

Aby se české výrobky dostaly na výsluní českého trhu

Ing. Zdeněk Juračka o souvislostech z nákupního košíku a brzké budoucnosti



Ing. Zdeněk Juračka, odborník ve světě obchodu

Ing. Zdeněk Juračka, osobnost světa obchodu a světa družstevnictví, bude moderovat 28. srpna na Zemi živitelce v Českých Budějovicích konferenci pojmenovanou Český výrobek na českém trhu. Jako předseda představenstva Družstevní asociace ČR, předseda představenstva Svazu českých a moravských spotřebních družstev a prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a předseda představenstva COOP Centra má k otázce „Co je vlastně český výrobek?“ řadu rozmanitých odpovědí. V době, kdy se obchodníci nervózně ucházejí o své příznivce-zákazníky, je to téma dráždivé a takřka jící na vidličku. Diskuze odborníků, ale i široké veřejnosti se probouzí a je vhodné toto téma po čase opět otevřít. Nejen díky novým zkušenostem s nákupním chováním našeho obyvatelstva.

Konferenci pořádá Družstevní asociace ČR, Agrární komora ČR, Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, Svaz českých a moravských spotřebních družstev v úzké součinnosti s Ministerstvem zemědělství ČR. Bude součástí doprovodného programu Země ži-

vitelky. Svými vystoupeními jednání obohatí řada odborníků z výroby, reklamy, akademické půdy, institucí. Konferenci bude doprovázet prodej atraktivních výrobků – bude to názorné a praktické.

Z rozhovoru se Zdeňkem Juračkou jsem vypo-

podtextem, která bude mít inspirativní význam pro hledání východiska k odpovědi na uvedenou otázku, skutečně těší. Proto následující řádky:

Na letošní Zemi živitelce se bude tak jako každý rok významně prezentovat i Družstevní asociace ČR, a to zejména akcí Český výrobek na českém trhu. Oč vlastně půjde?

Pamětníci nebo lépe věrní zkazníci Země živitelky si možná vzpomenou, že akci vlastně opakujeme. Něco podobného mohli totiž s námi prožít a zhlédnout už před pár lety. Proč se k tématu český výrobek vracíme? Situace na našem trhu i mezi výrobci a distributory, prodejci například potravin, se samozřejmě vyvíjí, a to nejen v důsledku současných světových krizových jevů. Například se proměnil pohled na značku Klasa, ta již nemůže preferovat výrobky, jež jsme byli zvyklí označovat jako „ryze“ české, protože by se tak porušila pravidla EU. V rámci Unie se musí měřit všem stejně a nelze upřednostňovat některé regionální zájmy. Je to pochopitelné. Řekl bych tedy, že tentokrát tedy půjde o jakousi aktualizaci pohledu na český výrobek.

Není to iniciativa, která se prolíná s podobnými aktivitami, které vždy někde vzešly, zazářily a už se o nich tolik neví?

Nehodnotil bych to tak. I když je pravda, že o českém výrobku na českém trhu se nyní hodně mluví, na různých úrovních, v institucích, firmách, řetězcích, na půdě profesních uskupení. Skoro až hodně slov, a výsledky, které by někam vedly, takřka žádné. Neboli „skutek utek“. Jinými slovy – dosažená skutečnost, prosazení se českého výrobku u domácích kupujících není adekvátní úsilí těch, kteří se pro praxi snaží něco ze své pozice udělat. Podstatou všech kroků je dostat české výrobky viditelně na náš trh tak, aby byly hojně spotřebiteli vyhledávané a kupované. Aby se dokonce dostaly na výsluní českého trhu. Čili tam, kam si zasluží být zařazeny. Proto se domnívám, že ani v současnosti není aktivita ku podpoře domácí produkce dost. Už jen třeba proto, že nás to bude v následujících letech žít. Vědí to výrobci i obchodníci, uvědomují si to rovněž prozíraví národohospodáři.

součástí vydání je

PROSPERITA
Madam Business

Seminář Holandsko, země zajímavá pro business

Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR a Czech-Neth Business Support vás zvou na seminář, ve kterém vám představí jednu z členských zemí EU. Akce s názvem Holandsko, země zajímavá pro business proběhne 16. září 2009 v Praze za účasti velvyslance Nizozemského království v ČR Jana Lucase van Hooa.

Holandsko bude představeno zejména z hlediska podnikatelských možností, prezentovány budou i konkrétní zkušenosti českých firem na nizozemském trhu, možnosti a podmínky spolupráce, podnikání a obchodních aktivit v prostředí Nizozemí.

Účast zdarma, počet účastníků omezen, rozhoduje datum zaslání přihlášky.

Kontakt: Mgr. Petra Šmídová, Centrum pro regionální rozvoj ČR – Enterprise Europe Network, e-mail: smidova@err.cz, tel: 221 580 283.



Co bylo ještě motivací k myšlenkám o českém výrobku a co bude následovat?

Ta motivace vzešla z toho, že v rámci konference se nebude jen hovořit, ale součástí bude praktická výstava, již připravují všechny zúčastněné složky. Chtěli jsme, aby se na Zemi živitelce české výrobky nejen propagovaly, aby se o nich nejen diskutovalo, ale aby byly náležitě vidět, aby se prodávaly, aby je návštěvníci a účastníci mohli ochutnat, pochválit a koupit. Aby zaujaly, protože mají skutečně čím. Mnohé z nich jsou českými značkami, na to také hodláme společným úsilím upozornit. Aby lidé věděli, že mnohý český výrobek je chráněn značkou, že to tedy musí být prokazatelná kvalita, za níž si výrobce stojí. Například COOP Centrum družstvo, nákupní centrála, zde bude vystavovat všechny dostupné a pro výstavu vhodné výrobky-české značky, které nakupuje pro své odběratele, družstevní prodejny v celé ČR. Jednota České Budějovice bude například prezentovat a prodávat své regionální značky výrobců z Jižních Čech. To signalizuje velký posun v rozvoji filozofie značek. Významný prostor bychom chtěli dát prezentaci právě regionálních značek, podpořit tak zájem o místní výrobu českých produktů. Ukázat je, upozornit na ně, nastínit, že mají svou významnou hodnotu a že jsou užitečné. Každý region má co nabídnout, jen ne vždy to zatím šikovně dělá. Rádi bychom k tomu vybídli, nastartovali citlivost ukázat, co kde umí.

Podstatou všech kroků je dostat české výrobky viditelně na náš trh tak, aby byly hojně spotřebiteli vyhledávané a kupované. Aby se dokonce dostaly na výsluní českého trhu. Čili tam, kam si zasluží být zařazeny.

Značka Klasa je například i díky reklamě z minulosti hodně známá, ale prodejnost výrobků takto označených je velice malá. Klasu dosud získalo asi 1300 výrobků, poptávka je cca po třetině z nich. Chceme vnímání značek a českých výrobků posunout kupředu. Nabídnout trhu hodnotu. Toto

je totiž základ. Od proklamace známosti k prodeji výrobků. To je náš cíl, orientace, základní osa, směr.

Jaké tedy je postavení českého výrobku na našem trhu? Kupují spotřebitelé raději zboží domácího původu, například potravinářské? Anebo sáhnou raději po něčem exotičtějším?

Zájem českého zákazníka o domácí zboží není tak vlastenecký, jak se mohlo zdát.

pokračování na str. 9 ►

Kooperativa nabízí MediKompas – novou generaci pojištění osob

S unikátním produktem asistenčních služeb Medikompas vstupuje v těchto dnech Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group na trh soukromého zdravotního pojištění. „Péče o vlastní zdraví a zdraví svých blízkých je primární potřebou každého z nás. Prostor pro kvalitní služby klientům v této oblasti je proto téměř neomezený, a to i přestože na některé z nich si naše společnost bude muset ještě určitý čas zvykat. Chceme ukázat, že i komerční pojišťovny mají v oblasti zdravotní péče své plnohodnotné místo, a Kooperativu na tomto perspektivním trhu etablovat,“ uvedl zástupce ředitele pojištění osob Kooperativy Jindřich Skrip.

Nový produkt vychází z průzkumů jasně dokazujících, že úroveň českého zdravotnictví je sice na vysoké úrovni, problém však lidé vnímají v přístupu a orientaci. „To, co nefunguje podle představ kli-



enta, rozumějme pacienta, je organizace péče. Každý z nás asi zažil přeplněné čekárny a dlouhé čekací lhůty i na předem objednané vyšetření, případně neúspěch, když se snažil zjistit informaci týkající se zdravotního systému nebo zdravotnictví obecně. Řešením je právě Medikompas,“ vysvětlil J. Skrip. Služba Kooperativy slouží zejména k co nejlepší a nejjednodušší orientaci ve zdravotnictví a skládá se ze tří základních pilířů:

Rychlé informace – informace z oblasti zdravotních služeb

Lékař na telefonu – pomocník v orientaci v diagnózách, názvosloví a lékařských postupech

Asistenční služby – pomoc při zajištění prvotního ambulantního vyšetření příslušným odborným lékařem v co nejkratším možném termínu nebo zajištění příjmu pojištěného k hospitalizaci ve zdravotnickém zařízení v ČR

MediKompas je pomocníkem, který klientům přináší službu, kterou mohou využít v každodenním životě – nejen v případě pojistné události. Záměrem firmy je přitom oslovit co nejširší počet klientů. Tomuto cíli je přizpůsobena i cenová politika nového produktu – pojistné je o více než 50% nižší než u konkurenčních produktů na trhu. Samostatnou zdravotní infolinku na pojistném trhu dokonce v současné době pořídit nelze. A cena? Rychlé informace a Lékaře na telefonu získáte za 35 Kč měsíčně. Jestliže si zvolíte Asistenční službu, pak k ní dostáváte Rychlé informace a Lékaře na telefonu zdarma a to vše jen za 149 Kč měsíčně. „Zároveň jsme pro klienty připravili i velmi zajímavé obchodní slevy za počet pojištěných osob na jedné pojistné smlouvě; 10% za dvě a tři pojištěné osoby a 20% za čtyři a více pojištěných osob,“ doplnil J. Skrip. Motto druhé největší pojišťovny českého trhu je: Kooperativa – pro život jaký je. Produkt zdravotní asistence Medikompas tyto hodnoty naplňuje beze zbytku.

(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** Určité patříme mezi čtvrtinu nejlepších
- 10** Názozy malých a středních na protikrizová opatření vlády jsou rozpačité
- 13** Češi kouří stále víc pašovaných cigaret
- 15** Přelom v investicích: poprvé raději nájmý než zóny
- 18** Návštěvnost Adresáře exportérů láme rekordy

VÍTEJTE NA WWW.

Náklady jdou dolů...

Firmy se snaží chovat stále úsporněji – šetří se všude. Otázkou je, zda skutečně na pravém místě. Rozhodně není dobré zanedbat rozvoj webových stránek. Jsou nejrychlejší adresou, kterou využívají nejen vaši obchodní partneři. Jsou dynamickou vizitkou, která častokrát zahajuje komunikaci mezi subjekty. Léto bývá časem rozmyšlení – plánuje se konec roku, zvažuje se, co všechno si ta která společnost bude moci dovolit. Myslím, že zdokonalování webu by mělo být jednou z priorit. Jak a s kým na to, se můžete dočíst 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: brixix@prosperita.info
Datum tisku: 7. srpna 2009
Datum distribuce: 10. srpna 2009

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

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

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

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

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

Korektury: Mgr. Pavla 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.krmasek@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

Bitva o zrno

Když v naší vsi na severu Čech začaly letošní žně, nikdo z místních ani z luftáků si toho vůbec nevšiml. Ze dvora statku vyjely na pole dva obrovské kombajny a během pár dnů bylo po všem. Proč o tom píšu? Protože jsem ještě před dvaceti lety pracoval jako zemědělský redaktor v celostátním deníku a v létě jsem měl pohotovost. Prohlašovala tak jako každoročně bitva o zrno. Veřejnost musela být pravidelně informována o tom, kolik přibýlo sklizených ploch a kolik tun obilí skončilo v sýpkách, jaké jsou výnosy, vlhkost a ztráty, jak probíhá kooperace a brigádnická výpomoc. Heslem „ani zrno nazmar“ byla aktivizována celá společnost, každý jedinec. A jistě právě proto, že se úspěšná žatva stala starostí všech, se v těch dobách nenakupovalo, ale shánělo, protože seznamy nedostatkového zboží byly dlouhé a dobře zásobené obchody vzácností. Nejsem vyznavačem konzumního způsobu života, ale je mi milejší než tehdejší bitvy o zrno.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

S příslibem dobrých informací

Na 16. července byla do Prahy svolána tisková konference, již pořádala Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Jednoduchý mail s přehlednými informacemi sliboval bohatý program – Názozy podnikatelů na protikrizová opatření vlády, stejně tak i obsazení reprezentantů malých a středních firem bylo lákavé. A pozvánka nelhala – diskuze byla ostrá a odhalovala mnohá fakta, jimiž lze charakterizovat dnešní vztah podnikatel a vláda. Ostatně – k této akci se vracíme bohatým informačním materiálem právě v tomto vydání Prosperity, a to na straně 10–12.

(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, 11. ročník
- Auto roku 2009 v ČR
- Motocykl roku 2009
- Střechy Praha 2009
- Akce AIP ČR v roce 2009
- AUTO ROKU 2010 v ČR
- veletrh Svět reklamy
- Burza výrobních kapacit při MSV Brno

Účetní a poradenská firma Ing. Mojmír Průša vám nabízí:

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

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

Modrá pyramida podporuje Zelenou úsporám

Dotace jsou poskytovány na podporu využívání obnovitelných zdrojů energie a úspor energie v oblasti bydlení. Program Zelená úsporám umožňuje využít vlastníkům rodinných i bytových domů podporu na:

- úspory energie na vytápění v obytných budovách,
- podporu výstavby nemovitostí v pasivním energetickém standardu,
- využití obnovitelných zdrojů energie pro vytápění a ohřev teplé vody (na instalaci solárně-termických kolektorů, kotlů na biomasu a tepelná čerpadla),
- vybrané kombinace opatření.

Podat žádost či získat půjčku mohou od 1. července také žadatelé o dotaci, kteří zamíří do Modré pyramidy stavební spořitelny. Do Programu Zelená úsporám se zapojilo celkem 176 poradenských center Modré pyramidy a přibližně 1200 úvěrových poradců. „Chceme zúročit výhodu naší mobilní sítě profesionálních poradců,

kteří budou aktivně působit v terénu, radit klientům přímo doma či pořádat informativní schůzky za účasti odborníků na úspory energií. Můžeme tak sehrát významnou roli ve zvýšení informovanosti a v kombinaci s našimi produkty i reálně rozšířit počet žadatelů o dotaci,“ uvedl Miroslav Hiršl, člen představenstva Modré pyramidy. „K financování projektů nabízíme tradiční úvěrové produkty Modré pyramidy, avšak za výrazně zvýhodněných podmínek. Od 1. července představujeme řadu na míru šitých „Zelených úvěrů“. Jedná se především o tradičně oblíbený Hypoúvěr, novinku minulého roku Rychloúvěr i klasické překlenovací úvěry pro financování bytů a rodinných domků. V podobě Renoúvěru Multi však uspokojí spořitelna také poptávku bytových družstev a společenství vlastníků bytových jednotek pro financování projektů bytových domů,“ dodal Miroslav Hiršl. Všechny „Zelené úvěry“ nabízí Modrá pyramida bez poplatku za vyřízení. Základní podmínkou je pouze doložení, že minimál-

ně 50 % cílové částky úvěru klient využije v souladu s pravidly „Zelená úsporám“.

- Zelený Hypoúvěr je vhodný pro investice nad 300 tis. Kč, umožňuje rozložení splátek až na 28 let, úroková sazba je od 4,74 % p.a., zajištění nemovitostí je nutné.
- Zelený Rychloúvěr je vhodný pro investice do 300 tis. Kč, je určený především stávajícím klientům Modré pyramidy, kteří mohou úvěr až do výše 300 tis. Kč získat bez ručitele i bez dokládání příjmů, úroková sazba je od 6,39 % p.a.
- Zelený Překlenovací úvěr je možné získat již od částky 50 tis. Kč, je určený pro klienty, kteří dosud nemají stavební spoření, úroková sazba je od 6,39 % p.a.
- Zelený Renoúvěr Multi je určen právnickým osobám (především bytová družstva a SVJ) až do výše 10 mil. Kč bez zajištění, úroková sazba od 4,89 % p.a.

(tz)

Ať vás každý okamžitě najde!

premium
PROSPERITA.INFO

Server pro firmy i profesní organizace

www.premium.prosperita.info

Portál
Představuje
jednoduchou
elektronickou
křížovatku kontaktů
a základních
informací.

HLEDEJ!

Redakční rada pracuje ve složení: Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti Český porcelán, a. s. Dubí, Jan Wiesner, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev, PhDr. Hana Vaněčková: ředitelka komunikace MPSS, Ing. Irena Vlčková, vedoucí sekretariátu a pr manager Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, 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.

Určitě patříme mezi čtvrtinu nejlepších

Každý z nás při koupi jakéhokoli zboží věří, že si pořizuje věc kvalitní, takovou, která splňuje jeho očekávání. Asi těžko půjдете do obchodu s přesvědčením, že si domů odnesete šmejd, který druhý den stejně půjдете vrátit. Zní to samozřejmě směšně, ale stačí si vzpomenout, jak člověka i sebejednodušší reklamace, třeba trička nebo žehličky, obtěžuje. Aby byly firmy dobře zapsané v očích odborné i laické veřejnosti a občané v roli zákazníků stále více spokojeni, k tomu slouží proces zvaný akreditace.

Na otázky Prosperity odpovídal ředitel Českého institutu pro akreditaci, o.p.s. Ing. Jiří Růžička, MBA, a to v návaznosti na Mezinárodní den akreditace.

Jak byste srozumitelně vysvětlil slovo akreditace?

Akreditace je oficiální potvrzení nezávislosti, objektivitu a odborné způsobilosti laboratoře, zkušebny nebo podobné organizace pro vykonávání jasně určených definovaných činností. Je to mezinárodně uznávaný doklad o tom, že svoji práci dělá dobře.

Například když potřebujete mít garantováno, že laboratoře zkoušející pitnou vodu budou postupovat podle jednotných pravidel, že budou mít odpovídající vybavení a že se na výsledky zkoušek bude možné spolehnout, zvolíte pro kontrolu vody akreditovanou laboratoř. Obdobně je to u výrobků. Pokud stát garantuje například kvalitní výrobky a služby v programu Česká kvalita, opět pro jejich ověřování a zkoušení zvolí akreditovanou zkušebnu.

Kde vlastně vznikla potřeba akreditovat některé služby či ověření kvality?

Ta potřeba je velmi stará. Dokonce někteří odborníci považují za první „uzákonění“ akreditace výnos císaře Františka Josefa I. z roku 1903, takže rakousko-uherská akreditace je považována za nejstarší na světě. Po II. světové válce se do akreditace pustila například Austrálie, aby ohlížela kvalitu dodávek zbraní, která tehdy byla velmi špatná. Vůbec akreditace jde všude ruku v ruce s kvalitou, i náš institut je součástí Národní politiky podpory kvality a naše činnost určitě kvalitu do práce akreditovaných subjektů vnáší.

V čem spočívá hlavní význam akreditace pro zákazníky akreditovaných zkušeben, laboratoří atd.?

Získají jistotu. Jistotu, že službu, kterou si objednali, dostanou v prvotřídní kvalitě,

a navíc s mezinárodně platným certifikátem. Pokud například v některých profesích potřebujete ověřit svoji odbornou způsobilost, tak ověření od akreditovaného orgánu vám umožní práci vykonávat i v zahraničí. Další důležitou oblastí je mezinárodní obchod. Pokud chcete prodávat složité zařízení, jako třeba rentgen, tak jeho otestování stojí velké peníze. Pokud ho svěříte akreditované zkušebně, můžete ho bez omezení vyvážet do všech zemí, které naši akreditaci uznávají a nepotřebujete už dělat zkoušky v každém státě zvlášť. To ušetří spoustu peněz i času.

Takže zkušebny a laboratoře, které od vás získají akreditaci, mohou pracovat i pro zahraniční klienty?

Nejen to. Rozšíří se jim i spektrum klientů v naší zemi. Ale hlavně získají jistotu, že svoji práci dělají dobře. V případě laboratoří například jedna zkouška spočívá v tom, že na akreditované subjekty rozešleme „neznámý vzorek“ a necháme je určit jeho složení. Pak jejich výsledky porovnáme s referenčním složením, takže každá z laboratoří okamžitě zjistí, zda jsou její výsledky správné, a pokud udělala v nějakém parametru chybu, může ji jednoduše odhalit a napravit. Takže má jistotu, že svým zákazníkům už bude dodávat správné výsledky. A tuto jistotu může svým zákazníkům dokladovat mezinárodně plat-



Ředitel Českého institutu pro akreditaci, Ing. Jiří Růžička, MBA

ným certifikátem a odlišit se tak od organizací, které ověřovacím procesem neprošli.

Když tedy požádám o akreditaci. Co bude následovat?

Podle toho, v jaké oblasti pracujete, sestavíme tým 5–6 odborníků. Ten tým u vás stráví několik dní a bude kontrolovat, jak máte popsány procesy a jak nastavená pravidla dodržujete. Pak sepišeme zprávu, zpráva se projedná, a pokud splníte všechny požadavky, tak vám vystavíme osvědčení o akreditaci. Ale samozřejmě v průběhu jeho platnosti budeme u Vás kontroly opakovat, abychom měli jistotu, že nastavenou laťku udržíte.

Ve kterých oborech je o akreditaci největší zájem?

Největší zájem je v oblasti zkoušení vod, v potravinářském průmyslu, u kalibračních laboratoří a samozřejmě v oblasti klinických laboratoří. Zde je akreditace velmi důležitá. Každý jistě zažil situaci, že mu doktor odebral krev, v laboratoři zjistili nějaký problém, a tak byl odeslán do nemocnice. A tam proběhlo

celé kolečko znovu, odběr, rozbor v laboratoři a nějaký výsledek. Nemocnice se tak jistí proti chybně provedenému rozboru. Kdyby však již náš první vzorek prozkoumala akreditovaná laboratoř, nemusel by se druhý vzorek vůbec odbírat a ušetřil by se čas, peníze a také určitě nepříjemná procedura odběru. Prostě akreditace by dala maximální možnou záruku, že jsou výsledky vyšetření správné.

Můžete nastínit, jak je na tom česká akreditace v porovnání se zahraničím?

Určitě patříme mezi čtvrtinu nejlepších. Alespoň tak to vyplývá z mezinárodních kontrol, kterým se podrobujeme, protože stejně jako my kontrolujeme naše akreditované subjekty, tak zase mezinárodní organizace posílají kontroly k nám. A v těch kontrolách jsme zatím vždy obstáli velmi dobře. Mimochodem, ze zemí střední a východní Evropy jsme byli první, kdo se stal signatářem mezinárodních dohod o akreditaci. To bylo v roce 1998. Získali jsme tak náskok, který ostatní musí dohánět, protože se v této oblasti zpřísňuje i legislativa unie. Zatím je to tak, že na trh EU může přijít výrobek přes kteroukoli členskou zemi. Pokud jsou zde požadavky nastaveny nízko, tak se tato země stává branou pro import takového řekněme méně kvalitního zboží do celé unie. Proto od 1. ledna 2010 budou platit jednotné požadavky na akreditaci ve všech zemích EU, a tím se podobným praktikám zamezí.

Jak vidíte budoucnost akreditace v České republice?

Já si myslím, že smysl a význam akreditace poroste. Nejen v České republice, ale v celé EU. Především u těch služeb, kde je v zájmu zákazníka i státu, aby výsledky byly přesné a ověřitelné. Jde především o oblasti, ve kterých by mohlo být ohroženo zdraví, nebo dokonce životy. Takže sem určitě bude patřit oblast zdravotnictví, kontroly pitné vody, potravin či životního prostředí. Tady by se kvalita zaručená akreditací měla stát prostě samozřejmostí. I když ani akreditace nám samozřejmě nezaručí, že všichni budou vždy pracovat na 100 %. Ale dává velkou míru pravděpodobnosti, že kdo projde takovým procesem nezávislého posouzení, tak bude pracovat na požadované úrovni.

(red) ⇨

Prosperita

Prosperita? Především!
Nic jiného neřeším.

Váš webdesign

Dotkněte se reality

Internet a design

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našimi 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 zabudujeme 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.

Dlouhodobá řešení se nacházejí i ve výzkumu a vývoji a znalostní ekonomice

Ekonomické vyhlídky EU jsou nejhorší v poválečném období. Podle jarní prognózy Evropské komise by se v roce 2009 měl hospodářský růst snížit o 4 % a nezaměstnanost v roce 2010 vzrůst až na 11%. Státy EU přijímají rozsáhlá opatření ke zmírnění dopadů krize. Fiskální pobídky evropské ekonomiky odpovídají 5 % jejího HDP pro rok 2009–2010 (včetně automatických stabilizátorů). Značnou podporu ekonomice poskytla také Evropská centrální banka, když výrazně snížila úrokové míry a zavedla záchranné plány finančního sektoru v 19 zemích (300 mld. eur na rekapitalizaci bank a 3 biliony eur na bankovní záruky). Největší hrozbu nyní představují přetrvávající problémy finančního sektoru, neudržitelné veřejné finance, nadměrná regulace a protekcionismus. Již přijatá opatření, jako Směrnice o službách, je třeba plně a včas implementovat. Klíčovým řešením současné krize by tak mohly být investice do vědy a výzkumu (V&V) a do znalostní ekonomiky.

Evropský plán na obnovu ekonomiky, navržený Evropskou komisí a schválený Evropskou radou v prosinci minulého roku, navrhuje opatření ke snížení dopadů probíhající krize. Všechny členské státy EU přijaly národní plány obnovy a nyní by měly pokračovat v jejich implementaci, zvýšit efektivitu přijatých opatření a dosáhnout synergického účinku aktivit na národní a evropské úrovni. Zdá se, že realizovaná opatření již pomohla zmírnit nepříznivé účinky hospodářského propadu. Aktivita členských států se zaměřují zejména na trh práce a podporu příjmů domácností. Důležitá opatření se však týkají také pomoci podnikům, obnovy důvěry v podnikání a podpory investic. „Abychom zajistili efektivitu, jsou krátkodobá záchranná opatření přijímána jen dočasně a je třeba už uvažovat o tzv. ‚exit strategiích‘, abychom byli připraveni, až krize skončí,“ zdůraznil Alexandr Hobza, ekonom generálního ředitelství ECOFIN Evropské komise.

„Nezajímá nás tolik rozsah opatření přijá-

tých členskými státy, jako spíše jejich obsah, účinnost a včasná implementace. Dle evropské komorové sítě jsou v národních plánech obnovy opomíjeny ‚chytře‘ investice do V&V, inovací a čistých technologií proklamaných v Plánu evropské hospodářské obnovy,“ uvedl Giovanni Campi, ekonomický poradce EUROCHAMBRES. Navíc je třeba plně a včas uvést do života Směrnici o službách a Evropský akt o malém a středním podnikání (SBA), neboť oba dokumenty mohou být velmi nápomocné při obnově evropské ekonomiky. Podle Campiho není SBA ve srovnání s hospodářskými plány obnovy věnována dostatečná pozornost a existuje zde rozdíl mezi tím, co se uvádí a co bylo skutečně implementováno, zejména na národní úrovni. Hlavními výzvami jsou podle Marka Stockera, ředitele ekonomického oddělení BUSINESSEUROPE, zafixovat problémy finančního sektoru, zaměřit se na rostoucí nezaměstnanost, omezit propagaci krize v citlivých zemích a obnovit důvěru

ve veřejné finance.

„Úspěšné strategie, které nám pomohly vyjít z předchozích úvěrových krizí, nám daly tři důležité lekce: neodkládat restrukturalizaci bank, udržovat makroekonomickou stabilitu a pokračovat v systémových reformách,“ zdůraznil M. Stocker. Aktivita EU měly být více konzistentní a lépe koordinované.

„Ti, kdo pumpují peníze do ekonomiky, se chovají krátkozrací, a jejich přístup nepovede ke zlepšení budoucího hospodářského potenciálu, naopak i po skončení krize budou muset v přísunu peněz pokračovat,“ varoval Fabian Zuleeg, analytik z European Policy Centre. „Je načase se zaměřit na dlouhodobá opatření – systémové reformy, lepší veřejné finance, investice do výzkumu a vývoje a zelené znalostní ekonomiky. Příprava v dlouhodobějším výhledu je pro evropské lídry klíčovou výzvou,“ dodal F. Zuleeg. „Základem je odbourat existující překážky a vyhnout se těm novým. Opatření orientovaná na krátkodobé výsledky musí být jen dočasná. Jakmile bude po krizi, měly by zmizet,“ upozornil Jaroslav Zajíček, vedoucí Úseku vnitřního trhu při Stálém zastoupení ČR při Evropské unii.

Tyto názory zazněly v červnové debatě CEBRE, již uspořádalo ve spolupráci se Stálým zastoupením ČR při EU.

(tz cebre)



Erasmus pro začínající podnikatele

Od svého spuštění v únoru letošního roku dal program „Erasmus pro začínající podnikatele“ za vznik 100 stážím, z nichž dvacet se uskutečnil během léta. Téměř 700 podnikatelů z různých odvětví od klenotnictví až po informační technologie podalo žádost o zapojení do programu. Jeho cílem je obohatit zkušenosti, vzdělávat a vybudovat nové kontakty začínajících nebo nových podnikatelů tím, že stráví 1–6 měsíců v podnicích řízených zkušenými podnikateli v jiném členském státě EU. Cílovou skupinou jsou osoby, které mají v úmyslu založit podnik, a osoby, které se v nedávné době staly podnikateli (max. do 3 let po založení podniku). Evropská komise hraje stážistům výdaje spojené s pobytem v zahraničí, kdy se průměrná měsíční částka pohybuje kolem 900 eur (záleží na zemi pobytu). Jako první vyjel na vyučenou dvacetipětiletý Mal'ean Jean Pierre Galea, který strávil šest týdnů ve španělské firmě zaměřené na informační technologie. Jeho cílem bylo načerpat zkušenosti a založit si vlastní webovou společnost. O způsobu, jak se do programu zapojit, se dozvíte na stránkách www.erasmus-entrepreneurs.eu. (tz)

Senát schválil zrušení knihy jízd

Senát na zasedání 23. července schválil pozměňovací návrh zákona o správě daní a poplatků, který ruší povinnost podnikatelů vést knihu jízd pro evidenci výdajů spojených s cestami služebním automobilem. V loňském roce byla mimo jiné tato povinnost vyhlášena podnikatelskou Absurditou roku.

„Schválení tohoto návrhu je dlouho očekávanou a vítanou zprávou pro naše podnikatele, kterým se tak o další kousek zjednoduší jejich činnost. Hospodářská komora zrušení knihy jízd sama iniciovala a dlouhodobě prosazuje a jsme rádi, že i senátoři podpořili zrušení této nesmyslné povinnosti, která podnikatele bez jakéhokoli efektu pouze zbytečně zatěžuje,“ reagoval prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„Věříme, že jednotlivá ministerstva budou v trendu snižování administrativní zátěže a rušení zbytečných byrokratických opatření pokračovat. Doufáme, že se vláda pokusí maximálně dodržet svůj závazek do konce roku 2010 snížit administrativní zátěž o 20 %. Zbytečná opatření a nařízení, jako je například kniha jízd, život tuzemských firem pouze stěžují a zdražují. Firmy musí na tyto požadavky vynakládat obrovské množství energie a času, které by mohly využít mnohem smysluplněji a účelněji pro rozvoj svého podnikání,“ dodal Petr Kužel.

Zrušení knihy jízd znamená, že namísto dosavadního vedení evidence služebních jízd si podnikatelé budou moci nově započítat do nákladů paušální odpočet 5000 Kč měsíčně za jedno služební auto. Tento odpočet bude možné uplatnit na maximálně tři firemní automobily.

Po schválení Poslaneckou sněmovnou a Senátem PČR poputuje nyní tento návrh k podpisu prezidenta. (tz hkčr)

Zástupci našich průmyslníků s nově zvolenými českými poslanci Evropského parlamentu

Představitelé Svazu průmyslu a dopravy se nedávno sešli na neformálním jednání s nově zvolenými českými poslanci Evropského parlamentu. Cílem schůzky bylo především získání podpory českých europoslanců pro témata, která budou projednávána v Evropském parlamentu a která jsou z pohledu průmyslu a podnikatelů v ČR významná, jako je například zaměstnanost, regulace a legislativa, ekologie, volný obchod. Zástupci zaměstnavatelů považují za důležité zpomalení přijímání nové legislativy na úrovni EU, zejména té, která ukládá další omezení a vyvolává další náklady na regulaci.

Důvodem jsou stále rostoucí náklady na regulaci – v roce 2006 činily 183 miliard EUR, v roce 2008 již 269 miliard EUR. Proto by europoslanci měli důsledně požadovat hodnocení dopadů legislativy. Nováček mezi poslanci EP – Edvard Kožušník, připravuje v rámci výboru pro vnitřní trh návrh na vytvoření platformy pro regulaci, kde by rád využil své zkušenosti z iniciativy e-stát.

Jak uvedl prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jaroslav Míl: „Zejména v současné ekonomické krizi potřebují zaměstnavatelé takové podmínky pro podnikání, které jim umožní udržení současných a vytváření nových pracovních míst.“

Součástí těchto podmínek je i nyní projednávaná směrnice o pracovní době, její finální znění by mělo reflektovat potřeby podnikatelů na vytvoření flexibilních pracovních trhů.

Obě strany se shodly na nutnosti znovuotevření jednání o dopadech REACH na evropský průmysl. Vzhledem k nákladům na registraci chemických látek se dopad nařízení stává likvidačním. Josef Zbořil, člen představenstva Svazu průmyslu a dopravy a hlavní expert svazu na ekologii, poukázal také na problematiku směrnici o průmyslových emisích.

Velmi diskutovaným a závažným tématem je regulace finančních a bankovních trhů (stabilizace finančních trhů je jednou z priorit současného švédského předsednictví). V Německu banky téměř neposkytují úvěry, lze očekávat, že stejná situace nastane i v ČR. Členové Svazu poukazují na stále častější případy, kdy banky odmítají záruky poskytované ČMZRB a firmy tak nedosáhnou na potřebné provozní úvěrování. „Regulace finančních trhů a zdroje energií budou zřejmě dvě nejdůležitější témata pro Evropskou komisi,“ uvedl prezident Svazu Jaroslav Míl.

Svaz průmyslu a dopravy oceňuje posun jednání o dohodě s Tureckem o výstavbě plynovodu Nabucco, který byl nastartován v průběhu čes-

kého předsednictví a který by zmínil závislost na dodávkách ruského plynu. Právě zajištění udržitelných energetických zdrojů je pro rozvoj evropské ekonomiky zásadní.

V oblasti mezinárodního obchodu se poslanci i podnikatelé shodli na podpoře transatlantické spolupráce, boji proti ochranným opatřením, dohodách o volném obchodu mezi EU a třetími zeměmi, které usnadní přístup na nové trhy mimo EU, s menšími dopady ekonomické krize. „V průběhu pražského summitu EU-Kanada v květnu byla zahájena jednání o ekonomické dohodě EU-Kanada, je to jeden z úspěchů českého předsednictví a tuto iniciativu je třeba dále rozvíjet, bez ohledu na současné problémy s vízy,“ uvedl Jaroslav Míl.

Diskutovalo se také o strojírenství – Evropa by měla mít zájem na tom, aby jako obor nezaniklo podobně jako ve Spojených státech. „Jedním z problematických témat pro tento obor je chystaná směrnice o energetické náročnosti strojů a zařízení,“ upozornil Ivan Čapek, ředitel Svazu strojírenské technologie.

Čeští europoslanci a zástupci zaměstnavatelů se dohodli na pravidelné výměně informací a koordinaci stanovisek v rámci jednotlivých výborů EP. (tz spdčr)

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
SAP a PlaNet Finance podpoří podnikatele Společnost SAP oznámila, že poskytne pomoc přední světové neziskové organizaci PlaNet Finance, která podporuje instituce zabývající se mikrofinancováním. Spolupráce SAP a PlaNet Finance zaměřená na pomoc podnikatelům z nejnižší části ekonomické pyramidy bude zahrnovat vývoj softwarových řešení pro instituce, které se mikrofinancování věnují, poskytnutí technologií SAP pro aktivitu PlaNet Finance nebo odborné poradenství. ➡	Fast-foody se přizpůsobují krizi Také sítě s rychlým občerstvením, které, zdá se, ekonomickou krizi tolik nepociťují, se jí přizpůsobují. Přicházejí se speciálními produkty, které mají přitáhnout nové skupiny zákazníků. „Přestože naše prodeje v celé střední a východní Evropě i v prvních měsících roku rostly téměř o pětinu, musíme se přizpůsobit ekonomickému poklesu, který zákonitě bude doprovázet menší ochota lidí utrácet,“ uvedl Manažer Rozvoje SUBWAY pro střední a východní Evropu Martin Princ. ➡	Letní akční nabídka Peugeot Společnost Peugeot Česká republika ve spolupráci s autorizovanými koncesionáři vyhlásila společnou akční nabídku zaměřenou na vybrané verze osobních modelů značky Peugeot. Zákazníci, kteří si objednájí vybraný nový vůz Peugeot v období od 1. července do 31. srpna 2009, mohou získat atraktivní cenová zvýhodnění a dále záruku prodlouženou na 3 roky nebo 60 000 km jen za 1 Kč. Pětidveřový Peugeot 107 v první úrovni výbavy Smile je nabízen za cenu od 194 900 Kč. ➡	Pojištění schopnosti splácet Česká spořitelna reaguje na rostoucí zájem o pojištění schopnosti splácet a klienti, kteří si sjednají Ideální hypotéku České spořitelny od 3. července do 30. září 2009, budou mít pojištění schopnosti splácet po dobu šesti měsíců zdarma. Poplatkové prázdniny se vztahují na všechny nabízené varianty pojištění. Pojištění schopnosti splácet dává klientům možnost připravit se na nepříznivé události v budoucnu a snáz se s nimi vyrovnat. ➡

Důležitost mobilních aplikací roste

Společnost Motorola Enterprise Mobility, vedoucí poskytovatel služeb a řešení v oblasti podnikové mobility, si nedávno nechala vypracovat výzkumnou studii, která zjistila, že více než sedm z deseti sledovaných řídících IT pracovníků ve výrobní sféře hledá způsob, jak zefektivnit mobilní a bezdrátová řešení a zjednodušit tak pracovní postupy. Studie ukázala, že výrobci s mobilními aplikacemi ušetří denně v průměru 42 minut na zaměstnance.

Studie pod názvem Motorola Enterprise Mobility Manufacturing Barometer zkoumala řídící IT pracovníky z oblasti výroby ve 14 zemích na čtyřech kontinentech. Na 80% z nich uvedlo, že mobilita je dnes pro jejich organizace důležitější, než byla v roce 2008. To představuje nárůst o 9% v porovnání s předcházejícím výzkumem, což naznačuje pokračující růst důležitosti mobilních aplikací, který je způsoben tím, že výrobci hledají způsoby, jak posílit provozní efektivnost a zvýšit produktivitu v současném makroekonomickém prostředí.

Více než jedna čtvrtina dotazovaných označila správu stavu zásob/materiálu a prodejní aplikace za hlavní hybatele pokračujících investic do mobility. Žebříček investic do aplikací v prodejním prostředí vedou aplikace pro správu zásob a materiálu a pracovní aplikace, jako je work-in-progress (WIP) tracking, aplikace human machine (HMI), operátorského rozhraní a kontrola, zajištění kvality. Studie také identifikuje

vzrůstající poptávku po aplikacích pro prodejce a servisní pracovníky v terénu s tím, že téměř 29% sledovaných podniků, které využívají aplikace pro servis v terénu, uvádí nárůst výnosů z podnikání/prodejních výsledků a 25% hlásí nárůst spokojenosti zákazníků/partnerů.

Z geografického hlediska se všechny oblasti shodly na tom, že správa stavu zásob je klíčovou mobilní aplikací pro oblast výroby, oblast Asie a Tichomoří vyzvedla důležitost aplikací pro jednání se zákazníky, zatímco v oblasti obou Amerik a v Evropě jsou důležité prodejní aplikace. Pokud to shrneme, tak výrobci, kteří investují do bezdrátové infrastruktury a zařízení specifických pro svou průmyslovou oblast a dále se snaží je zefektivnit, chtějí dosáhnout vyšší produktivity zaměstnanců, zvýšit rychlost investic do surovin spolu s přesností a aktuálností dat v reálném čase, která potřebují pro lepší rozhodování.

„Vzhledem k tomu, že více než 60% sledovaných řídících IT pracovníků uvádí, že jejich organizace mají v současné době strategii pro mobilitu, je jasné, že mobilita již není chápána výkonnými IT pracovníky v oblasti výroby jako vize budoucnosti, ale jako strategicky důležitý prvek dneška,“ vysvětlil Jim Hilton, senior director pro Global Manufacturing Solutions ve společnosti Motorola Enterprise Mobility Solutions. „Je pravdou, že více než polovina dotazovaných zmiňovala výhody, které jim přináší využívání mobilních a bezdrátových technologií, a které umožňují jejich pracovníkům v prodejně či v terénu, aby využili příležitosti, které jim trh nabízí.“

Respondenti v popisované studii také poskytli určitý pohled na budoucí trendy v oblasti mobility. Výrobci plánují během příštích 12 až 24 měsíců více využívat voice-over-WLAN (VoWLAN), fixed mobile convergence (FMC) a různá řešení pro správu a údržbu hmotného majetku. Studie také poukázala na značný zájem o rozšířené aplikace pro média a video conferencing, které umožňují výrobcům lépe zpeněžit efektivní postupy a zvýšit produktivitu pracovních sil.

Respondenti rovněž naznačili, že mají plány na rozšíření využití bezdrátových LAN a bezdrátových snímacích technologií jak v rámci samotné výroby, tak v rámci oddělených provozů, což jim umožní dosáhnout automatizace provozu, zvýšení jeho efektivnosti a rychlosti bez nutnosti dalších investic do síťové kabelové infrastruktury. V obou zemích amerického kontinentu vedou v žebříčku plánů nových instalací a modernizací prodejní aplikace, zatímco v Evropě jsou v největší míře plánovány investice do správy stavu zásob a v asijsko-tichomořské oblasti jsou pro další vlny mobility ve výrobním sektoru chápány jako stejně důležité mediální i zákaznické aplikace.

Sledování řídící IT pracovníci uváděli jako hlavní důvody pro investice do mobility ve svých organizacích celkové náklady na vlastnictví (total cost of ownership – TCO), návratnost investic (return on investment – ROI) a vnitřní návratnost (internal rate of return – IRR). Více než 50% sledovaných podniků, které využívají ROI analýzu, uvedlo, že očekávají návratnost své počáteční investice do 15 měsíců.

(tz)

Asociace jazykových škol a agentur ČR oslavila čtyři roky své existence a zvolila nové prezidium

Asociace jazykových škol a agentur ČR (dále AJŠA) v červnu oslavila čtyři roky své existence a vstoupila do pátého. Za tuto dobu se vyprofilovala jako dobrovolné sdružení jazykových škol a jazykových agentur České republiky.

Posláním AJŠA ČR je zdokonalovat jazykové vzdělávání v regionech České republiky, rozvíjet činnost a profesní prestiž svých členů, podporovat jejich spolupráci a networking, zastupovat a hájit jejich

hospodářské a další oprávněné zájmy. Cílem AJŠA je mj. spolupracovat s národními i mezinárodními profesními asociacemi, akademickými a vzdělávacími subjekty a dalšími ziskovými i neziskovými organizacemi v otázce rozvoje jazykového podnikání.

V současné době má AJŠA 25 řádných členů – jazykových škol a 1 přidruženého člena. Členové AJŠA svou působností pokrývají celé území České republiky.

AJŠA pořádá dvakrát do roka setkání všech svých členů, na kterém jsou řešeny aktuální otázky týkající se jazykového vzdělávání, ekonomické a právní situace v ČR, členové se účastní školení a odborných seminářů a probíhá jejich networking. Další setkání je plánováno na říjen 2009 v Hradci Králové.

Dne 1. června 2009 zahájilo svou činnost nové prezidium AJŠA, které se skládá z prezidentky Karly Bauerové a čtyř viceprezidentů: Stanislava Káry, Petra Pas-

ka, Michala Ivasienka a Alice Vondráčkové. Úkolem nového prezidia je především intenzivnější komunikace se širokou veřejností a další vzdělávání svých členů.

Asociace jazykových škol a agentur České republiky
Hroznová 28
370 01 České Budějovice
www.ajsa.cz

(tz)

Tiskárna MORAVSKÁ TYPOGRAFIE, a. s., Brno

je vybavena technologiemi pro rotační novinový a archový ofsetový tisk.

Tradiční výrobce deníků, týdeníků a časopisů, ale i nejrůznějších tiskovin:

prospekty, plakáty, letáky, etikety, katalogy apod.

v nákladech 500-100 000 ks, až do formátu A2, B2

- **Příprava:**
technologie CTP - zpracování elektronických podkladů pro rotační novinový nebo archový ofsetový tisk
- **Realizace:**
NOVINY - tisk na rotačním ofsetovém stroji, rozměr 289x420 mm, jednobarevný až plnobarevný tisk, rozsah stran 4, 8, 12, 16, 24, 32..., gramáž 45-60g **novinový papír**
OSTATNÍ PERIODIKA A TISKOVINY - tisk na archových ofsetových strojích s vysokou kvalitou, na natírané křídové i ofsetové papíry od gramáže 60g do 300 g
- **Knihařské zpracování:**
vazby V1 - šité drátem na stříšku a **lepené V2**
povrchová úprava obálek - **lamino lesk** nebo **mat**

VOLNÉ PROSTORY K PRONÁJMU NA ul. Heršpická 6 v Brně:

skladové prostory v přízemí (volné od 1. 9. 2009):

- sklad 530 m²

- sklad 237 m²

příjezd ke skladům možný nákladními vozy i kamiony

kancelářské prostory v 1. poschodí (volné ihned):

- kanceláře 201 m²

obchodní a kancelářské prostory v přízemí, vhodné pro půjčovnu, obchod apod.

(volné od 1. 7. 2009):

- vnitřní prostory 120 m²

- venkovní prostory 400 m²

MORAVSKÁ
typografie
AKCIOVÁ SPOLEČNOST

Heršpická 6, 639 00 Brno, tel./fax: 532 163 300
e-mail: zakazky@moravskatypografie.cz, www.moravskatypografie.cz



Sdružení SOLUS již 10 let chrání své členy před klienty, kteří neplní své smluvní závazky

V polovině letošního roku oslavilo sdružení SOLUS 10leté výročí svého vzniku. V původně desetičlenném sdružení je nyní zastoupeno 26 společností z různých sektorů, což činí ze SOLUSu nezbytný standard při řízení rizik u poskytovaných služeb.

Sdružení SOLUS vzniklo v červnu 1999, ale jeho počátky sahají do podzimu 1998, kdy se zástupci zakladatelských společností rozhodli vytvořit efektivní nástroj pro ochranu před klienty, kteří neplní své smluvní závazky. Název sdružení vznikl složením počátečních písmen z původního názvu, a to Sdružení na Ochranu Leasingu a Úvěrů Spotřebitelům, který zároveň nejlépe charakterizuje jeho hlavní cíl.

K leasingovým a úvěrovým společností se v roce 2001 připojila první banka, v roce 2005

vstoupily do sdružení SOLUS všichni mobilní operátoři, o rok později distributor elektrické energie a v předloňském roce i první stavební spořitelna. „Díky početné členské základně, a zejména pak díky zastoupení různých sektorů je SOLUS efektivním a pro mnohé společnosti nezbytným nástrojem pro řízení rizik v České republice,“ řekl Jan Stopka, tajemník sdružení SOLUS.

Členové sdružení SOLUS mohou využívat celkem čtyři registry. Tím nejvyužívanějším a nejdelší fungujícím je Registr FO, ve kterém jsou

vedeny záznamy o spotřebitelích, kteří neplní své smluvní závazky. „Pokud člověk neplní své smluvní závazky u jednoho či více členů sdružení, pak je velmi pravděpodobné, že nezíská novou službu u dalších členů sdružení SOLUS, případně jí nezíská v požadovaném rozsahu,“ vysvětlil Jan Stopka. SOLUS tak chrání i samotné spotřebitele před nezodpovědným zadlužováním. Ukazuje se, že zařazení nezodpovědného spotřebitele do negativního klientského registru SOLUS může mít pozitivní výchovný efekt. „Za poslední tři roky bylo našim členům uhrazeno více než 575 tis. původních dlužných částek po splatnosti,“ dodal Jan Stopka.

Kromě Registru FO existuje také Registr IČ, kam jsou zařazeni podnikatelé a právnické osoby neplnící své smluvní závazky. Členové sdružení SOLUS mohou nahlížet rovněž do insolvenčního registru a registru neplatných a odcizených dokladů. „Registr neplatných a odcizených dokladů je naší nejmladší službou. Ocení ji zejména spotřebitelé, kteří mohou pomocí aplikace dostupné na našich webových stránkách informovat naše členy o svých ztracených dokladech. Významně tak sníží riziko, že si na jejich odcizené doklady někdo podvodně sjedná úvěr nebo poptá jinou službu, kterou následně nebude splácet,“ objasnil Jan Stopka. (tz)

Výrobní družstva na Zemi živitelce se na vás těší

Také letos se v hojném počtu zúčastní výrobní družstva 36. ročníku agrosalonu Země živitelka, jehož součástí bude Mezinárodní výstava družstevnictví. Země živitelka patří k těm, které si vysloužily pojmenování tradiční.

I v letošním roce je Svaz českých a morav-

ských výrobních družstev garantem při zajišťování prezentace svých členů na tuzemských a zahraničních veletržních akcích. Je to jen jedna z mnoha služeb družstvům s významným přínosem pro zviditelnění výrobního družstevnictví.

V reakci na současnou hospodářskou situaci se zaměřujeme především na pomoc družstvům při vyhledávání nových obchodních a kooperačních partnerů, zakázek, výběrových řízení, poptávek a tendrů.

V dnešní nelehké době se družstva snaží konkurovat kvalitou svých výrobků, pružností reagovat na přání zákazníka, a hlavně přesvědčit své obchodní partnery seriózností. Důležitým atributem pro úspěšné podnikání v globální konkurenci je trvalá inovace. I díky těmto schopnostem existence družstev prochází



3 stoletími. V roce 2009 slaví některá výrobní družstva významné výročí od svého založení. Tím více se rozhodla prezentovat.

V rámci Mezinárodní výstavy družstevnictví se uskuteční 28. srpna v pavilonu Z Družstevní den. Jeho součástí je konference na téma „Český výrobek na českém trhu“. Bude nám ctít Vás zde přivítat.

Těším se, spolu s našimi členy, na shledání na budějovickém výstavišti.

Jan Wiesner
předseda SCMVD

Země živitelka České Budějovice, 27. 8. – 1. 9. 2009

Pavilon E1:

Drutep, družstvo, Teplice
Dřevotvar družstvo, Jablonné nad Orlicí
ELKO Nový Knín, výrobní družstvo
KDS Sedlčany, nožířské výrobní družstvo
KOVO DRUŽSTVO Olomouc
KOVODRUŽSTVO, výrobní družstvo v Plzni
Podané ruce, sociální družstvo, Zubří
Templářské sklepy Čejkovice
TVAR výrobní družstvo Pardubice
VŘÍDLO, výrobní družstvo, Karlovy Vary

Volná plocha u pavilonu E1:

Druchema, družstvo pro chemickou výrobu a služby, Praha
DUP Pelhřimov – pivovar Poutník
ORLÍK - KOMPRESORY, v. d., Česká Třebová

Pavilon E5:

DŘEVO, družstvo Měřín
Moravská ústředna Brno, družstvo umělecké výroby
Svaz českých a moravských výrobních družstev
Zemědělský svaz České republiky

Pavilon R1:

KOVOBEL, výrobní družstvo, Domažlice

V ZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

TOUŽÍTE PO ZMĚNĚ? ZMĚNTE SE!

MZDOVÁ PROBLEMATIKA KROK ZA KROKEM

TERMÍN: 14. – 18. 9. 2009
KÓD: 965002 **CENA:** 9 990 Kč

Jednotlivé semináře cyklu lze absolvovat i samostatně!

REKVALIFIKAČNÍ A DLOUHODOBÉ KURZY

Vzdělávací programy jsou vedeny formou večerní výuky!

PRINCIPY A ZÁSADY MEZINÁRODNÍCH STANDARDŮ ÚČETNÍHO VÝKAZNICTVÍ (IFRS) OD ZÁKLADŮ

TERMÍN: 16. 9., 23. 9., 30. 9., 7. 10., 14. 10., 21. 10., 26. 10., 3. – 4. 11. 2009
KÓD: 963503 **CENA:** 16 990 Kč

DAŇOVÉ PRÁVO V ČR a předpisy s ním související

TERMÍN: 21. 9. – 18. 11. 2009
KÓD: 966200 **CENA:** 25 000 Kč

ÚČETNICTVÍ

TERMÍN: 22. 9. – 12. 11. 2009
KÓD: 966000 **CENA:** 25 000 Kč

MZDOVÝ/Á ÚČETNÍ

TERMÍN: 24. 9. – 5. 12. 2009
KÓD: 935800 **CENA:** 25 000 Kč

NENECHTE SI UJÍT V.I.P. SEMINÁŘ!

VEŘEJNÉ ZAKÁZKY, KONCESE A VEŘEJNÁ PODPORA VE SVĚTLE POSKYTOVÁNÍ PODPORY Z EVROPSKÝCH FONDŮ

TERMÍN: 17. 9. 2009
KÓD: 900230 **CENA:** 2 990 Kč

WWW.VOX.CZ

Nové prioritní země pro český export na portálu BusinessInfo.cz

Ministerstvo průmyslu a obchodu spustilo v polovině roku 2009 nový systém komunikace s podnikatelskou sférou a koordinace plánování proexportních aktivit. Jeho součástí je také aktualizovaný seznam prioritních zemí pro český export, jejichž počet byl ve srovnání s Exportní strategií pro období let 2006 až 2010 omezen na dvanáct. Základním mediálním kanálem, prostřednictvím kterého státní správa zveřejňuje pro podnikatele informace ve vztahu k prioritním zemím a současně zamýšlí sbírat od podnikatelské veřejnosti zpětnou vazbu, je portál BusinessInfo.cz (www.BusinessInfo.cz).

Mezi prioritní země pro export ČR nově patří Brazílie, Čína, Egypt, Indie, Kazachstán, Mexiko, Rusko, Spojené státy americké, Srbsko, Turecko, Ukrajina a Vietnam. Výběr prioritních zemí byl podložen makroekonomickými kritérii (váha 58%), názory podnikatelů a podnikatelských organizací (z hlediska potenciálu trhu země a jeho saturace, váha 30%) a vyjádřením státní správy (váha 12%), přičemž bylo potvrzeno, že je účelné formulovat koncept prioritních zemí zatím výlučně ve vztahu vůči zemím mimo EU.

Koncept prioritních zemí, jejichž výčet by měl být každé dva roky revidován, je vhodným nástrojem pro efektivní koncentrování zdrojů státu pro podporu vývozu. To je v současné době třeba chápat zejména jako využití administrativních kapacit tak, aby byla zajištěna maximální koordinace aktivit státní správy a podnikatelské sféry. Cílem je zabránit vzniku situací, kdy jednotlivé státní orgány či podnikatelská sdružení separátně organizovaly akce, které bylo možné se zesíleným efektem sklonbit.

Pro každou prioritní zemi byly vytvořeny tzv. expertní týmy skládající se ze zástupců státní správy a podnikatelských sdružení. Ze strany

státní správy jsou hlavními administrátory komunikace uvnitř týmu teritoriální pracovníci Ministerstva průmyslu a obchodu. Do expertních týmů byli přizváni též zástupci Ministerstva zahraničních věcí, Ministerstva zemědělství, CzechTourism a České exportní banky. Samozřejmostí je participace obchodně ekonomických úseků a zahraničních kanceláří CzechTrade. Za podnikatelskou sféru nominovali své kontaktní osoby Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR a dále již přes dvacet vývozních aliancí a oborových svazů a asociací.

Hlavními a průběžně aktualizovanými výstupy expertních týmů jsou návrhy plánů nejvýznamnějších proexportních akcí zaměřených na příslušné teritorium. Tyto dokumenty jsou po schválení publikovány jako tzv. Akční plány na portálu BusinessInfo.cz (http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/statni-podpora-exportu/nove-prioritni-zeme-pro-export/1000485/53713/), včetně přímých odkazů na podrobnější informace v tzv. kartách jednotlivých akcí, které jsou také publikovány na portálu BusinessInfo.cz v Kalendář akcí (http://www.businessinfo.cz/cz/kalendar-akci/). Tato interaktivita umožňuje českým podnikatelům např. rovnou kontaktovat organizátory akcí nebo přímo získat organizační informace, včetně termínů pro podávání přihlášek.

Vedle akčních plánů a detailů akcí jsou na portálu BusinessInfo.cz zveřejněny také tzv. Perspektivní obory pro vývoz do daného teritoria, v nichž je kromě potenciálních vývozních oborů a jejich charakteristiky uvedena také základní analýza silných i slabých stránek a příležitostí i ohrožení dané ekonomiky. V budoucnu bude zváženo rozšíření nového systému v modifikované podobě také na další teritoria.



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

Prázdninová nabídka osobní půjčky

Společnost Cetelem nabízí až do konce srpna 2009 prázdninovou nabídku Osobní půjčky ve výši 150 000 Kč za 2950 Kč měsíčně, a to již včetně pojištění proti neschopnosti splácet (RPSN 12,92). S půjčkou nejsou spjaty již žádné další skryté poplatky. Na jednotlivých splátkách tak lze ušetřit i stovky korun měsíčně. Jak ukázal letošní ročník studie Barometr Cetelem 2009, Češi se v tomto roce chystají o 7% více nakupovat sportovní potřeby a rovněž tak i příslušenství pro kutily. ➔

Společnosti FINEP a RE/MAX spolu

Byty a domy developerské společnosti FINEP budou nově nabízeny také v síti realitní společnosti RE/MAX. Vzájemná spolupráce otevírá oběma společnostem novou možnost využít vzájemné synergie a oslovit více nových zákazníků a posílit tak svoje pozice na trhu. „Společnost RE/MAX je největší realitní kancelář v České republice. Spolupráce s její obchodní sítí v Praze a středních Čechách pro nás znamená získání přístupu do významného distribučního kanálu. ➔

Mandre zaměstná zdravotně postižené

Společnost Mandre Group patří mezi největší zaměstnavatele zdravotně postižených v České republice. I přes současnou hospodářskou krizi hodlá ještě letos zvýšit počet zaměstnanců o dalších 10 %. Firma nabízí uplatnění zdravotně postiženým po území celé republiky včetně regionů s nejvyšší nezaměstnaností. Mandre Group v současnosti zaměstnává zhruba 1000 plně nebo částečně invalidních osob a do konce roku plánuje zaměstnat dalších sto spolupracovníků. ➔

Česká spořitelna poradí klientům

Česká spořitelna od 1. července 2009 poradí se zhodnocením finančních prostředků. Konzultace o rozložení peněz přináší nový Program spoření a investování – klient získá nastavení pravidelného spoření a investování tak, aby měl v pravý čas potřebnou částku, a to vše za podmínky maximálního využití produktů se státními benefity. Novinkou je také Šikovné spoření České spořitelny, které klientům nabízí možnost pravidelného spoření, výhodné zhodnocení a okamžitou likviditu. ➔

Každá druhá IT firma

navzdory krizi očekává vyšší nebo stejné tržby

Více než polovina IT firem působících v České republice letos očekává i navzdory zpomalení ekonomiky vyšší nebo stejné zisky jako v roce 2008. Vyplývá to z bleskového průzkumu agentury CzechInvest a Czech ICT Alliance v rámci konference Sektor IT v krizi a jeho rozvoj po krizi. Na té se mimo jiné představil i projekt Technologické platformy pro IT služby financovaný částečně z peněz EU. Jeho cílem je rozvíjet ICT sektor v České republice.

Přes pozitivní výhledy na ziskový rok se však podle výsledků výzkumu drtivá většina ICT společností setkala s omezováním, odsouváním nebo s úplným rušením již objednaných projektů. Přesněji, celkem 86 % IT firem zažilo kvůli zpomalení ekonomiky snižování rozpočtu dohodnutého projektu nebo jeho odsouvání na později, 79 % pak dojednanou zakázku ztratilo.

Očekávané dopady zpomalení ekonomiky se přitom různí společnost od společnosti. Víc než čtvrtina firem letos počítá se zhruba stejnými výsledky jako vloni, přesně 24 % pak kalkuluje s růstem. Na druhou stranu plných 47 % podniků se připravuje na horší časy, přičemž každý pátý z nich navíc očekává snížení tržeb o víc než pětinu.

Pokles ekonomiky ovšem ICT firmám přináší i dobré zprávy. Polovina společností se shodne na tom, že pracovní trh dnes nabízí mnohem víc dostupných IT specialistů než loni. Navíc podle tří čtvrtin firem jsou požadavky programátorů na mzdy nyní mnohem realističtější než před rokem. Výzkum také ukázal, že pokud by firmy musely šetřit, mnohem radši omezí výdaje na programátory než na obchodníky.

V polovině příštího roku

Přesně 65 % IT společností v České republice předpovídá, že ekonomika ožije nejdříve v polovině příštího roku. Dvě z deseti firem jsou pak ještě pesimističtější a konec recese vidí až po roce 2010. Naopak 14 firem ze sta očekává oživení hospodářství už na konci letošního roku, a 2 % tvrdí, že krize je už za nimi.

Jako nejlepší způsob jak přežít zpomalení ekonomiky vidí největší část firem investice do inovací, do přípravy nových produktů, a to pře-

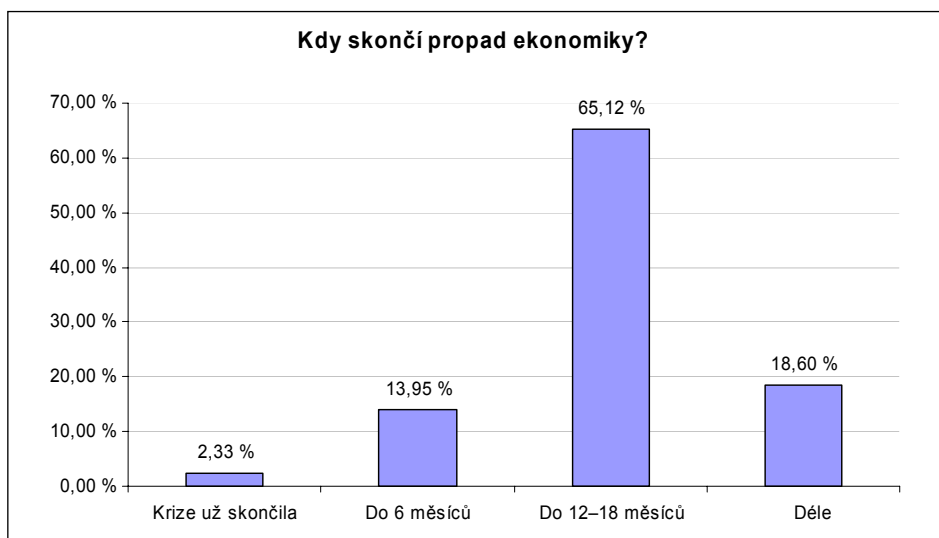
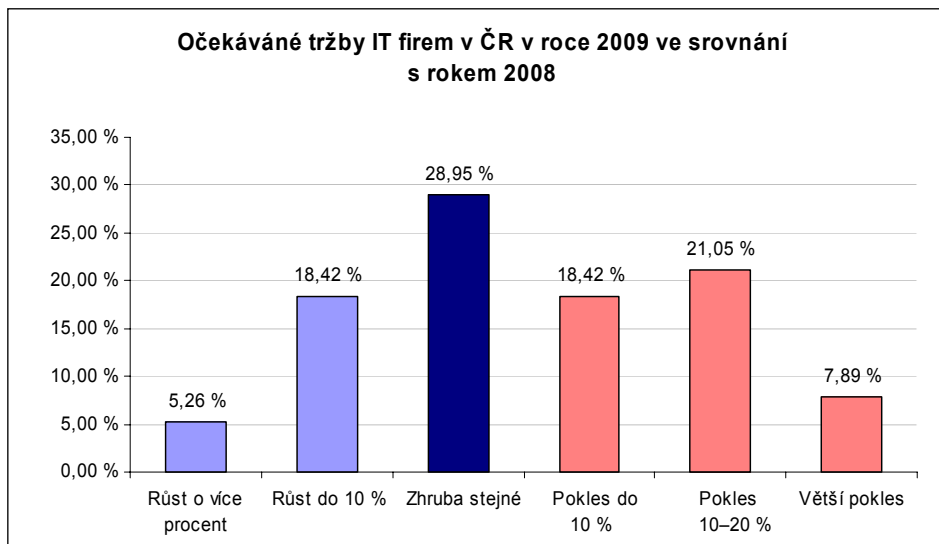
devším v rámci těch oborů, ve kterých už mají zkušenosti. Nabízet je chtějí hlavně stávajícím zákazníkům přímo v České republice. Na ty se plánuje zaměřit šest z deseti IT firem. Průzkum však současně ukázal, že jen 30 % klientů nové služby skutečně vyhledává.

Řada společností také plánuje víc využívat evropských i národních dotací, zvláště těch na vzdělávání zaměstnanců nebo na další rozvoj firmy. Favoritem je program EDUCA spravovaný agenturou CzechInvest. Ten umožňuje až ze sta procent hradit náklady na odborné vzdělávání čistě z prostředků Evropské unie. Uvažuje o něm plných 65 % firem. Velký zájem je i o program ICT a strategické služby, který financuje zakládání nových center sdílených služeb – včetně těch pro vývoj softwaru.

Technologická platforma pro IT služby – možné řešení?

Na podporu dalšího rozvoje IT sektoru v České republice daleko za horizont současného zpomalení ekonomiky se zaměřuje nová Technologická platforma pro IT služby. Vzniká pod patronátem Czech ICT Alliance ve spolupráci s Českou společností pro systémovou integraci a několika vysokými školami. Do založení získala 5,5 milionů korun od Evropské unie z programu Spolupráce – Technologické platformy agentury CzechInvest

„IT je pro Českou republiku a pro zajištění její prosperity budoucnosti naprosto klíčový obor,“ zdůraznila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „Už teď v informačních technologiích pracuje podle některých odhadů až dvě stě tisíc lidí, což je pro srovnání víc než v automobilovém



průmyslu. Navíc právě do IT míří nejvíce nových investic. Proto podpora tohoto oboru patří spolu s například bio nebo nano technologiemi k našim hlavním prioritám.“

„Hlavním cílem platformy je podporovat rozvoj sektoru IT v České republice, zajišťovat marketingové akce v zahraničí zaměřené na generování nových projektů směřujících do ČR i podporovat úspěch českých firem na zahraničních trzích,“ uvedl Michal Zálešák, výkonný ředitel Czech ICT Alliance a garant projektu Technologické platformy. „Podpora pro Platformu navazuje na předchozí dotace získané na zahraniční propagaci a je pouze základem pro další projekty.“

„Technologická platforma pro IT služby plánuje podporovat spolupráci mezi soukro-

mými firmami a univerzitami, chce zkvalitnit vzdělávání v oboru, ale počítá třeba i s lákáním investic ze zahraničí. Má tedy v podstatě stejné cíle jako CzechInvest, a proto se na projektu podílíme,“ dodává Jan Friedl, specialista agentury CzechInvest pro sektor IT&Software development.

Z výzkumu vyplývá, že IT firmy v ČR od Technologické platformy očekávají především podporu vzdělávání včetně popularizace oboru nebo zajištění praxe pro studenty. Důležité je i vytváření společných obchodních příležitostí nebo rozvoj obchodních kontaktů v zahraničí. Právě na základě konkrétních požadavků IT firem bude Technologická platforma sestavovat své plány do dalších let.

(tz ci)

Vyzkoušejte distanční studium na Bankovním institutu vysoká škola!

Stále častěji se setkáváme s nabídkou studijních programů vyučovaných tzv. distanční, dříve dálkovou formou. Málokdo si před zahájením distančního studia na vysoké škole dokáže představit, co skutečně obnáší. První soukromá vysoká škola v ČR – Bankovní institut vysoká škola (BIVŠ) nabízí možnost studovat distančně všechny své velmi atraktivní studijní obory zaměřené zejména na ekonomiku, bankovníctví, finančníctví a management, a to jak v rámci bakalářské, tak i magisterské etapy vysokoškolského studia.

Jak vypadá tato forma vzdělávání právě na BIVŠ? Studenti se samozřejmě musí připravovat mnohem více samostatně, než je běžné u prezenčního (denního) studia ve volném čase, který je u často plně zaměstnaných osob značně omezen. Díky zkušenostem od nás i ze zahraničí vyvinula BIVŠ různé speciální pomůcky, které studium usnadňují a zjednodušují „vstřebávání“ nových znalostí a dovedností. Samostudium na BIVŠ se zakládá na speciálně strukturovaných učebnicích a e-learningových kurzech, kde je možné nalézt všechny potřebné informace ke zvládnutí jednotlivých předmětů požadovaných v rámci studia.

Pružná a kontinuální komunikace s pedagogy, nutná ke zvládnutí látky, probíhá mezi studenty a vyučujícími pedagogy zejména prostřednictvím internetu a e-mailu. Účast na speciálně organizovaných dnech plných seminářů, cvičení a přednášek nebo soukromých osobních konzultací s pedagogy závisí na potřebách a možnostech každého jednotlivce. Vzhledem k individuálnímu přístupu, který patří mezi hlavní přednosti a zásady školy, dostávají všichni studenti průběžně od vyučujících zpětnou vazbu, co musí pro úspěšné absolvování



školy udělat. Vzhledem k vysokým kvalitám akademického sboru pod vedením rektora školy Doc. Františka Jirásky se studentům distančního studia BIVŠ poměrně daří.

Prozatím se zde studuje 10 oborů bakalářské etapy (Bankovní management, Elektronické obchodování, Ekonomika a management zdravotních a sociálních služeb, Ekonomika a management malého a středního podnikání, Pojišťovnictví, Veřejná správa a Evropská unie atd.) a 3 navazující obory magisterské etapy (Informační technologie – ma-

management, Právo a Finance). Bližší informace o jednotlivých oborech získáte na novém portálu www.bivs.cz, kde naleznete i on-line přihlášku. Průzkum mezi zájemci o studium na BIVŠ prokázal, že jsou k výběru BIVŠ pro distanční, ale i prezenční studium, kromě kvality výuky, motivování i velmi příznivou cenou za semestr studia.

Výhody distanční formy studia na BIVŠ ocení zejména ti, kteří si potřebují rozšířit své vzdělání a získat vysokoškolský titul jako nezbytnou podmínku pro vykonávání své pracovní profese nebo k získání vyšší pozice v zaměstnání, ale také pro zájemce, kteří se chtějí věnovat novým zajímavým oborům, o které je na trhu práce skutečný zájem.

Na distanční i prezenční studium navazuje celoživotní vzdělávání ve formě krátkodobých i dlouhodobých kurzů, rekvalifikačních kurzů, seminářů a samostatných přednášek i odborných konferencí. Tato soukromá vysoká škola, která si buduje značku spojenou s kvalitou již 10 let, umožňuje získat profesní kontakty a pomáhá studentům najít zajímavou, vysoce kvalifikovanou a dobře oceněnou práci již v době studia, díky úzkým vazbám na zaměstnavatele u nás i v zahraničí.

Pro akademický rok 2009/2010 Bankovní institut Vysoká škola zahajuje 1. ročníky distančního studia na pobočkách v Praze (centrála školy), Karlových Varech, Písku, Jablonci nad Nisou, Teplicích a Břeclavi. Zájemci o distanční formu vysokoškolského studia mohou své přihlášky podávat do 31. 8. 2009, a to i online na www.bivs.cz.

(red) ➞

Operační programy pružně reagují na krizi

České operační programy, které jsou zodpovědné za rozdělování zdrojů z fondů EU, průběžně mění svou vnitřní strukturu a úřední postupy tak, aby bylo využití dotací v době ekonomického útlumu snazší a efektivnější. Jen v červnu byly Národním orgánem pro koordinaci (NOK) zaznamenány následující změny.

Operační program Doprava (OP D) přesunul 15 milionů eur z technické podpory na realizaci konkrétních dopravních projektů. Tyto prostředky budou k dispozici standardním postupem – žadatelé na jejich získání mohou podat projekty v postupně vyhlašovaných výzvách OP D.

OP Životní prostředí (OP ŽP) chce usnadnit žadatelům přístup k finanční pomoci. Zkrátí proces administrace a vyhlásí pro letošní rok větší počet výzev, než bylo plánováno.

OP Životní prostředí se do konce roku zároveň více zaměří na venkov. Na podzim 2009 je plánována výzva na podporu projektů, které snižují znečištění komunálních zdrojů v menších obcích.

Regionální operační program (ROP) Střední Morava hodlá ušetřit náklady žadatelů tím, že finančně náročné odborné studie požadované jako příloha žádosti o financování, budou předkládat až projekty postoupené z prvního kola do užšího výběru. Tento

dvoukolový systém představuje vstřícný krok vůči žadajícím firmám, orgánům samosprávy i státem zřizovaným institucím, který v obtížné ekonomické situaci jistě uvítají.

Některé OP nově zveřejnily na svých webových stránkách také soupisy častých pochybení, která mohou vést až k odnětí dotace. Informace má sloužit jako prevence zbytečných chyb a pomoci žadatelům, aby se jich vyvarovali.

Postup realizace projektů financovaných z evropských fondů a jejich proplácení za měsíc červen.

K 3. červenci 2009 bylo evidováno 8366 schválených projektů v celkové výši

137,4 miliardy korun. Za červen Češi podali 1695 nových projektů, což znamená meziměsíční nárůst počtu projektů o 7,6 %. Konečným příjemcem bylo proplaceno 19,9 miliardy korun. Nejlépe si v proplácení vedou OP Podnikání pro inovace, ROP Severovýchod a ROP Střední Morava.

Národní orgán pro koordinaci (NOK)

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Staroměstské nám. 6, 110 15, Praha 1

tel.: +420 224 861 111

e-mail: nok@mmr.cz

web: www.strukuralni-fondy.cz

Ztráta zaměstnání nejvíce postihla obyvatele Litvy, Lotyšska, Irska...

Evropská komise v červenci představila výsledky nového průzkumu Eurobarometru o zaměstnanosti a sociální situaci Evropanů v kontextu současné krize. Průzkum byl proveden ve 27 zemích Evropské unie a v kandidátských zemích během tří týdnů

na konci května a začátkem června. Tazatelé u Evropanů zjišťovali, jakým způsobem krize ovlivnila jejich zaměstnání a pracovní trh obecně. Dále zjišťovali obecný přístup lidí ke změně zaměstnání, školení a úloze EU v sociální politice a politice zaměstnanosti.

Evropská nezaměstnanost vzrostla v důsledku ekonomické krize oproti minulému roku z 6,8 % na 8,9 %. Ztráta zaměstnání nejvíce postihla obyvatele Litvy, Lotyšska, Irska, Estonska, Maďarska a Portugalska. Naopak nejméně krizi v rámci zaměstnanosti pocítili lidé v Lucembursku, Belgii, Řecku, Holandsku, na Maltě a Kypru.

Z průzkumu vyplývá, že třetina Evropanů se obává ztráty zaměstnání nebo že o práci přijde jejich příbuzný. Eurobarometr dále ukazuje, že 6 z 10 Evropanů má za to, že nejhorší vlna ekonomické krize teprve přijde.

Další zajímavý výsledek říká, že 1 ze 4 Evropanů by byl ochoten v případě ztráty zaměstnání vzít jakékoliv jiné místo.

Polovina Evropanů podle Eurobarometru vnímá roli EU v rámci zaměstnanosti a sociálních záležitostí pozitivně, čtvrtina

negativně a čtvrtina obyvatel nejstaršího kontinentu je bez názoru.

Místopředseda Zahraničního výboru PS PČR a předseda Unie malých a středních podniků David Šeich (ODS) ke zveřejněné rešerši řekl: „Průzkum potvrzuje, že malé a střední podnikání je základem prosperity občanů. Podnikatelé mohou dát lidem stabilní práci. Státy by je proto neměly dusit nepřiměřenými daněmi a opatřeními, které jim kladou administrativní překážky, a měly by poskytovat garance a spolu s podniky vyvíjet tlak na banky, aby podnikům poskytovaly úvěry na jejich investice. Jedině tak vlády států EU dosáhnou toho, že jejich občané budou mít práci, nebudou odkázáni na podpory v nezaměstnanosti. Jen takto lidé získají opravdové sociální jistoty.“

(tz)

Prezident Rumunska vyzval české firmy k investování do méně tradičních odvětví

V červenci zorganizoval Svaz průmyslu a dopravy ČR v Lichtenštejském paláci v Praze setkání u „kulatého stolu“ s prezidentem Rumunska panem Traianem Basescu. Více než 50 představitelů předních českých firem obchodujících s Rumunskem, ale i předních českých investorů, si z úst hlavy státu této země vyslechlo přehled aktuálního hospodářského vývoje Rumunska. HDP Rumunska nepřetržitě rostl od roku 2000 do roku 2008, tempo jeho růstu v roce 2007 dosáhlo dokonce 6,9 %. Za první čtvrtletí letošního roku však došlo v důsledku světové ekonomické krize k poklesu exportní poptávky a následně průmyslové výroby, což vedlo k poklesu HDP o 6,2 % oproti stejnému období předchozího roku, odhad pro letošní rok je pokles o 5,7 %. Pokles průmyslové výroby se rovněž projevil i v nezaměstnanosti, která v současné době dosahuje 5,6 %.

Prezident Basescu vyzval české firmy k investování do projektů v Rumunsku. Kromě „tradičních“ odvětví, vhodných pro investice, jako je energetika, životní pro-

středí či infrastruktura, zdůraznil také jako velice perspektivní a pro Rumunsko žádoucí oblast zemědělství a potravinářský průmysl. Cílem je hlavně zefektivnit domácí zemědělství a zajistit zpracování jeho produkce. Tato země s 22 miliony obyvatel má dle odhadů potenciál vyprodukovat potraviny až pro 80 milionů lidí, avšak v současné době naopak více než 70 % potravin, které se spotřebují na rumunském trhu, dováží. Rumunská vláda by ráda tento stav změnila. Do roku 2013 má Rumunsko k dispozici 54 miliard Euro, které mají být, mimo jiné, využity na projekty v zemědělství. Se zemědělstvím úzce souvisí i rozvoj agroturistiky a cestovního ruchu.

V následné diskuzi představitelé českých firem informovali prezidenta Basescu o svých aktivitách v Rumunsku a vznesli celou řadu konkrétních dotazů k problémům, které je při podnikání v této zemi trápí. Týkaly se zejména legislativní oblasti, certifikace výrobků, financování již udělených zakázek či chystaných infrastrukturálních projektů.

(tz)

Marketingová podpora

Zefektivnění
vašich
mediálních
rozpočtů

Krize?



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

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktuje nás

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

HLEDEJ

ČMSS zvýhodňuje spoření dětí

Nejmenší klienti mají u Českomoravské stavební spořitelny od začátku července po celé tři měsíce zcela zdarma sjednání prvotní smlouvy o stavebním spoření s cílovou částkou až 300 000 korun. Uzavře-li zákonný zástupce dítěte, zpravidla jeden z rodičů, v období od 1. července 2009 do 30. září 2009 prvotní smlouvu o stavebním spoření pro dítě do jednoho roku věku, ušetří tak až 3000 korun. Smlouvu pro své dítě přitom může uzavřít ještě v den jeho prvních narozenin. ➔

S DB Schenker do Pobaltí

Přímý spoj mezi Děčínem a litevským Vilniusem rozšiřuje kapacitu přepravních linek, které denně směřují do Pobaltí. Kamion startuje každý pátek z děčínského terminálu DB Schenker, do Vilniusu dorazí v pondělí. Ještě během téhož dne jsou zásilky distribuovány dále po Vilniusu a do Kaunasu, nejvýznamnějších litevských průmyslových center, a také do Rigy v Lotyšsku a do estonského Tallinnu. Nová přímá linka vznikla jako speciální servis pro jednoho z významných klientů. ➔

Evropa bez tabákového kouře

Evropská Komise po konzultaci přijala návrh doporučení Rady, které vyzývá členské státy, aby do roku 2012 přijaly zákony, které ochrání občany před vystavením předčasnému úmrtí a vzniku chorob v Evropské unii. Podle konzervativních odhadů v roce 2002 zemřelo v evropské pětadvacítce 79 000 dospělých, včetně 19 000 nekuřáků, následkem expozice tabákovému kouři doma (72 000) a na pracovišti (7 300). Všichni Evropané si zaslouží nejvyšší ochranu před tabákovým kouřem. ➔

SAP ocenil nejlepší partnery

Společnost SAP ČR uspořádala setkání pro své partnery, kteří se zaměřují na prodej řešení SAP Business All-in-One určeného především menším a středním firmám. Mezi hlavní body programu patřilo představení novinek a změn v partnerském programu SAP Partner Edge a rovněž ocenění nejlepších českých partnerů roku 2008 v rámci tohoto programu. V kategorii prodeje licencí za rok 2008 se na prvním místě umístila partnerská společnost Mibcon, následovaná IDS Scheer a S&T CZ. ➔

Začátkem srpna spuštěn sběr žádostí o inovační vouchery v hodnotě 150 000 korun



Začátkem druhého prázdninového dne byl na adrese www.inovacnivouchery.cz zahájen sběr žádostí o inovační vouchery. Firmy mohou získat až 150 tisíc korun na nákup služeb (znalostí) od brněnských univerzit. Termín ukončení registrace je stanoven na 25. září 2009. O voucher mohou žádat firmy z celé České republiky.

Inovační vouchery podporují spolupráci firem a univerzit. Jako první projekt svého druhu v České republice je představilo Jihomoravské inovační centrum. Finančním garantem celého projektu je statutární město Brno. Jednorázová dotace až 150 tisíc korun by měla přivést na vědeckovýzkumná pracoviště více podnikatelů, než tomu bylo doposud. Firmy tak mohou ve spolupráci s vědci vyřešit problém spojený s inovací jejich produktu, procesu nebo služby. V současné hospodářské krizi krátká mnoha podniků rozpočty na vlastní výzkum a vývoj. Pokud chce firma inovovat své produkty, nákup znalostí od externích partnerů je v mnoha

případech nevyhnutelný. „Inovační voucher by měl usnadnit a motivovat pilotní projekty spolupráce firem s univerzitami s předpokladem, že obě strany naváží dlouhodobější vztah a budou společně pracovat na náročnějších projektech. Dává tak šanci i projektům, které by bez příspěvu této finanční dotace nevznikly,“ uvedl Ing. Jiří Hudeček, ředitel Jihomoravského inovačního centra.

„Především vědečtí pracovníci, kteří z různých důvodů dosud s komerčními subjekty nespolečně pracovali, vnímají inovační vouchery jako jedinečnou příležitost pro navázání důvěry a otestování této spolupráce. Zkušenější vědecké týmy pak díky ino-

vačním voucherům mohou v už započaté spolupráci s podniky pokračovat nebo se společně zaměřit na další nové výzkumné směry, služby a další podporované aktivity, které by za standardních podmínek VŠ nemusely být realizovány. Masarykova univerzita vstoupila do jednání o inovačních voucherech se zájemci z řad firem a podniků, kteří mají zájem o jejich uplatnění především na Přírodovědecké fakultě a Fakultě informatiky,“ uvedla RNDr. Eva Janoušková, Ph.D., projektová manažerka Centra pro transfer technologií Masarykovy univerzity.

Malí a střední podnikatelé z celé České republiky mohou o voucher požádat pomocí elektronického formuláře. Veškeré informace včetně přehledného a jednoduchého formuláře jsou k dispozici na webu inovacnivouchery.cz. Součástí žádosti je i nabídka ze strany univerzity, ve které je plánovaná zakáz-

ka specifikována. Tuto nabídku žadatel předjedná s konkrétním výzkumníkem a přiloží k žádosti. Její obsah poslouží k posouzení, zda má plánovaná zakázka inovační charakter. Spolupracovat mohou firmy s brněnskými univerzitami, tj. Masarykovu univerzitou, Mendelovou zemědělskou a lesnickou univerzitou v Brně, Veterinární a farmaceutickou univerzitou Brno a Vysokým učeníem technickým v Brně.

Pokud počet způsobilých žádostí přesáhne po datu ukončení jejich sběru počet 36, budou příjemci inovačních voucherů v prvním říjnovém týdnu t. r. vylosováni. Příjemci voucherů budou mít na realizaci svých projektů téměř jeden rok. Nejpозději do 31. srpna 2010 musí zakázku dokončit a požádat Jihomoravské inovační centrum o proplacení dotace.

(tz)

► pokračování ze str. 1

Český spotřebitel preferuje přiměřenou kvalitu za dobrou cenu. Ne vždy ocení domácí výrobu, spíše je tendence ji někdy i podceňovat. To se, věřím, však časem změní. Naše aktivity by k tomu měly napomoci. Půjde o to, aby si zákazník uměl vybírat a uměl hledat a nalézat přednosti domácích výrobků. Aby tak podporoval českou prvovýrobu a pomohl tak českým zemědělcům. Aby v racionálním rozhodování bylo i trochu té hrůsty z rozumu. Může to mít širokospektrální dosah, třeba až po zvýšení zaměstnanosti.

Na západ za hranicemi naší země je takové to národní cítění na vyšší úrovni než u nás, je to ale svým způsobem pochopitelné, kultivace našeho trhu je novodobě vyjádřena pouhými dvaceti lety, a to je příliš málo oproti tomu, jak se trh formoval jinde.

Sympatie k zahraniční konkurenci tedy trvají. Měla jsem za to, že se již spotřebitelé naučili porovnávat, i když chápu, že významný je vliv reklamy – ta, která má nápad a do níž firmy vkládají velké peníze, dokáže své.

Podle názoru odborné veřejnosti se již lidé naučili sice srovnávat, ale nedokáží se ještě vymanit ze setrvačnosti, do níž se zákonitě dostali. A jak jste naznačila v otázce, český spotřebitel také poměrně dost důvěřuje reklamě, která je občas na hraně té klamavé. A změnit spotřebitelské návyky je těžká práce a je to běh na dlouhou trať. Zajímavé je, že ačkoli se třeba několikrát kupující spálí, tedy nakoupí zboží jiné než české výroby a není následně spokojen, příště jde a pořídí si ho



znova. Jako by byl nepoučitelný. V tom je ta setrvačnost. Jako by doufal, že za měsíc bude totéž kvalitnější. Kdežto zahraniční zákazníci jsou racionálnější, jsou také celospolečensky vedeni k účtu k domácímu trhu. To je zatím ještě před námi.

Zákonitě vzniká otázka, co dnes vlastně český výrobek je, a co nikoli.

Ano, je to otázka otázek. Rozhodl jsem se ji položit všem řečníkům na naší konferenci. Stále totiž neexistuje žádná definice toho, co je možné za český výrobek považovat. Je to ten, který je od ryze českého výrobce, tedy od firmy s českým kapitálem? Nebo to může být i výrobek, který se zhotovuje na území ČR, i když ve firmě, jež patří zahraničnímu vlastníkovu? Může se za

český výrobek označit moravské víno, s nímž přichází na trh německý subjekt? Je českým výrobkem ten, který se vyrábí v zahraničí, ale u nás ho distribuuje český obchodník? Je možné za český výrobek označit takový, který se smontuje v ČR, ale ze zahraničních dílů a ve fabrice, kterou vlastní česká osoba? Je absurdně českým výrobkem ten, který se sem dováží třeba z Číny, ale tam je sestaven z komponentů vyráběných podle české dokumentace, českého patentu a v českém závodě s českým kapitálem pouze čínskými zaměstnanci? Je český výrobek ten, který se vyrábí třeba v Pelhřimově v podniku vlastněném Francouzi, ale z německých dílů? Tyto záležitosti jsou stále nevyjasněné, závěry se hledají pekelně těžko. Vznikají-li však otázky, je třeba na ně hledat odpověď.

Jaké bude poselství vaší konference?

Potřebujeme dát ve známost, že se o českém výrobku relativně hodně hovoří, ale že jen mluvit je málo. Rozhodli jsme se poukázat na to, že by měl být prioritou našeho trhu. K této myšlence priorit se mimochodem hlásí i velké obchodní řetězce, které jsou členy Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. Chtějí propagovat a prodávat české výrobky, i když praxe ještě někdy pokulhává. Jsou si však vědomi, že když to neudělají, pohoří. Přijdou v budoucnu o své zákazníky. Ještě bych podotkl, že cílem konference není zpracování vědecké studie o českém výrobku. Uspořádáme diskuzní fórum o tématu, které je potřeba otevřít a nazírat z různých úhlů pohledu, budeme hledat cesty, jak český výrobek dostat do nákupního košíku běžného spotřebitele.

Český člověk v roli zákazníka má k nakupování potravin vřelý vztah a ze zkušeností obchodníků plyne, že nerad šidí například vánoční stůl. Vánoce jsou navíc tradice a k tradici patří i řada domácích výrobků – vyjdete v předvánoční době s nějakou reklamní kampaní na toto téma?

Ano, chystáme se na to. Rozhodli jsme se právě k faktům, která uvádíte, využít Vánoc, Velikonoc a podobných svátků. Shodli jsme se na tom, že k další propagaci českých a regionálních výrobků společně například s aktivitami krajských agrárních komor a spotřebních družstev jsou „sváteční období“ výjimečnou příležitostí. Značka „Z našeho regionu“ tím získá na popularitě, místní výrobci mají možnost bojovat o vyšší tržní sebevědomí.

Ostatně – nač byste mne pozval do typické české hospody, když byste mne potřeboval umlčet?

Nejlépe se výřečný člověk umlčí tehdy, je-li hladový, a to po nějaké té výměně názorů může nastat. Pak je taktické mu nabídnout něco dobrého, aby nabral zase energii. Určitě je to přátelské a patří to k dobrému vychování. Pozval bych vás na knedlo, vepřo, zelo a oběd bych české pivo jako křen, a nevěřím, že bych vás tím urazil. Když se rozlije pohoda po těle, přibude i ta na duši a opačně. Ale vážně – české potraviny a česká kuchyně mají své kouzlo. Kdo pochopil podstatu a nepřehání to, rád si na typickém českém obědě z domácích surovin a českých výrobků pochutná. Je to praktičtější, než polemizovat o již zodpovězených otázkách.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ➞

Hotelový řetězec Family Inn



Co to je?

- Řetězec malých nezávislých hotelů a penzionů s užitečnou podporou, s jednoduchým rezervačním systémem, databází více než milionu individuálních hotelových hostů, tisíců cestovních kanceláří, agentur a firemních klientů, napojením na světové trhy cestovního ruchu a na jeden s nejúspěšnějších internetových projektů v ČR, s rozsáhlou sítí vybraných dodavatelů s jedinečnými smluvními podmínkami.

Zázemí a know-how

- Řetězec hotelů a penzionů, který operuje na platformě vysoce profesionální, stabilní a zavedené hotelové společnosti se zkušenostmi s provozováním rodinných, lázeňských a kongresových hotelů, rekreačních rezortů s celkovou kapacitou více než 6000 lůžek, restaurací, barů a sítě kaváren s více než 6000 místy u stolu.

Co slibuje značka Family Inn

- Snadné provozování menšího hotelu nebo penzionu pod standardy odpovídající trendům v oboru
- Marketingovou podporu a podporu v prodeji
- Sdílení znalostí, systém zaškolování personálu a dalších vzdělávacích modulů
- Přístup k osvědčeným dodavatelům za zvýhodněných podmínek

Standardy „Jak provozovat Family Inn“

- Standardy kvality, které respektují zvyšující se nároky hotelo-

vých a restauračních hostů střední kategorie a zároveň umožňují provozovat malé hotely a penziony se základním počtem často i jen zaškolového personálu.

- Standardy, jejichž struktura je logicky řazena podle jednotlivých činností napříč hotelem a penzionem, obsahují nejen stanovená standardní minima, ale i jednoduchá doporučení a návody, které pomáhají realizovat všechny činnosti co nejlépe a co nejefektivněji s cílem dosahovat maximálních úspor.
- Standardy nezapomínají na malé provozovatele. Nejcennější je právě ta standardizace, která je zlepšována desetiletými zkušenostmi a která přináší obohacení do hotelů a penzionů jejich majitelům a provozovatelům. Cenné jsou také zkušenosti, díky kterým majitelé či provozovatelé ušetří čas, jež by potřebovali, než by zkušenosti získali, a peníze, které by za tyto zkušenosti zaplatili, a samozřejmě také ušlý zisk.

Franšíza Family Inn znamená

- Převzetí ověřeného a úspěšného obchodního konceptu
- Standardy, které definují rozsah služeb, vybavení a normy vystupování zaměstnanců
- Společný marketing
- Centrální Rezervační Systém – umožňuje rezervace na webech řetězce, rezervační lince, celosvětových internetových portálech a Informační a rezervační lince – Call Centrum s bezplatným číslem
- Rozsáhlá prezentace v rámci internetového řešení s návštěvností minimálně 50 000 unikátních přístupů měsíčně (s opti-

malizací pro vyhledávače, a kampaně PPC – placení za proklik, komunitární marketing – například na serveru facebook)

- Moderovaný Intranet a přístup pod heslem
- Přístup k osvědčeným dodavatelům za zvýhodněných podmínek, výhodné dodavatelské ceny pro členy řetězce, sdílení zkušeností ostatních hoteliérů s dodavateli a přístup k novinkám a spotřebitelským průzkumům poskytnutým dodavateli
- Trénink a vzdělávání zaměstnanců v rámci OREA ACADEMY
- Corporate Identity – jednotný styl komunikace
- Odborné poradenství v oblasti řízení
- Kontrolní systém anonymních kontrol mystery guest a mystery caller – systematickou kontrolou v místě a také telefonicky, která je pravidelně vyhodnocována a pomáhá zlepšovat služby
- Možnost Internal Audit – kontrolou odborných postupů s návazností na standardy kvality
- Omezení rizika podnikání
- Jako členu silné skupiny hotelů zpravidla snazší přístup k úvěrům

Jak se stát rychle členem

- Od prvního kontaktu po provedení vstupního auditu do fungujícího hotelu v síti – v průměru může trvat maximálně 2 měsíce. Kontaktujte: info@orea.cz nebo + 420 233 105 570



Názory malých a středních na protikrizová opatření vlády jsou rozpačitá

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR předložila vládě již v lednu tohoto roku konkrétní návrhy na tlumení dopadů hospodářské krize na malé a střední firmy. V návaznosti na přijatá protikrizová opatření vlády nyní realizovala unikátní šetření mezi 438 majiteli malých a středních podniků z průmyslu, služeb a stavebnictví z celé České republiky. Asi nejvíce překvapuje skutečnost, že 71 % dotázaných podnikatelů uvedlo, že neznají celý a konkrétní obsah vládního a protikrizového plánu, což ukazuje na nedostatečnou komunikaci vlády s podnikatelskou sférou. Ti, co jednotlivá opatření znali, naopak srozumitelně zhodnotili význam jednotlivých opatření uvedených v dotazech.

Šest měsíců poté, co Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP) předložila vládě své návrhy na tlumení dopadů hospodářské krize na malé a střední firmy, zveřejnila AMSP výsledky aktuálního průzkumu o názorech podnikatelů na protikrizová opatření vlády.

Průzkum je unikátní tím, že výběr vzorku oslovených firem byl proveden v metodické spolupráci s Českým statistickým úřadem a bude rovněž využit k hlubší interpretaci dat zjišťovaných statistickým úřadem. Svě názory vyslovilo 438 majitelů malých a středních firem s 5–250 zaměstnanci z průmyslu, služeb a stavebnictví z celé České republiky. Podnikatelé vyslovili svůj názor celkem k 15 otázkám. Projekt se realizuje za podpory společnosti Vodafone.

Za překvapivý výsledek lze označit skutečnost, že 71 % dotázaných podnikatelů nezná celý a konkrétní obsah vládního a protikrizového plánu. Tato skutečnost ukazuje na problém v komunikaci mezi vládou a podnikateli. Na druhé straně respondenti srozumitelně zhodnotili význam jednotlivých opatření uvedených v dotazech.

Oblast strukturálních fondů a jejich čerpání hodnotí jako problematickou naprostá většina podnikatelů, kteří se pokusili na dotace dosáhnout (95 %). Strukturální fondy obsahují značné rezervy a jejich zpřístupnění je považováno za jeden z rozhodujících nástrojů zmírnění dopadů hospodářské recese.

Negativní hodnocení bylo zaznamenáno u plnění jednoho ze stěžejních cílů minulých vlád, kterým je snižování administrativní zátěže. Celých 88 % respondentů nezaznamenalo žádnou změnu.

Průzkum vykázal větší znalost produktů Českomoravské záruční a rozvojové banky, která je ze tří čtvrtin bankou státní. O nabídce této banky ví 57 % podnikatelů, avšak 72 % z nich upozorňuje na skutečnost, že záruky nejsou přijímány komerčními bankami. V těchto případech ztrácí tento nástroj smysl.

Průzkum ukazuje na problematické plnění závazku vlády navýšit investice na výstavbu infrastruktury. Drtivá většina respondentů (86 %) nezaznamenala zvýšenou aktivitu v oblasti infrastrukturních investic. Toto lze považovat za kritické hodnocení zhoršujícího se a nevyhovujícího stavu infrastruktury. Stejně tak jde i o kritiku malé aktivity vlády, která by umožnila zmírnit dopady způsobené poklesem zakázek.

Překvapivě 90 % podnikatelů zatím nevyužilo možnosti odkladu plateb na sociální a zdravotní pojištění. Důvod vidíme zejména v nedostatečné informovanosti firem ze značné části způsobené též nedostatečnou komunikační kampaní ze strany vlády.

Podle průzkumu nejvíce z mobilních operátorů pomáhá zákazníkům kontrolovat výdaje za firemní volání Vodafone. „Nástroje pro optimalizaci tarifu využívá v této době 83 % firemních zákazníků s písemnou smlouvou, tedy zhruba dvakrát větší podíl než loni,“ uvedl Jan Schmiedhammer, ředitel firemního marketingu a zákaznických řešení ve Vodafone.

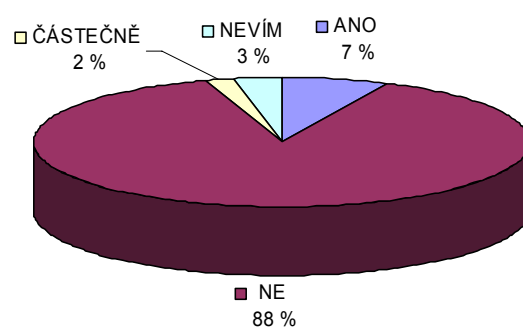
Mimořádné výzvy Ministerstva práce a sociálních věcí pro firmy v krizi „Vzdělávejte se!“ využilo pouhých 5 % respondentů. Předkládání projektů v této výzvě bylo již od počátku složité – od uzavření smlouvy s Úřadem práce až po jeho vyhodnocení. Navíc v měsíci červ-

nu 2009 již výzva nefungovala, protože Úřady práce musely projekty firem uzavřít a proplatit do 30. června 2009. Avizované podmínky a formuláře nejsou stále na webových stránkách Ministerstva práce a sociálních věcí ČR k dispozici, ačkoli bylo avizováno jejich zveřejnění do 30. června 2009. Firmy tedy nebudou moci školit ani v červenci. Celých 85 % firem považuje administrativu s projekty spojenou za nepřijatelnou.

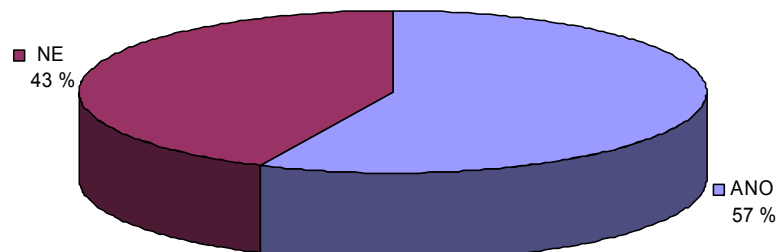
„Již v lednu jsme žádali vládu o urychlené řešení hospodářské krize. V těžké době ohromného propadu zakázek jsme očekávali tolik proklamovanou podporu malých a středních firem alespoň tím, že protikrizová opatření projedná parlament ve zkráceném řízení. Bohužel se tak nestalo,“ uvedl předseda představenstva AMSP Břetislav Ošťádal.

(tz amsp)

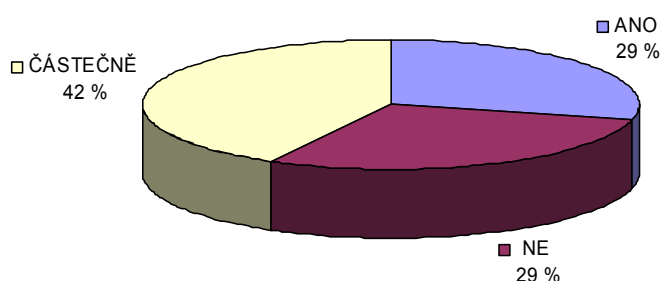
3. Myslíte, že ve srovnání s rokem 2008 došlo ke snížení administrativní zátěže podnikatelů?



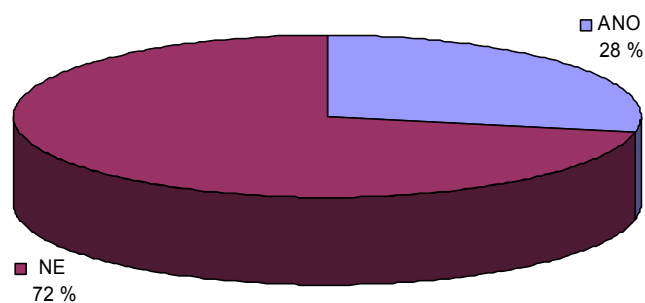
4. Víte o tom, že Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB) poskytuje záruky k úvěrům malých a středních podniků?



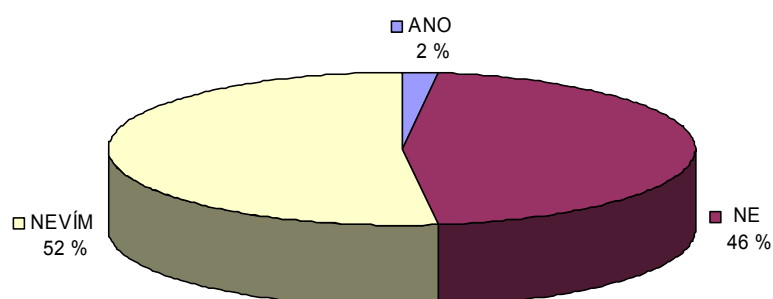
1. Znáte konkrétní obsah dosavadních protikrizových opatření vlády Mirka Topolánka a vlády Jana Fischera?



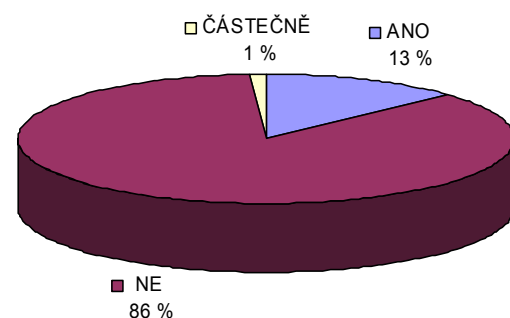
4 a. Pokud ANO – považujete tyto produkty ČMZRB za dostatečné?



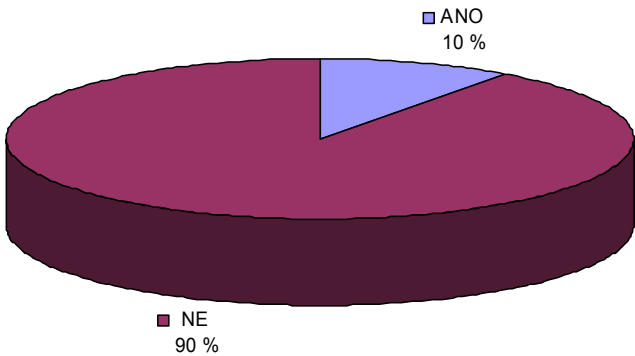
2. Myslíte, že čerpání prostředků ze strukturálních fondů se v posledních 6 měsících urychlilo?



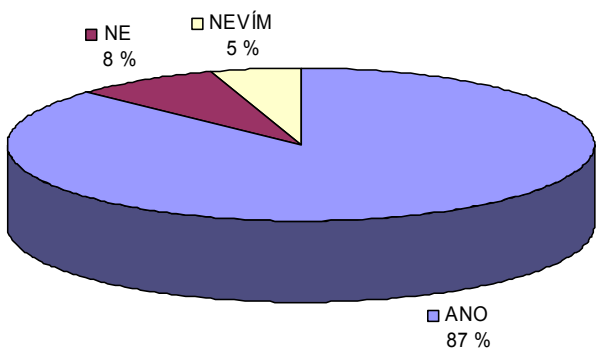
5. Stát navýšil investice do dopravní infrastruktury. Pomohlo to nějak při vašem podnikání?



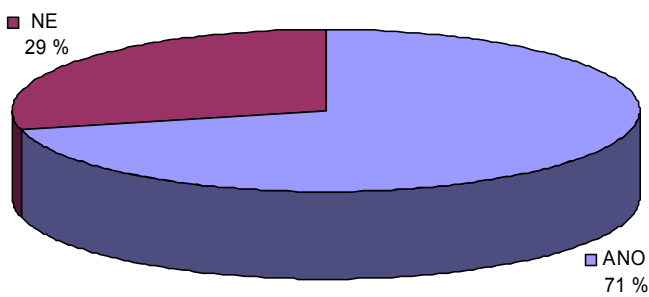
6. Využila Vaše firma možnosti odkladu plateb na sociální a zdravotní pojištění?



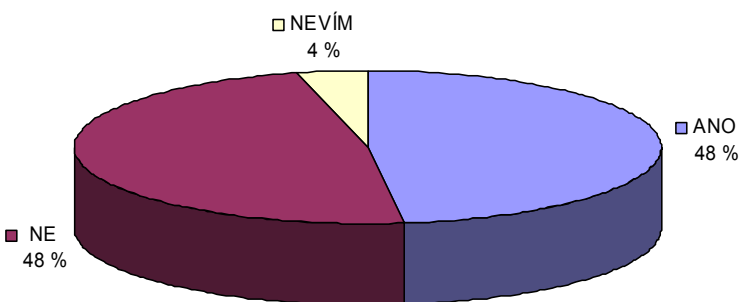
9. Uvítali byste návrh na zrychlení odpisů v 1. a 2. odpisové třídě i na starší majetek?



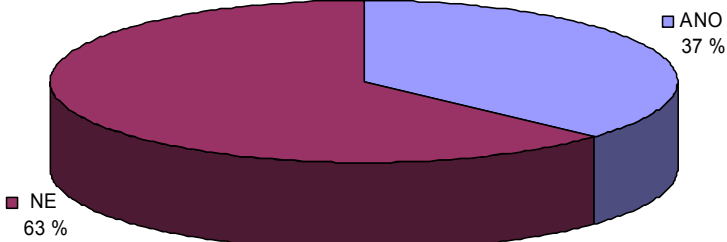
6 a. Pokud ANO – napomohly tyto odložené finanční prostředky vašim obchodním aktivitám?



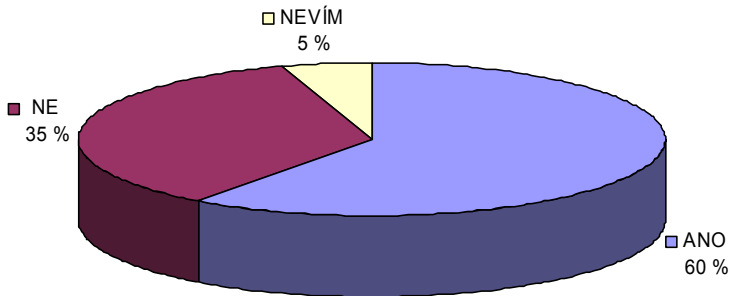
10. Považujete za rozumné předložit návrh na max. délku splatnosti faktury na 90 dní?



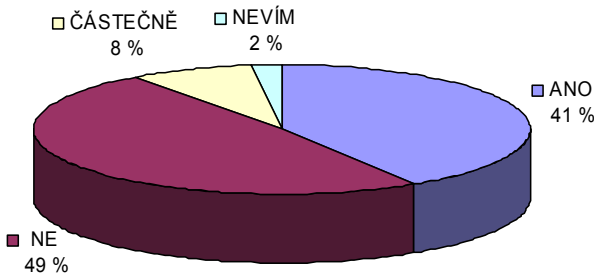
7. Využili jste ve vaší firmě možnosti odečtení DPH při koupi auta?



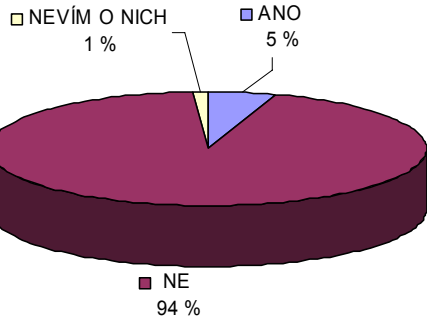
11. Jaké jsou vaše zkušenosti s placením za získané zakázky? Je pravda, že u získané zakázky je největší problém dostat za ni zaplacenou?



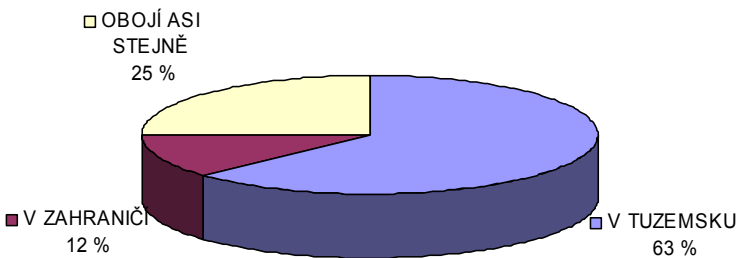
7 a. Pokud ANO – ovlivní ušetřené prostředky nějak vaše obchodní aktivity?



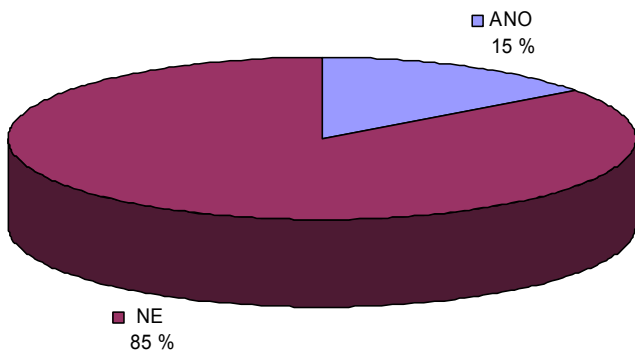
12. Využili jste ve své firmě výzvy Ministerstva práce a sociálních věcí pro firmy v krizi – „Vzdělávejte se!“? (jde o náhradu mezd vč. odvodů u školených zaměstnanců)



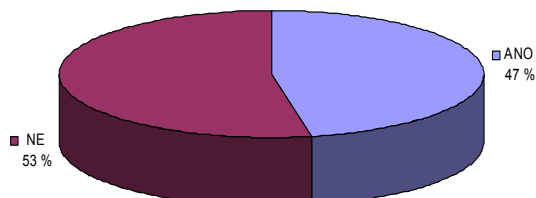
8. Těžiště vašich prodejních aktivit v příštích 6 měsících budou spíše:



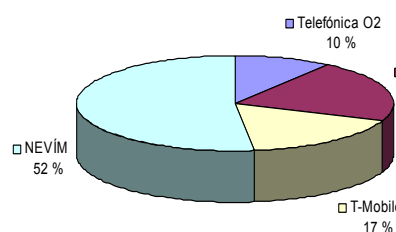
12 a. Pokud ANO – považujete administrativu s tím spojenou za přijatelnou?



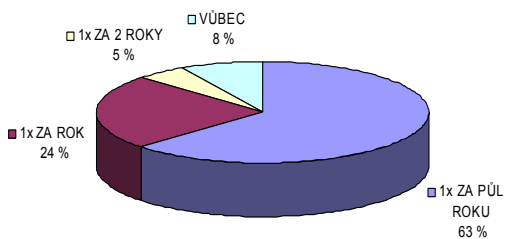
13. Přijali jste v důsledku krize opatření k redukci výdajů na telekomunikaci ve své firmě?



14. Který mobilní operátor podle vašich zkušeností nejvíce pomáhá svým zákazníkům kontrolovat výdaje za firemní volání?



15. Jak často se zabýváte revizí a optimalizací výdajů za telekomunikace?



Nezávislost, odbornost, praxe – to jsou tři pilíře, na nichž je postavena činnost AMSP ČR

AMSP ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé republiky. Je asociací podniků a živnostníků registrovaná Ministerstvem vnitra ČR pod č. j. VS/1-1/48 640/01-R od roku 2001.

Významně byla posílena členská základna AMSP ČR a její vliv. Asociace zastupuje zájmy cca 254 000 podnikatelských subjektů. Nejpočetněji je zastoupena těmito obory: dopravní telematika, lodní průmysl, metalurgický a strojírenský průmysl, výroba plastů a gumy, elektrotechnický průmysl, textilní průmysl, stavební průmysl, řemesla, služby obecně a další. Členská firma nemusí splňovat kritérium MSP dle pravidel EU, tj. společnost do 250 zaměstnanců, členem může být i společnost větší. Členy asociace jsou také vybrané banky a finanční instituce, střední a vysoké školy, cechy živnostníků apod. Členskou základnu tvoří i úspěšné české firmy, držitelé nejruznějších ocenění

(Firma roku, Živnostník roku, Místní hrdina apod.)

Členům poskytuje především Informační servis cíleně zaměřený na segment malých a středních firem – novinky z oblasti bankovních produktů, marketingu, vzdělávání, podpory exportu, statistiky, legislativy apod. V rámci spolupráce AMSP ČR s významnými společnostmi nabízí svým členům zvýhodněné balíčky produktů a služeb. K prioritám asociace patří rovněž ocenění práce a výsledků malých a středních firem i živnostníků, proto AMSP ČR poskytuje záštitu nad podnikatelskými soutěžemi Hospodářských novin „Firma roku & Živnostník roku“, dále je odborným garantem soutěže bankovních produktů „Zlatá koruna“. Asociace je vyhlášovatelem Grantového projektu pro své členy pro hodnocení business plánů firem s finanční odměnou. Pro své členy organizuje řadu informačních a vzdělávacích akcí zdarma nebo za zvýhodněných podmínek, nabízí poradenskou činnost, kontaktní

setkání, účast v zahraničních misích a celou řadu dalších služeb. Obecně prosazuje zájmy malých a středních firem i živnostníků vůči vládě a dalším institucím ve všech oblastech své činnosti. A to především v rámci připomínkového řízení k nové legislativě týkající se především podnikání malých a středních firem, dále prostřednictvím své aktivní účasti v poradních orgánech ministrů, v hodnotitelských komisích, odborných výborech. Mezi priority AMSP ČR patří i propagace svých členů, ať už v rámci členské základny, nebo přímo prostřednictvím médií.

Na mezinárodní úrovni má AMSP ČR důležité postavení v rámci evropských struktur. Je členem největšího evropského sdružení malých a středních podniků – mezinárodní organizace UEAPME (Union Europeenne de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises – Evropská asociace řemesel, malých a středních podniků) se sídlem v Bruselu, která reprezentuje 11 milionů evropských podnikatelských subjektů

z řad malých a středních firem s více než 50 miliony zaměstnanců. Viceprezidentem UEAPME je místopředseda AMSP ČR, své zástupce má asociace i v dalších odborných výborech UEAPME. Přímé zastoupení členů v řídicích orgánech UEAPME činí asociaci respektovaným partnerem. Dále je AMSP ČR členem NORMAPME (Evropský úřad řemesel, obchodu a malého a středního podnikání pro standardizaci).

AMSP ČR se účastní klíčových jednání ministerstev k novým zákonům týkajícím se podnikatelského prostředí. Předkládá zásadní stanoviska a názory za segment malého a středního podnikání v odborných týmech ministrů.

Spolupracuje s předními společnostmi a institucemi v České republice. Dlouhodobě má uzavřenu řadu dohod o vzájemné spolupráci s partnerskými organizacemi jak v České republice, tak v zahraničí, a to zejména z oblasti Visegrádské čtyřky.

(tz amspčr)

Jednička v poskytování provozních úvěrů se zárukami PGRLF

Již 40 provozních úvěrů s možností dotací úroků a garancí z nových programů Podpůrného a garančního rolnického a lesnického fondu (PGRLF) poskytla zemědělcům GE Money Bank. Celkový objem těchto úvěrů již činí téměř 215 milionů korun. GE Money Bank je na českém trhu jedničkou jak v objemu, tak v počtu schválených žádostí. V současné době banka fondu ke schválení zaslala dalších 35 žádostí. Poměr podaných žádostí jednoznačně vynívá pro program Provoz. Pouze 7 z celkového počtu 111 doposud schválených žádostí podali zemědělci na program Zpracovatel Provoz. Průměrná výše dotace úrokové sazby u těchto programů dosahuje téměř 2,5%.

„Na základě aktuálních výsledků je zřejmé, že

zájem o provozní úvěry s podporou PGRLF je skutečně velký. Byli jsme první bankou, která poskytovala úvěry s touto podporou a zaujali jsme v poskytování provozních úvěrů pro zemědělce první místo,“ řekla Iva Prokopová, manažerka produktů pro zemědělce GE Money Bank, a dodala: „Doposud máme výrazný náskok před konkurencí, a to jak v počtu, tak v objemu schválených úvěrů. Veškeré procesy spojené s administrativou nových programů mají již naši bankéři zažité a kvalita servisu, který zemědělcům poskytujeme, je jednoznačně naší největší výhodou. Není proto divu, že držíme prvenství i v počtu podaných žádostí.“

GE Money Bank na českém trhu nabízí provozní úvěry s podporou z nových programů

Provoz a Zpracovatel Provoz od května 2009. Banka doposud schválila 40 žádostí, z toho 39 připadá na program Provoz. Také všech 35 žádostí, které GE Money Bank na Fond nově zaslala, jsou žádosti o program Provoz. Průměrná výše dotace úrokové sazby, kterou zemědělci mohou na základě programů získat, dosahuje téměř 2,5%.

Podpory od PGRLF lze získat na provozní splátkové úvěry, které jsou čerpány účelově na provozní náklady podniku. Výjimkou jsou výdaje na pohonné hmoty a náklady vynaložené na mzdy. O podporu lze také žádat k revolvingovému a kontokorentním úvěrům. Maximální doba splatnosti úvěru je fondem stanovena na 18 měsíců. Úvěrové rámce jsou omezeny horní

hranicí, kterou stanovuje fond. Ta u programu Provoz činí 25 milionů korun a u programu Zpracovatel Provoz až 50 milionů korun.

Program Provoz

Podpora z programu Provoz ve formě dotací úroků je určena pro zemědělské prvovýroby a podnikatele zabývající se hospodařením v lese. Garanci poskytuje fond až do výše 50% z nesplacené jistiny úvěru u prvovýrobců s převážně živočišnou výrobou, u ostatních až 30%. Celkový objem úvěrových prostředků u jednoho žadatele, na které bude v rámci PGRLF poskytnuta podpora, nesmí u tohoto programu překročit částku 25 milionů korun.

Program Zpracovatel Provoz

Tento program je určen pro zpracovatele zemědělských produktů a též nabízí podporu ve formě dotace úroků. Garanci fond poskytuje až do 50% z nesplacené jistiny úvěru. Celkový objem úvěrových prostředků u jednoho žadatele, na které bude v rámci PGRLF poskytnuta podpora, nesmí u tohoto programu překročit částku 50 milionů korun.

(tz)

DHL rozšiřuje svou síť pro přepravu zásilek s regulovanou teplotou

Společnost DHL Freight, přední světový poskytovatel přepravních a logistických služeb, rozšířila síť pro přepravu zásilek s regulovanou teplotou. V hlavním městě Malty Valetta zahájila nové spojení mezi ostrovem a centrálním překladištěm ve francouzském Mulhouse. Ve spolupráci s maltskou společností Express Trailers zapojí do sítě Coldchain další významné výrobní středisko farmaceutického průmyslu. Služba Coldchain je nyní k dispozici ve více než třiceti evropských státech.

„Díky rozšíření naší sítě můžeme službu Coldchain, která je na míru ušitá klientům z oblasti vědy a medikamentů, nabídnout i ve vzdálenějších koutech Evropy. Na základě toho můžeme flexibilně reagovat na požadavky rostoucího počtu klientů vyžadujících teplotně regulovanou přepravu,“ podotknul ředitel DHL Freight Thomas George.

Službu DHL Freight Coldchain, která je urče-

ná k přepravě až 20 palet po celé Evropě, zajišťuje 500 speciálně vybavených vozů. Teplota zásilek je neustále sledována a zaznamenávána data jsou přenášena prostřednictvím IT systému během celého přepravního cyklu. Zařízením zajišťujícím neustálou kontrolu teploty jsou vybaveny i překladiště sítě Coldchain. Letos otevřou své brány dvě nová termoregulovaná překladiště v Londýně a Miláně. Do roku 2010 budou následovat další ve východní Evropě a Skandinávii. „Díky těmto překladištím splníme požadavky na bezpečnost, kvalitu, dopravu a dostupnost služeb,“ řekl ředitel DHL Freight Thomas George.

„V České republice nabízíme službu Coldchain již od února 2008. Službu u nás využívá i jedna z předních špičkových farmaceutických společností na světě a věřím, že zájem klientů poroste,“ komentoval skutečnost Vít Návrat, ředitel divize DHL Freight v České republice.

Celá síť je centrálně řízená ze švýcarské Ba-

sileje, kde DHL Freight provozuje zákaznické středisko pro klienty z oblasti vědy. DHL Freight při přepravách citlivých zásilek pro vědecké

a farmaceutické účely úzce spolupracuje s DHL Global Forwarding – předním poskytovatelem námořní a letecké přepravy.

(tz)



Češi kouří stále víc pašovaných cigaret

Miliardové daňové úniky, posilování vlivu organizovaného zločinu a vážná zdravotní rizika – taková je odvrácená strana obchodu s tabákovými výrobky, které byly tajně dovezeny do České republiky nebo v ní byly nelegálně vyrobeny z importovaného tabáku. Celní správa, policie a další státní orgány sice proti pašování a padělání cigaret intenzivně bojují, ale černý trh přesto rok od roku roste. Nicméně způsoby, jak negativní jevy v obchodu s cigaretami omezit, existují. Hovořili jsme o tom s jednatelem společnosti Imperial Tobacco CR, s. r. o., Ing. Kamilem Provazníkem.

Kouří Češi víc v době krize?

Spotřeba tabákových výrobků v České republice, které jsou opatřeny legálním kolmem, klesá. Na trhu se však objevuje stále větší množství cigaret ze zahraničí, zejména pašované z Východu a v rámci turistického ruchu dovezené z Polska. Na Ukrajině vyjde krabička cigaret, kterou vyrobily Imperial Tobacco, British American Tobacco nebo Philip Morris i s daní zhruba na deset korun, ale u nás stojí šedesát korun. Pro pašeráky je proto velmi výhodné dostat nelegální zboží do republiky a vydělat na každé krabičce až 40 Kč.

Chtěl bych v této souvislosti upozornit na jednu zajímavost, o níž málokdo ví. Do kamionu se vejde deset milionů cigaret. Minimální daň na jeden kus činí 1,92 Kč. Když se k nám dostane kamion s nelegálním zbožím, má z něho pašerák téměř 20 milionů korun. Výrobků, u nichž máte takový zisk, je velmi málo. Proto je pašování tabákových výrobků tak lákavé.

Tvrdíte, že situace se neustále zhoršuje. Čím je to způsobeno?

V médiích se sice veřejnost dozvídá o úspěšných zásazích celníků proti pašování a nelegální výrobě cigaret, ale to problém neřeší. Příčina spočívá v prudkém zdražování cigaret v posledních letech. Všichni si pamatujeme na skokový růst cen v roce 2006, 2007 a 2008. K poslední úpravě spotřební daně došlo k 1. lednu 2008, ale kvůli předzásobení prodejen zbožím se starým kolmem se konečným spotřebitelům zdražily cigarety až v létě. Od té doby dostáváme signály, že obrovsky stouply dovozy nelegálních tabákových výrobků. Na tento problém upozorňujeme celní správu. Musím říci, že celníci se k tomu staví odpovědně. Na potírání pokoutní výroby, dovozu a prodeje vynaložili spoustu energie a prostředků.

Příčinu spatřujete jen v tom, že tabákové výrobky v posledních letech prudce zdražily?

Slabiny má i zákon, který nedefinuje minimální pokuty. Správní orgán, pokud objeví na stánku nelegální zboží, by měl doměřit

daň a uložit pokutu. U trafikanta například zjistí dvě štangle cigaret, což odpovídá zhruba 400 korunám na zkrácené dani. Pokuta se obvykle pohybuje v řádu stovek až tisíců korun a zdaleka neplní svůj účel odradit prodejce od dalšího nezákonného jednání. Upozornili jsme na to nejen ministerstvo financí, ale i poslance. Ti v rámci novelizace zákona o spotřební dani navrhli minimální pokutu pro nepoctivé trafikanty ve výši 50 tisíc korun. Taková částka už má odstrašující účinek, na druhou stranu živnostníka nezlikviduje.

Jak daleko má minimální pokuta k zavedení do praxe?

Legislativní úprava byla projednána ve třetím čtení na poslední řádné schůzi Sněmovny Parlamentu ČR a návrh byl předán do Senátu. Očekáváme, že v případě souhlasu senátorů začne platit od 1. ledna příštího roku.

Odkud získáváte přesné informace o tom, kolik cigaret se do České republiky pašuje, případně kolik se zde pokoutně výrobí?

Kombinujeme několik metod, ale uvedu jen dvě základní. Víme, kolik prodáváme tabákových výrobků a kolik lidí prokouří. Pokud spotřeba cigaret s platným kolmem v republice klesá a počet kuřáků stagnuje nebo se jen mírně snižuje, máme první důkaz o stoupajícím podílu nelegálního zboží na trhu. Druhým vodítkem je tzv. pack count study. Najímáme si agentury, které sbírají staré krabičky, jež najdou na ulici. Z nalezeného množství se pak vyhodnocují jednotlivé značky a zjišťuje podíl legálního a nelegálního zboží. Musíme samozřejmě vzít do úvahy i běžný dovoz cigaret v rámci turistického ruchu zejména v příhraničních oblastech, například cigaret s polským kolmem na Ostravsku. Každý si může ze země Evropské unie legálně přivést 800 kusů. Zatím jsme se dostali do první fáze průzkumu, proto jsme výsledky ještě nezveřejnili. Další vlna pack count study se uskuteční na podzim, aby nám doložila trend. Je také pravda, že nárůst pašování souvisí i se

vstupem do Schengenského prostoru, protože odpadly celní kontroly na hranicích států EU, a tím se snížilo riziko odhalení kontrabandu.

Odhadnete velikost nelegálního trhu s tabákovými výrobky v ČR?

Mohu uvést určité údaje, které však zatím nemohu objektivně doložit. Domníváme se, že v oběhu jsou ročně tři miliardy nezdaněných cigaret. Vezmeme-li v úvahu, že se dohromady v Česku prodá bezmála 22 miliard kusů, mluvíme více než o 12 % nelegálního trhu. Spotřební daň z jedné cigarety činí téměř dvě koruny. Když připočítáme DPH, daň ze zisku a další odvody, přichází státní rozpočet za rok cca o osm miliard korun.

Tabákový průmysl velmi aktivně bojuje proti pašování cigaret, ačkoli hlavním poškozeným zůstává stát. Sám jste přiznal, že do republiky se dostávají výrobky z továren Imperial Tobacco, Philip Morris a dalších firem s kolmem cizí země. Proč vám není jedno, kde se zboží vyrobí a zdani?

Především pak nemůžeme ručit za kvalitu těchto výrobků, protože nemáme kontrolu nad jejich stářím a způsobem uskladnění. Rozdílné jsou také hygienické normy, které určují povolený obsah kondenzátu a nikotinu. Druhý a možná ještě závažnější důvod spočívá v tom, že se distributoři a prodejci dostávají do područí zločineckých struktur, stírá se rozdíl mezi legálním a nelegálním businessem a trh se vymyká kontrole.

Evropa však nebude snižovat zdanění cigaret. Naopak se mluví o dalším růstu minimálních sazeb, což by ještě víc nahrávalo nelegálním aktivitám...

Ano, v tom je rozpor. EU bojuje proti kouření také tím, že zvyšuje daně. Během českého předsednictví se projednávala směrnice o sazbách a struktuře spotřebních daní na tabákové výrobky, ale nestihla se projednat. Předpokládám, že se dál budou zvyšovat sazby z 64 na 90 euro na 1000 cigaret. Vytváříme však ještě větší cenové rozdíly mezi zeměmi EU a ostatním světem, tím pádem dál podporujeme lákadlo obrovských zisků z pašování a padělání tabákových výrobků. Falšování cigaretových značek ve spojitosti s daňovými úniky je rovněž stále větší problém. Za poslední dva roky bylo na území ČR odhaleno šest velmi sofistikovaných výroben

cigaret. To nejsou malé pokoutní dílny, ale skutečné továrny schopné vyrábět miliony kusů cigaret.

Z jakého tabáku se tyto cigarety připravují?

Tady narážíme na další legislativně-technický problém, kterým je sledování spotřeby tabáku. Jediná společnost, která v ČR vyrábí cigarety, je Philip Morris. Jen tato firma by měla dovážet surovinu pro vlastní produkci, ale proč se tím zabývá několik desítek dalších firem? Do republiky importují mnoho tun cigaretového tabáku, ale nikdo neví, kde tento tabák skončí. Když jsme v roce 2005 řešili problematiku tzv. technických tabáků na vykuřování, dopočítali jsme se k 1200 tunám. Dodnes tyto tabáky můžete na stáncích koupit, přestože se nesmějí dovážet a celníci provedli nesčetně razíí a rozdali mnoho pokut.

Bráníte se tedy dalšímu zdražování cigaret, i když někteří politici chtějí opak?

Jako legální výrobci jsme proti tomu, aby rostlo zdanění, dokud není vyjasněno předzásobení trhu. Budou-li se daňové sazby zvyšovat, musí jít daně ruku v ruce s úpravou pravidel pro předzásobení trhu. V minulosti se výrobci, dovozci a obchodníci předzásobili levnějšími kolky, takže zdražení tabákových produktů nastalo až po doprodeji starých zásob, což trvalo téměř půl roku. Z toho lze vyvodit, že současná regulace není příliš účinná. Představitelé tabákového průmyslu vstoupili do jednání s ministerstvem financí a požádali o změnu v limitech předzásobení. Věříme, že se účinnější regulaci podaří zavést. Náš návrh odkazuje na praxi v Polsku a Slovensku a vychází z doprodeje v maloobchodech. Po tříměsíční lhůtě by nikdo nemohl levnější zboží prodávat. Naše řešení však nebylo akceptováno především z důvodu, že celní správa není schopna kontrolovat desetitisíce prodejních míst. V minulosti byl problém ohlídat prodej cigaret se starými varovnými nápisy. Rovněž z právního hlediska by vznikl problém, protože z legálního zboží by se po určité době stalo zboží neprodejné. Stát chce spíše limitovat výrobce a dovozce tabákových výrobků. Nová regulace však nevstoupí v platnost dřív než do roka.

ptal se Pavel Kačer

Tekuté dřevo: inovativní materiál pro automobilový průmysl

V rámci svého závazku navyšovat podíl obnovitelných materiálů ve výrobě automobilových součástí zkoumá evropské výzkumné středisko společnosti Ford v německém Aachenu možnost nového materiálu – tzv. tekutého dřeva. Využitelnost materiálu bude vyhodnocována během tříletého projektu, který byl zahájen v květnu 2009. Na financování projektu se podílí i spolková země Severní Porýní-Westfálsko.

Výroba tekutého dřeva je odvozena od postupů používaných při produkci pryžových směsí. Výsledná kombinace dřeva a plastu neabsorbuje vlhkost, což přispívá k větší trvanlivosti materiálu. V jeho prospěch hovoří rovněž skutečnost, že jako vstupní surovinu lze použít nezpracované dřevo nebo dokonce dřevěný odpad.

Další výhoda: Tato nová technologie výrazně zlepšuje těsnost dřevěných vláken a zadržuje nepříjemné pachy. Materiál lze proto použít i v automobilových interiérech, ale také v motorovém prostoru, například při výrobě držáků akumulátorů.

Dřívější analýzy prokázaly vynikající recyklovatelnost tekutého dřeva, jelikož ho lze zpracovat až pětikrát. Celková bilan-



ce CO₂ je proto téměř neutrální. Až dosud se tekuté dřevo používalo pouze při výrobě nejkvalitnějších stavebních materiálů,

které se nelisují. Značná viskozita, daná vysokým podílem dřeva (60 až 80 %), činí tento materiál nevhodným pro použití v konvenčních vstřikovacích lisech, které ale dnes představují jediný hospodárný způsob masové výroby plastových součástí. Vyřešení tohoto problému patří k hlavním cílům projektu.

Obnovitelné zdroje zastávají stěžejní roli v environmentální strategii společnosti Ford. Cílem je postupně zvyšování jejich podílu v nových modelech. V současnosti se z obnovitelných zdrojů vyrábí na 290 různých součástí. Používají se materiály jako bavlna, dřevo, len, konopí nebo přírodní kaučuk.

K partnerům projektu patří univerzita v Paderbornu, několik strojírenských firem a různé organizace z obalového a gumárenského průmyslu. Spolková země Severní Porýní-Westfálsko se na celkovém rozpočtu více než 1 milion eur (v přepočtu cca 26 mil. Kč) podílí částkou 400 000 eur (v přepočtu 10 330 000 Kč).

(tz)

Technologický profil ČR

– co to je a k čemu slouží

Asociace inovačního podnikání ČR (dále AIP ČR) plní od svého založení 23. 6. 1993 úlohu nevládní organizace pro oblast inovačního podnikání, transferu technologií a vědeckotechnických parků. Na její činnosti se kromě tří zakládajících členů – Společnost vědeckotechnických parků ČR, Společnost pro podporu transferu technologií a Česká společnost pro nové materiály a technologie – aktuálně podílí celkem 29 subjektů, z toho 3 zahraniční. V jejich strukturách působí cca 84 000 fyzických osob a téměř 1000 právnických osob.

AIP ČR zahájila svoji činnost v přímé souvislosti změn, usku-
tečněných v roce 1989, zejména s ukončením činnosti Státní ko-
mise pro vědeckotechnický a investiční rozvoj, kdy bylo potřeba
vytvořit nový systém a podmínky pro oblast výzkumu a vývoje
– pro inovační podnikání v ČR.

Na počátku 90. let, v období privatizace vědeckovýzkumné
základny, proto AIP ČR iniciovala Systém inovačního podnikání
v ČR s jeho základními částmi – hlavní partneři, vybrané ústřední
orgány státní správy, subjekty sdružené v AIP ČR a podnikatelské
subjekty. Tento Systém se stal a je základem její činnosti, je dále
rozvíjen a zdokonalován.

V období přípravy vstupu ČR do Evropské unie připravila
AIP ČR v rámci programu KONTAKT – mezinárodní vědec-
kotechnická spolupráce – v součinnosti s partnery v SRN návrh
projektu Technologický profil ČR, který řeší od roku 1998 v sou-
činnosti se svými partnery a garanty.

Význam Technologického profilu ČR a jeho základní součásti

Technologický profil ČR (dále TP ČR) představuje pro AIP ČR
jednu z nejvýznamnějších činností, od roku 1998 je rovněž pro-
jektem, řešeným v rámci programu KONTAKT. Má dva nejdů-
ležitější výstupy:

- provozovanou domovskou stránku (www.techprofil.cz)
- každoročně vydávaný CD ROM Technologický profil ČR

Oba tyto výstupy jsou zpracovávány v českém, vybrané části
(zejména databáze) v anglickém jazyce.

Tyto výstupy byly připravovány od roku 1999, webová stránka
je provozována průběžně, CD ROM byl s výjimkou roku 2007
vydáván každý rok od roku 2000, poslední aktuální verze 09. Pří-
prava a vydávání TP ČR je chráněna kombinovanou ochrannou
známkou (dále OZ), zapsanou v rejstříku Úřadu průmyslového
vlastnictví (dále ÚPV) č. 443442 ze 4. 12. 2006.

Kromě této OZ má AIP ČR zapsány v rejstříku ÚPV tyto kombinované OZ:

- č. 106078 ze 20. 11. 1995 Inovační podnikání a transfer techno-
logií (časopis)
- č. 429295 z 25. 8. 2005 Cena Inovace roku (soutěž)
- č. 429296 z 25. 8. 2005 Galerie inovací (prezentace)

TP ČR představuje komplexní soubor informací o subjek-
tech, které působí v rámci Systému inovačního podnikání
v ČR. Tyto informace tvoří jeho základní část – databázi
TP ČR. TP ČR je v posledním období koncipován jako infor-
mační portál o inovačním potenciálu ČR, o oblasti výzkumu,
vývoje a inovací.

Databáze TP ČR

Tato část TP ČR představuje aktuálně 2830 záznamů o subjek-
tech, působících v rámci inovační infrastruktury ČR ve členění:

- typy organizací (13 skupin organizací):

Vysoké školy a jejich fakulty

Pracoviště Akademie věd ČR
Rezortní výzkumné organizace
Privátní výzkumné organizace
Pracoviště transferu technologií
Vědeckotechnické parky
Asociace, spolky a sdružení pro inovační podnikání
Hospodářské komory
Ministerstva
Poradenské organizace
Regionální rozvojové agentury
Regionální poradenská a informační centra
Inovační firmy

S ohledem na aktuální vývoj Systému a Inovační infrastruktury
v ČR budou do této části databáze zařazovány další typy subjektů,
např. technologické platformy a klastry.

- počty zaměstnanců (19 velikostních kategorií od 0 do více než 10000 zaměstnanců)
- kraje/okresy

Vzhledem k tomuto uspořádání databáze je možné, aby regio-
nální (krajské) orgány a organizace mohly využít tyto informace
při přípravě regionálních (krajských) technologických profilů tak,
jak to např. již dělají v Jihočeském kraji a připravují v Králové-
hradeckém a Zlínském kraji.

- odvětví (60 odvětví)
- technologie (15 skupin)

Redakční systém umožňuje tuzemským a zahraničním uživa-
telům rychle nalézt potřebné informace o subjektech, které v ČR
vyvíjejí svoji činnost v hledaných odvětvích a technologiích.

Webová stránka je uspořádána v redakčním systému, a proto je
možné vyhledat požadované údaje v databázi v jakémkoliv kom-
binaci dle přiložených seznamů. U jednotlivých subjektů jsou
údaje uspořádány ve struktuře obdobné odpovídajícím údajům
v ostatních zemích. Tyto údaje vytvářejí kvalitní základnu vědec-
kotechnických informací v rámci ICSTI. Na webové stránce jsou
průběžně čtvrtletně aktualizovány.

Další části webové stránky TP ČR tvoří:

- Inovační prostředí

- Systém inovačního podnikání v ČR
- Regionální inovační infrastruktura
- Dokumenty
- Regionální inovační strategie
- Průmyslové zóny
- Poradenské organizace
- Státní podpora výzkumu, vývoje a inovací

- Inovační proces

- vymyslet (vysoké školy, výstupy z ústavů AV ČR, vě-
deckotechnické parky, výzkumná pracoviště)
- vyrobit (inovační firmy, estav, businessinfo)
- prodat (CzechTrade, Svaz obchodu a cestovního ru-
chu, ČEB, EGAP)

- Inovační produkty

- úspěšné inovační produkty v rámci soutěže o Cenu
Inovace roku 2004–2008

- Mezinárodní spolupráce

- mezinárodní organizace
- Národní síť NICER
- Enterprise Europe Network
AIP ČR je od roku 2008 asociovaným partnerem to-
hoto projektu
- programy VaVaI

- Public relations

- seznam prezentací
- prezentační CD ROM, aktuálně česko-anglická verze 09



Nejdůležitější úkoly

- využívat TP ČR jako tuzemského a mezinárodního zdroje infor-
mací o inovačním potenciálu ČR:

- v rámci vědeckotechnických informací
- při oficiálních a dalších prezentacích ČR
- v přípravě odborníků v oblasti výzkumu, vývoje a inovací

- využívat TP ČR při přípravě Technologických profilů krajů ČR
a dalších obdobných regionálních dokumentů, v součinnosti
s Asociací krajů ČR

- v rámci Národní politiky výzkumu, vývoje a inovací v ČR dále
zkvalitňovat rozsah a kvalitu TP ČR, využívat ho v rámci ICSTI
jako základní informaci o inovačním potenciálu ČR.

Cíle TP ČR do dalšího období

Úsilí AIP ČR a jejích partnerů a garantů bude i nadále směřovat
ke zkvalitňování údajů a jejich aktualizaci na provozované webo-
vé stránce TP ČR a vydáváním CD ROM s cílem vytvořit česko-
anglický portál informací o výzkumu, vývoji a inovacích v ČR,
o inovačním potenciálu ČR.

Pavel Švejda

Asociace inovačního podnikání ČR



Webová stránka je uspořádána v redakčním systému

Přelom v investicích: poprvé raději nájem než zóny



Přelom na realitním trhu podnikatelských nemovitostí přineslo první pololetí letošního roku. Poprvé od roku 1989 chce víc investorů podnikat v nájmu, než aby stavěli vlastní budovy v průmyslových zónách. Přesněji – šest z deseti společností hledá nájem, jen třetina chce vlastní pozemek včetně vlastní haly a zbylých devět procent firem plánuje regenerovat brownfield. Ukázaly to pololetní statistiky poptávky po podnikatelských nemovitostech agentury CzechInvest.

„Rostoucí zájem o nájem vidíme v našich statistikách dlouhodobě. Letos je to ale poprvé, kdy je vyžaduje nadpoloviční většina společností,“ zdůraznila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „Dokládá to, že se u nás už perfektně vyvinul trh s podnikatelskými nemovitostmi, a zároveň to ukazuje, že investoři mají v Česku republiku stále větší důvěru, protože všeobecně platí, že čím mladší tržní ekonomika, tím víc společností chce budovy, ve kterých podnikají, raději přímo vlastnit.

„V připravené nájemní budově můžete začít podnikat prakticky okamžitě a nemusíte se potýkat s velkou investicí do stavby nové nemovitosti,“ přidal další důvody rostoucí obliby nájmu Milan Kratina, vedoucí oddělení umístění projektů agentury CzechInvest.

„Stavba zbrusu nového závodu v průmyslové zóně bude trvat i víc než rok, což je pro investory opravdu dlouhá doba. Proto je důležité, aby kvalitně připravená zóna, která opravdu chce přilákat nové společnosti, měla připravené územní rozhodnutí a hotové rozhodnutí EIA pro předpokládané investory,“ doporučil M. Kratina.

Zájem o Plzeňsko, Brno a střední Čechy

Statistiky také ukázaly, že se investoři v důsledku globální recese začali vracet do tradičních oblastí, jako je Plzeňsko, okolí Brna nebo střední Čechy. „Třeba poptávka po Plzni je oproti minulému roku dvojnásobná,“ upřesnil M. Kratina. „Za posledních několik

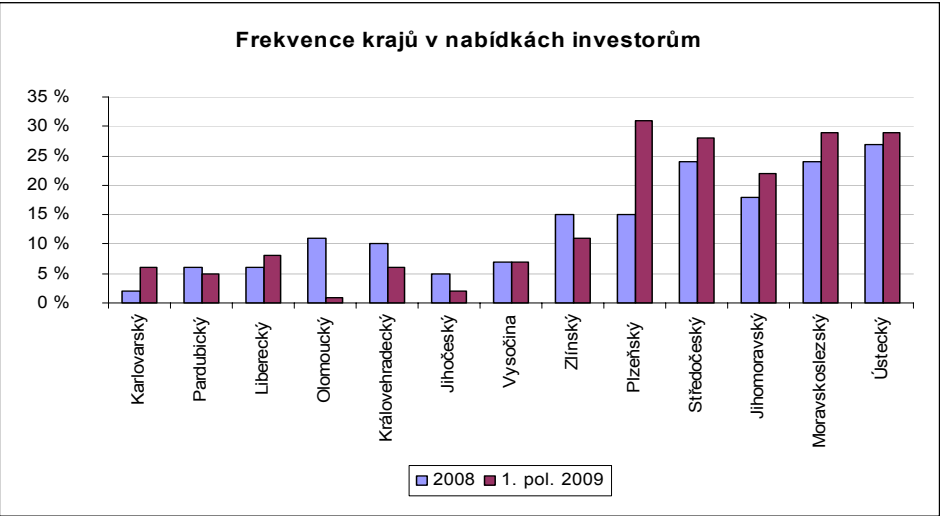
měsíců v těchto regionech po letech stoupla nezaměstnanost, což sem opět láká nové společnosti. Právě našponovaný pracovní trh od sud investory poslední roky spíše odrazoval,“ dodal M. Kratina.

„Přirozeně sem chtějí investovat především ty společnosti, které hledají zkušené a spolehlivé zaměstnance. To znamená podniky, které nevyžadují spoustu jednoduché – a hůře placené – manuální práce, ale naopak hledají specialisty, kteří si poradí s těmi nejmodernějšími technologiemi,“ pokračoval M. Kratina.

„Cílem agentury CzechInvest je směřovat investory především do oblastí s vyšší nezaměstnaností, proto v našich pololetních statistikách nabídek podnikatelských nemovitostí stále dominují i Moravskoslezský nebo Ústecký kraj. Nicméně právě o oblasti jako Plzeňsko nebo okolí Brna začínají v posledních šesti měsících investoři sami projevovat stále větší zájem,“ vrátil se k nárůstu poptávky M. Kratina.

Pozornost směřuje k velkým plochám v nájmu

Na rozdíl od roku 2007 letos opět stoupá v nájemních halách zájem také o velké plochy. Největší nárůst zažila poptávka po ploše od 5000 do 10 000 metrů čtverečních. Narostl ovšem zájem o plochy nad 10 000 metrů čtverečních. Nejvíce investorů však stále vyhledává nájem dvou až pěti tisíc čtverečních metrů. V průmyslových zónách se pak s největším propadem zájmu musely vyrovnat menší pozemky do pěti hektarů.



Devět procent brownfieldů

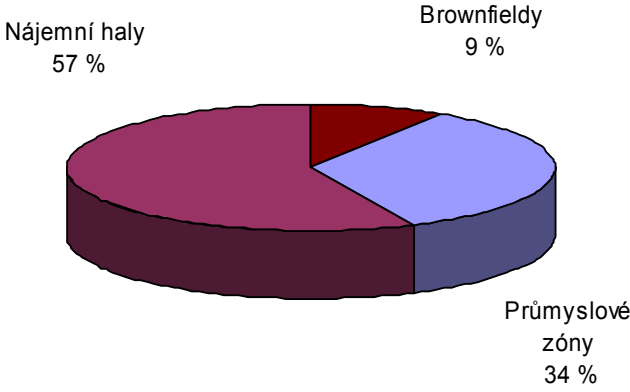
Ani ne jeden z deseti nových investorů hledá pro své podnikání v České republice opuštěný brownfield připravený k regeneraci. Podíl společností, které zanedbané areály vyhledávají, ale mírně stoupá – za poslední dva roky narostl o dva procentní body – stále však zůstává nízký. CzechInvest proto už na začátku minulého roku spustil na adrese www.brownfieldy.cz Národní databázi brownfieldů. Ta je volně dostupná každému zájemci a obsahuje podrobné informace o 350 brownfieldech napříč celou Českou republikou.

Agentura Czech-Invest připravila v prvním pololetí letošního roku nabídky nemovitostí přesně na míru požadavkům celkem 66 zájemců o podnikání v České republice. Databáze, ze které CzechInvest nemovitosti nabízí, v současné době zahrnuje přes pět stovek průmyslových zón, business parků, technologických a vědeckotechnických areálů nebo kancelářských prostor v celé České

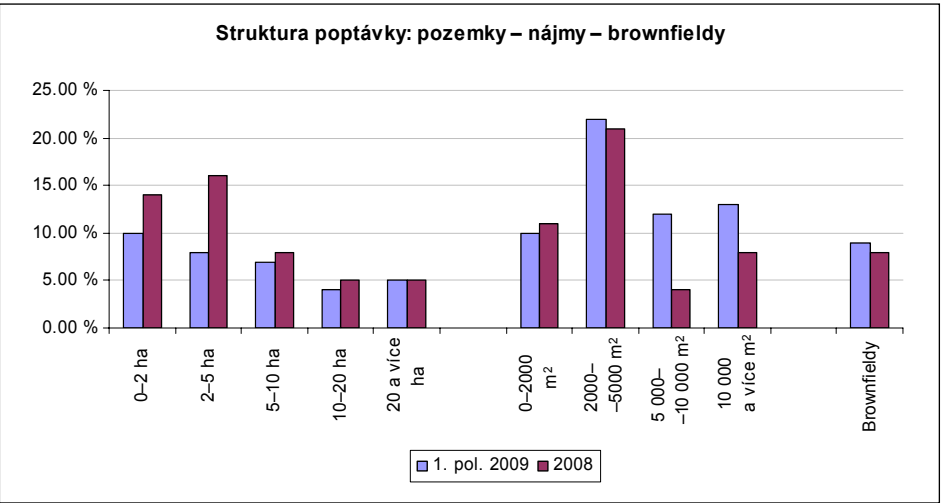
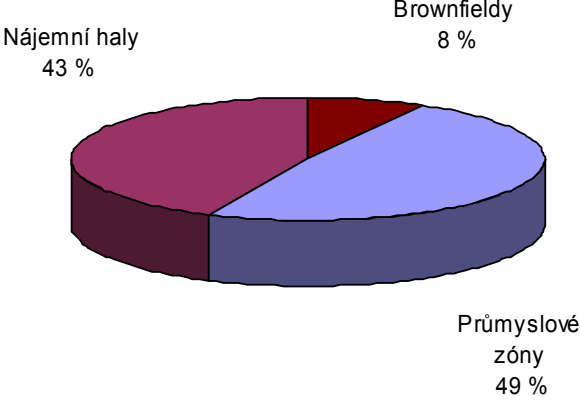
republice. I tato databáze je při splnění základních požadavků na kvalitu, kterou investoři vyžadují, otevřená všem, kteří chtějí své podnikatelské nemovitosti prostřednictvím agentury CzechInvest novým investorům nabídnout.

(tz ci)

Struktura poptávky 1. pol. 2009



Struktura poptávky 2008



Chce získat víc zájemců z Číny

Agentura CzechInvest podepsala dohodu o vzájemné spolupráci s Čínskou radou na podporu mezinárodního obchodu provincie Zhejiang. Ta patří k nejbohatším oblastem Číny a Rada pro podporu mezinárodního obchodu centrálně zastupuje 16 000 společností, které v ní podnikají. Cílem dohody je přilákat do České republiky nové čínské investory.

„Velká část společností z Číny dnes patří do elitní skupiny podniků, které si i za současného stavu globální ekonomiky mohou dovolit nové investice,“ vysvětlila záměry agentury CzechInvest její pověřená generální ředitelka Alexandra Rudyšarová. „Slibně pro nové investice z Číny vypadají především obory jako strojírenství nebo energetika. Přitom to nemusejí být jen zcela nové investice na zelené louce, mnohem větší možnosti se totiž

u čínských investorů nabízejí v akvizicích nebo v joint-venturech.“

„V České republice zatím prostřednictvím agentury CzechInvest působí pět investorů z pevninské Číny a dalších 22 z Tchaj-wanu. Pokud bych si měl tipnout, věřím tomu, že do dvou let k nim nejméně čtyři až pět dalších přibude,“ předvídá Jaromír Černík, ředitel zahraničního zastoupení agentury CzechInvest v Hongkongu. „V současné době například připravujeme návštěvy čínských podni-

katelů nebo představitelů oborových sdružení hned z deseti ekonomicky důležitých regionů.“

Podepsaná smlouva zaručuje vzájemné doporučení obchodních příležitostí a kontaktů, organizaci společných podnikatelských misí nebo třeba výměnu informací o investičním prostředí, možnostech výzkumu a podobně. Obdobnou dohodu jako s CzechInvestem má Čínská rada na podporu mezinárodního obchodu provincie Zhejiang podepsanou například

v Polsku, Maďarsku nebo ve skandinávských státech. Provincie Zhejiang se nachází v nejvyspělejší oblasti Číny na jejím jihovýchodním pobřeží. Zaujímá strategickou pozici mezi Šanghají a ostrovem Tchaj-wan. Hlavním městem provincie je Hang-zhou. V oblasti žije přes 47 milionů lidí. Ekonomika regionu se zaměřuje především na elektroniku a na stavební nebo textilní průmysl. V provincii leží plných jedenáct ze třiceti nejbohatších měst Číny.

(tz)

Investice zprostředkované agenturou CzechInvest z pevninské Číny						
Investor	Typ činnosti	Sektor	Investice (mil. CZK)	Pracovní místa	Datum	Kraj
Sichuan Changhong Electric	výroba	elektronické zařízení	245,00	300	2005	Středočeský
Shanghai Maling	výroba	potravinářský	235,00	200	2006	Ústecký
Shanxi Yuncheng Plate - Making Group	výroba	kovodělný	49,90	30	2006	Středočeský
Shangai Maling II	výroba	potravinářský	352	200	2007	Ústecký
Baolong	výroba	výroba dopravních prostředků	1,00	10	2008	Jihočeský

MSV 2009 s Programem BENEFIT

BRNO, 30. 4. 2009: Společnost Veletrhy Brno vychází firmám postiženým ekonomickou krizí vstříc a nabízí jim konkrétní pomoc v podobě akčních cen a speciálních bonusů. Řada firem se v současnosti potýká s nedostatkem volných finančních prostředků, zároveň si však uvědomuje, že neúčasti na veletrhu by svou situaci a budoucí vyhlídky dále zhoršila

Strojírenství patří k odvětvím, na které recese dolehla nejtěživěji. Velká část firem již dnes čelí poklesu poptávky nebo se obává snížení zakázkové naplněnosti v dalším období. Někteří tradiční vystavovatelé MSV z tohoto důvodu rozhodnutí o účasti na letošním ročníku stále odkládají, případně hledají novou a efektivnější formu. Společnost Veletrhy Brno proto přistoupila k mimořádnému prodloužení období, ve kterém je možné podat přihlášku k účasti se zvýhodněnou cenou za výstavní plochu. Vystavovatelé veletrhů MSV a Transport a Logistika tuto možnost měli až do 30. 5. 2009.

Dalším mimořádným opatřením, které průmyslovým firmám usnadní rozhodování o účasti, je snížení záloh za výstavní plochu. U stánků do 20 m² se letos požaduje záloha ve výši 20 %, u stánků do 100 m² ve výši 15 % a firmy s největšími expozicemi nad 100 m² zaplatí předem pouze 10 %. Přihláška k účasti tak nebude vystavovatelům vázat více disponibilních finančních prostředků, než je nezbytně třeba.

Poradíme vám, jak na veletrhu ušetříte

Program BENEFIT 2009 nabízí novým i již přihlášeným vystavovatelům také celou řadu dalších výhod, které mohou účast na veletrhu významně zlevnit. Skladba bonusů přitom vychází z průzkumů vystavovatelů realizovaných na minulých ročnících a zaměřuje se na oblasti, které byly nejčastěji kritizovány.

Vystavovatelé strojních exponátů jistě přivítají 20% cenové zvýhodnění přívodů elektrické energie i stlačeného vzduchu. Současně se o 15 % zlevňují manipulační práce v areálu výstaviště, kterých využívají zejména firmy s rozměrnějšími exponáty.

Další výhodou pro účastníky letošního ročníku je WiFi připojení zdarma a možnost bezplatného parkování na mimoareálových parkovištích nebo v hale Expoparking; oba tyto bonusy jsou omezeny pouze kapacitou.

Uspořít lze také na pronájmu výstavní plochy. Pokud firma nechce investovat do rozsáhlé expozice, může zaujmout patrovým stánkem, který zaručeně upoutá pozornost návštěvníků. Patro-

vou plochu lze letos pronajmout s 50% cenovým zvýhodněním.

V neposlední řadě mohou firmy těžit z benefitů, které zvyšují efektivitu veletržní účasti. Nejúčinnější reklama přímo v areálu výstaviště je nabízena s 20% slevou; vztahuje se na pronájem reklamních ploch a nosičů i na realizaci reklamních aktivit. Zcela zdarma pak budou firemní pozvánky – oblíbený marketingový nástroj vystavovatelů, kterého využívá až 25 % oslovených adresátů. Za uplatněné pozvánky letos nebude vystavovatelům účtován žádný doplatek, takže mohou oslovit více svých zákazníků a obchodních partnerů.

Vystavovat je třeba i v době krize

Zkušenosti zahraničních firem z minulých ekonomických krizí ukazují, že rezignovat na marketingové aktivity znamená přiznat porážku. Veletrhy v Německu, USA a dalších vyspělých zemích v těchto obdobích neklesají, ale naopak posilují pozice a slouží jako odrazový můstek k novým expanzím v následujících letech konjunktury. Dobře to dokumentoval dubnový veletrh v Hannoveru i další významné průmyslové veletrhy pořádané v posledním období, kde se krize neprojevila ani v zájmu návštěvníků, ani v počtu vystavovatelů.

Pořadatelé MSV ve srovnání se stejným obdobím loňského roku registrují přibližně 10% pokles přihlášených firem. Firmy jsou kvůli krizi dost opatrné, některé vyčkávají a posunuly své rozhodnutí o účasti na pozdější dobu, kdy budou mít jasnější představu o zakázkách na 2. pololetí. Přihlášeni jsou prakticky všichni lídři jednotlivých oborů a zájem projevíly také desítky nových vystavovatelů. Ti se hlásí především ze zahraničí, konkrétně například z Německa, Nizozemí, Švýcarska, Francie, Itálie, Polska nebo Ruska, ale také z asijských zemí.

Trend zvýšeného zájmu ze strany zahraničních firem potvrdil například dubnový Mezinárodní veletrh korozivzdorných ocelí STAINLESS, kterého se zúčastnilo 83 % (!) zahraničních vystavovatelů. „Právě v době krize je dobré vystavovat,“ prohlásil zde Giancarlo Spotti, generální ředitel italského koncernu Marcegaglia. „I když od účasti neočekáváme významné obchody, je velmi důležité dát partnerům najevo naši silnou přítomnost na středoevropských trzích a seznámit je s naší nabídkou a možnostmi.“

více informací a kompletní přehled benefitů naleznete na www.bvv.cz/msv

(tz)

Německo stále důležitým partnerem České republiky

Analýza statistik zahraničního obchodu za období leden až duben 2009, kterou provedla Česko-německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK), potvrdila zásadní význam česko-německých obchodních vztahů především v době hospodářské krize. To, že je česká ekonomika s německou značně provázána, dokládá i nárůst podílu exportu do Německa o 2,5 procentního bodu na 33,4 % ve srovnání se stejným obdobím loňského roku. ČR si tak polepšila o jednu příčku v žebříčku obchodních partnerů Německa.

Německo je tradičně nejdůležitějším obchodním partnerem ČR, z čehož plyne i vysoká

míra provázanosti obou ekonomik. Německá protikrizová opatření, v první řadě zavedení šrotovného, tak mají vliv i na české hospodářství. Právě šrotovné v Německu, ze kterého nyní profituje především český automobilový průmysl, je důvodem pro meziroční nárůst exportu během prvních čtyř měsíců letošního roku. „Zavedení šrotovného v Německu se pozitivně projevilo i ve Škodě Auto. Objem ob-
jednávek se v 1. čtvrtletí tohoto roku ve srovnání s 1. čtvrtletím loňského roku celosvětově téměř zdvojnásobil. Samotné Německo se na něm podílelo 51 %, což představuje v meziročním srovnání nárůst o 35 procentních bodů,“ uv-

edl Holger Kintscher, člen představenstva společnosti Škoda Auto za oblast ekonomie a viceprezident ČNOPK.

Dalším pozitivním signálem pro českou ekonomiku, který přichází z Německa, je nejnovější konjunkturální průzkum, který pravidelně realizuje Německý sněm obchodních a průmyslových komor (DIHK). Z něho vyplývá, že každá sedmá průmyslová firma v Německu očekává zlepšení své ekonomické situace. Zatímco na začátku roku hodnotily německé podniky svoji ekonomickou situaci pozitivněji než její vyhlídky, teď tomu začíná být naopak. To znamená velmi dobrou

zprávu pro českou exportně orientovanou průmyslovou výrobu.

„Nejnovejší vývoj česko-německého obchodu a vzájemných vztahů jasně ukazuje, jak rychle a bezprostředně konjunkturální vývoj a protikrizové programy v Německu ovlivňují českou ekonomiku. Význam, který mají česko-německé vztahy zejména pro české hospodářství, je tak velký, jako nikdy předtím. Česko-německá obchodní a průmyslová komora se bude i nadále zasazovat o pozitivní vývoj vzájemných vztahů a pomáhat německým i českým podnikům při obchodních aktivitách za hranicemi jejich země,“ komentuje situaci Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK.

(tz)

Jak na žrouty energie a peněz? Návod hledejte na specializovaném portálu www.energieplus.cz.

Na internetovém portálu www.energieplus.cz, zaměřeném na úspory energie a alternativní zdroje, naleznete komplexní soubor praktických návodů a doporučení na úsporu energie, a to nejen pro domácnosti, ale také pro firmy. Najdete zde, jak jednoduše a chytře snížit své náklady na energie. Rozhodně se nemusíte bát, že úspor nákladů na energie lze dosáhnout jen „utahováním kohoutku“ a snížením vašeho komfortu při využívání energie. Některá opatření jsou rychlá, efektivní a nevyžadují žádnou investici. Jiná opatření si nějakou investici mohou vyžádat, ale na oplátku přinesou výrazné dlouhodobější úspory a rozhodně se vyplatí. Navštivte www.energieplus.cz a odhalte tajemství úspor energie a alternativních zdrojů.

Portál www.energieplus.cz je rozčleněn do ně-

kolika sekcí. Sekce Úspory energie je rozdělena podle toho, zda již užíváte nějaký dům či byt, anebo teprve stavbu domu plánujete. A právě v těchto oblastech vám portál www.energieplus.cz nabízí jedinečné nástroje, které jsou online, jednoduché, srozumitelné i pro laiky, a především zdarma. Takto komplexně zpracovanou nabídku v oblasti hledání a plánování úspor energie zřejmě nenajdete na žádném jiném českém webu.

„Jako významný dodavatel elektřiny a zemního plynu cítí energetická společnost E.ON velkou odpovědnost nejen za spolehlivé dodávky energie a kvalitní služby zákazníkům, ale také za životní prostředí kolem nás. Proto vznikl program E.ON EnergiePlus+, který šetří přírodu i peníze našich zákazníků,“ upřesnil Vladimír Vácha, tiskový

mluvčí společnosti E.ON Česká republika. Přehledně a srozumitelně jsou zde v samostatném oddíle zpracovány např. slevy a dotace, které svým zákazníkům E.ON nabízí pro rok 2009. Řada z nich vznikla ve spolupráci s předními výrobci elektrického zboží, např. značkou Whirlpool nebo hobby marketem Baumax.

Chcete-li jít dál a dozvědět se více o obnovitelných zdrojích energie, je pro Vás připravena sekce Alternativní energie. Zájemci zde najdou základní odpovědi na otázky týkající se získávání energie z vody, větru, slunce, biomasy a bioplynu. Pro ty, kteří ani v takto propracovaném poradenském webu nenajdou odpověď na svoji otázku, je zde rubrika Zeptejte se odborníka; firemní klientelu pak určitě zaujme sekce Energie pod kontrolou.

Portál www.energieplus.cz myslí i na ekologickou výchovu těch nejmladších. Zatímco rodiče zde najdou konkrétní rady, pro děti je připravena Soutěž s Kouzelnou fází nebo informace o Junior Tour E.ON Energy Truck, unikátním projektu, v jehož názvu už je naznačeno, že se jedná o pojízdnou energetickou poradnu, která brázdí silnice a navštěvuje města a městečka v České republice. Přímou tak přispívá k rozšiřování informací o aktivitách energetické společnosti E.ON v oblasti bezpečného a hospodámého využívání energie, a tak přispívá k ekologickému vzdělávání široké veřejnosti.

více informací najdete na www.energieplus.cz

(tz)

MEWA EXCLUSIVE Cement®: Bezpečná ochranná výbava pro pracovníky při výrobě cementu

Po dvou letech intenzivní spolupráce odborníků na bezpečnost práce společnosti Holcim AG a vývojového týmu firmy MEWA se nyní uvádí na trh nové ochranné oblečení, které je svým vybavením na světovém trhu jedinečné.

Výroba cementu patří v České republice k průmyslovým odvětvím, ve kterých patří bezpečnost pracovníků k nejdůležitějším kritériím. Jen celistvý ochranný „štít proti žáru“ od hlavy až k patě chrání před extrémním nebezpečím. Tomu odpovídajícím způsobem tuhé, pevné a těžké jako pancíř bylo také ochranné oblečení. Ale tomu je nyní konec: Pro žárem exponovaná pracovní místa při výrobě cementu nabízí speciálně vyvinutý ochranný oděv MEWA EXCLUSIVE Cement® textilní výrobce MEWA, který je činný

po celé Evropě. Tento oděv poskytuje extrémní ochranu před jemnou horkou moučkou, rozpálenou na více než 800 °C.

V praxi se oděvy MEWA EXCLUSIVE Cement® již výborně osvědčily, protože bylo toto ochranné vybavení vyvinuto na základě zkušeností z praxe, například s cementárnou Lagerdorf, patřící německé firmě Holcim AG. Horkou moučkou způsobené popáleniny nejsou žádnou malicherností, protože pouhá jedna velmi malá část rozpáleného materiálu způsobuje hluboké a špatně se hojící rány. Po dvou letech intenzivní spolupráce odborníků na bezpečnost práce společnosti Holcim AG a vývojového týmu firmy MEWA se nyní uvádí na trh nové ochranné oblečení, které je svým vybavením na světovém trhu jedinečné. Odborník

na ochranné oděvy Wolfgang Quednau otestoval přímo na místě, která tkanina se při extrémním zatížení žárem osvědčila. Tyto vzorové části oděvu, které byly vyvinuty na základě výsledku testu, opět prověřovali pracovníci firmy Holcim v testovacím provozu. Takto vyvinutý nový oděv snižuje pro uživatele nebezpečí, že si přivodí popáleniny druhého stupně.

Toto inovativní ochranné oblečení nabízí na rozdíl od dřívějších provedení více komfortu nošení při současně enormně vylepšených ochranných funkcích. Splňuje nejen výkonnostní požadavky, vyžadované evropskými normami, nýbrž nabízí navíc ergonomické výhody. Běžně se pro komfort nošení ochranných oděvů při výrobě cementu dává důraz na „brnění“. Tato

nová tkanina MEWA je oproti tomu měkká, příjemná a lze ji prát. Těsné řešení zdrhovadel v přední části a u kapes zabraňuje proniknutí už i nejmenšího množství horké moučky. Protože již horký vzduch stačí na to, aby způsobil těžké popáleniny, patří štít přílby s průzorem k ochrannému oděvu. Ten sahá až na prsa a lze jej regulovat pomocí zapínání na lemu tak, že ochrana těsně přiléhá.

Také tuto kolekci EXCLUSIVE Cement® nabízí MEWA v plném servisu, což znamená, že ji poskytne, přiveze, upraví a profesionálně udržuje. Tím odpadnou pro zákazníka náklady na údržbu a servis ochranného oděvu, protože MEWA se při dodání postará po každém procesu údržby o jeho řádný stav.

(tz)

Počet v ČR registrovaných osobních automobilů k 30. červnu 2009 oproti konci roku 2008 poklesl

Kolik a jaká vozidla můžete dnes spatřit na našich silnicích? Kdo není odborníkem, těžko odhaduje. Sdružení automobilového průmyslu však vytváří podrobné řady čísel, která dávají užitečný obrázek o tom, jak se vyvíjí především automobilový průmysl, jak si vedou subdodavatelé, jak aktivní jsou importéři, a rovněž jakou vůli k pořízení nových vozidel dávají peněženky a bankovní účty nejen občanů, ale také firem.

I. OSOBNÍ AUTOMOBILY

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
osobní	celkem OA*:	4 423 370	4 409 508	-13 862	1995,82	13,68	-0,14

Počet v ČR registrovaných osobních automobilů v průběhu 1. pololetí 2009 poklesl o 13 862 ks a k 30. 6. 2009 činil 4 409 508 ks.

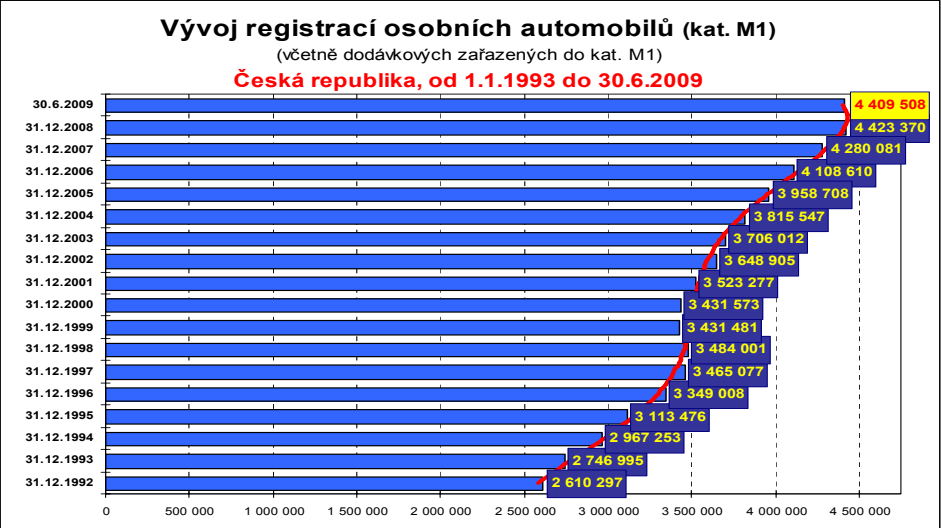
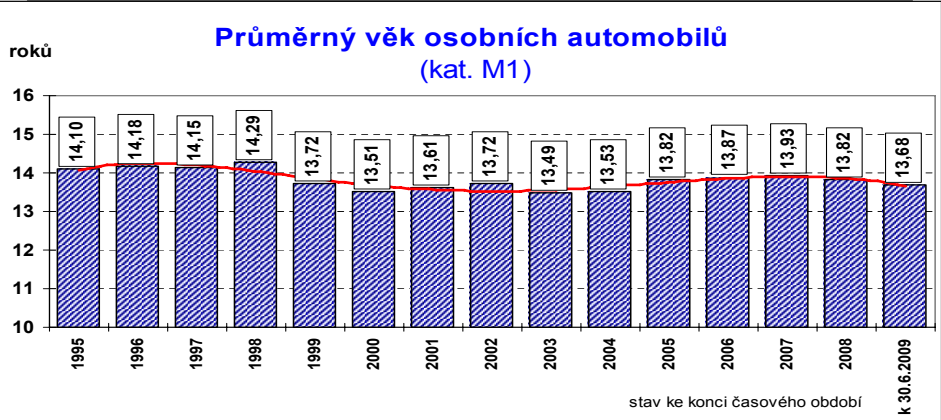
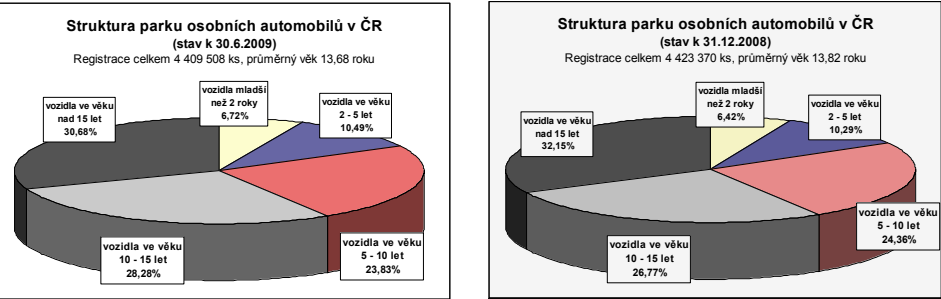
Určitým pozitivním momentem podchyceným v 1. pololetí 2009 bylo snížení podílu osobních automobilů ve věku nad 15 let o 1,47% (o 69 106 ks) a mírné snížení průměrného věku vozového parku osobních automobilů na 13,68 roku.

Na uvedený vývoj v 1. pololetí 2009 mělo jednoznačně pozitivní vliv využití některých prvků obnovy vozového parku, motivujících občany k vyřazování přestárých vozidel, spojené s účinným uplatňováním platných legislativních norem. Těmito nástroji byla kampaň České kanceláře pojistitelů (§ 24c zákona č. 168/1999Sb., o pojištění odpovědnosti z provozu vozidla) a zavedení poplatků při první registraci či přeregistraci vozidla dle stupně plnění emisních limitů (§ 37e Poplatky na podporu sběru, zpracování, využití a odstranění vybraných autovraků zákona č. 185/2001Sb., Zákon o odpadech). Především díky těmto opatřením bylo za první pololetí roku 2009 vyřazeno z provozu v ČR 150 110 osobních automobilů (z toho cca 7000 vozidel bylo z ČR exportováno). Za stejné období roku 2008 to bylo necelých 54 000 ks, za celý rok 2008 pak cca 170 000 z provozu vyřazených osobních automobilů (k nárůstu vyřazování došlo zejména v závěru roku 2008, kdy zmíněná opatření již vešla ve známost u motoristické veřejnosti). Na uvedený relativně pozitivní vývoj mělo samozřejmě vliv i značné snížení dovozů ojetých osobních automobilů do ČR v 1. pololetí tohoto roku (oproti stejnému období roku 2008 došlo ke snížení dovozů ojetých osobních automobilů o 40,3%).

Z výše uvedeného jednoznačně vyplývá, že použití prvků pro podporu obnovy vozového parku vede k žádoucím změnám ve struktuře vozového parku vozidel v ČR. Dalším z těchto prostředků obnovy by měl být i státní příspěvek na nákup nového vozidla při současném vyřazení vozidla staršího než 10 let (tzv. „šrotovné“) či aplikace ostatních běžně používaných ekonomických a jiných nástrojů upravených tak, aby motivovaly občany k vyřazování starých, ekologicky a bezpečnostně nevyhovujících automobilů.

Z porovnání věkové struktury vozového parku osobních automobilů k 30. 6. 2009 s koncem roku 2008 však vyplývá, že podíl vozidel ve věku nad 10 let zůstal v podstatě stejný a stále tvoří téměř 60% (58,96%) vozového parku osobních automobilů.

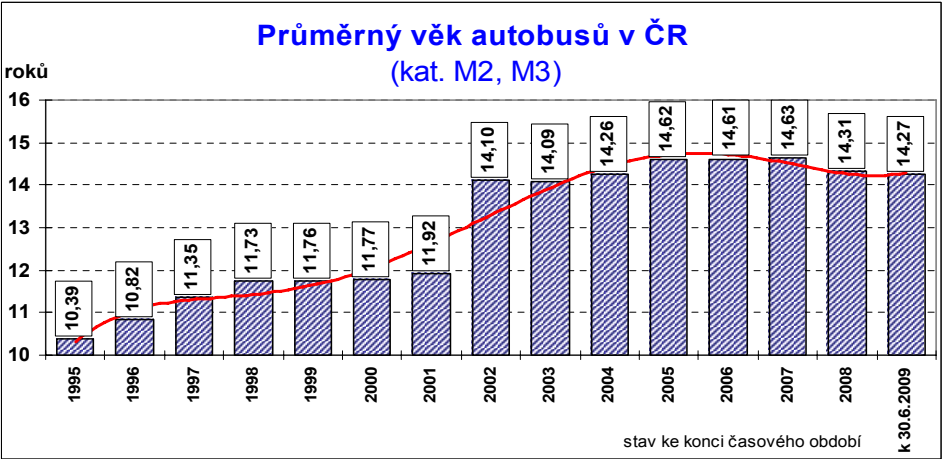
Složení vozového parku osobních automobilů v ČR dle stáří:



II. AUTOBUSY

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
autobusy	celkem AB*:	20 375	20 177	-198	1995,23	14,27	-0,04

Průměrný věk autobusů se v průběhu 1. pololetí 2009 mírně snížil a k 30. 6. 2009 činil 14,27 roku. Počet autobusů zůstal prakticky stejný (v registru ubylo za 1. pololetí pouze 198 autobusů).



Poznámka: „Přírůstek“ registrací v roce 2002 zapříčinil i výrazný vzrůst průměrného stáří autobusů, které se tím zvýšilo nad 14 let. Jako pravděpodobné vysvětlení se nabízí přesunutí části vozidel ŠKODA 1203 z kategorie osobních automobilů do kategorie autobusů.

III. UŽITKOVÉ AUTOMOBILY

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
užitkové automobily celkem	N1+N2+N3:	690 937	693 304	2 367	1999,49	10,01	9,87 0,14
z toho:	N1	484 125	490 397	6 272	2001,92	7,58	7,39 0,19
	N2	100 950	97 648	-3 302	1990,99	18,51	18,35 0,16
	N3	105 862	105 259	-603	1996,04	13,46	13,14 0,32

Počet v ČR celkově zaregistrovaných užitkových vozidel se zvýšil celkem o 2367 ks, nárůst celkových registrací byl podchycen pouze v kategorii malých užitkových vozidel (N1), a to i přes značný pokles prvních registrací v 1. pololetí 2009.

IV. TRAKTORY

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
traktory celkem	(TJE+TKO+TKU+TPA+TR):	149 893	150 552	659	1980,94	28,56	28,33 0,23

V. PŘÍPOJNÁ VOZIDLA

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
PŘÍPOJNA (O1+O2+O3+O4) CELKEM:		903 774	915 738	11 964	1988,54	20,96	20,88 0,08
z toho:	O1	611 581	619 989	8 408	1990,35	19,15	19,04 0,11
	O2	87 276	89 610	2 334	1992,96	16,54	16,45 0,09
	O3	85 462	84 574	-888	1975,59	33,91	33,44 0,47
	O4	80 682	79 290	-1 392	1994,80	14,70	14,32 0,38
jiná (nezařazeno)		38 773	42 275	3 502			

VI. MOTOCYKLY

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
motocykly celkem L*:		892 796	902 684	9 888	1977,88	31,62	31,98 -0,36

Průměrný věk motocyklového parku v ČR je historicky velmi vysoký, oproti konci roku 2008 však došlo ke snížení o 0,36 roku. Od roku 2006 je patrný trend mírného snižování průměrného věku motocyklů registrovaných v ČR.

VII. SOUHRNNÉ ÚDAJE (celkové registrace silničních vozidel v ČR)

Dle údajů CRV bylo k 30. 6. 2009 v ČR registrováno celkem 7 091 963 ks vozidel všech kategorií, k 31. 12. 2008 to bylo 7 081 145 ks. Celkový nárůst registrací silničních vozidel za 1. pololetí 2009 byl tedy pouhých 10 818 ks vozidel.

Průměrný věk celého vozového parku v ČR se snížil z 16,93 roku na 16,86 roku.

druh vozidla	kategorie	celkový počet k		rozdíl registrací	průměrný rok výroby a věk k 30.6.2009	stav k 31.12.2008	
		31.12.2008	30.6.2009			průměr. věk	rozdíl
MOTOROVÁ a PŘÍPOJNÁ CELKEM */:		7 081 145	7 091 963	10 818	1992,64	16,86	16,93 -0,07
z toho:							
MOTOROVÁ VOZIDLA CELKEM:		6 177 371	6 176 225	-1 146	1993,25	16,25	16,35 -0,10
PŘÍPOJNA (O1+O2+O3+O4) CELKEM:		903 774	915 738	11 964	1988,54	20,96	20,88 0,08

Dnešní návštěvnost Adresáře exportérů láme rekordy

Více než dvěstěprocentní meziroční nárůst v návštěvnosti zaznamenal Adresář exportérů provozovaný vládou agenturou CzechTrade. Vyplyvá to z výsledků měření, které proběhlo v měsíci červnu. „Od loňského zprovoznění nové verze Adresáře exportérů, která nabídla zahraničním uživatelům 14 jazykových mutací bezplatných prezentací a nově též rozšířených placených prezentací českých firem a jejich produktů a služeb, uplynulo deset měsíců. Proto jsme se podívali na srovnání návštěvnosti a dalších ukazatelů úspěšnosti adresáře měřených podle Google Analytics. Aktuální období červen 2009 jsme srovnali s červnem 2008, kdy byl Adresář exportérů teprve tři měsíce v provozu v technologicky i graficky renovované podobě, která představovala pouze bezplatné prezentace ve čtyřech jazykových mutacích,“ řekl Mgr. Aleš Řiháček, ředitel odboru marketingu a komunikace CzechTrade.

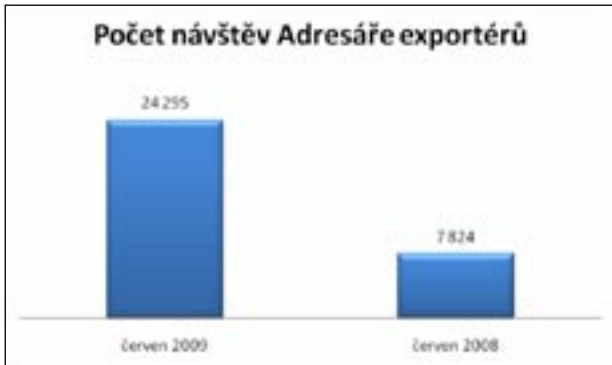
Adresář exportérů zaznamenal letos v červnu oproti stejnému období roku předchozího nárůst počtu návštěv o 213 %! Vloni jej ve sledovaném období navštívilo 7824 návštěvníků a letos jich bylo 24 295.

Také v počtu navštívených stránek je situace obdobná. V červnu 2008 uživatelé zhlédli 52 422 stran a letos za stejné období, díky možnosti placených zápisů a nových jazykových mutací, je to již 127 771 stránek, což představuje meziroční nárůst o 144 %.

Měření dále ukázalo, jak uživatelé vstupují na obsah stránek Adresáře exportérů. Ze 79 % jde o zahraniční uživatele, kteří hledají partnery v České republice pomocí klíčových slov prostřednictvím internetových vyhledávačů, především pak Google. „Úspěch zobrazení firemních a produktových prezentací z Adresáře exportérů na předních pozicích v internetových vyhledávacích není ale založen jen na jeho technologii optimalizace zaměřené na tyto zdroje informací (technologie SEO), ale záleží také na kvalitně zpracovaných firemních či produktových prezentacích,“ dodal Aleš Řiháček.

V červnu 2009 došlo také k velkému nárůstu vstupů na Adresář exportérů prostřednictvím odkazujících stránek. Nejvíce uživatelů přichází tradičně z webů zahraničních kanceláří CzechTrade, na jejichž úvodních stránkách jsou zobrazeny teritoriálně odpovídající prezentace českých produktů a služeb z Adresáře exportérů. Celkem 1371 návštěv představuje meziroční nárůst o 323 %. „Nově si cestu na Adresář exportérů uživatelé nacházejí také ze stránek 220 zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí. Meziroční nárůst ze sedmi na 438 návštěv za měsíc představuje skok o více než 6000 %,“ sdělil ještě Aleš Řiháček.

Možnost přímého vstupu na doménu Adresáře exportérů <http://exporters.czechtrade.cz> využívá tradičně nejmenší skupina uživatelů. Z toho vyplývá, že nepoužívají Adresář exportérů primárně jako statický seznam firem, v němž vyhledávají podle oborů. Na cílený dotaz na-



příklad s názvem produktu, položený pomocí internetových vyhledávačů nebo vyhledávače uvnitř adresáře, dostávají již konkrétní nabídku firem, produktů a služeb. Uživatelé si pak mohou v rámci Adresáře exportérů vybrat firmy či produkty, přidat je do vlastního seznamu a uložit ve formátu pdf.

„Optimalizace pro vyhledávače, kvalitní obsah prezentací nebo možnost vytvořit si vlastní seznam zajímavých informací podporuje interaktivitu a rostoucí oblíbenost adresáře v zahraničí. Běžný uživatel pravidelně zhlédne cca pět stránek zajímavých prezentací během jedné návštěvy našeho portálu, který se stává skutečnou podporou exportu,“ vysvětlil Aleš Řiháček. „Abychom si ověřili právě tento fakt, že nejde jen o adresář, který je využíván na českém trhu, sledujeme též úspěšnost Adresáře exportérů z hlediska návštěvnosti jednotlivých jazykových mutací,“ doplnil. V červnu 2009 na tom byla nejlépe angličtina (44 %), pomyslné stříbro získala čeština (23 %), bronz ruština (10 %), čtvrtá nejúspěšnější byla němčina (8 %). Pořadí dalších jazyků s více než 2 % bylo následující: španělština, francouzština a polština.

„Návštěvnost konkrétních jazykových mutací ovlivňuje mimo jiné řada sezonních vlivů v podobě pořádaných veletrhů či potřeby informací z daného teritoria. S rostoucím zájmem českých firem o další exportní teritoria dojde k naplnění obsahu i v momentálně méně frekventovaných jazykových mutacích Adresáře exportérů,“ komentoval tyto výsledky Aleš Řiháček.

Přínos široké nabídky 14 jazykových mutací Adresáře exportérů oceňují také klienti: „Zápis přes Adresář exportérů opravdu funguje. Zkoušeli jsme na srbských internetových vyhledávacích zadávat některá slova a zápis naší firmy v Adresáři exportérů tam skáče na první pozici,“ uvedl Marek Škvor, komerční manažer ze společnosti Velteko s.r.o a dodal: „Naše prezentace produktů na stránkách Adresáře exportérů výborně doplňuje nabídku jazykových mutací na našich internetových stránkách.“

(tz ct)

Nabídka vzdělávacích akcí CzechTrade – 2. pololetí 2009

Exportní akademie vám nabízí komplexní exportní vzdělávání – co nejpraktičtější informace pro přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy.

1. Odborné semináře

Datum	Místo konání	Název semináře	Cena bez DPH
17.09.2009	Praha	Vysílání pracovníků do zahraničí	2 200 Kč
22.09. a 07.10.2009	Praha	Prodejní dovednosti I. a II.*	4 900 Kč
23.09.2009	Praha	Japonská obchodní etiketa	2 200 Kč
13.10.2009	Praha	Selling Skills*	2 600 Kč
14.10.2009	Praha	Internet Marketing jako podpora exportu	2 200 Kč
21.10.2009	Praha	Meet the Buyer – Business Negotiation Skills*	2 600 Kč
03.11.2009	Praha	Investiční a exportní příležitosti pro české firmy v Austrálii	1 000 Kč
04.11.2009	Praha	Dodací podmínky INCOTERMS	2 200 Kč
25.11.2009	Praha	Financování exportu	ZDARMA
15.12.2009	Praha	Specifika podnikání ve Francii	2 200 Kč

* cenově zvýhodněný cyklus seminářů

2. Teritoriální semináře

Ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR pořádáme teritoriální semináře spojené s konzultací, jež povedou vedoucí obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR v zahraničí a ředitelé zahraničních kanceláří CzechTrade.

Více informací naleznete

v červenci na stránkách www.exportniakademie.cz nebo na www.czechtrade.cz/kalendar-akci

Datum	Místo konání	Země	Cena bez DPH
24.09.2009	Praha	Vietnam	1 000 Kč
08.10.2009	Praha	Švýcarsko, Lichtenštejnsko	1 000 Kč
22.10.2009	Praha	Polsko, Maďarsko	1 000 Kč
05.11.2009	Praha	Tunisko	1 000 Kč
19.11.2009	Praha	Itálie	1 000 Kč
10.12.2009	Praha	Kazachstán, Uzbekistán	1 000 Kč
16.12.2009	Praha	Jižní Korea	1 000 Kč

3. Kurz Úspěšný exportér

Datum	Místo konání	Název semináře	Cena bez DPH
01.10.2009	Praha	Obchodní operace a nástroje	2 200 Kč
08.10.2009	Praha	Logistika v mezinárodním obchodě	2 200 Kč
15.10.2009	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace	2 200 Kč
22.10.2009	Praha	Řízení obchodu a rizik na světových trzích	2 200 Kč
05.11.2009	Praha	Vystavujeme na zahraničním veletrhu	2 200 Kč
12.11.2009	Praha	Aktuální trendy v mezinárodním obchodě	2 200 Kč
19.–20.11.2009	Praha	Obchodní vyjednávání, zvládání námitek	5 200 Kč
26.–27.11.2009	Praha	Základy PR a prezentační dovednosti	5 200 Kč
03.–04.12.2009	Praha	Presentation skills in English	5 200 Kč
10.–11.12.2009	Praha	Společenský kodex jako podpora profesionality exportéra	5 200 Kč
Zvýhodněná cena celého kurzu			30 000 Kč

dovedností a osvojování základních business pravidel společenského chování.

4. Kurz Minimum exportéra

Cílem tohoto kurzu je nejen pomoci zvýšit povědomí o příležitostech a rizicích spojených s exportem, ale i získat nové podněty, prohloubit své znalosti a zvýšit svou konkurenceschopnost v mezinárodním obchodě.

Datum	Místo konání	Název semináře	Cena bez DPH
20.–21.10.2009	Přerov	Obchodní vyjednávání I. a II.	4 900 Kč
05.10.2009	Přerov	Business etiketa a networking	2 200 Kč
12.11.2009	Přerov	Prodej zboží do zahraničí	2 200 Kč
19.11.2009	Přerov	Internet a marketingová komunikace jako podpora exportu	2 200 Kč
Zvýhodněná cena celého kurzu			9 900 Kč

5. Exportní konference

Exportní konference: Jak úspěšně exportovat do RUMUNSKA, BULHARSKA a CHORVATSKA	25.11.2009	Praha	ZDARMA
---	------------	-------	--------

Teritoriálně zaměřené konference umožňují účastníkům získat informace potřebné k úspěšnému překonávání překážek jednotlivých vývozních teritorií. Pomáhají pochopit specifické podmínky obchodování i společenské a kulturní zvyklosti v těchto zemích.

Více informací na www.czechtrade.cz/kalendar-akci nebo www.exportniakademie.cz. Změna termínů vyhrazena.

Program a přihlášky naleznete na:

www.exportniakademie.cz nebo na www.czechtrade.cz/kalendar-akci. Vyplněné přihlášky můžete zasílat on-line, emailem na adresu: semináře@czechtrade.cz nebo faxem na číslo: 224 911 309

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
POCZ200955980	Spojené státy americké	24. 07. 2009	23. 10. 2009	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Americká firma hledá v ČR výrobce hřebenu z tvrdé gumy.
POCZ200955966	Egypt	21. 07. 2009	20. 10. 2009	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Egyptská firma má zájem o produkty českých nábytkářských firem se zaměřením na: hotely, venkovní (zahradní) nábytek z kovu, dřeva i plastu, restaurace, nábytek z kovu a dřeva, jídelny, ložnice, obývací pokoje.
POCZ200955955	Francie	20. 07. 2009	19. 10. 2009	Commercial-pri@gmdauto.fr	Francouzský subdodavatel automobilového průmyslu hledá v ČR výrobce komponentů. Specifikováno nákresem v dokumentové příloze.
POCZ200955974	Libye	21. 07. 2009	20. 10. 2009	Commerce_Tripoli@mzv.cz	Firma z Libye, organizující volný čas mládeže, prosí o podání informativní nabídky na halu s umělým ledem, kde bude celoroční provoz.

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Zlatá medaile MSV 2009

s novou koncepcí: neváhejte s přihláškou!

Tradiční soutěž o nejlepší exponáty Mezinárodního strojírenského veletrhu dostává na MSV 2009 novou a atraktivnější podobu. Soutěž o nejlepší exponáty MSV si za desetiletí existence vydobyla vysokou prestiž a Zlatá medaile se stala nejuznávanější exponátovou cenou z tuzemského veletrhu. Nová koncepce soutěže přizpůsobuje podmínkám globální ekonomiky, v níž inovace hrají zásadní roli, a využívá moderních metod objektivizace hodnocení. Cílem transformované soutěže je ještě výrazněji podpořit nové myšlenky a převratná technologická řešení s důrazem na přenos výsledků vědy a výzkumu do praxe.

Soutěž vyhlašují a ocenění udělují Svaz průmyslu a dopravy ČR spolu s Vysokým učením technickým v Brně, společnost Veletrhy Brno zůstává organizátorem. Zároveň se snižuje počet ocenění a roste jejich váha, s udělením Zlaté medaile je spojena finanční odměnou. Vystavovatelé mohou přihlásit svůj inovativní exponát bez přihlašovacího poplatku.

Soutěžní kategorie již nevycházejí z oborové struktury veletrhu, ale první Zlatou medaili získá inovační exponát, který je výsledkem spolupráce firem s tuzemskými výzkumnými

organizacemi. Druhá Zlatá medaile je určena pro energeticky efektivní inovační exponát a třetí pro inovační komerční produkty bez dalšího omezení. Navíc může být udělena i čtvrtá Zlatá medaile, a to významné žijící osobnosti z České republiky jako ocenění celoživotní tvůrčí technické práce a dosažených inovačních činů.

Proměnou prošlo i hodnocení exponátů. Nová kritéria hodnocení akcentují funkční přínosy inovací; patří k nim novost, míra invence, řád inovace, odlišnost hlavní funkce a odlišnost

doplňkových funkcí od konkurenčních srovnatelných výrobků. Moderní vícekritériální metody hodnocení pracují s různými váhovými koeficienty jednotlivých kritérií, což umožňuje objektivní měření výsledků. Nová mezinárodní hodnotitelská komise bude pracovat pod vedením Doc. Dr. Ing. Radka Knoflíčka, proděkana FSI VUT v Brně, a významným členem bude Prof. Dr. Ing. Reimund Neugebauer, ředitel Strojírenského institutu Frauenhofen v Německu. Vedle expertů z technických univerzit v komisi zasednou také přímí zástupci odborných médií, což garantuje vysoký stupeň medializace výsledků.

Zlaté medaile MSV 2009 budou vyhlášeny a předány již první den veletrhu 14. 9. 2009 v rámci Sněmu Svazu průmyslu a dopravy v Rotundě pavilonu A.

(tz)

E.ON začíná používat přehlednější faktury

Přehlednější a pro zákazníka podstatně srozumitelnější by měly být nové faktury, které začíná pro vyúčtování používat energetická společnost E.ON Česká republika. „Učinili jsme tak především na základě požadavků ze strany klientů,“ vysvětlil důvod ke změnám tiskový mluvčí společnosti E.ON Česká republika Vladimír Vácha.

Z důvodů respektování energetické legislativy

sice stále zůstává na faktuře rozdělení položek na dodávku a distribuci elektřiny, stejně jako další povinné údaje, ale jednotlivé údaje jsou seřazeny tak, aby byly pro zákazníky srozumitelnější. „Díky novému uspořádání je faktura hned na první pohled přehlednější,“ je přesvědčen Vladimír Vácha.

První strana faktury zahrnuje například základní identifikační údaje zákazníka, identifikaci místa spotřeby, tabulku celkového vyúčtování plateb,

kontaktní údaje a základní platební, daňové a fakturační údaje. Druhá strana faktury obsahuje přehled zálohových plateb. V příloze k faktuře pak zákazníci naleznou veškeré detaily vyúčtování spotřeby elektřiny v konkrétním místě spotřeby.

více informací o nových fakturách můžete získat na E.ON Zákaznické lince 840 111 333 nebo na emailové adrese info@eon.cz (tz)

11. ročník festivalu Znojemský hrozen se uskuteční od 15. do 18. 9. 2009

Znojemský hrozen, mezinárodní festival rozhlasových a televizních pořadů a reklamních spotů o gastronomii má tři soutěžní sekce – televizní, rozhlasovou a reklamních spotů. Kromě samostatné festivalové akvizice se v televizní oblasti spolupracuje s Chello Central Europe (SPEKTRUM, TV Paprika, TV DECO), s festivalem Anifest a s Bonton filmem. Rozhlasovou sekci koordinuje Český rozhlas a sekci reklamních spotů řeší festival přímo se zadavateli

reklam. Rozpočet 11. ročníku, který činí necelé 4 miliony Kč, je již z velké části finančně zabezpečen, většinou z privátních zdrojů. Úzká spolupráce je s ministerstvem zemědělství, ministerstvem pro místní rozvoj, nově s ministerstvem zahraničí, Vinařským fondem, Svazem pivovarů a sladoven a Potravinářskou komorou, a to především v oblasti odborných seminářů. Ty budou letos dva, a to „Pivo jako fenomén“, „České zemědělství a potravinářství v období předsednictví

ČR Evropské unii“. Do odborné části zahrnujeme také sommeliérskou juniorskou soutěž, odborné projekce soutěžních snímků a barmanskou soutěž Flaitrix.

Jedním z vrcholů festivalu by měl být koncert houslového virtuosa Václava Hudečka za doprovodu klavíru prof. Petra Adamce v chrámu sv. Mikuláše 17. 9. Kromě toho mohou hosté a následně veřejnost shlédnout výstavy Gastronomických grotesek v Domě porozumění, Plného talíře malování na ZŠ Václavské

Slovensko – partnerská země

První ročník Mezinárodního strojírenského veletrhu se konal v roce 1959. I díky loňským oslavám padesátého jubilea je to dost známá věc. Méně lidí však tuší, že ještě před tím, než akce dostala přízvisko mezinárodní, se uskutečnily tři velmi úspěšné výstavy československého strojírenství.

Ani po rozpadu ČSFR neztratil MSV nic z charakteru česko-slovenské akce. Slovenská republika patří dlouhodobě na druhé místo v počtu vystavovatelů ze zahraničí a z hlediska zájmu návštěvníků je na tom ze zahraničí bezkonkurenčně nejlépe. Po úspěchu loňského programu Německo – partner veletrhu German Days 2008 se bude letos prezentovat jako země partner právě Slovenská republika.

Prezentace Slovenské republiky na Mezinárodním strojírenském veletrhu by tak měla překročit rozsah tradičního Národního dne Slovenské republiky. V rámci doprovodného programu by se mělo uskutečnit hned několik akcí, které akcentují význam bilaterálních hospodářských vztahů a současná témata společného zájmu obou zemí. Přesný program akce je ještě ve stadiu příprav, přesto již nyní můžeme říct, že bude pro návštěvníky vysoce atraktivní. Nebude chybět tradiční tisková konference Ministerstva hospodářstva SR, setkání českých a slovenských podnikatelů, semináře, odborné konference na ekonomická témata či firemní prezentace. (tz)

náměstí a Hádala se duše s tělem aneb kdo jsem já, který připravuje galerie VIVO v Domě umění.

Samostatnou kapitolou budou Národní dny – prezentace gastronomie a kultury vybraných zemí.

Záštitu nad 11. ročníkem festivalu převzal předseda Senátu Parlamentu ČR MUDr. Přemysl Sobotka a v záštítách pokračuje ministerstvo zemědělství svým ministrem Ing. Jakubem Šebestou, SZIF zastoupený svým ředitelem Ing. Tomášem Révészem a Jihomoravský kraj zastoupený svým hejtmánem Mgr. Michalem Haškem. (tz)

Pomůže rozvoji obcím díky zvýhodněným úvěrům

Ministerstvo pro místní rozvoj připravilo společně s Českomoravskou rozvojovou bankou a.s. (ČMZRB) zvýhodněné úvěry pro obce a jejich obyvatele. Úvěry budou určeny na rozvoj obecní infrastruktury. ČMZRB bude přijímat žádosti už od 17. 8. 2009.

Program OBEC je vyhlášen ČMZRB, a.s. a je-

ho financování je zabezpečováno ve spolupráci s Rozvojovou bankou Rady Evropy (CEB).

Výše poskytovaného úvěru bude minimálně 8 milionů korun, maximálně pak 250 milionů korun. Splatit ho bude možné minimálně za 10, maximálně pak za 15 let. Odklad splátek jistiny úvěru bude až 30 měsíců od data podpisu úvěrové smlouvy.

Úroková sazba bude pevná po celou dobu splácení úvěru a její výše se bude stanovovat při jejím poskytnutí, a to podle aktuálních podmínek na finančním trhu.

„Věřím, že tyto zvýhodněné úvěry mohou pomoci jednotlivým obcím k významnému rozvoji, a to v mnoha oblastech,“ uvedl 1. náměstek ministra Martin Plachý.

Úvěry jsou totiž určeny například na vodovody,

kanalizace, školská, sociální, kulturní i sportovní zařízení, ale také třeba na silnice, zastávky a mnohé další. Úvěry mohou být také pro mnohé obce významným nástrojem pro sanaci povodňových škod.

Čerpat zvýhodněné úvěry bude možné až do 31. 12. 2012. Podrobné informace k tomuto programu je možné získat na stránkách Českomoravské záruční a rozvojové banky. (tz)

12. ročník Exportní ceny DHL HSBC pod záštitou agentury CzechTrade

Zviditelněte pozitivně svoji firmu!

Zapojte se do **12. ročníku Exportní ceny DHL HSBC**. V rámci této soutěže se již více než 12 let udělují prestižní ceny exportně orientovaným malým a středně velkým firmám v České republice s důrazem na jejich význam pro českou ekonomiku.

Soutěž pod záštitou vládní agentury CzechTrade Vám nabízí zajímavé srovnání s ostatními exportéry a možnost zviditelnění Vaší firmy u odborné i širší veřejnosti. Vítězové v pěti kategoriích navíc získají atraktivní ceny od partnerů Exportní ceny DHL HSBC.

Přihlaste se do soutěže ještě dnes prostřednictvím www.exportnicena.cz.

Účast v soutěži je bezplatná, pro přihlášení uveďte základní údaje o Vaší firmě a jejím exportu.

Uzávěrka přihlášek do soutěže je 16. října 2009 ve 12:00 hodin.

ZAKLADATEL



GENERÁLNÍ PARTNER



POD ZÁŠTITOU



ODBOBNÝ GARANT



PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



ORGANIZÁTOR



Pravidla hry se změnila natrvalo

Průzkum společnosti Ernst & Young „Příležitosti ve špatných časech: urychlení změn“ mezi vedoucími představiteli 570 významných mezinárodních společností potvrzuje silný dopad globální recese na firemní sektor. Většina společností se stále soustřeďuje na přežití, je zde ale i řada těch, které se snaží nové příležitosti využít. Téměř polovina dotázaných (43 %) přiznává, že události posledního roku a půl trvale změnila provozní model jejich firem. Dalších 45 % potvrzuje jeho dočasnou změnu. Stejně tak recese ovlivnila proces řízení rizik, podle 56 % vrcholových manažerů natrvalo a podle 33 % dočasně.

„Průzkum ukazuje nejen trvalý dopad změn, ke kterým v souvislosti s globální krizí došlo, ale také dokládá, jak rychle tyto změny proběhly a jak málo lidí je dokázalo předvídat. Pro více než tři čtvrtiny dotázaných manažerů byla závažnost a rychlost krize překvapující,“ řekl Vladislav Severa, vedoucí partner transakčního poradenství Ernst & Young v České republice.

Přežít není dosud lehké

Ernst & Young uskutečnila podobný průzkum již před pěti měsíci. Respondenti i nyní registrují silnou cenovou konkurenci, stále dochází ke značnému počtu bankrotů. Zároveň ale roste počet organizací, které ve svém sektoru zaznamenaly nové firmy. Celková nálada je nadále velmi střídavá, přestože 64 % respondentů dokázalo realizovat úspory nákladů, 31 % hlásí růst tržeb a více než třetina považuje současné podnikatelské prostředí za příznivější pro strategické akvizice. Většina manažerů však byla svědkem poklesu tržeb (58 %) a ziskovosti (56 %).

„Vzhledem k tlaku, jakému jsou tyto firmy vystaveny, stojí za zmínku, že těsná většina firem si vede za poslední rok lépe nebo se jejich hospodářské výsledky nezměnily. V příštím roce se však management bude muset naučit jednat ještě rychleji a rozhodněji,“ řekl Vladislav Severa.

Jsmo z nejhoršího venku?

Mírný posun od lednových odpovědí naznačuje, že nejhorší dopad krize už by mohl být za námi. V předchozím průzkumu 82 % dotázaných sdělilo, že jejich firma se koncentruje na restrukturalizaci v důsledku hospodářského poklesu, zatímco 74 % usilovalo o pouhé udržení stávajícího provozu. Tato čísla se snížila na 74 % a 65 %. Zároveň s tím vzrostl o 10 % podíl společností, které „využijí recesi k zahájení nových tržních aktivit“. Tento trend na-

značuje, že roste počet firem, které pátrají po výhodných nákupech ve „výprodeji“.

Vladislav Severa k tomu poznamenal: „Mnohá aktiva jsou nyní k dispozici za podstatně nižší ceny než před dvěma lety, což přiláká některé oportunistické kupce. Počet manažerů, kteří v průzkumu odhalili záměr získat strategické akvizice, vzrostl z lednových 7 % na téměř čtvrtinu. Vzhledem k přetrvávajícímu relativnímu nedostatku peněžních prostředků očekáváme kreativnější struktury transakcí a alternativní metody financování.“

Jak firmy reagují v krátkodobém horizontu?

V posledním roce 86 % firem zintenzivnilo programy snižování nákladů, 52 % urychlilo restrukturalizační plány a 38 % odstartovalo „program podstatného sni-

žení stavu zaměstnanců“. Na otázku, jaké jsou hlavní krátkodobé cíle, respondenti nejčastěji uvádějí ziskovost (73 %), cenovou strategii (55 %) a vztahy se zákazníky (52 %).

Hotovosti je méně

V lednu více než čtvrtina respondentů tvrdila, že hotovost není problém, nyní je jich pouze 18 %. Dotázaní rovněž kladou důraz na intenzivnější komunikaci s investory a ratingovými agenturami. Nicméně ubývá firem, které odprodávají majetek čistě z důvodu získání peněžních prostředků. Místo toho se zaměřují na nové podmínky úvěrových smluv. Tři čtvrtiny respondentů potvrdily, že jejich firmy provedly „top down“ prověrku řízení pracovního kapitálu a peněžních toků.

„Bez snadného přístupu k úvěru se řízení peněžních prostředků stává ještě více klíčovou disciplínou než dřív, a to z hlediska cílového zaměření na zákazníka, větší kontroly dodavatelských vztahů a neustálého dohledu nad množstvím peněžních prostředků vázaných na strojní zařízení,“ vysvětlil Vladislav Severa.



autor: Miloš Krmáček

Příležitosti v daňové oblasti

Daňové odvody představují jednu z největších položek ve výkazu zisků a ztrát. I přesto se však mnohé společnosti dosud zcela neseznámily se všemi dostupnými strategiemi využití peněžních prostředků pro daňové účely.

Libor Frýzek, vedoucí partner daňového poradenství Ernst & Young, vysvětlil: „Daňový systém poskytuje různé možnosti k udržení, získání nebo navýšení peněžních prostředků. Navíc nová daňová opatření zaměřená na posílení fiskálních stimulů, které vlády na celém světě zavádějí, přinášejí nepřeberné množství dalších příležitostí.“

I když z těchto daňových příležitostí může plynout významný přínos, často jsou spojené s přesně vymezeným obdobím jejich aplikace. Proto je schopnost rychle vyhodnotit situaci a reagovat klíčem k dosažení úspěchu.

Jaké jsou dlouhodobé vyhlídky?

Mezi hlavní „pokrizové“ strategie zařadili respondenti expanzi do nových oblastí, větší využití strategických aliancí, získání akvizic, zkrácení termínu dodání výrobku na trh a odprodej činností, které pro firmu nejsou hlavní náplní.

„Již předchozí průzkum potvrdil, že krize ve skutečnosti urychlila nástup restrukturalizačních procesů. Tento trend pokračuje a vidíme více společností, které aktivně plánují zásadní změnu svého podnikání,“ řekl Vladislav Severa.

A kdy dojde opět k vzestupu?

Čtvrtina respondentů se domnívá, že to nejhorší je už za námi; 42 % tvrdí, že globální ekonomika začíná projevovat známky života, nebo že se tak stane do konce roku 2009. Na druhou stranu 21 % respondentů očekává zlepšení nejdříve v druhé polovině roku 2010. V některých odvětvích vládne větší optimismus, například v telekomunikačním a energetickém sektoru, ale jiné sektory předvídají delší recesi, a to především v oblasti správy majetku, realit a ve stavebním průmyslu. Evropští respondenti byli v průzkumu pesimističtější než dotázaní v Asii a v Severní a Jižní Americe.

(tz)

Fúzí a akvizicím ve střední Evropě blýská na lepší časy

Odborníkům na soukromý kapitál se pomalu vrací optimistická nálada a střední Evropa by mohla opět zaznamenat oživení fúzí a akvizic. Vyplývá to z aktuálního indexu soukromého kapitálu společnosti Deloitte, jehož hodnota se oproti stavu před šesti měsíci zvýšila o 30 bodů. Budoucí ekonomické klima však zůstává stále velkou otázkou.

„Vlády a centrální banky přijaly dosud nevidaná opatření k podpoře oživení investic a současný trend růstu na akciových trzích po celém světě je dokladem toho, že tyto kroky postupně vracejí investorům jejich důvěru v investiční možnosti,“ sdělil Garret Byrne, vedoucí oddělení společnosti Deloitte ve střední Evropě zaměřeného na poskytování služeb při provádění fúzí a akvizic. „I přesto, že objem transakcí zůstane pravděpodobně v nejbližších měsících velmi nízký a dostupnost půjček stále ještě omezená, lidé jsou znovu připraveni reagovat pozitivně na objevující se příležitosti.“

Z průzkumu vyplývá, že i ve sféře soukromého kapitálu se odráží navracející se

optimismus pocíťovaný v západní Evropě a v USA. To ovšem ještě samo o sobě nezaručuje oživení aktivit v oblasti fúzí a akvizic ve střední Evropě, a to ani přes četné názory, podle nichž se bude tomuto regionu dařit lépe než jiným oblastem světa zasaženým globální ekonomickou krizí.

Podle účastníků průzkumu je středoevropský trh v oblasti fúzí a akvizic stále ještě v útlumu. Na druhou stranu už respondenti neočekávají žádný další pokles aktivit na tomto trhu. Pouze podle 19 % z nich dojde k dalšímu propadu. To je ve srovnání s 80 % z průzkumu pořádaného před šesti měsíci výrazný posun. Většina dotázaných (65 %) odhaduje, že aktivita trhu se během příštích šesti měsíců nezmění. „Střední Evropa stále nabízí zajímavé příležitosti,“ vysvětlil Garret Byrne. „Neustále probíhá druhá vlna privatizací a ocenění zůstávají v porovnání se západoevropskými protějšky velmi atraktivní.“

Zatímco posledních šest měsíců se z pohledu odborníků na fúze a akvizice ve střední Evropě vyznačovalo nečinností a stagnací, objevují se dnes již náznaky toho, že pozornost už

se nesoustředí jen na běžnou správu portfolia, ale zájem začíná být i o vyhledávání nových investic a o jejich analýzy, což jsou první známky pozvolného ožívování trhu.

Průzkum dále ukázal, že investoři soukromého kapitálu jsou ochotnější riskovat a 76 % se chystá zvýšit v dalším období své investice. V říjnu 2008 to bylo 66 %. Pro většinu subjektů z oblasti soukromého kapitálu bude ve zbývajících částech roku 2009 hlavním úkolem hledání „pokladů“, jejichž cena vlivem krize výrazně poklesla.

I přes tato příznivá zjištění očekává více než polovina respondentů (51 %) v příštím období další zhoršení ekonomické situace, zatímco podle 43 % se podmínky nezmění. „Na první pohled to sice není nikterak pozitivní zjištění, ale rozhodně jde o významný posun oproti pesimistickému konci loňského roku, kdy celých 92 % účastníků průzkumu očekávalo zhoršení situace a ani jediný dotázaný nevěřil ve zlepšení,“ dodal Garret Byrne. Odborníci z finanční sféry ve střední Evropě kladou v současné době nejčastěji otázku, zda jsme již spadli na úplné dno. „To nám ukáže teprve čas. Důvěra

investorů je stále velice nízká, a tak je ještě příliš brzo na to, abychom hovořili o oživení činností spojených s fúzemi a akvizicemi. Zjištění průzkumu však naznačují, že jsme dna už dosáhli a nejhorší máme za sebou,“ dodal Garret Byrne.

Nejdůležitější zjištění:

- Souhrnně svědčí odpovědi respondentů z dubna 2009 ve srovnání s říjnem 2008 o mnohem větším optimizmu; index vzrostl o 30 bodů.
- Obavy o budoucnost ekonomického prostředí přetrvávají a 51 % dotázaných očekává další zhoršení ekonomické situace.
- V příštím období rozdělí respondenti svůj čas přibližně stejně mezi správu stávajících portfolií a nové investiční aktivity.
- Očekávání týkající se návratnosti investic jsou nadějnější a podíl účastníků průzkumu, kteří věří ve zlepšení, se v dubnu 2009 zvýšil z rekordně nízkých 5 % v říjnu 2008 na 19 %.

(tz)

Nový Opel Astra:

Sportovní šarm s nádechem elegance

Styl nového Opelu Astra je osobitou interpretací oceňovaného dynamického designéřského jazyka automobilky Opel, který kombinuje sochařské umění s příslovečnou německou precizností. Jako první se v tomto stylingu představila Insignia, Astra nové generace nyní vnáší tento image i do třídy kompaktních vozů. Charakteristickými rysy designu nové Astry jsou zřetelné sportovní šarm, který ovšem nepřibíjí celkově elegantní image nového modelu.

Astra nové generace, která se oficiálně představí na zářijovém autosalonu IAA ve Frankfurtu nad Mohanem, dostala aerodynamicky čistě řešenou splývavou karoserii s výrazně skloněným čelním sklem. I z interiéru je okamžitě patrné, že Astra nové generace stanovuje nové standardy designu i kvality zpracování celé své třídy. Kromě toho Opel pro Astru připravil řadu inovativních prvků, spoustu vtipně řešených detailů, odkládacích prostor, návrháři volili vysoce kvalitní materiály. Za zmínku stojí i vylepšená sedadla nebo „bezpečnější“ nárazníky... Astra nové generace se zkrátka může pochlubit takovými komfortními i bezpečnostními vlastnostmi, jaké nejsou ve třídě kompaktních vozů rozhodně běžné.

„Design nové Astry dává okamžitě najevo, že Opel a jeho novinka se rozhodli nabídnout zákazníkovi v nižší střední třídě opravdu to nejlepší, co současný trh může poskytnout,“ říká Mark Adams, viceprezident GM Europe

odpovědný za design. „Podařilo se nám připravit opravdu krásný pětidveřový hatchback, který je ovšem zároveň extrémně bezpečný, komfortní a praktický.“

Exteriérový design dává filozofii Opelu nový náboj

Designéři nové Astry postupovali podle stejné filozofie, se kterou přistupovali k vývoji vysoce ceněné Insignie – i na nové Astře se tedy opakují stylistická témata „křídla“ a „břitu“. Do boků nové Astry je integrovaný efektní břit, který se táhne směrem dozadu a vzhůru, aby se nakonec efektně a harmonicky propojil s linií bočních oken. Křídlaté světlomety, do kterých jsou integrována světla pro denní svícení, opticky snižují výšku vozu a propůjčují mu sportovnější charakter.

Splývavou siluetu zdobí muskulaturní partie boků, které ještě více zdůrazňují sportovní charakter nového modelu. Také „tvář“ nového modelu svým vzhledem respektuje poslední



vývoj designu značky Opel: Menší horní část masky chladiče nese masivní příčné žebro s výrazným znakem automobilky, spodní větší a širší část zvýrazňuje široce rozkročenou dynamickou čelní siluetu Astry nové generace.

Interiér se soustředí na řidiče

Splývavé linie exteriéru nové Astry se zřetelně odrážejí i v jejím interiéru. Návrháři často využívali výrazné, dynamické křivky a pečlivě kombinovali i používané materiály. Vše, čeho se řidič či jeho pasažéři dotýkají, musí být příjemné. Stylisté Opelu připravili speciálně pro novou Astru dvě nové verze kombinace



barevného ladění a výbavy interiéru: Rudou „Spice Red“ a modrou „Ocean Blue“.

Také v interiéru je zřetelně patrná inspirace stylistů tématy „křídla“ a „břitu“. Břit lze snadno rozpoznat například ve tvaru vnitřních madel dveří, základny řadicí páky nebo v dekoru volantů. Inspirace křídlem je zase okamžitě zřejmá z rozklenutého tvaru přístrojového štítu, který jemně obtáčí obě přední

sedadla. Palubní deska naprosto plynule přechází v bocích do tvarovaných výplní předních dveří.

Promyšlené odkládací prostory, vylepšená sedadla, bezpečnější nárazníky

Nový Opel Astra je nejenom velmi atraktivním, ale zároveň i praktickým automobilem – v tom mu pomáhá celá řada promyšlených schránek a úložných prostorů, jako jsou například „mini“ odkládací schránka na straně spolujezdce nebo zásuvka pod pravým předním sedadlem. Nově řešená sedadla nabízejí vysoký komfort a díky skvělé opoře zad snižují i únavu pasažérů.

Zcela nově konstruované „inteligentní“ nárazníky minimalizují riziko vážnějšího poškození nosných struktur vozu při nárazech zezadu i zepředu. Propracovaná konstrukce nárazníků navíc snižuje závažnost poranění chodců při případné kolizi. A v neposlední řadě inovativní nárazníky šetří i peněženku majitele při následných opravách.

Hodnotné materiály umocňují pocit kvality

Designéři a konstruktéři automobilky Opel se při vývoji nové Astry řídili filozofií, že kvalitu musí zákazníci cítit z každého detailu, kterého se dotýkají nebo na který se dívají. Kvalita materiálů je zřejmá např. z texturovaných interiérových dílů, měkkčených povrchů, chromování řady prvků nebo tvarování ovladačů a spínačů.

Kvalita zpracování, kvalita materiálů – Astra v každém ohledu dává najevo své výjimečné postavení ve třídě kompaktních vozů. Tím naplňuje novou designéřskou filozofii automobilky Opel: Sochařské umění v kombinaci s německou precizností. (tz)



Miliontý vyrobený Transporter páté generace

Jubilejní miliontý Transporter páté generace v provedení 1.9 TDI (62 kW) v červené barvě sjel 30. června z výrobní linky v Hannoveru. „Transporter T5 je jedničkou v registracích ve svém segmentu jak v Německu, tak v celé Evropě,“ zdůraznil Stephan Schaller, ředitel značky Volkswagen Užitkové vozy během oslav v továrně v Hannoveru. „Milion vyrobených Transporterů T5 znamená milion zákazníků, vůči kterým neseme odpovědnost. Toto číslo je ale hlavně výsledkem spolupráce všech našich zaměstnanců ve výrobě, vývoji a dalších odděleních a také zásluha naší kvalitní prodejní sítě.“

Kromě Německa patří k nejvýznamnějším trhům v Evropě Velká Británie, Nizozemí a Rakousko.

Úspěšný příběh současného provedení Transporterů začal 3. března 2003, kdy se rozběhla výroba v závodech v Hannoveru a v Poznani. Uzavřená verze vozu vznikají v hannoverské továrně, otevřená provedení pak právě v polské Poznani. Celá série označovaná „T5“ v sobě zahrnuje modely Transporter, Caravelle, Multivan a California, přičemž každá z těchto modelových řad je nabízena ve více variantách. Již od začátku výroby demonstrují

popularitu a kvalitu Transporterů T5 nejvyšší ocenění v daném segmentu: „Van of the Year“, „Transporter of the Year“ (2003), „International Van of the Year“ (2004), „Car of the Year“ (auto motor und sport 2004–2009), „Four-wheel vehicle of the Year“ (Auto Bild Allrad 2005–2009), „Touring vehicle of the Year“ (promobil, 2009) a „Classic vehicle of the future“ (Motor Klasik, 2007).

Transporter T5 je také díky svým širokým



převážným možnostem oblíbenou volbou podnikatelů, poskytovatelů služeb, živnostníků, lokálních autorit, státní správy a dalších jednotlivců. Ať se již jedná o skříňovou dodávku, sklápěč, dvojkabinu, kombi, Caravelle, Multivan nebo Californii – všechny požadavky zákazníků jsou splněny. Modelová platforma T5 se dodává jak s krátkým, tak s dlouhým rozvorem, tak i s klasickým či pravostranným řízením. Celkem se v kombinaci s dostupnými motory, provedeními a výbavami pouze v Hannoveru vyrábí 460 možných kombinací. „Tento počet dokazuje fakt, že umíme naslouchat požadavkům našich zákazníků a vyrábět vozy dle našeho motto: Stavme vozy, aby vyhovovaly potřebám zákazníka,“ řekl Stephan Schaller.

Produkce Transporterů páté generace běží neustále na plné obrátky a jeho miliontý exemplář je stimulem k překonání rekordních 1,7 milionu vyrobených Transporterů předchozí čtvrté generace.

(tz)

Peugeot RCZ – esence silných emocí



V září 2007 odhalil Peugeot na autosalonu ve Frankfurtu své dílo, které nemohlo zůstat bez povšimnutí: koncept 308 RCZ. Myšlenka dát této představě podobu sériově vyráběného vozu se zrodila velmi záhy.

Toto kompaktní kupé 2+2 bylo navrženo jako exkluzivní vůz, esence silných emocí, který je určen pro moderní a náročnou klientelu a příznivce „vozů pro potěšení“. Již název RCZ symbolizuje jeho výjimečné postavení v modelové řadě PEUGEOT. Je to totiž první osobní vůz, který nepoužívá číselné označení s jednoduchou nebo zdvojenou nulou uprostřed.

RCZ, který v současné ekonomické situaci představuje opravdovou výzvu, bude na trh uveden na jaře roku 2010.

(tz)

Výsledek kontrolních akcí provedených v rámci českého předsednictví EU

V souvislosti s výkonem předsednictví České republiky v Evropské unii v prvním pololetí roku 2009 se na různých místech země konala zasedání orgánů EU nebo různá neformální setkání jejích představitelů. Cílem kontroly bylo prověřit úroveň prodeje zboží a poskytovaných služeb majících přímou či nepřímou souvislost s předsednictvím České republiky v EU.

S tímto zaměřením bylo provedeno 490 kontrol. V 224 provozovnách (45,7%) bylo zjištěno porušení platných předpisů.

Kontrol v přímé souvislosti s předsednictvím České republiky EU bylo 126, z toho ve 42 případech bylo zjištěno pochybení. Kontroly prodeje a poskytování služeb v plánovaných místech zasedání či jiných akcí přímo spojených s předsednictvím České republiky v EU byly prováděny většinou ve dvou etapách, první se uskutečnila před vlastním konáním zasedání či akce, druhá pak v jeho průběhu. Jednalo se např. o kontroly v souvislosti s „Neformálním zasedáním ministrů dopravy“ v Litoměřicích, „Konferencí o zajištění energetické bezpečnosti v EU v rámci společného trhu s elektřinou“ v Ostravě či „Neformálním setkání ministrů pro regionální rozvoj členských států EU“ v Mariánských Lázních a dalších.

V nepřímé souvislosti s předsednictvím České republiky EU byly také kontrolovány subjekty např. u hraničních přechodů, na letištích a dopravních terminálech, v turisticky zajímavých lokalitách (zejména pak v okolí památek UNESCO), při významných kulturních a sportovních akcích mezinárodního charakteru a další. Bylo provedeno 364 kontrol tohoto charakteru, z toho inspektoři České obchodní inspekce odhalili 182 kontrol s prohřešky.

Nebyl evidován žádný podnět ke kontrole mající přímou či nepřímou spojitost s předsednictvím ČR v EU či podnět cizího státního příslušníka.

Ve 135 případech bylo zahájeno správní řízení. V 72 případech uložili inspektoři ČOI pokutu na místě v celkové hodnotě 92 500 Kč a ve 23 případech blokovou pokutu v celkové hodnotě 20 000 Kč. V 19 případech byl vydán zákaz prodeje výrobků a ve 23 případech byl vydán zákaz používání neověřených měřidel. V 59 případech byly zajištěny výrobky porušující práva duševního vlastnictví. Také 5 kontrolních zjištění bylo postoupeno věcně a místně příslušným orgánům.

„Podíváme-li se na výsledky, mělo zařazení kontrolní akce jistě své opodstatnění. Kontrolní akce však kladla důraz především na zjištění možných patologických jevů ve spotřebitelské politice – například diskriminace cizinců při uplatňování dvojích cen za stejné zboží či za stejný rozsah poskytnuté služby. Tyto nežádoucí jevy nebyly kontrolami prokázány,“ uvedla RNDr. Jana Příhodová, ústřední ředitelka České obchodní inspekce. „Pouze v 10 případech bylo zjištěno uvedení cen prodáváných výrobků a poskytovaných služeb jen v eurech,“ dodala. Dále byla prověřována správnost účtování a další

zaměření bylo dle specifikace kontrolovaného subjektu. Výsledky provedených kontrol z období českého předsednictví se výrazně neliší od dosavadních zjištění při kontrolách souvisejících s cestovním ruchem. V zájmu zachování dobrého jména České republiky v očích

zahraničních návštěvníků se jako žádoucí jeví monitorování i při dalších mezinárodně sledovaných akcích, které se v České republice uskuteční.

(tz)

Burza výrobních kapacit na Mezinárodním strojírenském veletrhu

14. září 2009 – Výstaviště Brno, pavilon P



Burza výrobních kapacit je zajímavá novinka, která obohatí doprovodný program **Mezinárodního strojírenského veletrhu** v Brně dne 14. září 2009 v pavilonu P, který byl otevřen teprve letos v červnu.

Burza výrobních kapacit je **jednodenní obchodní setkání, jehož cílem je nabídnout a poptat volné výrobní kapacity** v oblasti kovozpracujícího průmyslu. Tato potřeba je aktuální v souvislosti s poklesem zakázek a výroby v řadě průmyslových podniků, čímž vznikly volné výrobní kapacity, které lze nabídnout.



Obr. Výstavovatelé se budou prezentovat jednoduchými prezentačními místy.

Poptávající firmy zde mohou získat nové subdodavatele s nižší cenovou nabídkou, a tím se lépe vyrovnat s tlaky na cenu své produkce. V neposlední řadě může Burza sloužit k nabídce kapacit v oblasti speciálních technologií, které se řadě firem nevyplácí pořizovat.

Burza tedy nepředstavuje nabídku konkrétních výrobků, tzn. strojů, náradí, materiálů apod., ale výrobních příležitostí pro zakázky dle požadavků a dokumentace zadavatele.

Nabízejícími na Burze výrobních kapacit mohou být jednotlivé provozy větších výrobních podniků, např. slévárny, nástrojárny, modelárny, obráběcí provozy, zámečnictví, provozy tepelných a povrchových úprav apod., které kromě výroby dílů pro produkci své firmy mají externí zakázky /viz oborové členění/. Dalším okruhem nabízejících mohou být malé a střední specializované výrobní firmy, které vyrábějí na zakázku díly a komponenty pro větší firmy.

Forma prezentace je jednoduchá – nabízející firmy mohou prezentovat svoji nabídku v jednoduchých unifikovaných expozicích, jejichž cena je zajímavá i pro malé firmy.

Poptávajícími mohou být pracovníci oddělení nákupu a kooperace větších výrobních podniků a také firmy, které potřebují využít speciální technologie, které nevlastní.

Trvalejší informační hodnotu bude mít **Katalog výrobních kapacit**, v němž budou uvedeny všechny nabízející firmy. Katalog obdrží poptávající návštěvníci a bude k dispozici i návštěvníkům MSV. Do katalogu se mohou registrovat formou inzerce i firmy, které se nebudou účastnit Burzy osobně.

Data získaná v průběhu přípravy Burzy od nabízejících, inzerentů a ostatních zájemců budou převedena do připravované **internetové aplikace Subcontractor.cz a Subcontractor.sk**. Cílem aplikace je postupně vybudovat ucelený informační systém o nabídce a poptávce volných výrobních kapacit v České a Slovenské republice.

Poptávající – návštěvníci Burzy výrobních kapacit budou na akci cíleně a adresně pozváni a samozřejmě organizátoři předpokládají i zájem návštěvníků a vystavovatelů MSV. Vstup na Burzu je bezplatný.

Přihlášky k fyzické účasti mohou zájemci zaslat nejpozději do 14. 8. 2009, poptávající návštěvníci se mohou bezplatně registrovat do 11. 9. 2009 (obdrží tak Katalog výrobních kapacit).

Burzu výrobních kapacit organizačně zajišťuje výstavnická společnost Omnis Olomouc, a.s. z pověření veletržní správy Veletrhy Brno a.s., bližší informace získáte na www.omnis.cz nebo **tel./fax: 585 232 097, hmerkova@omnis.cz**.

Základní oborové členění Burzy výrobních kapacit:

- 010 – Slévárna
- 020 – Modelárna
- 030 – Příprava materiálu
- 040 – Nástrojárna
- 050 – Kovárna
- 060 – Lisovna
- 070 – Kovoobrábění
- 080 – Svařování
- 090 – Zámečnictví
- 100 – Tepelné zpracování kovů
- 110 – Povrchové úpravy kovů
- 120 – Montáže
- 170 – Obchodní zajištění kooperací
- 180 – Instituce



Obr. Nově postavený pavilon P, otevřený u příležitosti autosalonu.

Festival duchovní hudby v Olomouci již po šestnácté, a v novém!

Milovníci hudby z Olomouce a širokého okolí jsou již dozajista zvyklí na koncerty Podzimního festivalu duchovní hudby, které po patnácté sezon zdobily umělecký život v tomto regionu. Nejinak tomu bude i letos a již nyní se mohou těšit na ročník šestnáctý, jehož přípravy jsou v tuto chvíli v plném proudu.

Pořadatelé festivalu, který je letos opět počten záštitou Mons. Jana Graubnera a koná se za finančního přispění Olomouckého kraje, Statutárního města Olomouce a Ministerstva kultury České republiky, přichystali šestici velmi zajímavých koncertů, které opět na přelomu září a října (19. 9. – 24. 10. 2009) rozezvučí působivé prostory olomouckých chrámů a duchovních památek, k jejich provedení přizvali přední české i zahraniční umělce.

Největším lákadlem festivalu bude pravděpodobně trojlístek velkých oratorně-kantátových koncertů, v čele s hudebně podmanivými Nešporý Sergeje Rachmaninova v provedení Slovenského filharmonického sboru, Stabat mater Josefa Haydna s Moravskou filharmonií Olomouc a Speváckým sborem města Bratislavy pod takovkou dirigenta Petra Altrichtera a koncertní provedení duchovního dramatu Julese Masseneta Maří Magdalena, které společně s Janáčkovou filharmonií Ostrava, Čes-

kým filharmonickým sborem Brno a sólisty nastuduje dirigent Jaromír M. Krygel.

Zvláštností letošního festivalu bude uvedení Jazzové mše Jaromíra Hniličky – proslulého jazzového aranžéra, skladatele a trumpetisty Orchestru Gustava Broma. Pořadatelé nezapomněli ani na komornější typy koncertů a pozvali soubor specializující se na historicky poučené provádění renezanční a barokní hudby Octopus Pragensis, který přednese duchovní díla vrcholných renezančních mistrů G. da Venosy,

H. L. Hasslera, Ch. Luytona a dalších. Na dalším komorním koncertu vystoupí přední česká harfenistka Kateřina Englichová společně s hobojistou Vilémem Veverkou a hercem Bořivojem Navrátillem, který večer ozvláští přednesem duchovní poezie.

Bez zajímavosti jistě není ani skutečnost, že od letošního ročníku se bude Podzimní festival duchovní hudby v Olomouci na veřejnosti objevovat v novém grafickém pojetí, jež by mělo více korespondovat se současnými vizuálními trendy a vycházet z barev podzimu. Doufejme, že se nový kabát festivalu, ale stejně tak i připravované koncerty budou nadále líbit a těšit takové podpoře, jako tomu bylo doposud.

www.podzimni-festival.cz



Partneři



Mediační partneři



MORAVA



Charita a zaměstnanci ŠkoFIN

Zaměstnanci společnosti ŠkoFIN se rozhodli podpořit charitativní projekty jak po organizační stránce, tak i vlastními finančními prostředky. Vybrali si tři různé projekty: „Projekt Panenka“ – na podporu zdravotní péče v rozvojových zemích, „Adopce na dálku“ – pro umožnění vzdělávání a následnou lepší kvalitu života dětí v rozvojových zemích a „Projekt Zvířátko“ – pro udržení počtu a další rozvoj chovu cizokrajných zvířat a některých zvířat na pokraji vyhynutí v pražské zoo.

Ačkoliv ŠkoFIN financuje dlouhodobě různé charitativní projekty, jeho zaměstnanci se rozhodli aktivně vyjít vstříc také projektům, které pomáhají lidem v nelehkých životních situacích. „Velice si vážím našich zaměstnanců, kteří aktivně vstupují do těchto projektů a nespolehají se jen na aktivity firmy v této oblasti,“ uvedla Jiřina Tapšíšková, jednatelka společnosti odpovědná za oblast personalistiky.

Jedná se o projekt očkování proti epidemickým, nebezpečným, anebo dokonce smrtelným chorobám v rozvojových zemích. Přestože je

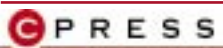
u nás i všude v Evropě součástí běžné zdravotní péče, v mnoha rozvojových zemích to pravidlem zdaleka není, a tak zde děti umírají na běžné choroby vlivem neočkování a nedostatku léků a další lékařské péče. Organizace UNICEF proto zahájila projekt na podporu očkování dětí nazvaný „Panenka“. Za 600 Kč (průměrné náklady na očkování jednoho dítěte: očkovací látka, injekční stříkačky, jehly, zaškolení pracovníka) si lze panenku zakoupit přímo na stránkách www.unicef.cz. Klientské centrum ŠkoFIN pořádá průběžnou sbírku od září 2008, pravidelně panenky kupuje a sbírá. Zakoupené panenky si mohou zaměstnanci ŠkoFINu prohlédnout v klientském centru. V nejbližší době mají být předány do vybraného dětského domova českým dětem na hrani.

Adoptovat na dálku dítě z Afriky, Indie, ale i Asie je populární a účinná forma dobročinnosti. Stačí si vybrat malého chlapce či holčičku a v podobě finančních darů, ale také dopisů či dárků, zajistit jeho vzdělávání, utvářet jeho názory a podpořit naději na lepší budoucnost. Zaměstnanci ŠkoFINu se v roce 2006 rozhodli

adoptovat ugandského chlapce jménem Alex. V letošním roce dosáhl věku 18 let a žije s matkou a pěti sourozenci na hranici životní chudoby. Všichni adoptivní rodiče z něj mají radost, protože s nimi pravidelně komunikuje, studium se mu daří a v budoucnosti se chce stát lékařem.

Vzhledem ke stále rostoucím nákladům na údržbu, krmení, péči a odborný personál se pražská zoo rozhodla, místo drastického zvyšování vstupného, požádat o pomoc při péči o zvířata každého z nás. Pracovníky klientského centra ŠkoFIN tato možnost zaujala, a tak v současné době probíhají jednání o adoptování tučňáka. Přestože klientské centrum začalo se sbírkou teprve nedávno, již přispělo více než 50 zaměstnanců. Po poukázání příslušné částky na účet zoologické zahrady bude po dobu jednoho roku u jeho expozice cedulka se jménem adoptivního rodiče. Pracovníci klientského centra připravují víkendový výlet do pražské zoo, aby společně s dalšími kolegy, kteří se projektu zúčastnili, navštívili své adoptované zvířátko a seznámili se s aktuální situací pražské zoologické zahrady. (tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



Computer Press, a. s.
distribuce@cpres.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>

Kuchařka pro zdraví

Barbara Rowe, Lisa Davis

Chcete jíst nejen chutně, ale také zdravě? S touto knihou obsahující na 100 chutných receptů můžete začít již dnes – obohatit svůj jídelníček o omega-3 mastné kyseliny, vlákninu i antioxidanty.

Spalte tuky správným jídlem!

Dr. Ulrich Strunz

Štíhlá nebo štíhlý napořád – tento efekt přináší nová dieta, kterou vypracoval německý lékař a která je založena na vlastnostech metabolismu, rychlosti a účinnosti spalování energie a na vhodné kombinaci potravin.

Psychologie prožitku a dobrodružství

Jiří Kirchner a kol.

Dozvíte se o souvislostech spojených s rizikem a stresem, budete seznámeni z různými teoriemi, např. vyhledávání mimořádných prožitků či koncept „flow“. V knize se dočtete, jak vlastní prožitky působí na osobnostní růst a jak se dají pedagogicky využít.

Pět příčin selhávání týmů

Patrick M. Lencioni

Autor postupně odhaluje a do hloubky rozebírá pět oblastí, se kterými mají týmy (často i ty nejlepší) problémy. Ukazuje účinný model a konkrétní akční kroky, které lze podniknout ke zdoání těchto obecných překážek a k vybudování kompaktního a efektivního týmu.

Francie

Rosemary Bailey

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

ČMSS prodlužuje nabídku zhodnocení počátečního vkladu

Nabídka Českomoravské stavební spořitelny novým klientům na zvýhodnění jejich počátečního vkladu mimořádným bonusem se setkala s velkým ohlasem veřejnosti. ČMSS proto tuto jedinečnou nabídku, vypsanou pro období duben až červen, prodlužuje o další tři měsíce.

Uzavře-li zájemce, který až dosud s Liškou nikdy nespořil, v období od 1. července 2009 do 30. září 2009 smlouvu o stavebním spoření se standardními podmínkami na cílovou částku minimálně 300 000 korun a do 31. ledna 2010 vloží na tuto novou smlouvu částku 30 000 korun, zhodnotí ČMSS uvedený vklad 10 %.

99 tipů pro úspěšnější reklamu

Monika Monzel

Praktická a čtivá knížka plná konkrétních rad a tipů vám pomůže odhalit možnosti reklamy, ukáže vám šance a rizika jednotlivých reklamních nástrojů a poradí, jak lépe využívat a pro vaši firmu optimalizovat různé formy reklamy.

Delegování jako způsob manažerského myšlení

Martin Cipro

Publikace se zaměřuje na skryté příčiny neochoty delegovat, na analýzu manažerovy motivace k delegování a na hledání východiska z tohoto problému. Objasňuje přínosy delegování pro manažera, pracovníka a firmu, ukazuje jak správně delegovat a jaké jsou znaky špatného delegování.

Mezinárodní management

Pavel Štrach

Kniha je určena zejména managementu nadnárodních firem, personalistům, studentům vysokých škol a MBA studií a firemním poradcům. Věnuje se prostředí mezinárodního managementu, mezinárodnímu obchodu, strategiím nadnárodních firem, globálním produktům, lokálním trhům atd.

Velká kniha umění slovní sebeobranu

Matthias Nöhlke

Pojďte se naučit, jak se v náročných situacích blýsknout přesně zacílenou odpovědí. Dozvíte se, jak si ubránit svou suverenitu ve styku s lidmi, kteří se k vám nechovají s respektem, jak odrazit dotěrné či neférové otázky, jak zvolit správná slova či které techniky je možné natrénovat, aby vaše reakce pak byly co nejtrefnější. ■

Rozpočet a politiky Evropské unie

Petr König a kol.

Autoři si kladou za cíl představit čtenářům charakter a strukturu rozpočtu Evropské unie prostřednictvím příjmového naplnění a konkrétních výdajových politik, a to mimo jiné právě i z úhlu pohledu jejich rozpočtové náročnosti.

Čtenář tak získá plastičtější představu o roli rozpočtu v procesu evropské integrace a bude schopen si historický vývoj jednotlivých politik propojit s přesnou řečí čísel. Dalším cílem autorů je přispět do debaty o možných změnách příjmové i výdajové strany rozpočtu, která bude probíhat nejen v roce 2009, kdy má Evropská komise představit svůj reformní návrh, ale též v letech následujících. ■

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

MMR vítá iniciativy asociací cestovních kancelářů

Ministerstvo pro místní rozvoj je připraveno zahájit širokou diskuzi o úpravě pravidel pro získávání koncese a provozu nových cestovních kancelářů. Ministerstvo prověřuje žádosti o udělení koncese pro provozování cestovní kanceláře. Úloha ministerstva ovšem přichází až poté, co žadatelovy doklady posoudí příslušný živnostenský úřad dle požadavků stanovených živnostenským zákonem. MMR poté prověřuje pouze náležitosti vyplývající z § 5 zákona č. 159/1999 Sb. v platném znění, a to smlouvu s pojišťovnou, podnikatelský záměr a čestné prohlášení. Pokud je vše v pořádku a žadatel splní všeobecně platné podmínky pro provozování živnosti cestovní kancelář, může koncesi získat.

„Ministerstvo sleduje především to, zda má cestovní kancelář platnou smlouvu s pojišťovnou proti úpadku. Tímto chrání klienty cestovních kancelářů,“ uvedl ministr Vondruška.

Ministr nyní vzhledem k současným problémům některých cestovních kancelářů přivítal iniciativy, vzešlé od asociací sdružující cestovní kanceláře.

„Například úprava pravidel ve smyslu důkladnějšího prověřování žadatelů a jejich společníků o koncesi pro novou cestovní kancelář bude určitě jedno z témat, které budu v září ▶

NAŠE KAVÁRNA

Zdeněk Mojžíšek do vedení Progress Medical, a.s.

Zdeněk Mojžíšek byl jmenován předsedou představenstva a generálním ředitelem společnosti Progress Medical, a.s. s účinností k 1. červenci 2009. Do vedení investiční společnosti přichází z Komerční banky, kde působil naposledy ve funkci Výkonného ředitele pro marketing a business development.

„Sluneční brána na východ“ má nové vedení

Novým ředitelem firmy SONNENTOR s.r.o. je Ing. Josef Dvořáček (37). Bude mít rozhodující úlohu při další expanzi rakouského producenta biobylin a koření směrem na východ.

Předsedou DR České pošty Ing. Jiří Maceška

Na zasedání dozorčí rady České pošty byl jejími členy zvolen do funkce předsedy Ing. Jiří Maceška, kterého zakladatel jmenoval novým členem rady k 1. 7. 2009. Ve funkci předsedy tak nahradil Mgr. Zdeňka Zajíčka, který k 30. červnu na řízení dozorčí rady rezignoval. Ten byl zvolen za jejího místopředsedu.

Vladimír Vošický, nový ředitel prodeje Peugeot ČR

Funkci ředitele prodeje společnosti Peugeot Česká republika zastává od 1. července Vladimír Vošický (46 let). Do společnosti Peugeot přichází z pozice ředitele prodejní divize značky Ford v Rumunsku. (tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

GE Money odpracovala 3700 hodin na dobročinnosti

Zaměstnanci GE Money ze sdružení dobrovolníků GE Volunteers Elfun odpracovali od ledna do června tohoto roku 3700 dobrovolnických hodin. Strávili tedy více než 462 osmihodinových pracovních dní na charitativních akcích po celé republice. Ve srovnání se stejným obdobím roku 2008 se jedná o trojnásobný nárůst počtu hodin věnovaných dobročinným účelům. Na 242 dobrovolníků pomáhalo organizovat dohromady 51 akcí, mezi které patří například celorepubliková roadshow o bezpečnosti dětí na cestách pořádaná nadací Besip. Zaměstnanci GE Money také zajišťovali sportovní hry dětských domovů v Moravskoslezském kraji, a v rámci projektu Veselá škola/ka malovali školy nebo podpořili akci „Darujte sebe!“ zaměřenou na pomoc týraným dětem.

„GE Volunteers Elfun se soustředí na charitativní pomoc ve třech základních oblastech – děti a jejich vzdělání, pomoc znevýhodněným občanům a uchování životního prostředí. Proto klademe silný důraz na dobrovolnickou pomoc s pořádáním a organizací akcí zaměřených na tyto tři cíle, stejně jako na finanční pomoc,“ řekla Tina Theodorou, manažerka CSR projektů GE Money v ČR. (tz)

▶ iniciovat poslancům k projednání,“ uvedl důle ministr.

Ministerstvo zároveň odmítá, že by spolupracovalo s jakoukoli asociací na tvorbě etického kodexu či žebříčku hodnocení CK.

„Je důležité, aby asociace, které u nás zastupují cestovní kanceláře, jednaly vůči ministerstvu ve shodě. Tímto sladěním požadavků je možné vést efektivní a smysluplnou diskuzi o dalších opatřeních,“ uvedl Vondruška.

Ministerstvo společně s profesními asociacemi a odborníky připravuje další opatření pro efektivnější fungování cestovního ruchu. Jednotlivé požadavky na legislativní změny chce už v září předložit k projednání poslancům. (tz)

Podle studie Cisco práce z domova zvyšuje produktivitu a šetří firmám náklady

Průměrný evropský zaměstnanec dojíždějící za prací překoná každý den okolo 74 kilometrů. Oproti tomu jeho kolegové z USA či Kanady mají cestu do práce a zpět v průměru 48 kilometrů, Japonci pak 42 kilometrů a zaměstnanci v zemích Asie a Tichomoří pouze 22 kilometrů. Tyto údaje vyplývají z vnitropodnikové studie mezi téměř 2000 zaměstnanci společnosti Cisco, která poukazuje na to, že jedním z možných řešení, jak omezit časovou ztrátu a výdaje vznikající dojížděním, je práce z domova. Nejenže ušetří výdaje zaměstnavatelé, ale obecně přispívá k větší spokojenosti zaměstnanců, aniž by snižovala jejich výkonnost.

„Jako pracující matka oceňuji výhody práce na dálku. Díky moderním technologiím, které umožňují velice kvalitní přenos hlasu a videa, jsem nyní schopná vyřídít ráno několik jednání s Evropou, zaběhnout v poledne s dětmi k lékaři, odpoledne stihnou schůzku se svým týmem, pomohu dětem s úkoly a večer zvládnou ještě setkání s Asií,“ potvrdila Carina Reyes, manažerka divize Operations ze společnosti Cisco.

Společnost Cisco u svých zaměstnanců zjišťovala, jaký má práce z domova vliv na jejich výkon-

nost. Zajímal se rovněž o dopady práce z domova na fungování celé společnosti. Studie ukázala, že necelých 70 % zaměstnanců zvýšilo produktivitu práce, aniž by tím utrpěla jejich komunikace s kolegy. V některých případech naopak došlo ve firemní komunikaci k výraznému zlepšení. Okolo 80 % pracovníků uvedlo i větší spokojenost v soukromém životě. Z výsledků studie dále vyplynulo, že díky práci z domova společnost jen loni ušetřila téměř 277 milionů dolarů.

Práce na dálku se ukázala také velice ekologicko-

kou. Podle výsledků studie má totiž pozitivní vliv nejen na produktivitu zaměstnanců, ale i na životní prostředí. Tím, že zaměstnanci nemusejí dojíždět za prací desítky kilometrů denně a místo toho spolu komunikují na dálku, se ušetří jednak na palivu a jednak dochází ke snížení znečištění způsobeného vypouštěním skleníkových plynů. Za minulý rok Cisco ušetřilo 10,3 milionu dolarů na palivu. V roce 2008 tak bylo jednou jedinou společností zabráněno vypuštění přibližně 47320 tun emisí skleníkových plynů.

Podle společnosti Cisco se v souvislosti s globalizací, modernizací pracovní síly a tlakem na snižování nákladů firmy snaží vyvíjet nejrůznější strategie pro práci na dálku, které by jim pomohly snížit náklady a zároveň si udržet své talentované zaměstnance. Cisco umožňuje svým zaměstnancům práci z domova prostřednictvím svých vlast-

ních nástrojů, jako jsou Cisco Virtual Office nebo Cisco WebEx. Využitím těchto nástrojů se změnila skladba pracovního týdne řady zaměstnanců společnosti.

Podle studie například průměrný zaměstnanec společnosti Cisco nyní pracuje dva dny v týdnu na dálku a 60 % ušetřeného času věnuje práci a 40 % svému volnému času. Okolo 40 % zaměstnanců ani nesídlí ve stejném městě jako jejich nadřízený. Zhruba 75 % zaměstnanců uvedlo, že práci odevzdávají dříve než v minulosti. Více než 91 % dokonce přiznalo, že práce na dálku přispívá k jejich celkové životní spokojenosti, což firmě pomáhá udržet si kvalitní zaměstnance.

Studie mezi 1992 zaměstnanci společnosti Cisco proběhla na konci roku 2008. Zúčastnili se jí zaměstnanci z Evropy, Asie a Tichomoří, Japonska, USA, Kanady a dalších. (tz)

Správné vychlazení za pomoci Helios Orange

Společnost A-Z CHLAZENÍ, s.r.o. je již od roku 1997 významným velkoobchodem s klimatizacemi a chladicími zařízeními. Specializuje se také na montáž a servis. Od letošního roku její aktivity podporuje podnikový informační systém Helios Orange z produkce Asseco Solutions.

V předchozích letech vedla společnost své účetnictví externě. Pro oblast skladů zde byl používán systém na platformě DOS, který byl pro společnost vyvíjen na míru. Další evidence byly vedeny mimo systém, v papírové podobě nebo v excelu či wordu. Byl proto problém cokoli vyhodnocovat či plánovat, neboť snadno mohla vzniknout chyba. CRM zde chybělo úplně.

Celou situaci komplikovalo i to, že společnost

provazuje E-shop, který není napojen na systém.

Postupně se však čím dál více projevovала nutnost změny. Vedení společnosti o ní začalo intenzivně uvažovat zejména ve chvíli, kdy již zastaralý DOSovský skladový systém přestal mít jakoukoli podporu.

„Měli jsme strach z toho, že systém zkolabuje, což by způsobilo velké problémy,“ vzpomněl Roman Kozoň, jednatel A-Z CHLAZENÍ. „Chtěli jsme zavést komplexní informační systém, kde bychom jednu věc nemuseli zadávat vícekrát. Dalšími důvody pak byly zejména absence CRM – možnost sledování obchodního procesu, kontaktní jednání atd. Kromě toho jsme cítili potřebu řešit v rámci informačního systému servis, konkrétně

evidenci servisu, dispečink, použitý materiál na dané zařízení, pravidelný servis atd.“ dodal.

Společnost také měla v úmyslu do budoucna rozjet nový e-shop, který by měl přímou vazbu do nového systému, kde by se evidoval stav zboží na skladě, cenové úrovně pro VIP zákazníky. Prostě, aby e-shop ve všech směrech dokázal s novým systémem komunikovat.

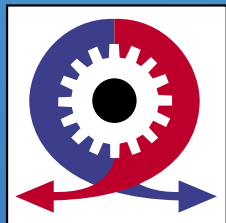
Dalším důvodem pro změnu byla potřeba vyhodnocovat, plánovat a sdílet informace, což bylo ve stávajícím stavu velice obtížné.

První jednání výběrového řízení začala v prosinci roku 2008. Rozhodovalo se zde mezi dvěma systémy, oběma z produkce českých firem. V únoru 2009 proběhla série prezentací a na konci dubna došlo k podpisu smlouvy se společností LCS na dodávku systému Helios Orange.

V tu dobu společnost A-Z CHLAZENÍ rovněž zpracovávala projekt do operačního programu ICT v podnicích.

Na otázku, proč volba padla právě na Helios Orange, odpověděl rovněž Roman Kozoň: „Měli jsme na Helios Orange pozitivní reference. Je to otevřený systém, řadu věcí si můžeme udělat sami s pomocí vlastního IT pracovníka. Na základě uskutečněných prezentací jsme si ověřili, že tento systém je pro nás vhodným řešením a že dodavatelská firma problematice skutečně rozumí. Dalším důvodem pro naše rozhodnutí byla skutečnost, že dodavatel systému má pobočku v Hradci Králové, kde naše společnost sídlí. Předpokládali jsme tedy jistotu podpory a samozřejmě i snížení nákladů na implementaci.“

(tz)



MSV 2009

51. mezinárodní strojírenský veletrh



5. mezinárodní veletrh dopravy a logistiky

14.–18. 9. 2009
Brno – Výstaviště

www.bvv.cz/msv

www.bvv.cz/translog



Registrace návštěvníků

Zaregistrujte se on-line před svou návštěvou veletrhu a ušetříte čas a peníze!
www.bvv.cz/msv

Veletrhy Brno, a.s.
Výstaviště 1
647 00 Brno
tel.: +420 541 152 926
fax: +420 541 153 044
e-mail: msv@bvv.cz
www.bvv.cz/msv

Central European Exhibition Centre



BVV



Veletrhy Brno

Léto na splátky - elektronika

Z letošních výsledků společnosti Cetelem vychází najevo, že čeští spotřebitelé mají i v letních měsících zájem o nákupy zboží na splátky. Vedoucí příčku si pevně drží černá elektronika, následují počítače a notebooky, třetí příčku obsadily mobilní telefony.

„České domácnosti uskutečnily za poslední měsíce tohoto roku nejvíce nákupů na splátky v segmentu elektroniky. Jde zejména o černé elektro, osobní počítače či notebooky a mobilní telefony. V meziročním srovnání pak sledované komodity nevybočují ze standardu,“ uvedl Tomáš Chlíbec, ředitel Obchodní správy společnosti Cetelem.

V segmentu prodeje elektroniky spolupracuje Cetelem s významnými obchodními partnery, mezi které například patří i síť elektroprodejen Euronics. „V průběhu letošního léta sledujeme zvýšený zájem o LCD televize, které začínají vytlačovat z trhu plazmové televize. Důvodem je jejich přijatelná cena a nižší spotřeba energie,“ uvedl Bohuslav Komín, mluvčí společnosti Euronics ČR, a.s. Další významnou komoditou je bílé elektro. Klienti nejvíce nakupují ledničky, mrazničky a pračky. „V posledních měsících jsme zaznamenali nárůst v řádu jednotek procent v porovnání s loňským rokem,“ dodal B. Komín.

V prodejních místech obchodních partnerů nabízí Cetelem svým klientům možnost nákupu zboží na splátky v nejrůznějších formách. Mezi nejčastěji využívané patří úvěr „1/10“ (10 % akontace, a pak 10 % měsíčně po dobu 10 měsíců), úvěr „1 % měsíčně“ (0 % akontace, a pak měsíčně navýšení 1 % z částky po dobu splácení) nebo opční úvěr s možností doplacení do 6, 9, 12 měsíců bez navýšení.

(tz)

VELETRH NARUBY - novinka na MSV 2009

Významnou novinkou letošního ročníku Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně bude dvoudenní projekt v gesci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR s názvem „Subdodavatelský veletrh NARUBY“ (16. – 17. září 2009). Jde o jedinečnou příležitost pro vyhledání dodavatelů nových komponentů a výrobků, které vystavovatelé poptávají.

Subdodavatelský veletrh „NARUBY“ při MSV 2009 má za cíl pomoci vyhledat výrobním společností nové subdodavatele v České republice. Přínosy pro vystavovatele jsou evidentní - navázání kontaktů se subdodavateli, lokalizace nových subdodavatelů a využití místních subdodavatelů – vše za účelem snížení výrobních nákladů.

„Najít spolehlivého dodavatele samozřejmě

firmy taky něco stojí a trvá to značný čas. My tedy firmám, které stojí před problémem najít vhodného subdodavatele (výrobce) tento problém řešíme tím, že jim subdodavatele pozveme na jedno místo v jednom čase a mohou je efektivněji identifikovat než klasickými metodami výběrových řízení,“ vysvětlil záměr Jiří Erlebach, PR manažer veletrhu MSV.

Na „veletrhu naruby“ vystavují oddělení nákupu a vývojová oddělení firem, pro které hledají nové (sub)dodavatele; návštěvníci se budou rekrutovat z oblasti subdodavatelé komponentů a výrobků. Exponáty proto nebudou hotové výrobky, které hledají svůj odbyt, ale naopak výrobky nebo komponenty, pro které se hledají (sub)dodavatelé.

Tato „match-makingová“ výstava se bude konat 16. – 17. 9. 2009, tj. pouze dva dny a je

určena pro obory strojírenství, energetika, elektrotechnika a elektronika, dopravní prostředky - zejména železniční doprava a letectví, automobilový průmysl a podobně. Organizátorem je společnost Veletrhy Brno, a.s. a odborným sponzorem a spoluorganizátorem je CzechInvest, česká agentura pro podporu zahraničních investic.

Prezentace vystavovatelů v rámci veletrhu „NARUBY“ při MSV 2009 bude zajištěna formou typových expozic. V balíčku je obsažen stánek 4 x 5 m, tj. 20 m² vč. 2 konferenčních stolků, 8 židlí, 2 vystavovacích pultů, označení společnosti na límci expozice, základní osvětlení (4 světla), další vybavení na objednávku. Nechybí ani možnost využití společných jednacích místností pro obchodní jednání, tlumočnické služby a obchodní poradenství v oblasti

subdodavatelů z ČR zajišťované agenturou CzechInvest.

Návštěvníci se mohou registrovat nejpozději do 13. 9. 2009. Podrobnosti a formuláře pro přihlášení a registraci jsou k dispozici na www.bvv.cz/msv-subcontracting.

Další partneři projektu:

- Německo-česká obchodní komora, Praha
- Francouzsko-česká obchodní komora, Praha
- Taiwanská hospodářská a kulturní kancelář, Praha
- UK Trade and Investment
- JETRO – Japan External Trade Organisation

(tz)