnerem ankety se staly Právo a České motocyklové noviny, hlavními mediálními partnery pak Motocykl a Supermoto. Dalšími mediálními partnery byly časopis Motorář, Autoforum, Auto Data a News, Motocykl, motoforum.cz, Trucker, Auto7, rádio Blaník a City, Automakers, iČMN.cz, Technický týdeník, Prosperita, moto.cz, Yachting Revue a Flying Revue.

Hitparáda vítězů ankety Motocykl roku

- 1997 – Honda CBR 1100 XX Super Blackbird
- 1998 – Yamaha YZF-R1
- 1999 – Suzuki GSX 1300 R Hayabusa
- 2000 – Kawasaki ZX-12R Ninja
- 2001 – Suzuki GSX 1000R
- 2002 – Honda VFR 800
- 2003 – Honda CBR600RR
- 2004 – Honda CBR1000RR Fireblade
- 2005 – BMW R 1200 GS
- 2006 – BMW R 1200 GS Adventure
- 2007 – KTM 990 Adventure
- 2008 – Honda CB1000R
- 2009 – BMW R 1200 GS Adventure

MOTOCYKL 2009

Motocykl roku 2009

V ČESKÉ REPUBLICE

2009

VYHLAŠOVATEL

SDA
CIA

VÝHERCI JEDNOTLIVÝCH KATEGORIÍ:

NAKED BIKES: HONDA CB1000R

SPORTOVNÍ SILNIČNÍ MOTOCYKLY: HONDA CBR1000RR FIREBLADE ABS

CESTOVNÍ SILNIČNÍ MOTOCYKLY: BMW K 1300 GT

CHOPPERY: HARLEY-DAVIDSON FLSTSB CROSS BONES

ENDURA VČETNĚ CESTOVNÍCH: BMW R 1200 GS ADVENTURE

SKÚTRY A MOPEDY: HONDA SW-T400

VÝHERCI ANKETY MOTOCYKL ROKU 2009 V ČESKÉ REPUBLICE:

1. CENA: E. LECHNYROVÁ, PRAHA 4; **2. CENA:** J. ČERVENKA, DOLNÍ RYCHNOV; **3. CENA:** R. KUDRNA, ÚSTÍ NAD LABEM; **4. CENA:** R. RICKL, FRÝDLANT NAD OSTRAVICÍ; **5. CENA:** M. ČIVIŠ, SLABCE; **6. CENA:** V. MIXANOVÁ, PRAHA 4; **7. CENA:** V. NUDČENKO, DROUŽKOVICE; **8. CENA:** K. POLATOVÁ, PÍSEK; **9. CENA:** J. RASZKA, HAVÍŘOV; **10. CENA:** P. ŠOUREL, LITOMĚŘICE; **11.-15. CENA:** H. WIEDERMANNOVÁ, ORLOVÁ – LUTYNĚ; S. ŠTÍPKOVÁ, PRAHA 4; T. SYKORA, PRAHA 4; E. ULMANOVÁ, LITVÍNOV; M. LIŠKA, MANĚTÍN

HLAVNÍ PARTNER ZÁVĚREČNÉHO VEČERA

A BNP PARIBAS company

PARTNEŘI

PARTNEŘI CEN

MOTOCYKLEM ROKU 2009 V ČR SE STAL BMW R 1200 GS ADVENTURE

Proti potřísnění roztaveným kovem

– bezpečně v ochranném oděvu od firmy MEWA

Pracovníci sléváren jsou na svém pracovišti obzvláště ohroženi, protože přicházejí bezprostředně do styku s tekutými kovy, jejichž teploty často přesahují 1000°C. Ani při největší opatrnosti se nelze vždy vyhnout zasažení kapičkami roztaveného kovu. V těchto případech je účinný ochranný oděv nevyhnutelný. Přitom není kov jako kov a oblečení pro sléváče pracující se železem nebo mědi nemůže být stejné jako ochranný oděv ve slévárnách zpracovávajících například hliník. Všem pracovníkům sléváren ale zajistí vysokou bezpečnost ochranný oděv firmy MEWA vycházející z praxe a přihlížející ke specifickým vlastnostem jednotlivých kovů.

Látka, která chrání před hliníkem

Pouze „štít proti žáru“ sahající od hlavy až k patě, který nemá žádné skuliny, chrání ve slévárnách pracovníky před extrémními teplotami. Proto bylo doposud ochranné oblečení vyráběno tomu odpovídajícím způsobem – pevné, silné a těžké. To, že je nyní možné tyto „horké práce“ vykonávat s lehkostí díky ohnivzdornému ochrannému oděvu od firmy MEWA, který se dobře nosí, je prodyšný a zároveň pohodlný, je možné přičíst podnikovému vynálezu nové čtyřvláknové látky pro ochranný oděv pro slévárny hliníku. Protože se hliník na základě své nízké viskozity chová jinak než například železo nebo měď a v tekuté formě produkuje nejméně ostříky, které zůstanou na tkanině a mohou skrz



A tak to vypadá v praxi...

ni prohořet, bylo nutné vyvinout takovou látku, která vykazuje pozitivní ochranné vlastnosti vůči tomuto materiálu. To se firmě MEWA podařilo!

V případě čtyřvláknové látky MEWA Exclusive Alu® se jedná o první a jedinečné průmyslově pratelné ochranné oblečení, které při váze materiálu jen 350 g/m² nabízí ochranu před vznícením, konvekčním žářem a tepelným zářením a zvláště před nejméně škodlivými hliníkovými stříkancí. Až po nejmenší detail podléhá oděv speciálním bezpečnostním normám: všechny kapsy jsou zakryty patkami, kryté kovové zipy zabraňují na jedné straně vniknutí stříkanců, na druhou stranu je lze ale

rychle otevřít. Montérkové blůzy jsou opatřeny stojacím límcem, který lze zapnout až nahoru. Černé části oděvu jsou opatřené látkou s vysoce žáruvzdornými aramidovými vlákny Kevlar a nabízejí zvýšenou ochranu proti konvektivnímu žáru a malým stříkancům hliníku.

Vedle ochranné funkce a pohodlného nošení byl při vývoji kladen velký důraz na design. Protože kladné přijetí oblečení pracovníky se dle zkušeností pozitivně projevuje na jejich výkonnosti. Proto má dvoubarevné, modročerné oblečení zdůrazněný sportovní střih bez snížení požadavků na bezpečnost.

Ochrana před žhavým železem

Ochranný oděv by měl být vždy přizpůsoben kovu, který se v dané slévárně zpracovává. Tekuté železo je například ve srovnání s hliníkem téměř dvakrát tak žhavé, zůstává ale mnohem méně tekuté. Stříkance železa proto na tkanině po kapkách stečou. Ale také pro práci v okrajových oblastech a jako spodní oblečení pro práci přímo u pece je volba ochranného oděvu důležitá. MEWA Exclusive Ferro® má dle evropské normy EN 531 mimo jiné ochrannou klasifikaci E3, a je tím vhodné pro slévárny železa a mědi. Montérkové blůzy, kalhoty a košile jsou

ušity z příjemné tkaniny a jsou o 15 % lehčí než tradiční ochranný oděv. Zdvojené vrstvy látky na spodních částech kalhot ve formě štulpen zvyšují bezpečnost. Při odpichu nebo při zpracování většího množství kovu se hodí břídicově šedivé oblečení jako spodní oblečení pod speciální oblek z aluminizované tkaniny.

Pracovní oděv, nabízený firmou MEWA, se silnými ochrannými vlastnostmi a malou hmotností, vydrží bez námahy také další „zkoušky ohněm“ během běžného pracovního dne. K tomu rovněž patří ochrana před mechanickými vlivy.

Servisní partner

MEWA operuje na 43 pracovištích v Evropě. Tento poskytovatel služeb nabízí pracovní a ochranné oblečení, textilní čisticí utěrky, rohože a rohože zachycující olej v kompletním servisu. MEWA byla založena v roce 1908 v Sasku a dnes patří k vedoucím evropským poskytovatelům textilních služeb. Přibližně 4115 pracovníků se stará o více než 130 000 zákazníků z oblasti průmyslu, obchodu, řemesel, gastronomie a zdravotnictví. Jako první podnik ve svém oboru obdržela společnost MEWA v roce 1992 dle normy ISO 9001 certifikát management kvality. V roce 1997 následovalo ohodnocení mezinárodně platným certifikátem pro životní prostředí podle ISO 14001.

(tz) ⇨

Akreditace je oficiální potvrzení nezávislosti, je puncem důvěry

Jako Mezinárodní den akreditace byl vyhlášen 9. červen 2009 Mezinárodním akreditačním fórem (IAF) a Mezinárodním sdružením pro akreditaci laboratoří (ILAC). Co vlastně akreditace znamená?

Akreditace je oficiální potvrzení nezávislosti, objektivitu a odborné způsobilosti subjektu posuzování shody pro vykonávání definovaných činností. Akreditace znamená zvýšení důvěry v dodržování potřebné úrovně jakosti poskytovaných služeb v oblasti zkoušení certifikace nebo inspekce.

Akreditace se dotýká určitým způsobem nepřímým každého z nás. Pokud je cokoliv dodáno, ať už je to pitná voda, nebo komplex systémů informačních technologií, zákazník očekává kvalitu, která naplní jeho požadavky. Způsobilost organizace dodávat kvalitní produkty nebo služby může být potvrzena akreditovanou certifikací. Pokud jsou požadovány správné výsledky měření, obrácíme

se na akreditované laboratoře, kde je zajištěna důvěryhodnost a správnost výsledků.

Možnost kontinuálního dohledu nad činností akreditovaných subjektů kompetentním akreditačním orgánem zajišťuje, že výběr například laboratoře nebo certifikačního orgánu může být informovanou a důvěryhodnou volbou, a ne rizikem.

V České republice poskytuje akreditaci subjektů posuzování shody Český institut pro akreditaci, o.p.s. (ČIA) jako Národní akreditační orgán již 18 let. Subjektům, které posuzoval, přineslo toto období možnost získat akreditaci jako

potvrzení odborné způsobilosti jejich aktivity. V souladu s požadavky mezinárodních norem a dokumentů ČIA provádí akreditaci pro tyto oblasti: zkušební, zdravotnické

a kalibrační laboratoře, certifikační orgány certifikující výrobky, systémy managementu a osoby, inspekční orgány, environmentální ověřovatele programu EMAS, organizátoři programů zkoušení způsobilosti. Žadatelé jsou jak státní subjekty tak i soukromé organizace, které působí v České republice ve výše uvedených oblastech.

V mezinárodním měřítku patří ČIA k respektovaným orgánům. Je



členem mezinárodních organizací European co-operation for Accreditation, International Laboratory Accreditation Cooperation a International Accreditation Forum. V rámci těchto organizací je signatářem dohod o vzájemném uznávání výsledků akreditace. Tyto mezinárodní organizace se zabývají harmonizací činnosti akreditačních orgánů a pomáhají odstraňovat překážky v mezinárodním obchodu.

Subjekty akreditované Českým institutem pro akreditaci, o.p.s. jsou uznávány v rámci všech, v současné době uzavřených, mnohostranných dohod o vzájemném uznávání nálezů akreditačních orgánů uvedených mezinárodních organizací.

více informací najdete na internetových stránkách: www.cai.cz

(tz) ⇨

Zaměstnání na projekty ve financích – dnes stále atraktivnější téma

Zkušenosti zaměstnanci ve financích nebo účetnictví se stále častěji nechávají namísto trvalého zaměstnání najímat jen pro konkrétní časově omezené projekty. Podle personální agentury Robert Half stojí za jejich rozhodováním především nejistota současné globální ekonomiky. Kvůli ní nedovede řada společností spolehlivě odhadnout potřebný počet budoucích pracovních míst a spoléhá na otevírání pracovních pozic pouze pro jednotlivé projekty. Globální recese tak rozevírá příležitosti pro projektové specialisty, kteří mohou rychle navýšit svůj příjem, rozšířit kontakty a vylepšit si postavení na pracovním trhu, pokud se rozhodnou hledat stálé zaměstnání.

„V současných nejistých podmínkách světové ekonomiky je pro jednotlivé společnosti velmi obtížné na několik let dopředu od-

hadovat počty potřebných pracovních míst,“ vysvětlil Aleš Křížek, ředitel české pobočky Robert Half International. „Najímání specialistů pouze pro významně časem omezené projekty pak společností umožňuje udržet si vysokou produktivitu, aniž aby vytvářely pracovní místa, u kterých nemohou zaručit, že je budou schopny dlouhodobě udržet.“

Řada lidí má podle A. Křížky projektové zaměstnání spojené pouze s administrativou. „Příležitosti jsou ovšem otevřené v celé řadě různých specializací v rámci financí a účetnictví,“ dodal A. Křížek. „Společnosti potřebují zkušené odborníky pro širokou škálu projektů, které vyžadují různé kombinace znalostí a zkušeností. Proto je ostatně výhodné při hledání zaměstnání spolupracovat s agenturou, která se specializuje na oblast financí a dovede zaprvé přesně popsat požadavky zaměst-

nance i zaměstnavatele a zadruhé dovede nabídnout kandidáta nebo pracovní příležitost šitou přesně na míru.“

A o které pozice mají podle společnosti Robert Half zaměstnavatelé v České republice největší zájem?

Účetní – Nezávisle na vývoji hospodářství společnosti potřebují a poptávají zaměstnance, kteří dovedou spolehlivě vést účetní knihy a umí připravit účetní výkazy.

Finanční účetní – Společnosti stále hlásí zájem o zkušené účetní, kteří dovedou vypracovat interní finanční výkazy a spolehlivé podklady pro vyšší management.

Mzdoví účetní – Společnosti vždy potřebují specialisty, kteří zvládnou správně vypočítat a rozdělit mzdy nebo platy včetně všech daní a srážek. Přes současné problémy světové eko-

nomiky se na nás firmy stále obracejí s požadavky na mzdové účetní.

Interní audit – Současné komplikované období světové ekonomiky vyvolává velký zájem po zkušených interních auditorech, protože si firmy potřebují ověřovat správnost záznamů a to, zda se chovají podle všech vyžadovaných standardů, politik a procedur.

Controller – Zodpovědné vedení financí, strategické řízení rozpočtu a kontrola výdajů je přesně tím, co za současné ekonomické situace podniky vyžadují.

Navíc, podle A. Křížky, projektová práce může velmi lehce přejít na trvalý zaměstnanecký poměr. „Jakmile je možnost vytvořit stálé pracovní místo, společnosti se v první řadě obracejí na své projektové zaměstnance, protože obě strany už dostaly možnost vzájemně se poznat a ujistit se, zda se na otevíranou pozici přesně hodí,“ uzavřel A. Křížek.

www.roberthalf.cz

Průlomová dohoda krajů a bank ohledně evropských dotací

Světová ekonomická krize začíná ovlivňovat i projekty financované z fondů Evropské unie. Jak na věc pohlíží kraje? A jak banky? V rámci veletrhu Urbis Invest v areálu Veletrhů Brno se nedávno uskutečnil Kulatý stůl na téma „Regionální operační programy 2007–2013 – příjemci podpory a zájmy bank“. K diskuzi se sešli zástupci hejtmánů, bank, ministerstev, Regionálních rad regionů soudržnosti a dalších institucí. Cílem bylo vyřešit přetrvávající problémy krajů a obcí s čerpáním evropských dotací a získáváním úvěrů od bank na spolufinancování projektů z Regionálních operačních programů. Výsledkem je dohoda na vytvoření pracovní skupiny, která začne fungovat od června a bude přicházet s konkrétními řešeními současných problémů. Své zástupce do ní vyšlou jak banky, tak kraje prostřednictvím svých Regionálních rad.

„Tímto dnem začala konstruktivní jednání s představiteli finančních institucí a já mohu říct, že existuje společná ochota hledat způsoby, jak podporovat socio-ekonomický rozvoj kra-

jů,“ řekl 1. místopředseda Asociace krajů ČR Radko Martínek.

Poprvé se uskutečnilo oficiální a velmi úspěšné jednání mezi bankovním sektorem a řídicími orgány spravujícími evropské fondy. Došlo k dohodě na vytvoření společné pracovní skupiny, která se již v červnu poprvé sejde nad tématy:

- Spolupráce na posuzování bonity žadatelů (o dotaci, následně o úvěr)
- Vytvoření vzoru a doporučených postupů, jak získat bankovní úvěr pro projekt (edukace trhu)
- Jak řešit kurzové riziko, které leží na bedrech krajů a regionálních rad

Zástupci Asociace krajů a ředitelé úřadů Regionálních rad regionů soudržnosti s představiteli bankovních institucí projednali otázky spojené se spolufinancováním projektů dotovaných z fondů Evropské unie. Během diskuze otevřeli účastníci i téma kurzového rizika, které, byť při poklesu jediné koruny vůči euru,

by znamenalo ztrátu více než šesti miliard korun pro všech sedm regionálních operačních programů současně.

Příjemci dotací z regionálních operačních programů totiž získávají peníze zpětně, po dokončení projektu nebo jeho etapy. Na samotnou realizaci svého plánu si často musejí půjčit peníze v bance, kde z různých důvodů ne vždy uspějí.

Společná dohoda krajů a bank je tedy pro celý dotační proces zásadní. „Je na čase přerušit cyklus nedůvěry k úvěrování,“ řekl nedávno na brífinku Evropské komise její předseda José Barroso. Naznačil tím, že se problém netýká jen České republiky.

Další potenciální hrozbou pro úspěšné čerpání evropských peněz je kurzová ztráta. Příjemci dotací dostávají prostředky v korunách dle smluv sjednaných často několik let před samotným čerpáním. Regionální operační programy však mají s Evropskou komisí vyjednaný finanční alokace v eurech a hrozí jim tak riziko z nedostatku krytí již sjednaných smluv.

(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

Numismatika – peníze v českých zemích

Jiří Noř

Unikátní dílo je určeno nejenom sběratelům mincí a bankovek, ale i široké veřejnosti. Můžete se přímo fyzicky seznámit s kopiemi platidel, které provázely historii našeho státu. Dozvíte se, ve které době a za jakých okolností vznikly a co se ze ně dalo koupit.

Naše bylinky v tradiční čínské medicíně

Thomas Avery Garran

Praktický průvodce světem našich bylinek využitelný každým, kdo se zabývá tradiční čínskou medicínou a jejím praktickým využitím v našich neorientálních podmínkách. V knize najdete 58 bylinek běžně používaných v západním světě včetně barevných fotografií. U každé z bylinek jsou uvedeny informace týkající se její energie, funkce a indikace, energetických kanálů, dávkování, přípravy i kontraindikace.

Špičková prezentace

Timothy J. Koegel

Publikace bude přínosem pro čtenáře, kteří si chtějí vyvinout svůj styl prezentace, pomocí něhož budou předávat sdělení jasně, přirozeně, se zaujetím. Naučí se navázat spojení s publikem a prezentovat pod tlakem. V knize jsou probrány techniky vhodné pro rozhovory mezi čtyřma očima, prezentace menším skupinám nebo pro velké obecnstvo.

Pravidla českého pravopisu + CD

kolektiv autorů

Kniha má formát, aby ji mohl uživatel vzít kdekoli sebou a měl ji při ruce. Okamžitě tak můžete najít např. vyjmenovaná slova, koncovky, psaní „je/ě“, předložky a předpony s/z, označování délky, obecná jména, vlastní jména ad. Součástí knihy je i samozřejmě rozsáhlý pravopisný slovník. CD obsahuje kompletní knihu.

Zahraniční obchod

Miroslav Svatoš a kolektiv

Publikace renomovaných autorů je určena pracovníkům podniků a institucí působících v oblasti vnějších ekonomických vztahů, vyučujícím a studentům ekonomických škol. Díky knize získáte přehled o problematice vnějších ekonomických vztahů a o zahraničněobchodní politice ČR. Text doplňují příklady z praxe, odkazy na důležité webové stránky a další zdroje informací a vzory nejdůležitějších dokumentů používaných v mezinárodním obchodě.

Umění slovní sebeobrany – 100 nejlepších tipů

Matthias Nöllke

Díky této knize se dokážete slovně bránit, využít řeč těla a získat navrch, ať už půjde o vyhrocenější diskuzi s šéfem, kolegou, přítelkyní, manželem, prodavačkou, či obchodním partnerem. Umění slovní sebeobrany je důležité pro každého, kdo se potřebuje bránit neférovým a agresivním útokům, reagovat na nepříměnou kritiku či řešit nepřijemné komunikační situace v pracovním nebo osobním životě.

Image a firemní identita

Jitka Výskalová, Jiří Mikeš

První ucelená publikace na našem trhu o image a firemní identitě (corporate identity) přináší kromě odborně erudovaného, aktuálního a čtivého výkladu také řadu příkladů budování, změn i analýzy image a firemní identity z české i zahraniční praxe, a to včetně vytváření corporate identity Česka. Autory knihy jsou uznávaní odborníci v oblasti marketingové komunikace.

Globální energetický problém

a hospodářská politika – se zaměřením na obnovitelné zdroje

Petr Musil

Učebnice se zabývá analýzou globálního energetického problému a nastiňuje možnost jeho řešení z hlediska hospodářské politiky. Daná problematika je zasazena do kontextu Evropské unie, jejíž členské státy vidí řešení energetického problému v podobě podpory obnovitelných zdrojů energie. Opomenuty nezůstaly ani mikroekonomické a makroekonomické dopady podpory obnovitelných zdrojů energie.

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

HP varuje před falzifikáty spotřebního materiálu

Společnost HP varuje své zákazníky před používáním falešných náplní do inkoustových a laserových tiskáren, které mohou tato zařízení poškodit, nebo i zničit. Od ledna letošního roku zadrželi evropští celníci již více než 40000 falešných výrobků nebo součástí z kategorie tiskových náplní.

„Padělatelé a podvodní obchodníci často klamou zákazníky, kteří se domnívají, že si kupují opravdové tiskové kazety zabalené buď v kopiích původních HP krabic, nebo ve znovu použitých originálních HP krabicích,“ řekla Tina Rose, manažerka HP pro boj s padělkem pro region EMEA a dodala: „Nákupem padělané tiskové kazety se vystavujete mnoha rizikům, od méně kvalitního tisku až po zničení tiskárny z důvodu nekvalitních náplní.“

HP spolupracuje s kontrolními orgány v celém regionu a pomáhá odhalovat a ničit falešné tiskové potřeby. V roce 2008 vedly například tři zásahy v Rusku a po jednom v Chorvatsku, Polsku a Ukrajině k celkovému zabavení 6600 hotových padělků tiskových kazet a 31600 součástí pro nelegální použití i jiných materiálů. Vedle toho byly uzavřeny prostory, které padělatelům sloužily k výrobě a distribuci falešných produktů.

Od konce roku 2006, společnost HP sledovala téměř 900 podložených podezření o podvržených výrobcích v celém regionu EMEA, která vedla k téměř 470 vyšetřování a kolem 250 zásahům, v nichž bylo zabaveno asi 3,5 milionu falešných hotových výrobků a součástí k nelegálnímu opětovnému využití.

NAŠE KAVÁRNA

Sony mění struktury marketingu

Společnost SONY Czech s.r.o. provedla změny v interní struktuře. Restrukturalizaci tak reaguje na transformaci celého regionu Central&South Europe. Dosavadní marketingové oddělení bude rozděleno do tří divizí: Spotřební elektroniku, pod níž budou spadat TV BRAVIA, domácí kina, DVD a BD, videokamery a fotoaparáty, převezme Group Trade Marketing Manager CAV Itako Motoya. Za nově vzniklou divizi Mobile&Media (personální audio, záznamová média) bude zodpovídat Group Trade Marketing Manager Mobile&Media Lukáš Svoboda a samostatnou divizi VAIO povede Business Development Manager Ivan Trachta.

R. Fleger novým členem představenstva společnosti Škoda Auto

Reinhard Fleger (51), člen představenstva společnosti Volkswagen de Mexico odpovědný za oblast odbytu a financí byl s platností od 1. června 2009 jmenován členem představenstva společnosti Škoda Auto v Mladé Boleslavi za oblast prodej a marketing. Současný člen představenstva značky Škoda Auto odpovídající za prodej a marketing Fred Kappler (50), převezme řízení celosvětového prodeje originálních dílů koncernu Volkswagen v Kasselu.

P. Sergovičová nastoupila do marketingu G4S Cash Services

Největší poskytovatel cashových služeb v České republice, G4S Cash Services, má novou koordinátorku marketingu. Stala se jí Petra Sergovičová, která bude mít na starosti veškerou marketingovou komunikaci G4S Cash Services. „Mou vizí je zejména otevřená komunikace se zákazníky, s veřejností i se zaměstnanci,“ řekla.

(tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

S MasterCard na finále fotbalu

Společnost MasterCard v rámci svého několikaletého partnerství s UEFA Ligou mistrů připravila pro všechny milovníky kvalitního fotbalu a držitele platebních karet MasterCard, MasterCard Electronic nebo Maestro soutěž o lístky na finálový zápas. Do slosování o hlavní výhru budou automaticky zařazeni všichni, kteří v průběhu soutěžního období zaplatí v obchodní síti Interspar za své nákupy některou z platebních karet MasterCard. „Hlavní výhru netvoří jen dva lístky na finálový zápas UEFA Ligy mistrů, ale také nezapomenutelný kulinařský okruh Římem, dvě zpáteční letenky z Prahy do Říma, ubytování v luxusním hotelu přímo v centru metropole a nabitou platební kartu MasterCard,“ řekl Pavel Javorský, ředitel kanceláře MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko. Na 100 vylosovaných čeká dárkový balíček v podobě oficiálního míče UEFA Ligy mistrů, trička, cestovního adaptérů a dalších upomínkových předmětů.

(tz)

► Celosvětově provedla společnost HP mezi lety 2005–2008 4620 šetření v 55 zemích, která vedla k 3528 úředním zásahům a opatřením a k zajištění padělaných výrobků HP v celkové hodnotě více než 795 milionů USD. Vyšetřování a akce se uskutečnily na všech kontinentech kromě Antarktidy.

Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) odhaduje roční hodnotu mezinárodního obchodu padělaným zbožím na 200 miliard dolarů. Světové celní organizace (WCO), Mezinárodní obchodní komora (ICC) se domnívá, že padělání, včetně nezákonného obchodování s falešnými tiskovými potřebami, odvede z globální ekonomiky asi 500 miliard eur ročně, což odpovídá ztrátě asi 5–8% světového obchodu se zbožím s ochrannou známkou po celém světě. Odhaduje se, že se z toho důvodu ztrácí jenom v samotné Evropě až 200 000 pracovních míst.

(tz)

K projektu Zelená úsporám

Přes distribuční kanály ČSOB, Poštovní spořitelny (PS) a Hypoteční banka (HB) budou poskytovány dotace z vládního projektu Zelená úsporám. V tendru byla nabídka ČSOB, PS a HB vybrána spolu s dalšími čtyřmi bankami.

„Jsme přesvědčeni, že jedním z hlavních faktorů, proč jsme byli vybráni, je široká distribuční síť, která zajišťuje vysokou do-

stupnost služeb,“ řekl Bedřich Štögl, ředitel EU centra ČSOB, který byl pověřen jednáním s Ministerstvem životního prostředí.

Během následujících zhruba dvou až tří týdnů budou specifikovány přesné parametry a postupy žádostí o dotaci prostřednictvím ČSOB, PS či HB. Klienty budeme informovat ihned, jakmile budeme připraveni žádosti přijímat.

(tz)

Každý pátý nákup kartou platíme kreditkou

Trh platebních karet se v České republice neustále dynamicky rozvíjí. Za poslední rok dosáhl podíl kreditních karet 30 % z celkového počtu karet v ČR. Meziroční nárůst objemu transakcí realizovaných prostřednictvím kreditních karet se pak pohybuje kolem 20 %. „Myslím si, že kreditní karty mají na českém trhu do budoucna velký potenciál rozšíření, loni tvořily platby kreditními kartami 6,7 % z celkového objemu transakcí platebních karet, pomalu se tak přibližujeme hodnotám vyspělých kartových trhů. Platební morálka je u kreditních karet v průběhu let konstantní, a to i přes zvyšující se čerpání prostředků,“ zhodnotil situaci Pavel Javorský, ředitel kanceláře MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko.

Z nedávného průzkumu společnosti MasterCard vyplývá, že celková informovanost o kreditních kartách roste, lidé si čím dál více uvědomují výhody při platbách kreditními kartami. Pro držitele kreditních karet představuje tato karta nejčastěji využívaný způsob financování nákupů a služeb. „Spotřebitelé nejčastěji oceňují fakt, že při platbě kreditní kartou s sebou nemusí nosit finanční hotovost (40 %), dále si často uvědomují, že kreditní karta je možnost rychlého půjčení (26 %) s výhodou bezúročného období (16 %),“ vysvětlil P. Javorský.

Za posledních 6 měsíců platili lidé kreditní kartou za nákup elektroniky a jejích komponentů (47 %), třetina dotázaných si pořizovala nový nábytek nebo vybavení domácnosti (31 %). Následoval nákup oblečení a módních doplňků (28 %) a velmi časté byly také běžné nákupy v potravinách či hypermarketu (26 %).



Graf: Přehled zboží, které nakoupili držitelé kreditních karet za posledních 6 měsíců
Zdroj: Průzkum společnosti Insight, s.r.o., prosinec 2008, n=341

Kreditní karta jako finanční jistota

Kreditní karty vnímají čeští spotřebitelé celkově jako finanční rezervu k překlenutí krátkodobých finančních výpadků. Z těchto důvodů si ji pořídilo 31 % dotázaných. Dalšími důvody byla rychlá potřeba větší hotovosti (16 %).

Dvě třetiny držitelů kreditních karet splácí



Graf: Jaký byl hlavní důvod, proč jste si kreditní kartu pořídili?
Zdroj: Průzkum společnosti Insight, s.r.o., prosinec 2008, n=341

čerpaný úvěr pravidelně, a to většinou měsíčně. U 80 % spotřebitelů splácená částka nepřesahuje 5000 Kč měsíčně. Bezúročné období překvapivě využívá jen čtvrtina Čechů. P. Javorský dále zdůraznil: „Správné používání kreditních karet společně s využíváním bezúročného období či dalších doplňkových služeb přináší držitelům kreditních karet při platebních transakcích vysokou efektivitu a přidanou hodnotu.“

Zajímavé výsledky také přinesl průzkum mezi nedržiteli kreditních karet. Vysoký podíl respondentů nedokázal správně odlišit rozdíly mezi debetní a kreditní kartou. „Cílem společnosti MasterCard je informovat širší veřejnost o možnosti využívání debetních a kreditních karet. Správná volba produktu a služeb může jejich uživatelům přinést nezanedbatelné finanční výhody,“ poukázal P. Javorský. V loňském roce spustila společnost MasterCard pro všechny zájemce o platební karty internetové stránky www.kreditka.cz, kde se návštěvník může zábavnou, ale i sofistikovanou prezentací dozvědět bližší informace ke kreditním kartám. Může si např. vyzkoušet použití kreditní karty, ale dozvědět se také o způsobu jejich splácení, jak se vyvarovat zadlužení a díky nové funkci Vyhledávače kreditních karet také porovnat aktuální nabídku kreditních karet MasterCard na českém trhu.

Co-brandové karty

Významnou skupinou kreditních karet jsou platební karty co-brandové. Povědomí o co-brandových kartách je však mezi Čechy stále nízké, 64 % dotázaných netuší, co co-brandová karta představuje. Jak osvětlil P. Javorský z MasterCard Europe: „Co-brandové karty jsou vyvíjeny ve spolupráci vydavatele s partnerem z komerční sféry. Spotřebitel za jednotlivé platby získává benefity, jako



Pavel Javorský, ředitel kanceláře MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko

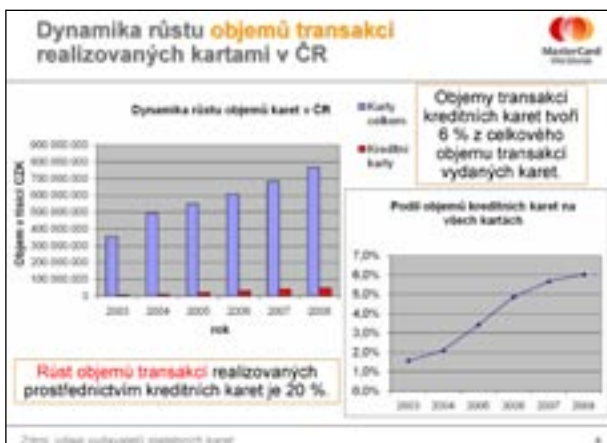
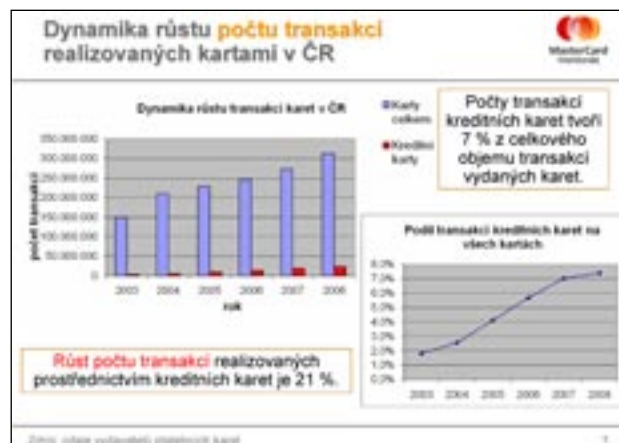
jsou např. slevy nebo bonusové body, které může proměnit za konkrétní zboží či služby. Průměrná částka, kterou jsou lidé ochotni zaplatit za co-brandové karty, je 80 Kč měsíčně,

ně, ve skutečnosti se za tyto služby ale platí mnohem méně.“

Chytrá karta České spořitelny

Loni v srpnu představila Česká spořitelna novou kartu kreditního typu, Chytrou kartu České spořitelny, u které si klient sám určí, jak bude karta vypadat a co bude umět. Ke kartě lze sjednat 10 služeb, a to i takových, které se u nás ke kartám tradičně nenabízely (garance nejnižší ceny, pojištění při zničení zakoupeného zboží apod.). Klient sám vybírá také vzhled karty, přičemž 56 % majitelů karty volí jeden ze 48 designů z fotogalerie České spořitelny nebo si nastaví obrázek vlastní. „Chytrá karta České spořitelny je dalším z našich variabilních produktů, které se přesně přizpůsobí potřebám nejrozličnějších skupin klientů. Shodnou kombinací služeb ke kartě si sjednalo pouze 15 % majitelů karty, což ukazuje na to, že klienti nastavitelnost služeb vítají,“ uvedl Martin Techman, ředitel úseku rozvoje obchodu České spořitelny.

(tz)



Vyberte si svou ideální kreditní kartu

Unikátní internetový projekt spustila na konci roku 2008 společnost MasterCard. Pro všechny uživatele a zájemce o kreditní karty připravila sofistikovanou internetovou stránku www.kreditka.cz, kde se návštěvník může formou zábavné prezentace dozvědět o možnostech využívání platebních karet, a to hned v několika běžných platebních situacích. Příběhy, které návštěvník na stránkách prožívá, jsou nastaveny tak, aby ukázaly rozdíly v používání debetních, kreditních karet a hotovosti.

Nově si návštěvníci www.kreditka.cz mohou

vyzkoušet Vyhledávač kreditní karty. Tento užitečný nástroj vyvinula společnost MasterCard ve spolupráci s českými vydavateli kreditních karet MasterCard. Při vyhledávání kreditní karty, která bude pro daného zájemce optimální, si každý může zvolit ta kritéria využívání karty, která považuje za nejdůležitější. Na základě toho mu vyhledávač následně vygeneruje užší výběr karet, který si zájemce může prohlédnout a jednotlivé karty mezi sebou vzájemně porovnávat. Ve vyhledávači jsou obsaženy všechny podstatné informace – vydavatel karty, cena za vydání karty, poplatky za vedení kar-

ty, délka bezúročného období a další. Pro kompletní informace o daném produktu je u každé karty umístěn odkaz na internetovou stránku karty.

„Podle informací, které má společnost MasterCard k dispozici, veřejnost stále cítí potřebu blíže se informovat o finančních produktech, které jsou v Čechách nabízeny. Internetové stránky jsou díky srozumitelnému kreslenému příběhu ideálním nástrojem, který může lidem na konkrétních případech poukázat na výhody využití buď debetní, nebo kreditní karty. Zájemcům o kreditní kartu může nově prostřednictvím přehledné a aktuální

nabídky pomoci při výběru produktu, který bude pro jejich potřeby ideální,“ sdělil Pavel Javorský, ředitel kanceláře MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko.

Stránka kreditka.cz obsahuje také řadu užitečných informací a praktických rad pro držitele karet. Kromě běžného placení spotřebního zboží se zájemce o kartu může dozvědět například také o možnostech splácení úvěru a jak se vyvarovat zbytečnému zadlužení. Součástí stránek je také formulář pro zasílání dotazů na společnost MasterCard.

(tz) ➔