

DHL spoléhá na znalosti o trhu a obratně reaguje na jeho potřeby

O vývoji exportu, krizové teorii W i dalším ročníku Exportní ceny DHL HSBC hovoří Ing. Luděk Drnec, Managing Director Marketing & Sales DHL Express v České republice

Export se před lety stal trvalou výzvou pro velké množství domácích firem. Začali o něm přemýšlet i v těch firmách, kde nebylo třeba čekat na signál budoucnosti. K vývozním aktivitám velkých podniků přibýlo hodně dalších, jimiž se na nové trhy vrhly menší firmy. Mnohé z těch, které uspěly, zná odborná veřejnost například ze soutěže Exportní cena DHL, již po léta vyhlašuje DHL Express v ČR, CzechTrade a partneři. Její vyhlášení se kvapem blíží. Její výsledky jsou svým způsobem indikátorem ke komentářům, jež charakterizují českou ekonomiku. Jak úspěšné je podnikání a export, se však dá vyčíst i z denní praxe společností, které se zabývají přepravou. Slovo má Ing. Luděk Drnec, Managing Director Marketing & Sales DHL Express v České republice:



Ing. Luděk Drnec, Managing Director Marketing & Sales

Hospodářské výsledky DHL a vývoj českého exportu jsou spojené nádoby. Jak hodnotíte současnou situaci? Jsou signály k optimizmu?

Pokud jde o vývoj českého exportu, tak ten je extrémně závislý na tom, co se děje v našich nejsilnějších exportních destinacích, tedy v Německu, UK, Francii, USA případně ve zbytku EU. A tam si myslím, že je k nějakému optimizmu ještě daleko. Osobně si myslím, že se naplní teorie tzv. W, tedy že krize bude mít dvě dna. Jedno bylo začátkem roku a to druhé nás dle mého čeká teď na podzim, kdy nepříjde obvyklý podzimní nárůst prodeje, a tím pádem ani přeprav. Patřím mezi ty, kteří se především obávají propadu spotřeb domácností i firem. Zejména pak privátní spotřeba bude postižena tím, že lidé ještě počátkem roku měli peníze z loňských bonusů, využívali limitů na kreditních kartách a žili víceméně stejně jako před krizí. Pak si v létě ještě pořídili dovolenou, ale teď už opravdu všichni utahují opasky. Máme signály zejména z oblasti prodeje bílé i černé elektroniky, sportovních potřeb, oděvů atd. a jsou obavy, jak velký a zda vůbec bude obvyklý předvánoční nárůst. A toto se neděje jen v Česku, ale po celém světě, a tím pádem i naši exportéři trpí a s nimi trpí i přepravci včetně DHL.

Můj názor je ten, že první skutečné oživení můžeme čekat nejdříve ve 2. čtvrtletí roku 2010, a to zčásti také proto, že se již budeme srovnávat s nízkými čísly roku letošního. Ale budu rád, když se budu v tomto mýlit...

Do které destinace dnes směřuje nejvíce záledek a v jakém odvětví?

Jak jsem již zmínil, struktura destinací našich zásilek kopíruje strukturu českého zahraničního obchodu. Nejsilnější destinací je samozřejmě Německo, následuje Velká Británie, USA, Francie, Slovensko atd. Také složení oborů nás využívajících odpovídá rozložení sil v českém průmyslu – nejvíce zásilek jde z automobilního průmyslu, elektroniky a strojírenství.

Jak bojují menší a střední podniky o své místo na slunci – je stále řada firem, které krizi čelí a díky řadě faktorů mají odbyť...

Malé a střední firmy to mají samozřejmě v krizi složité podobně jako velké průmyslové kolosy. V něčem samozřejmě i těžší, např. mají určitě složitější přístup k úvěrům a financování svých projektů. Také díky tomu, že nikdy nevybudovaly velký „backoffice“, nemají teď moc prostor, kde jednorázově a rychle redukovat

náklady, protože již před krizí byly tyto firmy velmi „nákladově štíhlé“. Na stranu druhou, na rozdíl od velkých korporací, dokáží rychle reagovat, hledají nové trhy a mnoho z nich bere krizi jako příležitost získat nová odbytiště, a nikoliv jako možnost vytvořit nové projektové týmy a interní reporty. I v rámci minulých Exportních cen jsme měli možnost poznat a ocenit řadu firem, které měly originální myšlenku, dokázaly ji přeměnit ve výrobek a ten pak vyvážet v mnoha případech i do velmi exotických oblastí.

Jaké novinky byste rád domácí klientele přiblížil, v čem mohou být inspirativní do budoucna?

DHL jakožto světový i český leader trhu expresní přepravy samozřejmě trvale optimalizuje svoje portfolio služeb a v tomto se maximálně nechává inspirovat našimi klienty. Z nedávné minulosti jako příklad mohu určitě zmínit produkt GoGreen, anebo významné rozšíření garantovaného doručování do 12:00, které do evropských zemí nabízíme jako standard, čímž se odlišujeme od naší konkurence. Je to samozřejmě v reakci na potřeby a požadavky našich zákazníků.

Podobně jsme v minulých týdnech okamžitě reagovali na zavedení vízové povinnosti do Kanady a nabídli českým občanům jednoduchou expresní službu, která jim umožnila dostat cestovní pas na kanadskou ambasádu ve Vídni bezpečně, rychle a za velmi příznivou cenu, nižší než kdyby tam dotyčný cestoval autem nebo vlakem.

Nejčerstvější novinkou pro podzim bude uvedení nové kolekce bezplatných obalových materiálů DHL, které pokryjí daleko širší spektrum tvarů, rozměrů a hmotností zásilek, a navíc jsou stoprocentně recyklovatelné.

Bylo by chybou zde nezmínit také naši partnerskou firmu PPL, které již přes rok na českém, tedy domácím trhu nabízí jediné skutečné B2C doručení, tj. zásilku vám po domluvě opravdu dodají tam, kam se vám to hodí. Kdo nakupuje přes internet, ví, že B2C doručení často spočívá jen v oznámení o nedoručitelnosti zásilky nebo v tlačení na příjemce, aby byl doma v době, kdy potřebuje být někde jinde. Toto se vám s PPL zaručeně nestane...

Chystáte se na listopadové vyhlášení Exportní ceny DHL. Čím se soutěž bude lišit od předchozích ročníků a proč?

Viditelnou změnou pro letošní rok je mírně pozměněný název naší soutěže, která se nyní

oficiálně jmenuje Exportní cena DHL HSBC. Jak je již z názvu patrné, do našeho projektu vstoupila jako generální partner HSBC Bank plc. Věříme, že díky tomuto spojení získá Exportní cena DHL HSBC v očích malých a střední exportérů ještě větší atraktivitu.

Jinak další změny se již jako každý rok týkají jednotlivých soutěžních kategorií. V rámci kategorie „Exportér teritoria“ byla pro tento rok vybrána Čína, v kategorii „Exportér regionu“ máme letos Moravskoslezský kraj.

Sledujete výsledky vítězů z minulých kol, pracujete s nimi dál marketingově? Stále platí, že vzory a příklady táhnou...

Výsledky jednotlivých vítězů předchozích kol stále samozřejmě sledujeme. Tyto firmy pokládáme za velmi perspektivní. V řadě případů se i v dalších kolech Exportní ceny drží v první desítku nejlepších, čímž potvrzují svoje exportní schopnosti a stabilitu. A máme účastníky, kteří se v některých kategoriích dokázali i opakovaně umístit na stupních vítězů. Jedním z našich základních pravidel je ale nekontaktovat v návaznosti na Exportní cenu jednotlivé firmy a nenabízet jim hned naše produkty.

pokračování na str. 8 ►



O firemních novoročenkách a vánočních přáních přemýšlejte s předstihem.

Individuálně navržené
jen pro vás.
Žádné přitisky
na běžná přání!

**Objednávejte na www.vasepf.cz
nebo tel. 606 615 609**

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

- 4** Přispívá Small Business Act k podpoře ecropských MSP?
- 6** Jak na kvalifikace v Evropské unii
- 7** Krize upevnila vztahy mezi bankou a klientem
- 10** Franchisové podnikání je jeden z atraktivních konceptů budoucnosti
- 17** Mezinárodní strojírenský veletrh nadále zůstává součástí podnikatelské strategie firem

VÍTEJTE NA WWW.

Malinové léto

Už jste určitě zabrousili na náš nový web www.madambusiness.cz. Jak se vám líbí? Má malinovou příchut', měl být šťavnatý, měl být přívětivý. Nabízí daleko více inzertních příležitostí než ten původní. Například pro vás můžeme natočit videorozhovor v našem Studiu Madam Business, který bude publikován na našem webu, ale stejně tak ho můžete umístit i na svůj web. Je to další přidaná hodnota k našim službám a my věříme, že vám pomůže při hledání nových forem zviditelnění firmy či společnosti, již vlastníte, v níž působíte.

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: brixixi@prosperita.info
 Datum tisku: 11. září 2009
 Datum distribuce: 14. září 2009

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
 mobil: 602 618 008, e-mail: brixixi@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 Rožníčková
 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

S létem za zády

Ať se nám to líbí, nebo ne, prázdniny jsou výjimečné nejen pro školáky, ale i pro jejich rodiče, pro všechny. Život se ty dva měsíce točí jinak a nemusíme zrovna ležet na mořské pláži nebo u bazénu. V září znovu usedáme k povinnostem a měli bychom být hlavně odpočatí, opálení, plní dovolenkových zážitků, elánu a příznivých očekávání. Platí to rovněž v podnikání, ačkoli letošní léto bylo naplněno starostmi spojenými s krizí a jejími důsledky. Příchod každé nové zprávy, kterou vydal Český statistický úřad, Eurostat nebo Světová banka, mohl vzbouzet naději, že propad výroby a spotřeby se zastavil a ekonomiky se začínají odrážet ode dna. Příznivější informací však zpravidla hned vyvážila jiná, méně optimistická. Známký oživení jsou zatím víc přáním než skutečností. Léto s bláznivým počasím na začátku už máme za zády, před sebou finiš do závěru roku. Tak vám, vlastně nám všem, v něm přeji hodně úspěchů! **Pavel Kačer**

NEJHEŽČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Bez obrázků to jde

Mnohé agentury přemýšlejí, jak dnes novináře zaujmout, aby na tiskovku neslibili, že přijdou, ale skutečně dorazili. Ty tam jsou doby, kdy na tiskové konference chodívalo i 50 lidí, 10–15 je dnes velmi slušný výsledek, i když to klient těžce chápe. Hlavním faktorem v podávání informací je čas, a toho je sice stále méně, i když plyne stejnou rychlostí.

Proto oceňujeme tentokrát pozvánku na tk společnosti ČSOB Penzijní fond Stabilita a ČSOB Pojišťovny, která se konala 25. srpna v Praze. Pozvánka byla jasná, stručná a netrpěla přemírou bujně až zbytečně kreativity v obsahu sdělení, ani z hlediska grafické formy. Ukládáme do archivu oceněných číslic jedna. **(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
- Sřechy Praha 2009
- Akce AIP ČR v roce 2009
- AUTO ROKU 2010 v ČR
- veletrh Svět reklamy
- Burza výrobních kapacit při MSV Brno
- Sřechy Praha 2010
- Gas Business Breakfast 2009
- Franchising Forum 2009

Účetní a poradenská firma Ing. Mojmir Průša vám nabízí:

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

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

Firmy slibům již nevěří

ČSSD chce zvýšit podpory v nezaměstnanosti pro lidi, kteří z posledních tří let před tím, než se dostali do evidence úřadu práce, odpracovali alespoň dva. Strana také usiluje o zvýšení důchodů a zavedení zkráceného pracovního týdne s možností dalšího vzdělávání a nárokem na 100 % mzdy. Sociální demokraté také odmítají zásahy do zákoníku práce. Především usilují o zachování současné výpovědní lhůty, zkušební doby a výše odstupného. V případě úspěchu v říjnových předčasných volbách chce ČSSD v průběhu volebního období usilovat o tvorbu až 100 tisíc nových pracovních míst. „Jakékoliv návrhy, které zlepší situaci českých podniků a jejich zaměstnanců, jednoznačně vítáme. Pokud však chce Jiří Paroubek a jeho ČSSD skutečně řešit zaměstnanost a problémy tuzemských podnikatelů, tak musí v první řadě podpořit rozvoj podnikání, a nikoliv vytvářet další překážky podnikatelům v oblasti zvyšování daňové či byrokratické zátěže,“ sdělil David Šeich za Unii malých a středních podniků.

„Poslední návrhy ČSSD, jak pomoci domácímu hospodářství, neřeší hlavní problémy, se kterými se dnes podniky potýkají. Neřeší pokles výroby ani výrazně nižší odbyt českých firem. Naopak budou znamenat méně peněz za méně pracovních hodin, vyšší náklady pro firmy a další enormní zadlužování státu na sociálních výdajích,“ uvedl předseda Unie malých a středních podniků ČR David Šeich.

„V první řadě je nutné vytvořit lepší podmínky pro malé a střední podniky, které zaměstnávají dvě třetiny všech zaměstnanců v České republice. To znamená podmínky pro to, aby firmy mohly dál tyto zaměstnance zaměstnávat, a ne firmám zvyšovat jejich náklady. Zkrácení pracovního týdne tento problém rozhodně neřeší. Zaměstnanec bude jen pracovat méně hodin za méně peněz, a pokud firma bude mít více odbytu, tak bude muset kvůli tomu brát nové zaměstnance namísto využití těch stávajících,“ doplnil David Šeich.

„Nepotřebujeme 100 tisíc nových pracovních

míst, ale v první řadě udržení maximálního počtu stávajících pracovních míst. ČSSD již v roce 2002 slíbila vytvoření 200 tisíc nových pracovních míst a výsledek byl ten, že zaměstnanost se naopak o 100 tisíc snížila. Pro podnikatele je nepřijatelné i to, že náklady na jedno pracovní místo v rámci investičních pobídek v té době činily 1,5 milionu korun na jednoho pracovníka a domácí podnikatelé z toho neviděli téměř ani korunu, uvedl dále David Šeich.

„V neposlední řadě nerozumíme postoji ČSSD k Zákoníku práce. Namísto toho, aby podpořila pružný pracovní trh a zaměstnávání mladých lidí, tak její návrhy jsou opačným směrem. Tím, že se brání zpružnění pracovního trhu, ztěžuje mladým lidem, zejména pak absolventům bez praxe a starším osobám, možnost zaměstnání. Zaměstnavatelům nedává jinou možnost než tyto lidi nezaměstnat, pokud není jednoduché tyto lidi propustit v případě, že neodvádí kvalitní práci. V tomto složitém období tyto návrhy pouze vytvářejí těžší pozici na trhu práce pro mladé lidi a jejich malou šanci pro získání prvního zaměstnání bez praxe,“ vysvětlil David Šeich. **(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., Martin Malý, tiskový mluvčí, CETELEM, a.s.

V Brně se v září schází průmyslová špička

Termin 14. až 18. září 2009 je na brněnském výstavišti vyhrazen technologiím pro průmysl, dopravu a logistiku. Poslední dny před zahájením obou veletrhů probíhaly ve znamení intenzivních příprav: vystavovatelé pilovali detaily svých expozic a chystali informační materiály k novinkám, zatímco pořadatelé domlouvali poslední nejasnosti v doprovodném programu a finišovali s přípravou propagační kampaně, která má na výstaviště přilákat maximum odborných návštěvníků.

Letošní ročník se koná za mimořádně nepříznivých okolností. Ekonomická krize se dotýká většiny vystavovatelů, kteří se potýkají s výrazným poklesem poptávky a hledají nové cesty k zákazníkům. Mezinárodní strojírenský veletrh je pro ně jedním z nástrojů, jak oslovit nové potenciální klienty a stávajícím odběratelům prezentovat své novinky a inovace v sortimentu. Velmi cenná je z tohoto hlediska silná koncentrace nabídky a poptávky, která poskytuje zpětnou vazbu pro další směřování firem. V neposlední řadě chtějí vystavovatelé svou účastí na veletrhu vyslat stávajícím a budoucím zákazníkům jasný signál, že pro ně jsou i v době krize silným a spolehlivým partnerem.

Přestože firmy více zvažovaly náklady, na

prezentaci se připravily pečlivěji než v minulých letech. Chtějí být vidět a na veletrh přijely s jasným cílem navázat nové kontakty, získat nové poptávky, ale také se setkat se stávajícími zákazníky a obchodními partnery. Nelze předpokládat, že poptávka po nových technologiích bude stejně masivní jako vloni, ale konkrétní zájemci pravděpodobně budou mít jasnější vizi než v minulosti.

V Brně se sejde průmyslová špička

Veletrh nadále zůstává důležitou součástí podnikatelské strategie předních českých i zahraničních výrobců. Účastní se 1500 vystavujících firem z 28 zemí, které do Brna přivezly to nejlepší ze svého sortimentu, tak aby naplnily současné náročné marketingové cíle. Letošní MSV tak opět

soustřeďuje nabídku nových strojů i progresivních technologií a svou kvalitou dosahuje vysoké úrovně předchozích ročníků.

Tradiční dominantu představuje obor obrábění, tváření, svařování, povrchové a tepelné úpravy, ve kterém se prezentuje plná třetina všech vystavovatelů. K nosným oborům patří také materiály a komponenty pro strojírenství, elektronika, automatizace a měřicí technika, energetika a plastikařský průmysl.

Zvýrazněná problematika dopravy a logistiky je tématem souběžně konaného specializovaného veletrhu Transport a Logistika, který se pořádá pouze v lichých letech. Jeho nejsilnější branží je manipulační technika, ale bohatou nabídku mají také obory průmyslové balení, vybavení skladů nebo kolejová technika.

Vysoká mezinárodnost

Zájem ze zahraničí zůstává na vysoké úrovni posledních ročníků. Vystavuje 540 zahraničních firem, desítky z nich vůbec poprvé, a podíl zaha-

ničních účastníků dosáhl stejně jako v minulých letech 36 %.

Dominují jako již tradičně němečtí vystavovatelé. Přestavilo se 250 německých firem, z nichž 60 vystavuje poprvé. Řada dalších německých firem svou nabídku prezentuje prostřednictvím svých českých zástupců či distributorů. V rekordním počtu letos vystavují spolkové země Německa: v pavilonu Z (German Pavilion) návštěvníci najdou oficiální účasti šesti spolkových zemí (Badensko-Württembersko, Sasko, Sasko-Anhaltsko, Durynsko, Bavorsko a Porýní-Falc).

Po Německu je nejpoměrněji zastoupeným státem Slovensko s 80 vystavovateli, následují Itálie, Rakousko a Švýcarsko. Hlásí se mnoho nových vystavovatelů, kteří přijeli nejen z Evropy, ale také z asijských zemí. Oficiální účast nachystaly vedle Německa ještě Francie, Itálie, Norsko, Rusko, Slovensko, Švýcarsko a Tchaj-wan.

K události náleží také řada podnikatelských misí, mj. z Německa, Ruska nebo Velké Británie.

(tz)

Podnikatelský inkubátor a Incomingová mise na MSV 2009

Jednou z hlavních rolí Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně a mezinárodního veletrhu Transport a Logistika (14.–18. 9. 2009) je podpora exportu. V tomto směru letošní ročník těchto veletrhů rozhodně nezkame. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR zahrnuje tyto veletrhy do seznamu podporovaných tuzemských veletrhů pro české exportéry na rok 2009, který se týká projektů „Podnikatelský inkubátor“ a „Incomingová mise“.

Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně patří mezi akce na světové úrovni, které svým významem přesahují hranice ČR a okolních

zemí střední Evropy. Představuje reprezentativní oborovou nabídku zboží a služeb a umožňuje setkávání se zahraničními návštěvníky, zahraničními vystavovateli a potenciálními obchodními partnery. Účast na něm poskytuje českým firmám exportní možnosti a jejich prezentace je pro ně v porovnání se zahraničím méně nákladná. Státní podpora proexportních aktivit na veletrzích v České republice umožňuje dosažení vysoké efektivity s minimální výší vynakládaných finančních prostředků. Aktivitami této podpory jsou takzvané Incomingové mise

a Inkubátor, což jsou expozice pro začínající exportéry.

Inkubátor – expozice pro začínající exportéry

Cílem projektu je profesionalizace prezentace českých začínajících exportérů a jejich podpora. Ministerstvo průmyslu a obchodu chce umožnit začínajícím českým firmám se zájmem o export z řad malých a středních podniků získání zkušeností ve společné expozici pro budoucí účast na zahraničních veletrzích. Firmám poskytlo pronájem výstavní plochy, stavbu stánku včetně technického zázemí, grafiky a vybavení (stánek do 50 m², kdy

na 1 vystavovatele připadá max. 6 m² plochy). Součástí balíčku je také registrační poplatek za vystavovatele, základní zápis do veletržního katalogu, hosteska a další servis. Smluvním partnerem MPO a současně i realizátorem Inkubátoru na MSV 2009 byla schválena Českomoravská elektrotechnická asociace a pro mezinárodní veletrh Transport a Logistika 2009 je to Svaz spedice a logistiky.

Incomingová mise

Úkolem Incomingové mise je podpora vývozu českých firem, prezentace, akvizice investorů.

pokračování na str. 5 ►



Firmu teď můžete řídit odkudkoliv

Firemní e-mail, kalendář a kontakty máte díky e-mailovému řešení Microsoft Office Outlook Mobile od Vodafoneu stále po ruce. K tomu nyní získáte datový tarif Připojení na stálo s 50% slevou na 6 měsíců. Nabídka platí do konce září 2009.

**Více informací na 800 77 77 04
nebo na www.vodafone.cz/firemni**

 **vodafone**



Přispívá Small Business Act k podpoře evropských MSP?

Rok po přijetí Aktu malého a středního podnikání tzv. Think Small First – A Small Business Act for Europe (SBA), je správný čas na zhodnocení, do jaké míry tento dokument podpořil evropské malé a střední podniky (MSP). Text o deseti principech, 92 opatřeních a pěti legislativních návrzích představila Evropská komise loni v červnu, tj. před propuknutím hospodářské krize v EU. Ekonomický pokles poukázal více než jindy na důležitost MSP v ekonomice EU. MSP jsou jejím motorem. Tvoří 99,8% všech podniků v EU. Stojí za vytvářením pracovních míst a mají vysoký inovační potenciál. SBA proto zdůrazňuje, že při vytváření legislativy – jak na evropské, tak i národní úrovni – je nutné posuzovat dopad na MSP. Tento princip nazývá Komise „think small first“ (překl. „mysli nejdříve na malé“).

Na prosincové Radě, již za zřetelné ekonomické recese, byly základní principy SBA promítnuty i do Evropského plánu na obnovu hospodářství. Pro rychlejší a efektivnější implementaci SBA bylo rozhodnuto zaměřit se pouze na některé oblasti obsažené v návrhu. Výbrána byla tři následující témata: přístup MSP k financím, příznivé regulační prostředí pro MSP a posílení přístupu MSP na trhy. Možná právě úzký výběr stojí za dobrými výsledky Komise, která se na rozdíl od členských států může pochlubit velkým počtem předložených a schválených iniciativ v této oblasti. Jak si státy napříč EU poradily s SBA, budou tyto oznamovat letos na podzim v rámci nového cyklu revidované Lisabonské strategie.

Tři klíčové oblasti SBA

• Přístup MSP k financím

Hospodářská krize zejména ztížila přístup MSP k financím. Začínající firmy se potýkají s problémy při získávání úvěrů či při jejich splacení. Ministři EU proto na prosincovém zasedání vyzvali Evropskou investiční banku (EIB), aby

přijala nové nástroje financování (mikrokredity a tzv. mezzaninové financování) a propagovala finanční nástroje pro sdílení rizik (risk-sharing finance facility) ze 7. Rámcového programu pro výzkum a vývoj. Zároveň vyzvali Komisi, aby zjednodušila finanční nástroje typu Jeremie (snížila administrativu a zkrátila lhůty při posuzování projektů) a revidovala směrnici o opožděných platbách. Na členské státy bylo apelováno, aby splácely své závazky včas.

Dne 15. a 16. října 2008 EIB rozhodla o uvolnění 30 miliard pro MSP do roku 2011 a v dubnu 2009 schválila navýšení kapitálu o 67 miliard euro, což bude mít za následek navýšení upsaného kapitálu bank ve výši 232,4 miliard euro (původně zamýšleno pro rok 2010). V prosinci Komise přijala dočasný rámec pro poskytování státní podpory členských států v období krize. Do roku 2010 mohou členské státy bez notifikace udílet půjčky, záruky k půjčkám za snížené sazby, rizikový kapitál a přímá podpora musí činit max. 500 000 euro.

Pokrok prozatím nebyl dosažen u administra-

tivních procedur při podávání a řízení projektů zaměřených na financování MSP. V dubnu předložila Komise revizi směrnice o opožděných platbách, která si klade za cíl bojovat s opožděnými platbami ze strany veřejné správy. V červenci Komise navrhla nový nástroj mikrofinancování ve formě mikroúvěrů pro MSP a jednotlivce, kteří jsou nezaměstnaní a chtějí založit vlastní malý podnik. Počáteční rozpočet bude činit 100 milionů euro. Nicméně v rámci společné iniciativy s mezinárodními finančními institucemi, zejména EIB, by se disponibilní částka mohla vyšplhat na 500 milionů euro. K dispozici by tak mohlo být 45 000 úvěrů poskytnutých v období osmi let. Dalšími podpůrnými opatřeními jsou např. instruktáže, školení a pomoc při přípravě podnikatelského plánu. Komise očekává, že nová facilitata mikrofinancování v rámci programu Progress bude spuštěna v roce 2010.

• Příznivé regulační prostředí pro MSP

Nadbytečná administrativní zátěž a přerogulovanost je často brzdou podnikatelských aktivit v EU. Komise si stanovila redukční cíl pro snížení administrativy o 25% do roku 2012, aplikaci principu Mysli nejdříve na malé a tzv. SME testu a uplatňování výjimek pro MSP u některých návrhů s cílem nezatěžovat je zbytečnou administrativou. Dále doporučila používat princip jen jednou (tj. vyžadovat data na MSP pouze

jednou, nikoliv stejná data vícekrát různými veřejnými orgány), aplikovat tzv. společná data začátků (tj. stanovení platnosti předpisů a požadavků ve stejném roce ke stejnému datu) a snížit dobu pro založení podniku včetně redukce příslušných nákladů.

Princip Mysli nejdříve na malé stejně jako SME test byly v lednu plně zaneseny do nových pravidel Komise týkajících se hodnocení dopadu předkládané legislativy. Komise předložila návrh, ve kterém umožňuje členským státům vyjmout MSP z povinnosti finančního reportingu. Princip pouze jednou leží na členských státech a dosud nebyl v této oblasti učiněn velký pokrok. V oblasti snižování administrativy lze předpokládat, že 25% redukční cíl se nepodaří naplnit. Společná data začátků implementována prozatím nejsou, nicméně Komise pracuje na interním pilotním projektu pro jejich implementaci.

• Posílení přístupu MSP na trhy

V oblasti lepšího přístupu MSP na trhy si Komise klade za cíl zlepšit fungování vnitřního trhu, zajistit plnou implementaci Směrnice o službách s termínem do 28. prosince 2009, zjednodušit přístup MSP k veřejným zakázkám, zlepšit přístup k elektronickým službám a usnadnit přístup MSP na trhy třetích zemí. Komise také usiluje o přijetí dlouho projednávaného Komunitárního patentu, který by mohl zvýšit inovační potenciál MSP v EU a přijetí statutu Evropské soukromé společnosti, která by zjednodušila a podpořila podnikání napříč celé EU.

Stav implementace Směrnice o službách lze považovat za pozitivní, nicméně ne všechny státy budou schopné operativně zprovoznit tzv. jednotná kontaktní místa do stanoveného termínu. V oblasti veřejných zakázek přijala Komise loni v červnu Kodex dobrých praktik, jímž by se členské státy měly řídit. V oblasti elektronických služeb Komise připravila Akční plán, přesto bariéry v oblasti e-podpisů a e-potvrzení na vnitřním trhu přetrvávají. Návrh Komunitárního patentu stále naráží na zákonné a technické problémy, zejména co se překladu týče. Evropská komise se snaží získat podporu členských států pro tzv. unifikovaný systém pro řešení sporů u patentů, který by dal za vznik soudu s kompetencemi zabývat se existujícími evropskými a budoucími komunitárními patenty. Pro rok 2009 ukazují data Evropského patentového úřadu pokles o 7% pro registraci nových patentů.

pokračování na str. 5 ►

JIC INOVAČNÍ VOUCHERY

JIC JIHOŘAVSKÉ INOVAČNÍ CENTRUM

Implementační agentura

B | R | N | O | I

Finanční garant

RIS3

Tento projekt je realizován v rámci Regionální inovační strategie Jihomoravského kraje

Jste malý nebo střední podnik, který

- má sídlo v České republice?
- potřebuje inovovat produkt, proces nebo službu?
- nemá dostatečné vlastní vývojové kapacity?
- hledá vhodného partnera pro výzkum?
- chce zvýšit svou konkurenceschopnost?

Využijte možnost získat dotaci až **150 tisíc korun** na nákup služeb od špičkových pracovišť brněnských univerzit! Požádejte od 4. srpna do 25. září o **inovační voucher**.



www.inovacnivouchery.cz

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

● Akvizice Channel Crossings

Počátkem srpna došlo na základě smlouvy uzavřené mezi společnostmi Mgr. Petr Ulrych – Prague Language Studio a Lenka Pavilková – Channel Crossings k převodu veškerých práv, závazků a povinností týkajících se firemní jazykové výuky na společnost Channel Crossings.

Akvizicí společnosti vznikl jeden z nejsilnějších hráčů na poli firemního jazykového vzdělávání. Díky spojení s JŠ Ulrych očekává navýšení obrátu z firemní výuky o více než jednu třetinu. ➡

● ČSOB je bankou roku

ČSOB potvrdila své prvenství na poli akvizičního financování, když byla již podruhé za sebou britským ekonomickým časopisem ACQ Finance Magazine vyhlášena bankou roku 2009. Cena je součástí vyhlášení respektovaných ACQ Country Awards for Achievement, o kterých rozhodují nezávislí porotci z řad ekonomických odborníků a novinářů. „Jsme potěšeni, že jsme své postavení na českém trhu obhájili“, řekl Ivan Meloun, ředitel akvizičního financování ČSOB. ➡

● Průmysl: Světlo na konci tunelu

První vlašťovkou na obzoru je předběžný výsledek červnového průmyslu (-12,2% y/y), který zaznamenal prudký meziměsíční růst produkce. K stabilizaci dochází ve všech důležitých oblastech navázaných na zahraniční obchod – motorová vozidla, strojírenství, hutnictví. I když situace v českém průmyslu zůstává nadále vážná, znatelné meziměsíční zlepšení, a především stabilizace situace v eurozóně a pomalé rozmrazování globálního obchodu dávají důvod k opatrnému optimismu. ➡

● O2 posiluje svou pozici

Telefónica O2 Czech Republic si v prvním pololetí roku 2009 upevnila své postavení v segmentu firemních zákazníků. Řady svých klientů rozšířila o mnoho renomovaných firem a zároveň prodloužila smlouvy s tisíci dalších společnostmi, kterým již služby poskytuje. Mezi významné nové zakázky se zařadily například dodávky služeb pro společnosti Ahold, DHL Express, Greiner packaging Slušovice nebo advokátní kancelář Kinstellar. ➡

Čeští podnikatelé nechtějí platit DPH za své obchodní partnery v konkurzu, kteří jim dluží

I čeští podnikatelé by v době hospodářské krize uvítali zavedení režimu úlevy od daně z přidané hodnoty (DPH) u nezaplacených pohledávek. Daňová skupina Hospodářské komory České republiky ve spolupráci s poradenskou společností PricewaterhouseCoopers proto připravila návrh, který zákon o DPH upravuje.

V souvislosti se silícími dopady světové finanční krize stále více přibývá firem, které se nacházejí v konkurzním řízení, a tudíž nejsou schopny dostát svým závazkům vůči věřitelům. Vzniklé pohledávky za odběrateli řada dodavatelů není schopna vymoci v plné výši, navíc zákon o dani z přidané hodnoty (DPH) dodavatelům nařizuje přiznat DPH v okamžiku uskutečnění zdanitelného plnění bez ohledu na to, zda pohledávka bude řádně vypořádána. Tento fakt se negativně projevuje na cash-flow dosud životaschopných podniků.

Z výše uvedených důvodů, a zejména na základě ohlasů podnikatelské veřejnosti proto Daňová skupina Hospodářské komory České republiky (DS HK ČR) ve spolupráci s poradenskou společností PricewaterhouseCoopers (PWC) připravila návrh, který upravuje zákon o DPH. Navrhovaná úprava umožňuje dodavateli požadovat vrácení DPH odvedené státu, pokud mu tato DPH není zaplacená obchodním partnerem za řádně dodané zboží či poskytnuté služby. Zamýšlený návrh prozatím upravuje pouze problematiku konkurzního řízení, v budoucnu je však možné úpravu rozšířit i na ostatní případy. Obdobná úprava platí nejméně ve 12 členských státech EU, v žádném případě se tedy nejedná o žádnou legislativní novinku.

„Domníváme se, že navrhovaná legislativní úprava významně pomůže dodavatelům při vymáhání alespoň části pohledávek za věřiteli v konkurzu a přispěje tak ke zlepšení cash-flow podnikatelských subjektů,“ řekl Petr Kužel, prezident Hospodářské komory České republiky.

„Provádět změny v zákoně o DPH je velmi problematické vzhledem k harmonizaci nepřímých daní v rámci EU. Pokud se tedy naskytne možnost implementovat velmi racionální opatření, které navíc bude mít protikrizový efekt, je to velmi dobrá šance,

kteřou bychom měli využít,“ dodal Petr Kužel. Zavedení této možnosti do českého právního řádu nebrání ani evropská legislativa. Vrácení DPH ze zcela nebo částečně neuhrazených pohledávek je umožněno Směrnicí Rady 2006/122/ES. Tento režim je podle našich informací v různých formách implementován v následujících členských státech: Belgie, Lucembursko, Dánsko, Německo, Francie, Portugalsko, Irsko, Rakousko, Itálie, Řecko, Lotyšsko a Velká Británie.

„Režim úlevy od špatných pohledávek za dlužníky v konkurzu chrání podniky před nutností financovat DPH u již uskutečněných, ale neuhrazených plnění z vlastních finančních prostředků. Ze zkušenosti našich klientů víme, že podniky po této možnosti dlouhodobě volají. Je to zvláště důležité pro malé společnosti, které vždy nemusí mít k dispozici dostatečné finanční prostředky. Je-li režim vhodně upraven v zákoně, jeho zavedení nemusí mít pro stát negativní dopad,“ uvedl Martin Diviš, odborník na DPH, PricewaterhouseCoopers.

„Česká republika umožňuje speciální režim odpisu nedobytných pohledávek u daně z příjmu, ale nikoli vrácení DPH. Zejména dnes, kdy se s nedobytnými pohledávkami potýká řada firem, by byl tento krok velmi prospěšný,“ vysvětlil ještě Martin Diviš.

Hospodářská komora České republiky usiluje ve spolupráci s odborníky ze společnosti PricewaterhouseCoopers o vytvoření co nejpříznivějšího právního a daňového prostředí pro podnikání v České republice. Specialisté z PwC a DS HK ČR (Martin Diviš, Dana Trezziová, Petr Prchal, Jiří Nekovář, Jan Wiesner) na základě své odbornosti a dlouholetých zkušeností připravili návrh novely, která by režim úlevy od DPH u nezaplacených pohledávek umožnil. Přijetí této novely má plnou podporu Hospodářské komory České republiky, která o něj bude usilovat. Odborná podpora, která přispěla již v minulosti k iniciaci pozitivních opatření ve prospěch českého podnikatelského prostředí, proto bude i nadále pokračovat.

(tz)

Vyzýváme k včasným platbám

Většina západoevropských firem v době hospodářské recese hodnotí platební morálku svých partnerů, domácích i zahraničních, hůře než loni. Schopnost podniků splácet je nejčastěji ovlivňována příjmem a výdejem peněžních prostředků, objemy prodeje a přístupem k financování. Vyplyvá to z průzkumu, který v srpnu zveřejnila jedna z největších pojišťoven pohledávek na světě Atradius. Platební morálka firem se podle průzkumu Atradius zhoršila ve všech zemích, nejhůře z průzkumu vychází Itálie, Španělsko a Francie. Pozdní platby jsou však problémem například i v Německu, které je největším obchodním partnerem pro české firmy a kde byl zaznamenán třetí největší nárůst počtu nesplacených pohledávek.

„Výsledky tohoto průzkumu ukazují, že stejné problémy, se kterými se dnes potýkají tuzemské firmy, mají i firmy v okolních zemích. Je to celoevropský problém, který je v prvé řadě zapříčiněn chybějícími penězi v podnicích kvůli klesajícím prodejům a zároveň horší dostupnosti bankovních úvěrů. To, že se platební morálka jak domácích, tak i zahraničních firem v posledním půlroce zhoršuje, je nesporné, a velmi těžko se proto tomu dá bránit. Je však třeba říci, že problém není jen na straně samotných firem, ale i státu, který je na špičce neplatičů a jenž by naopak měl jít příkladem v boji proti druhotné platební neschopnosti,“ reagoval prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„Podle našeho posledního průzkumu platí 3 ze 4 firem po lhůtě splatnosti a tato situace se za posledních 5 měsíců rozhodně ne-

zlepšila, naopak podle našich odhadů počet těchto podniků mohl stoupnout o 5 až 10 %. Je proto velmi důležité, aby si každá firma uvědomila, že úmyslným odsouváním plateb nezhoršuje finanční situaci jen svým dodavatelům, ale zároveň i sama sobě. Roztáčí se tím kolotoč, který se v závěru obrací i proti těmto firmám, kdy jim naopak přestávají platit jejich odběratelé. Jediným receptem v této složité situaci je maximální odpovědnost a dodržování doby splatnosti faktur jak firmami, tak státem,“ dodal Petr Kužel.

Podle posledního průzkumu hospodářské komory se 75 % tuzemských podniků potýká s problémy pozdních plateb od svých zákazníků. Téměř 30 % podniků uvedlo, že se jedná o desítky tisíc korun, podle více než poloviny firem (54,1 %) se jedná o stovky tisíc korun a každá desátá firma (11,9 %) uvedla, že se jedná o miliony korun. Každá druhá firma (47,6 %) uvádí, že platí své faktury pozdě nebo žádá o odložení splatnosti kvůli nedostatku financí způsobených dopadem hospodářské krize na činnost podniku.

„Hospodářská komora i nadále trvá na tom, že řešením současného stavu by bylo stanovení maximální doby splatnosti faktury, které by zlepšilo platební morálku nejen podnikatelů, ale i státu. Jako optimální se nám jeví maximální lhůta 60 dnů,“ vysvětlil Petr Kužel.

Překvapivé a varující podle pojišťovny je, že nějaký zajišťovací instrument pro případ platební neschopnosti obchodního partnera využívá pouze 56 až 70 % firem v závislosti na státu.

(tz hkčr)

► pokračování ze str. 3

Spočívá v realizaci obchodních schůzek mezi členy obchodní mise a zástupci českých firem, akvizici potencionálních investorů, společných jednáních s představiteli svazů, asociací, seminářů, workshop, zajištění návštěv ve výrobních prostorách firem. Oslovit hodlá zejména obchodníky, instituce, funkcionáře s rozhodovací pravomocí, velkoobdoběratele, dovozce a nákupčí.

Samotnou realizaci této proexportní aktivity na tuzemském ve-

letrhu bude zabezpečovat vybraný odborný partner ve spolupráci s MPO a příslušnou veletržní správou. Smluvním partnerem pro zajištění Incomingové mise na MSV Brno byl schválen Svaz strojírenské technologie.

V případě dotazů ohledně projektu Podnikatelský inkubátor a Incomingová mise kontaktujte: Ing. Alexandra Staňková, stankova@mpo.cz, tel. 224852 453.

(tz)

► pokračování ze str. 4

V červnu 2008 Komise předložila návrh statutu Evropské soukromé společnosti, jehož projednávání se však přesunulo do švédského předsednictví, neboť stále přetrvávají sporné body u základních prvků (výše základního jmění, přeshranční aspekt, účast zaměstnanců atp.). Významný pokrok byl

dosažen u podpory evropských MSP v přístupu na třetí trhy. Vzniklo Evropské podnikatelské a technologické centrum v Indii, brzy bude vyhlášena výzva pro Čínu a Thajsko.

Alena Vlačíhová

Zástupce ředitele CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace při EU (podporováno CzechTrade)



Kancelář máte v mobilu

E-mailové řešení pro firmy nyní od Vodafone získáte s datovým tarifem Připojení na stálo s 50% slevou na 6 měsíců. Nabídka platí do konce září 2009.

Více informací na 800 77 77 04 nebo na www.vodafone.cz/firemni

HTC Touch Pro2

s Microsoft Office Outlook Mobile

- přijímání a odesílání e-mailů včetně příloh
- synchronizace kalendáře, kontaktů a schůzek s PC
- snadná nastavitelnost

htc



Windows Mobile

Jak na kvalifikace v Evropské unii

Čeští podnikatelé a živnostníci mohou již více než 5 let využívat výhod spojených s přistoupením České republiky k EU. Stále se však při vstupu na vnitřní trh EU setkávají s překážkami a bariérami, které komplikují a znevýhodňují jejich postavení v druhých zemích EU.

Ani hospodářská krize procesu odbourávání bariér příliš neprospěla. A tak přestože platí v EU čtyři základní svobody vnitřního trhu, a to volný pohyb osob, zboží, služeb a kapitálu, situace podnikatelů, kteří chtějí v rámci volného pohybu služeb poskytovat své služby v jiných zemích EU, není stále jednoduchá, na své cestě musí překonat řadu překážek, zejména administrativních.

Volný pohyb služeb představuje právo podnikatele z jednoho členského státu poskytovat na území jiného členského státu dočasně a příležitostně své služby, a to na základě oprávnění získaného v zemi původu, aniž by se musel v druhé, tzv. hostitelské zemi usadit (založit podnik či živnost). Tato zásada je definována ve Smlouvě o založení Evropského společenství – články 49–55 a nově ve Smlouvě o fungování EU – články 56–62. Pojmy dočasný a příležitostný nejsou nikde definovány, obecně platí, že služba musí být současně poskytována i v zemi původu. Pokud je však navíc vázána na určitou provozovnu, např. restaurace, kancelář, kosmetický salon, nejedná se již o přeshraniční poskytování služeb, ale o usazení, tj. založení podniku či živnosti v druhé členské zemi.

Přeshraniční poskytování služeb lze rozdělit do dvou kategorií:

- Zaměstnavatel získá zakázku v jiné členské zemi a vysílá své zaměstnance, aby ji provedli, v tomto případě hovoříme o vysílání pracovníků.
- Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) sama realizuje zakázku v jiné členské zemi.

Pro každou z těchto kategorií přeshraničního poskytování služeb existují jiné zásady, které je třeba dodržovat, pokud se chce podnikatel vyhnout nepřijemnostem s kontrolními úřady v hostitelské zemi. Při vysílání pracovníků například může podnik vyslat pouze své kmenové zaměstnance, většina zemí EU uplatňuje notifikační proceduru, vyslání zaměstnanci musí vykonávat činnost v souladu s legislativou v zemi určení, Rakousko a Německo stále uplatňuje

přechodná období pro vysílání pracovníků z určitých oborů. Při vysílání pracovníků nejsou obvykle uplatňovány žádné požadavky v oblasti kvalifikace.

Zcela odlišná je situace u OSVČ, které chtějí dočasně poskytovat své služby i v druhé členské zemi. Kromě toho, že musí být vybaveny všemi nezbytnými doklady spojenými s vykonáváním činnosti v hostitelské zemi, musí si především zjistit, zda jejich profese je v druhé zemi zařazena mezi regulované, či nikoli. OSVČ si též musí ověřit, zda jí nevznikne v druhé zemi stálá provozovna a s tím spojená povinnost registrace k dani z příjmu – vychází se ze smluv o zamezení dvojího zdanění. Stejně tak musí OSVČ

dodržovat zásady pro odvod DPH, některé státy vyžadují i přihlášení do evidenčních systémů, např. v Belgii do systému Limosa.

Regulovaná profese – ohlášení, či ověření?

Obecně lze říci, že pro přeshraniční poskytování služeb OSVČ, které budou v druhé zemi vykonávat regulovanou profesi, se uplatňují dvě základní procedury – ohlášení či ověření kvalifikace. Jednodušší postup je ohlášení, tzn. vyplnění ohlašovacího formuláře a jeho zaslání příslušnému uznávacímu úřadu v hostitelské zemi. Formulář se zasílá společně s dalšími doklady, zejména kopii průkazu totožnosti, živnostenským listem, doklady o kvalifikaci – přeloženo do jazyka druhé země, někdy jsou požadovány ověřené kopie či úřední překlad. U profesí, které nejsou regulovány v domovské zemi, musí zaslat doklad, že danou činnost ve své zemi vykonával minimálně po dobu 2 let během posledních 10 let, opět s překladem do angličtiny.

Komplikovanější procedura je procedura ověření kvalifikace. Členské státy ji mohou požadovat u profesí, které mohou představovat riziko pro bezpečnost, zdraví a život lidí. V tomto případě čeká žadatel na vyřízení své žádosti, pokud úřad nedoručí své stanovisko do 3 měsíců od podání žádosti, považuje se žádost za kladně vyřízenou. Příslušný orgán má možnost stanovit ještě další požadavky k uznání kvalifikace (např. složení rozdílové zkoušky), v tomto případě se jedná o podmíněčné ověření kvalifikace, či kvalifikační předpoklady neuzná a ověření nevydává.

Rozdílnost přístupů v EU

V obou procedurách panují dosud značné rozdíly mezi jednotlivými členskými státy. Některé země neimplementovaly do svých zákonů proceduru ohlášení či nemají jednotný ohlašovací formulář apod. Různost přístupu členských zemí lze vidět na porovnání tří zemí, Bulharska, Belgie a Litvy.

V Bulharsku jsou regulované profese rozděleny do 14 skupin, přičemž každá má vlastní kompetenční orgán, kde se ohlašuje či žádá o ověření profese.

V Belgii lze přeshraničně poskytovat služby v regulovaných profesích bez předchozího ohlášení. Musí však být splněny tyto podmínky: poskytovatel služby musí být legálně usazen v členské zemi EU a musí zde podnikat ve stejném oboru, v jakém přeshraničně poskytuje služby v Belgii a zároveň

musí tuto službu vykonávat ve své domovské zemi minimálně po dobu dvou let v uplynulých deseti letech. Nicméně pro služby, které mohou mít vliv na zdraví a bezpečnost lidí, se přesto určitý způsob ohlášení vyžaduje.

V Litvě naopak se vyžaduje ohlášení kvalifikace pro regulované profese, formulář však není jednotný a pro různé skupiny profesí platí různé typy formulářů. Regulované profese jsou zde rozděleny tentokrát do 9 skupin: regulované profese v kompetenci ministerstva školství a vědy, turistiky, průvodci, architekti, konzervátoři a restaurátoři, sociální pracovníci, zvěrolékaři, farmaceutičtí technici, lékárníci a regulované profese v kompetenci ministerstva zdravotnictví. Ohlášení se zasílá s přílohami na příslušné kompetenční orgány. Ohlášení platí zpravidla jeden rok, po jeho uplynutí se při dalším poskytování stejné služby zašle ohlášení znovu, tentokrát již bez doprovodných dokumentů.

Kvalifikované na kvalifikace

Souhrnný přehled obecně platných i konkrétních požadavků, týkajících se kvalifikace, které musí splnit OSVČ při poskytování svých služeb v druhé členské zemi je zpracován v odborné příručce – Kvalifikované na kvalifikace – Evropa bez bariér, kterou napsal kolektiv autorů s experty z Centra pro regionální rozvoj ČR – sítě Enterprise Europe Network a vydalo SMG, spol. s r. o. Publikace bude distribuována zdarma v tištěné či elektronické formě. Podnikatelé, živnostníci, ale i učni či studenti, kteří se připravují na profesní kariéru v jiné zemi EU, zde naleznou postupy uplatňované ve všech státech Unie, seznam kontaktních míst, odkazy na přehledy regulovaných profesí v jednotlivých zemích, odpovědi na časté otázky i příklady z praxe. Publikace obsahuje i podmínky pro uznávání kvalifikací OSVČ při usazení či zaměstnání v druhé členské zemi. Pro zájemce o toto téma se připravuje i odborný seminář, který se bude konat 19. 11. 2009 v Praze v zasedací místnosti Eurocentra v Jungmannově ul. 24. Účast bude zdarma. Projekt byl podpořen odborem informování o evropských záležitostech Úřadu vlády České republiky.

Eva Hrubešová

Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR

V ZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

VOX
kurzy, semináře
rekvalifikace
1. VOX a.s.

TOUŽÍTE PO ZMĚNĚ? ZMĚNTE SE!

ANGLIČTINA VE FINANCÍCH A ÚČETNICTVÍ – ENGLISH IN FINANCE AND ACCOUNTING

TERMÍN: 25. 9., 2. 10., 9. 10. a 16. 10. 2009
PŘEDNÁŠÍ: PhDr. Iva Ullrichová
KÓD: 965903 **CENA:** 8 990 Kč

HMOTNÝ A NEHMOTNÝ MAJETEK – legislativní výklad a odpolední workshop

TERMÍN: 1. 10. 2009
PŘEDNÁŠÍ: Jaroslava Malagová, Ing. Eva Sedláková
KÓD: 963800 **CENA:** 2 990 Kč

DAŇ Z PŘÍJMŮ – SPECIÁLKA ROKU 2009 – volný cyklus

OPĚT PO ROCE A V NOVÉM KABÁTĚ!

TERMÍN: 6. – 9. 10. 2009
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jiří Hlaváč, Ing. Jiří Klíma, Ing. Otakar Machala, QUD, Ing. Ivana Pilařová, Ing. Václav Žíka
KÓD: 900390 **CENA:** 9 990 Kč

NENECHTE SI UJÍT DISKUSNÍ FÓRUM
s vysoce odborným lektorským týmem a zkušenostmi praktiků!

VZTAH ZAMĚSTNANEC – ZAMĚSTNAVATEL V SOUČASNÉ EKONOMICKÉ SITUACI, NEJEN Z POHLEDU PRACOVNÍHO PRÁVA

TERMÍN: 8. 10. 2009
KÓD: 900470 **CENA:** 3 990 Kč



WWW.VOX.CZ

Máte přehled o možnostech podpory financování svého podnikání?

Databáze podpor a dotací pro podnikatele zahrnuje dotace z evropských fondů, ze státního rozpočtu České republiky či podpory poskytované kraji, obcemi a dalšími subjekty. Bezplatná databáze na BusinessInfo.cz je průběžně aktualizována a umožňuje pohodlné vyhledávání dle zvolených kritérií.

Portál BusinessInfo.cz nabízí svým uživatelům databázi podpůrných a dotačních programů. Je zaměřena především na oblast podnikání, ale nevyhýbá se ani dotačním titulům, kde žadateli jsou převážně subjekty veřejné správy, obce apod. I v těchto případech jsou nakonec totiž příjemci podnikatelé – firmy, realizující podpořené projekty a těžící z prostředků získaných prostřednictvím těchto dotačních programů.

Databáze zahrnuje různé typy podpor, především jde samozřejmě o programy poskytující podporu prostřednictvím přímých dotací, ale zároveň zde podnikatelé naleznou celou škálu alternativních podpůrných nástrojů, jako jsou zejména zvýhodněné či bezúročné půjčky, záruky za úvěry apod.

Hlavní předností databáze je její strukturovaná forma, která umožní uživateli rychlou orientaci a usnadní vyhledávání prostřednictvím široké škály možných vyhledávacích parametrů.

Po vstupu do databáze (www.businessinfo.cz/cz/podpory-a-dotace/) má uživatel k dispozici přehled všech záznamů, řazených podle data bližší se uzávěrky, ale řazení lze přizpůsobit i dle data vložení záznamu, tj. sledovat nejaktuálnější přírůstky databáze.

V průměru čítá databáze přibližně 300 záznamů, pro úplnost jsou dostupné i „archivní“ záznamy, které mají sice po uzávěrce, nicméně lze očekávat vypisování nových výzev pro podávání žádostí. Spíše než listovat celým seznamem se však vyplatí využít některá z řady vyhledávacích kritérií. Vedle standardního full-textového vyhledávání je zde k dispozici několik dalších možností. Databáze je tematicky rozčleněna na několik oblastí, jako je podpora pro malé a střední podniky, pro podnikatelské nemovitosti, pro oblast inovací, výzkumu a technologií, certifikace a patenty, podpora pro oblasti cestovního ruchu, energetiky, pro projekty v oblasti životního prostředí, dopravy a dopravní infrastruktury, bydlení, IT a telekomunikací, zemědělství atd. V databázi je rovněž možno vyhledávat dle regionálního určení podpory, tj. lze vyfiltrovat dotace poskytované/platné v konkrétním kraji České republiky. Další možností je filtrace dle velikosti firmy, která může o podporu žádat, nechybí ani vyhledávání dle data uzávěrky příjmu žádostí.



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

● Mobilní bankomat České spořitelny

Letos poprvé v České republice mohli účastníci několika festivalů využít tzv. mobilní bankomat. Jde o přenosný bankomat, který lze umístit všude tam, kde se na přechodnou dobu očekává koncentrace většího počtu lidí, kteří by o využití bankomatu mohli mít zájem. Česká spořitelna jej prvně představila letos v červenci na tuzemských letních hudebních festivalech Rock for People a Colours of Ostrava, v srpnu během putovního festivalu České hradby.cz na hradě Bezděz.

● Krize v internetovém retailu ustupuje

Dle zpráv předních českých internetových obchodů KASA.cz a Obchodní-dům.cz dochází k postupnému oživení spotřebitelského trhu, které se projevuje především zesíleným zájmem zákazníků o dříve okrajové segmenty. Internetové obchody si u zákazníků získaly oblibu především kvůli širšímu sortimentu a nižším cenám než v kamenných prodejnách. Dokazuje to i průzkum portálu Heuréka.cz, který mapuje chování zákazníků eshopů.

● Železniční bezdrátová přenosová síť

Ve dnech 14.–18. září 2009 se v Brně již tradičně na veletrhu Transport a Logistika 2009 setkají významné společnosti z oboru dopravy a logistiky. V seznamu předních vystavovatelů nebude ani letos chybět společnost ČD – Telematika a.s. V rámci výstavní expozice pod patronací Asociace podniků českého železničního průmyslu ACRI (hala A1, stánek 1) představí ČD – Telematika a.s. železniční bezdrátovou přenosovou síť - platformu pro transparentní datovou komunikaci.

● Bankovní studie skupiny UniCredit

Bankovníctví v CEE zažívá náročné období, oživení je ale na obzoru. Existují zde vyhlídky využití světového ekonomického růstu, který nastartuje region CEE. Hospodářský růst však nadále zaostává za svým potenciálem. Pro mezinárodní finanční trhy přestala být tématem krize likvidity – hlavní brzdou úvěrování je nyní kvalita úvěrového portfolia. Dlouhodobé vyhlídky bankovníctví v regionu CEE zůstávají nedotčeny.

Krize upevnila vztahy mezi bankou a klientem

Na letošním ročníku Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně nebude chybět UniCredit Bank. Čím chce banka oslovit firemní klienty, jak bude reagovat na zvýšený zájem o vývozní úvěry a na co se hodlá do budoucna zaměřit, o tom jsme hovořili s Janou Kytlicovou, která v UniCredit Bank zodpovídá za oblast Global Transaction Banking.

Proč se banka rozhodla, po delší časové odmlce, znovu přihlásit na Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně?

Zvažovali jsme naši přítomnost na veletrhu. MSV se tradičně účastní významní výrobci a vývozcí strojírenských výrobků a technologií. Mnohé z vystavujících firem jsou našimi klienty v České republice nebo klientem některé z banky skupiny UniCredit. Registrujeme také zvýšenou poptávku po exportním financování. V Brně chceme podpořit naše klienty v době, kdy získání zakázky je mnohem obtížnější. To byl rozhodující moment.

Co chcete v Brně představit? Můžeme se těšit na zásadní novinky, nebo spíše na osvědčená, novým podmínkám přizpůsobená, řešení?

Na veletrhu chceme nabídnout především odborné služby a poradenství. Větší váhu než novinky má schopnost nalézt řešení, jak poskytnout vývozní úvěr či zajistit rizika s vývozem spojená. To je v současné době složitější.

Je pro vás osobní setkání s klienty a obchodními partnery u příležitosti mezinárodního veletrhu nejlepší cesta za novým businessem?

Osobní setkávání s klienty a obchodními partnery je naší každodenní činností. Na veletrhu je ale jiná atmosféra. K obchodu jako by tam bylo blíž. Věřím, že naše očekávání a očekávání našich klientů nebudou zklamána a neovlivní ho ani menší počet vystavovatelů v letošním roce.

Jaký plánujete doprovodný program a na co byste nás především ráda pozvala?

Připravili jsme bloky odborných konzultací v průběhu celého veletrhu. Na stánku se po-

stupně vystřídají odborníci na obchodní a exportní financování, treasury, cash management a elektronické bankovníctví, Evropské kompetenční centrum a leasing. Máme pro hosty připraveno i odreagování se od stresu z obchodních jednání. Přijďte na náš stánek a přihlaste se do některého z kol miniturnaje ve stolním fotbale!

O korporátním bankovníctví se v médiích příliš nepíše, ačkoli finance představují životodárnou „krev“ každé ekonomiky a bez dobře fungujících peněžních služeb se neobejde. V čem ho změnila současná krize?

Podle mého názoru současná krize prověřila a upevnila vztahy mezi bankovními poradci a korporátními klienty. Projít společně krizovými okamžiky, to znamenalo ve většině případech kvalitativní změnu ve vzájemném vztahu. V oblasti exportního financování důležitou roli – důležitější než kdy doposud – sehrála státní podpora exportu. Zejména bych vyzvedla pojištění vývozních úvěrů EGAPem, který na sklonku minulého roku mimo jiné zvýšil pojistné krytí z 95 % na 99 %. Tím umožnil bankám zajistit financování vývozu do rizikových teritorií, jako je např. Ukrajina či Bělorusko. Věřím, že význam této formy podpory českých vývozu bude brán na zřetel při diskuzi o zajištění dostatečné pojistné kapacity EGAPu na rok 2010.

Získali jste letos ocenění „Best Sub-Custodian 2009“. Co se za touto prestižní cenou skrývá?

Prestižní časopis Global Investor vyhlá-

sil naši bankovní skupinu za nejlepšího sub-custodiana v 9 zemích střední a východní Evropy (CEE), tedy v i ČR. Toto ocenění podtrhuje sílu našeho postavení v oblasti správy cenných papírů. S více než 80 miliardami eur aktiv institucionálních klientů spravovaných na 14 trzích byla skupina již v uplynulém desetiletí nejvýznamnějším poskytovatelem služeb v oblasti cenných papírů v regionu CEE. V České republice jsme bankou s největším podílem této služby na trhu.

Jak byste charakterizovala vaše postavení na bankovním trhu zejména s ohledem na malé a střední podnikání?

UniCredit Bank nabízí klientům ze segmentu malých a středních podniků komplexní služby, a to prostřednictvím pobočkové sítě v celé České republice. V obchodním a exportním financování jsme připravili „exportní balíček“ pro malé a střední firmy, který jsme doplnili uzavřením rámcové smlouvy s pojišťovnou EGAP. Tato smlouva zajišťí snadnější přístup k pojištění předexportního financování a záruk na vývozní projekty – a to nejen zkrácením doby nutné k vyřízení pojistky, ale i snížením některých nákladů.



Jana Kytlicová v UniCredit Bank zodpovídá za oblast Global Transaction Banking

Kam chce UniCredit Bank upřít pozornost a co bude největším tématem korporátního bankovníctví v blízké i vzdálenější budoucnosti?

UniCredit Bank získala v tomto roce cenu Hospodářských novin Nejlepší banka 2009. Této ceny si velice vážíme. Přesto chceme zlepšit služby našim klientům – jak a kde máme rezervy? – to je pro nás nyní velké téma. V Global Transaction Banking, což je oblast, za kterou v bance zodpovídám, pracujeme zejména na zlepšení modelu prodeje a nabídky služeb v oblasti cash managementu a přímého bankovníctví. Jak zefektivnit peněžní toky, přeshraniční řešení správy účtů a plateb pro mezinárodní korporace, obsluhu účtů v různých zemích z jednoho místa atd. To je podle mého velké téma i do budoucnosti.

ptal se Pavel Kačer ➤

Seminář CEBRE a CZECHTRADE: Export mimo EU – jak na to?

16. září 2009 od 10 hodin na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně

Ve světle hospodářské krize je nutné ještě intenzivněji podporovat české exportéry mířící na třetí trhy. Jaké jsou formy přímé a nepřímé domácí podpory pro lepší přístup českých firem na trhy mimo EU? Jaké nástroje pro podporu evropských exportérů nabízí Evropská unie? Jak postupovat, jestliže Vaše firma při exportu čelí nepřímým omezením?

Cílem semináře CEBRE a CZECHTRADE je upozornit na nevyužívané kapacity, příle-

žitosti a nové iniciativy Evropské komise a pomoci tak podnikatelům lépe uspět na třetích trzích a případně se i zapojit do přípravy legislativy v oblasti mezinárodního obchodu. Účastníci se dozví o různých formách podpory a asistence, kterou českým exportérům nabízí podporná infrastruktura Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, CzechTrade a podnikatelských a zaměstnavatelských organizací. Pozornosti neunikne databáze MADB (Market Access Database) obsahující cenné informace pro exportéry do třetích zemí. Na semináři vystoupí zástupci Ministerstva průmyslu a obcho-

du ČR, CZECHTRADE, Svazu průmyslu a dopravy ČR, Hospodářské komory ČR a CEBRE.

Více informací v programu Mezinárodního strojírenského veletrhu nebo na adrese cebre.europe@mail.be.

Konzultace CEBRE na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně

V rámci Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně poskytuje CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace při EU již tradičně českým firmám a asociacím konzultace týkající se evropských politik, ev-

ropského práva a finančních nástrojů EU. Konzultace jsou k dispozici zdarma v úterý 15. září 2009 na stánku CZECHTRADE v pavilonu P a ve středu 16. září 2009 na stánku Svazu průmyslu a dopravy ČR. Ve stejný den dopoledne mají navíc podnikatelé možnost poslechnout si informace na semináři CEBRE a CZECHTRADE o podpoře exportu do zemí mimo EU.

S ohledem na velký zájem o konzultace CEBRE lze doporučit zájemcům sjednat si termín schůzky na adrese cebre.europe@mail.be.

(tz)

Dohody o provedení práce mají v dnešní době smysl, jejich regulace by postihla většinu občanů

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR zvažuje legislativní úpravu dohod o provedení práce, tuzemské podniky s tímto návrhem však nesouhlasí a považují jej za nesystémový. Stát je přesvědčen, že díky zneužívání tohoto systému tuzemskými firmami přichází o značné finanční prostředky v řádech miliard korun, a chce tuto situaci změnit.

Ministerstvo proto zvažuje, že z dohod o provedení práce by se platilo zdravotní a sociální pojištění, což by mělo zabránit tomu, aby firmy nevyužívaly možnosti změny pracovního poměru u zaměstnance z plného pracovního úvazku na dohodu o provedení práce. To je pro firmy finančně výhodnější a administrativně jednodušší.

„Pokud by dohody o provedení práce měly podléhat placení zdravotního a sociálního pojištění, ztratily by svoji výhodu a neměly již dále žádný význam. Dohody dnes umožňují firmám efektivně a flexibilně reagovat na změny na trhu, jsou pro ně i administrativně méně náročné. Tyto změny by negativně postihly především ty, co nic nezneužívají ani neporušují,“ reagoval prezident Hospodářské komory České republiky Petr Kužel.

„Hospodářská komora je proti zavádění nových a přísnějších opatření, ale naopak pro důslednější dodržování stávajících kontrolních mechanismů, které spadají do činnosti inspekce práce. Pokud někdo úmyslně zneužívá tento systém, tak je třeba v prvé řadě

využít stávajících kontrolních mechanismů, než je zpříšňovat. Pokud naším společným cílem je podpora krátkodobých pracovních úvazků, tak by jakékoliv zpřísnění dohod o provedení práce, které toto umožňují, bylo chybným krokem,“ dodal Petr Kužel.

Pokud by se zpřísnily podmínky, za kterých lze tento typ dohod použít a zavedla například platba sociálního a zdravotního pojištění, tak to podle Hospodářské komory České republiky bude mít velmi negativní dopad na činnost řady firem a podnikání v České republice. Firmy by mohly přistoupit k zaměstnávání lidí načerno, což by současnou situaci na trhu práce ještě více zhoršilo.

(tz hkčr)

RWE opět zlevní plyn

Zákazníci skupiny RWE ušetří na výdajích za zemní plyn i v prvních chladných měsících letošního topné sezony. S platností od 1. října se konečné ceny zemního plynu od skupiny RWE pro domácnosti sníží v průměru o 2,5 %.

„Snížení cen zemního plynu pro čtvrté čtvrtletí je dáno především příznivým vývojem směnného kurzu koruny vůči americkému dolaru. Naopak ceny ropných derivátů rostou, což ovlivní ceny pro další kvartál. To je také důvod, proč neočekáváme další pokles cen na začátku roku 2010,“ uvedl Tomáš Varcop, člen představenstva RWE Transgas zodpovědný za národní obchod.

Od začátku roku zemní plyn zlevnil pro zákazníky skupiny RWE už potřetí a celkově průměrná cena pro domácnosti poklesla o více než 11 %.

(tz)

Stoletý zvrat řízení

O soudobé krizi se pojednává výlučně v pojmech makroekonomie. Odloučení mikro a makro v ekonomii pochází z počátku 20. století. Stoupenci mikroekonomie argumentují, že mohou zajít do větších konkrétností, a stoupenci makro, že mají blíže k teorii. Ostatně z těch, kdo mohou přidat něco podstatného, jsou v převaze ti, kdo se zabývají obecnými problémy nebo přímo teorií.

Právě v posledních letech se přední světové poradenské organizace zvedly, aby obrátily zájem k podnikovému řízení a ohlasyly změnu, jež po sto let neměla obdobu. Gary Hamel, jedna z vůdčích osobností McKinsey (kde má svůj ústav podnikového řízení), vydal knihu o řízení v budoucnosti, v níž vysvětluje, že podniky dokáží zásadně inovovat řízení, jediné když přijmou převrat, který by vpustil do podniků vědu, výzkum a vývoj nejen jako posilu rozvoje, ale přímo jako „režim“ (dominaci, jak ji známe jako „governance“ z obvyklého sousloví „corporate governance“), jako pořádací princip podniku (určující organizační výstavbu, práva a odpovědnosti, vzájemné vztahy).

Skoro sto roků tvořila strukturu podniků „byrokracie“. V dvacátých letech její teorii dovršil Max Weber. Po desetiletí byla kritizována, že její hierarchické uspořádání a formální pravidla (podniková „pyramida“) vedou k omezení kultury v řízení a k nedostatečnému zužitkování zna-

lostí (od školní vzdělanosti k vědě). Weberova teorie byla náležitě propracována, ale praxe si ji přizpůsobila – řekněme do dvou pravidel: každý se má starat jen o to, co je mu svěřeno, a každý má mít jen jednoho vedoucího. Už od šedesátých nebo sedmdesátých let to není pravda, ale praxe miluje zjednodušení. Daniel Bell, jehož jsme uvítali také u nás, to vložil do „protikladů kapitalizmu“. Bezpočet bylo sepsáno kritických statí proti nadměrnostem byrokracie, její jméno kleslo až na nadávku, avšak jednoduchost byrokracie vždy nakonec obstála.

V posledních desetiletích byrokracie se musela uvolnit k přijímání inovací. V polovině minulého století dotvořil Joseph Schumpeter (narozený v moravské Třešti) „teorii inovací“. Ke konci století se nápor inovací zřetelně zesílil. Začaly se rozlišovat inovace „obvyklé“, snadno zapojitelné, a inovace „zlomové“ (disruptive), po nichž se už nedá prostě pokračovat, a je třeba měnit řízení. Pak se přidala globalizace a rych-

lé stěhování výroby i odpovídajících inovací. Výhoda inovace se rychleji ztrácela; bylo třeba chápat inovace už nejen jako „zlepšení“, ale pokud možno jako „vynález“. Tam někde končí inovace jako vnější „pohon“ podniků.

Tak velký záměr, ale žádný ruch? Gary Hamel vysvětluje: to proto, že změna je velká a hluboká, a žádný ortodoxní postup (plán, kalkulace, personalistika, finanční analýza, organizace) k ní nevede. I vyspělí (tj. teoreticky vzdělaní manažeři) s ní budou mít práci a dodává, že na



autor: Miloš Krmářek

Tým profesionálů pro správu pohledávek má Česká spořitelna v Ostravě

Profesionalita a úzká specializace je při správě pohledávek klientů zásadní. Česká spořitelna proto 3. září 2009 otevřela v Ostravě klientské telefonní centrum specialistů, kteří se budou věnovat klientům se zpožděnou splátkou úvěru. Klientům připomenou jejich platbu prostřednictvím SMS, emailu nebo telefonicky. Banka tímto krokem centralizuje péči klientům, kteří zapomněli poslat splátku v termínu, z pobočkové sítě do jednoho bodu a zároveň vyškolením profesionálního

úzce specializovaného týmu zlepšuje službu klientům. Otevření call centra podpoří také zaměstnanost v regionu, protože do konce roku přijme 150 pracovníků.

„Slavnostní otevření je vlastně posledním krokem našeho dlouhodobého záměru. UVědomovali jsme si totiž, že proces upomínání roztržštěný v pobočkách není ideální a je potřeba jej centralizovat a specializovat. Navíc tak uvolňujeme ruce pobočkovým zaměstnancům pro každodenní služby klie-

tům,“ vysvětlila prvotní impulz vzniku centra Daniela Pešková, ředitelka úseku zpracování obchodů České spořitelny. „I když jsme o sestavení tohoto ostravského týmu rozhodli už před světovou ekonomickou krizí, nyní se ukazuje, že rozhodnutí bylo správné, a v současné ekonomické situaci je to o to více potřebné, protože trh očekává nárůst nesplacených úvěrů,“ dodala Daniela Pešková.

(tz)

► pokračování ze str. 1

Považujeme to za velmi důležité pro objektivitu celé soutěže. Základní motivací pro nás zůstává podpořit export malých a středních podniků ve spolupráci s agenturou CzechTrade a nyní nově s ostatními velkými partnery.

Stává se nám ale často, že nás následně účastníci soutěže sami osloví (ti, kteří ještě nejsou našimi zákazníky) a zajímají se o naše služby. V takovém případě s nimi spolupracujeme jako s každým jiným subjektem.

O světě businessu toho víte hodně, navíc jste činorodý optimista. Vítáte nápady, rád s nimi pracujete. DHL v ČR má jistě nějaké další eso v rukávu, které povzbudí stávající i budoucí zákazníky. Dá se již napovědět?

Esa v rukávu mívají falešní hráči (úsměv, pozn. red.), DHL se spoléhá na svou znalost trhu a ta vychází z denního kontaktu našich prodejců s našimi klienty. Když vezmu v úvahu, kolik očekáváme od našich prodejců prodejních hovorů anebo schůzek, pak bychom ročně měli s klienty vést 80–90 000 prodejních hovorů po telefonu a uskutečnit až 40 000 prodejních schůzek. A uznajte, že v takovém množství najdeme spoustu podnětů a nápadů pro svou práci a řadu z nich pak uvádíme do praxe – viz výše uvedený příklad s kanadský-

mi vízy. DHL má dokonce celosvětový program pro podporu takovýchto myšlenek, který se jmenuje First Choice. Přes tento program může každý zaměstnanec DHL podat návrh na zlepšení produktu, služby nebo interního procesu, a pokud je nápad shledán přínosným, je implementován. Když vše zjednoduším: aby byl nápad akceptován, musí splnit 2 základní podmínky – dopad změny musí poznat naši klienti a implementace nesmí přesáhnout 3 měsíce. Tím zamezujeme tomu, abychom řešili interní procesy bez vazby na zákazníky anebo spouštěli megalomanské projekty, trvající roky.

Značnou pozornost věnujete ekologické přpravě. Proč zrovna toto téma?

DHL si uvědomuje své postavení a závazky vůči společnosti. Ochranu životního prostředí, zejména co se týče klimatu, považujeme obecně za problematiku, na jejímž řešení se můžeme a skutečně chceme významnou měrou podílet.

Viditelnou změnou pro letošní rok je mírně pozměněný název naší soutěže, která se nyní oficiálně jmenuje Exportní cena DHL HSBC. Jak je již z názvu patrné, do našeho projektu vstoupila jako generální partner HSBC Bank plc. Věříme, že díky tomuto spojení získá Exportní cena DHL HSBC v očích malých a střední exportérů ještě větší atraktivitu.

V České republice od 1. května 2008 nabízíme ekologickou službu s názvem GOGREEN, již jsem ji zmínil, a v Prosperitě jste o ní také

již informovali. Zákazník díky ní může aktivně pomáhat při ochraně životního prostředí podporou vybraných projektů vedoucích ke snižování emisí oxidu uhličitého. Naším hlavním cílem je prostřednictvím projektu GoGreen vyvinout trvale udržitelný přepravní systém. Mohu s potěšením konstatovat, že zájem českých klientů pokračuje i v těchto dnech, bez ohledu na vřudypřítomnou finanční krizi. V současné době využívá této možnosti v České republice více než 70 stálých klientů. Prostřednictvím této služby byly již tak v ČR odeslány tisícovky zásilek. Zájem českých klientů nás překvapil, protože jsme se během 6 měsíců dostali v počtu uzavřených smluv na úroveň našich skandinávských kolegů, kde jsou ekologická témata pro firmy daleko silnější než v našem regionu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

to musejí věnovat 10–15 let. „Nárok na podnik znamená něco, co nemá žádný precedens“ (The McKinsey Quarterly, 1/2008, s. 25).

Jestli s tím mají mít takovou námahu američtí vyspělí manažeři, tím obtížnější bude „znalostní budoucnost“ u nás. Od 1989 je národ naložen do bulváru a to je nejhojnější duševní strava; bulvární noviny a knihy se staly nejčtenějšími.

Je historickou anekdotou, že jsem to, co McKinsey doporučuje jako budoucnost, měl v bývalém podniku v sedmdesátých letech. V podniku panoval kolektivní rozum. Za deset let jsem nevydal jediný písemný příkaz, všechno jsme dohadovali s využitím kolektivního rozumu. Měli jsme osm let světového managementu v klíčových slovech uloženo v Bratislavě. Založili jsme nejlepší informační středisko ve střední Evropě. Pořádali jsme kurzy pro generální ředitele (v délce 8 měsíců, ale poměrně volné) ukončované 4 týdny v USA (za velkorysé podpory americké strany.) atd.

Pak přišla „normalizace“, půldruhého roku vyšetřování, musel jsem opustit své postavení a našel jsem místo v ústavu pro filozofii v Akademii věd, pak v Rakousku a v USA. Byla ještě „studená válka“.

Jaroslav A. Jirásek

DHL Express zavádí novou sadu obalů ze 100 % recyklovatelného materiálu

Společnost DHL Express, přední poskytovatel expresních a logistických služeb, oznámila uvedení nové sady obalů pro zjednodušení svých přepravních služeb pro zákazníky a pro snížení dopadu na životní prostředí. Nové obaly jsou vyrobeny ze 100 % recyklovatelného materiálu, který je mnohem šetrnější k životnímu prostředí, čímž DHL Express podporuje svou strategii ochrany životního prostředí v rámci projektu GOGREEN.

Nová sada zahrnuje obaly, které jsou k dispozici v sedmi různých velikostech, dále dva typy trojúhelníkových a čtyři typy obalů na láhve. Tato nová kompletní sada obalů bude k dispozici zákazníkům nejen v České republice, ale ve většině dalších zemí světa na konci roku 2009. Plánem distribuce je postupné nahrazení stávajících obalů DHL.

Roland Thomas, viceprezident Global Products DHL Express, řekl: „Věříme, že tato univerzální obalová řada skutečně uspokojí přepravní potřeby většiny našich zákazníků. Jsme schopni přepravit v těchto obalech jakoukoliv zásilku od 250 g do 25 kg, zvládnout různé tvary a s naším patentovaným paletovým boxem můžeme zvýšit hmotnost jednoho kusu zásilky až na 100 kg.“

„V České republice se nové 100 % recyklovatelné obaly dostanou k našim zákazníkům v průběhu podzimu 2009. Tyto standardní obalové materiály poskytujeme našim zákazníkům zdarma,“ dodal Karel Kváč, Product Manager DHL Express CZ.

Každý z obalů byl navržen tak, aby minimalizoval množství použitých surovin. Díky zvýšené odolnosti a pevnosti v tlaku je možné zmenšit celkovou povrchovou plochu obalů, zejména větších boxů.

(tz)

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
Šrotovné Hyundai zaznamenalo velký úspěch Prezident společnosti Hyundai Motor Czech schválil šrotovné Hyundai. Akce začala platit od 15. července a původně zahrnovala jen 200 vozů Hyundai. Tento počet byl na základě značného zájmu navýšen o dalších 100 vozů. Všechny 300 vozů tak bylo prodáno během necelých 14 dnů. Značka Hyundai tímto svým krokem nejen přispěla k čistšímu ovzduší v ČR, ale nabídla zákazníkům i zajímavou cenu vozů. ➡	Insolvence, exekuce a krizový management Ve středu 5. srpna proběhlo již čtvrté letošní setkání CFO Clubu, tentokrát na téma „Insolvence, exekuce a krizový management“. I přes prázdninový termín byla účast finančních ředitelů hojná a sál Boccaccio Grand Hotelu Bohemia byl zcela zaplněn. V diskuzním panelu tentokrát zasedli např. Michal Mejstřík, zástupce NERV, předseda představenstva EEIP a ředitel IES FSV UK, Jana Tvrdková, prezidentka Exekutorské komory České republiky. ➡	Pošta ověřila 15 tisíc podpisů a listin Od začátku letošních prázdnin nabízí Česká pošta svým zákazníkům nové služby, a to úřední ověřování listin (vidimace) či pravosti podpisů (legalizace). O ověření je ze strany veřejnosti značný zájem. To ostatně dokládají i čísla za první měsíc, kdy pracovníci kontaktních míst CzechPOINT na poštách ověřili více než 15 tisíc podpisů a listin. Při ověření jednoho podpisu zaplatíte 30 Kč, při ověření listiny ve formátu A4 a menším pak 30 Kč za každou stranu ověřovaného dokumentu. ➡	RSTS v červenci půjčila přes miliardu korun Obchodní i hospodářské výsledky ukazují, že letošní červenec byl pro Raiffeisen stavební spořitelnu a. s. z hlediska objemu poskytnutých úvěrů nejúspěšnějším měsícem v její šestnáctileté historii. I přes současnou ekonomickou situaci a obecný pokles zájmu o půjčky na bydlení jde Raiffeisen stavební spořitelna proti trendu. V prvním prázdninovém měsíci poskytla rekordní objem úvěrů, když půjčila celkem 1,093 miliardy korun. ➡

Značka KIA na českém trhu vyrostla z neznámého novorozence v ambiciózního teenagera

Nazrál čas a vy jste se rozhodli koupit nové auto. Nejen do rodiny, ale také do firmy. Požadavky na obě vozidla máte skoro shodné. Vaše rodina si potrpí na auta, která mají jiskru, a komorní firma zase trochu více provokuje své okolí, než bývá obvyklé, a za umírněnou sumu peněz hledá nápaditou užitnou hodnotu. Víte, že nepotřebujete luxusní limuzínu, ale spíše byste volili z výrazného designu, zkrátka „něco“, co je dobře vidět, ale co vás zároveň na silnici nezklame. Také hledáte model, který nepřivede vaše současné složitější hospodaření do stresu z leasingových splátek. V autě se chcete cítit pohodlně, uvolněně, a to i v příšerné zácpě na dálnici D1, když se zastaví čas. Možná zamíříte myšlenkami ke značce KIA.

Co všechno představuje na českém trhu po 15 letech působení, o tom se mnou hovořil generální ředitel společnosti Kia Motor Czech Ing. Vít Pěkný:

V žebříčku nejprodávanějších značek osobních automobilů v ČR si za první pololetí 2009 nestojíte špatně – registrovaných bylo 4 344 vašich aut. Co k tomu napomohlo nejvíce?

Zákazníky jistě a oprávněně přitahuje vysoká kvalita našich vozů, silná dealerská síť a zcela kompletní modelová řada sestávající z klasických osobních, velkoprostorových a terénních automobilů. Automobilů, které kromě již zmíněné kvality nabízejí rovněž vysokou míru bezpečnosti, spolehlivost a výbornou dynamiku spojenou s dokonalými jízdními vlastnostmi.

Myslíte si, že v době složitě ekonomické situace může šikovná reklama zákazníky dostatečně ovlivnit, anebo nemá takovou sílu?

Reklama jako taková má nespornou sílu v každé době a zákazníci při jejich rozhodování zcela určitě a vždy ovlivňuje. Reklama ale je pojem, který zahrnuje široké spektrum aktivit, které vycházejí jednak ze společnosti, která vozy do naší republiky dováží, ale i od prodejců (dealerů) samotných. Nejlepší reklamou je pro každého spokojený zákazník ve voze dané značky na silnici. A to se značka KIA v poslední době velmi daří.

Čím dosud získala KIA srdce své klientely a čím pečujete o její věrnost?

KIA nabízí spolehlivost, kvalitu, a jak jsem již podotkl, dynamiku. KIA také disponuje v České republice profesionální sítí autorizovaných dealerů. KIA poskytuje svým zákazníkům tým lidí, který je nejen na vysoké odborné úrovni, ale to, co dělá, dělá s potěšením. A služby značky nekončí prodejem vozu.

Vy osobně rozumíte řadě oborů a vřelý vztah máte k technickým a technologickým novinům – nač a u jakého z vašich modelů byste rád upozornil?

V době, kdy by celý svět měl dbát o ohleduplný přístup k našemu společnému životnímu prostředí, přicházejí modely KIA se systémem ISG (Idle Stop

and Go), který snižuje emise škodlivin do ovzduší. KIA se také angažuje v intenzivním vývoji hybridních pohonů a palivových článků. Rovněž používání vznětových přeplňovaných motorů s menším zdvihovým objemem při zachování obvyklých výkonových parametrů je krok, který šetří naši modrou planetu tak, aby si ji mohly beze zbytku užívat i další generace. Typickými představiteli nositelů nových technologií jsou model cee'd, Soul, nové Sorento a z Nošovic přicházející model YN.

Jak se dnes liší požadavky evropského a asijského zákazníka?

Požadavky zákazníka se podle mého soudu generují na základě jeho potřeb, jeho životního stylu a prostředí, ve kterém se pohybuje. S určitou nadsázkou si dovedu představit, že existuje jistý globální typ zákazníka, kterého uspokojí jistý globální produkt. V realu ale existují rozdíly i v oblastních zvycích – řeč, oblečení, potrava, zábava... S auty to není jiné. Spojnicí požadavků mohou být ale atributy jako spolehlivost, kvalita, bezpečnost, výkon, ohleduplnost k životnímu prostředí. Tam si myslím, že to je hodně podobné.

Prodává více libivost, design, anebo užitná hodnota vozu?

V České republice automobil stále není to, co v jiných rozvinutějších částech světa. Pořád není vnímán jako spotřební zboží. Proto při rozhodování rozhodují kromě peněz i emoce. Nejlépe se prodává vůz, který je líbivý a má vysoké užité vlastnosti a přiměřenou cenu. Každý zákazník v tomto mixu upřednostňuje jiný parametr a podle výsledku se rozhoduje. Obecně lze ale konstatovat, že pohledné automobily jdou na odbyt lépe. Je to stejné jako se ženami (šibalský úsměv, pozn. red.).

Právě uvádíte inovovaný cee'd. Čím se liší od původní verze – Auta roku, co přináší zajímavého?

Nový cee'd by se měl objevit v prodeji během září. Svoji výstavní premiéru si odbývá právě nyní na autosalonu ve Frankfurtu. Vůz má inovovanou přední partii, zdokonalenou palubní desku a prvky interiéru. Byly provedeny i lehké korekce na zádi. Původně velmi povedený, úspěšný a populární



Ing. Vít Pěkný, generální ředitel společnosti Kia Motor Czech

automobil celkově ještě dozrál a působí nyní ještě hodnotněji a dospěleji. Vozy mají ve všech stupních více standardní výbavy a jsou vybaveny pokrokovými a moderními technologiemi (např. ISG). Standardně zůstává naše 7letá záruka a jistě i spokojený uživatel.

Kdy mohu k vám do Čestlic přijít a rovnou si auto odvézt? Zítřka?

Teoreticky i prakticky ano. Záleží na tom, jaký vůz budete chtít a bude-li ho konkrétní dealer mít skladem. Naše prodejní síť má prodejní zásoby přibližně na dva měsíce. Není-li vůz skladem u dealera, lze jej k němu dopravit ze skladu importéra, a to v termínu do 48 hodin. To je standardní doba dodání. Dealer ale má nástroj na to, jak v odůvodnitelných případech tuto dobu zkrátit i na čtvrtinu až polovinu. Pak jsou potřeba ještě dvě hodiny na přípravu vozu – mechanická kontrola a čištění.

Už tušíte, jaké budou v KIA Vánoce?

Strašně rádi bychom, aby byly milé a příjemné, jako ty předchozí. Zatím tomu vše nasvědčuje. Všichni v KIA se těšíme na to, jak se sejdeme s obchodními partnery, novináři, zákazníky. Bude-li

atmosféra tohoto krásného období roku umocněna dobrými obchodními a hospodářskými výsledky, bude to jistě o to lepší.

Letos jste oslavili 15 let na českém trhu. Jak se od té doby proměnilo vnímání značky? Jaké hodnoty přinesla našemu motoristovi?

Značka KIA na českém trhu vyrostla z neznámého novorozence v ambiciózního teenagera. Z jedné modelové řady prodávané v roce 1994 je dnes řad deset. Na podzim přijde jedenáctá z moravských Nošovic. KIA v České republice ukázala jejím obyvatelům, že existuje segment minivozů (Picanto) a naučila je tuto kategorii kupovat. KIA nabídla občanům naší země přestup z menších modelů vozů B segmentu do auta o třídu většího za velmi podobnou cenu (cee'd), KIA přinesla zcela bezkonkurenční 7letou záruku a poprvé 5* EURO N CAP pro korejského výrobce. Opět s modelem cee'd. V segmentu SUV vozů nabízí záruku 7 let opět jen jediný model KIA Sportage. Ve výčtu by se dalo pokračovat dále. Globálně KIA našim zákazníkům přináší vše, o čem jsem již hovořil, a zároveň serióznost. Toho slova se nebojím.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Kia cee'd má novou tvář

Automobilka Kia Motors zveřejnila v červenci první oficiální fotografii faceliftovaného modelu cee'd.

O modernizaci vozu se postaral tým designérů pod vedením Petra Schreyera. Nový styl zřetelně prozrazují především linie přední masky, která je i symbolem nové identity značky Kia.

Model Kia cee'd je nejlépe prodávaným automobilem této značky v Evropě. Od jeho uvedení na trh v roce 2006 se až dosud prodalo přes 230 000 vozů. Také v České republice patří k nejoblíbenějším autům, jezdí v něm již téměř 10 000 zákazníků. Stejně jako vloni i letos je u nás cee'd bestsellerem v segmentu nižší střední třídy. Za první pololetí letošního roku putovalo k zákazníkům 2634 vozů.

Nejrychleji rostoucí automobilová značka ve světě Kia Motors Corporation byla založena v roce 1944 a je nejstarší korejskou automobilkou. Skupina Hyundai-Kia Automotive Group, do které patří, je na 5. místě mezi největšími světovými výrobci automobilů a klade si za cíl probojovat se na první příčky. V současnosti ve 13 výrobních a montážních závodech v 9 zemích světa produkuje téměř 1 500 000 vozidel ročně. Automobily jsou prodávány prostřednictvím sítě oficiálních zastoupení ve 172 zemích celého světa. Kia má dnes 40 000 zaměstnanců.



Franchisové podnikání je jeden z atraktivních konceptů budoucnosti

AVEX
BAUMARKT

S Ing. Alešem Tulpou o tom, že místo na trhu pro firmy stále existuje aneb Kdo má nyní vůli a sílu investovat, a bude pilný, zúročí myšlenku i snahu

První pilotní franchisová prodejna pod značkou AVEX BAUMARKT byla otevřena letos 28. května ve Valašském Meziříčí. Baumarkt v ČR tohoto typu se nachází v největším nákupním centru města a disponuje prodejní plochou 3600 metrů čtverečních. Konceptně a tematicky je prodejna rozdělena do čtyř základních barevných světů: stavba, zahrada, bydlení, technika. Otevřeno je denně od osmi do dvaceti hodin. Vytvořeno bylo 50 nových pracovních míst. Sortiment představuje na 20 000 položek a najdete zde od železářství, ručního nářadí, stavebnin, květin snad úplně vše včetně mimořádných nabídek.

AVEX BAUMARKT klade důraz na spokojeného, dobře naladěného zákazníka – proto se snaží nabídnout i velké množství služeb až po půjčování přívěsných vozíků či rozvoz zboží.

Provozován je prvním franchisovým partnerem systému v ČR – společností HOBBYMARKET CZ. Obdobné prodejní plochy v jiných částech republiky se připravují. Cílem společnosti AVEX BAUMARKT systémová centrála s.r.o. je vytvoření sítě baumarktů v ČR i na Slovensku pod značkou AVEX BAUMARKT.

Management a tým pracovníků systémové centrály je sestaven z kvalifikovaných specialistů s mnohaletou praxí z baumarktové branže v oblastech nákupu zboží, marketingu, expanze baumarktové sítě, vyhledávání a zaškolování odborníků. Prodejny uvedeného typu budou stavěny v jednotném, nezaměnitelném korporátním designu a v rámci regionu budou plnit funkci moderního nákupního centra pro stavebníky, řemeslníky, kutily a zahrádkáře.

Koncept vyvinul Ing. Aleš Tulpa, odborník s mnohaletými praktickými zkušenostmi a znalostmi z baumarktového trhu u nás i v zahraničí, stál například u zrodu OBI a řadu let zde působil jako generální ředitel. Do roku 2013 by mělo podle jeho představ na území ČR vyrůst na 15 baumarktů a na Slovensku 8. V současnosti probíhají jednání o otevření 6–8 hobbymarketů v následujících 2–3 letech. Ing. Aleše Tulpy jsem se proto zeptala:

Jak hodnotíte aktuální stav baumarktové branže v ČR a na Slovensku?

Trh České a Slovenské republiky nabízí stále ještě velký prostor a dostatečnou tržní kapacitu pro další otvírání a provoz prodejen označovaných ve světě jako „Do it yourself“ (ve zkratce DIY-prodejny) nebo známých na trhu pod názvy „baumarkty nebo hobbymarkety“, a to zejména v regionech, resp. ve středně velkých a menších městech.

Stávající baumarktové řetězce na trhu se s výjimkou Baumaxu a částečně OBI koncentrují převážně na velká města.

Poptávka ze strany zákazníků zejména v regionech a celková kapacita (velikost) baumarktového trhu z roku na rok stále stoupá, což dokladují makroekonomické ukazatele v České i Slovenské republice, obraty existujících řetězců na obou trzích a vysoká návštěvnost baumarktů. Baumarktová branže profituje a stává se vítězem v maloobchodním segmentu českého a slovenského trhu i přes stále trvající hospodářskou a finanční krizi na trzích v EU.

Podle údajů společnosti Incoma Research a časopisu Moderní obchod tržby obchodníků nabízející zboží pro kutily, stavebníky a zahrádkáře vzrostly v roce 2008 o další 4,5 miliardy korun o dosáhly nejvyšší úrovně za posledních několik let.

Myšíte si, že obliba baumarktů tedy skutečně poroste?

Argument je jasný – pravidelně v nich naku-



Ing. Aleš Tulpa,
jednatel a generální ředitel společnosti
AVEX BAUMARKT systémová centrála s.r.o.

puje dle výše uvedených zdrojů více než polovina zákazníků v České republice. Opět začíná platit: „Co Čech, to kutil.“ Lidé vědí, kde se dá ušetřit – jezdí méně na drahé dovolené, nekupují luxusní zboží, chodí méně do restaurací, ale o to víc začali opravovat své byty, domy, zvelebují zahradu.

Mění se i chování a postoje zákazníků – i v tom směru, že nejsou ochotni dojíždět za nákupy baumarktového sortimentu do vzdálených měst (více než 30 km od místa bydliště). Dá se vycházet z předpokladu, že ochotně změní prodejnu DIY, kde dosud nakupovali, pokud jim jiná prodejna v jejich bližším okolí nabídne srovnatelný sortiment, stejné nebo nižší ceny, kvalitní a zákaznický orientovaný prodejní personál, adekvátní služby a příjemné nákupní prostředí. Pokud mohou navíc v nejbližším okolí DIY-prodejny nakoupit i jiný potřebný sortiment (např. potraviny), budou toto nákupní centrum v jejich spádové oblasti preferovat a navštěvovat.

Jedním z nejpodstatnějších nových trendů na evropském, stejně jako českém a slovenském trhu, včetně oblasti DIY, je proces koncentrace – vytváření nákupních a distribučních aliancí, sítí nebo kooperací.

Je to tak. Mnoho malých a středních podnikatelů bude mít v budoucnosti ekonomické nebo existenční problémy v důsledku své neorganizované samostatnosti na trhu.

Kromě aliancí a kooperací se začínají čím dál

tím více uplatňovat na českém a slovenském trhu zatím právě zde méně rozšířené, ale ve světě již vyzkoušené a osvědčené podnikatelské systémy, jako je franchising.

Tato metoda podnikání umožňuje zejména menším a středním podnikatelům zůstat samostatnými, a přitom využívat výhod, jaké mají jen velké a většinou nadnárodní společnosti, především v oblasti centrálních nákupů, marketingu, IT a v dalších oblastech, jakož i dosahovat v podnikání výrazně lepších výsledků s nižšími podnikatelskými riziky.

Vaše společnost je postavena právě na franchisingu. O něm jsme v Prosperitě v minulosti hodně psali. Můžete dnes stručně charakterizovat, jak v praxi „váš“ franchising funguje?

„Franchising je odbytový systém, jehož prostřednictvím se uvádí na trh zboží a/nebo služby a/nebo technologie. Opírá se o úzkou a nepřetržitou spolupráci právně a finančně samostatných a nezávislých podnikatelů – franchisora a jeho franchisantů. Franchisor zaručuje svým franchisantům právo a zároveň jim ukládá povinnost provozovat obchodní činnost v souladu s jeho koncepcí.“ Toto je definice franchisingu dle Evropské franchisové federace.

V praxi to funguje tak, že franchisor (poskytovatel franchisy) nabízí franchisantům (příjemce franchisy) podnikatelský koncept „na klíč“ a tzv. „franchisový balík“ pro úspěšné vybudování a řízení franchisových podniků. Franchisant přináší kapitál pro vybudování a provoz franchisového podniku, zůstává samostatným podnikatelem, je aktivně zapojen do operativního řízení svého podniku a platí za získané know-how, koncepci a podporu ze strany franchisora franchisové poplatky.

Každý z obou partnerů vykonává to, co nejlépe umí. Franchising je „Partnership for profit“ založený na dělbě práce a specializaci mezi poskytovatelem a příjemcem franchisy. Franchisa je licence opravňující podnikat vlastním jménem, na vlastní účet a na určitém území.

Co by měl nabízet franchisor, co přináší do spolupráce franchisant a jaké je mezi nimi rozdělení jejich rolí a úkolů?

Franchisor nabízí zejména „existenci na klíč“ neboli kompletní franchisový koncept a současně (kromě jiného):

- úspěšný, konkurenceschopný a promyšlený marketing
- značku, koncept pro corporate identity a corporate design
- kompletní a zdokumentovaný, praxí prověřený systém pro vybudování a řízení franchisových podniků
- přípravu franchisanta na budoucí spolupráci, školení, vzdělávání, a to jak počáteční, tak kontinuální, průběžné po celou dobu spolupráce
- poradenskou pomoc a podporu v hlavních oblastech franchisového podnikání
- controlling a nástroje ekonomického řízení franchisových podniků
- výhody v oblasti nákupu zboží a služeb, pomoc při zajišťování logistiky
- koncept pro informační a komunikační technologie (IT/CT), zejména software

Franchisant by měl do této spolupráce přinést:

- podnikatelskou aktivitu a ochotu podstoupit podnikatelská rizika
- svoji pracovní sílu a ochotu spolupracovat v rámci franchisového systému
- kapitál a financování pro svůj franchisový podnik
- znalosti lokálního trhu, neboť ve franchisingu platí, že „all business is local“
- výnosy/zisky z franchisové spolupráce na základě získaného know-how a franchisového konceptu, ze kterého jsou hrazeny i poplatky pro franchisora (jednorázový vstupní franchisový poplatek, pravidelné franchisové poplatky, poplatky za služby aj.)

Jak lze rozumět franchisovému systému AVEX BAUMARKT?

Na myšlence o vytvoření konceptu pro franchisový systém AVEX BAUMARKT jsem pár let pracoval. Mám zkušenosti ze sedmileté pozice ve funkci generálního ředitele společnosti OBI v České republice, a po určité období jsem působil i v Polsku a v Maďarsku. Za tuto dobu jsem měl možnost zkoumat jak franchisový systém největšího a nejúspěšnějšího franchisového řetězce v oblasti DIY, který v Německu funguje, jeho výhody, možnosti rozvoje a využití zejména v oblasti malého a středního podnikání.

pokračování na str. 11 ►



První prodejna ve Valašském Meziříčí

SUBWAY letos otevřel 28 provozoven a zároveň připravuje další expanzi

Nadnárodní fast-foodový řetězec SUBWAY, který se zaměřuje na prodej sendvičů, letos ve střední a východní Evropě otevřel 28 nových restaurací. Připravuje otevření dalších. „Nejvíce se nám dařilo v Polsku, kde jsme letos otevřeli již 13 nových provozoven. Na Slovensku, kde působíme od dubna, máme 2 nové restaurace SUBWAY. V Česku se počet našich prodejen zvýšil o tři na 11,“ řekl Manažer Rozvoje SUBWAY pro střední a východní Evropu Martin Princ. Celkem tak má franchisová síť v sedmi zemích střední a východní Evropy 123 prodejen.

Do konce roku SUBWAY předpokládá, že v regionu otevře ještě 19 nových prodejen, hlavně v Polsku, na Slovensku a v Česku.

„Celkově bychom se tak na konci roku měli dostat na téměř 50 nových provozoven SUBWAY. Původní plán přitom počítal se zhruba

30 novými restauracemi,“ dodal Martin Princ. Nejvíce prodejen v regionu provozuje řetězec v Rusku, celkem 66. „V letošním roce navíc jejich počet vzrostl o devět,“ uvedl Martin Princ. Všechny prodejny sendvičů ve střední a východní Evropě provozuje SUBWAY na principu franchisy, kdy prodává podnikatelům licenci. Ti pak mohou speciální sendviče připravovat z vybraných

surovin a prodávat pod značkou SUBWAY. I při ekonomickém poklesu zaznamenal SUBWAY ve střední a východní Evropě za první pololetí letošního roku růst prodejů. „V průměru jsme v prodejnách SUBWAY v sedmi zemích střední a východní Evropy zaznamenali nárůst prodejů sendvičů o téměř 3 %,“ uvedl Martin Princ.

(tz)

► pokračování ze str. 10

Že je systém franchisingu životaschopný, o tom hovořily tehdejší výsledky:

OBI se stala číslo 1 na trhu zvaném „Do it yourself“ v Německu, v České republice, v Maďarsku i v Polsku.

Tyto dlouholeté a praktické zkušenosti, znalosti baumarktové branže a franchisového podnikání se staly základem pro vytvoření vlastní koncepce franchisového systému. Na jeho přípravě a vývoji spolupracovali další úspěšní manažeři z oblasti DIY a franchisingu, jakož i zástupci a experti zahraničních společností, kterým byl koncept představen a které zvažují vstup na český a slovenský trh.

sortimentu zboží pro baumarkty v České a Slovenské republice za stejně výhodných podmínek, jako má BayWa v Německu, v Rakousku a jiných zemích pro síť vlastních, franchisových a kooperujících prodejných jednotek.

Jaká je tedy vize franchisového konceptu AVEX BAUMARKT?

Výstavba a provoz sítě prodejen baumarktů ve středně velkých a menších městech České a Slovenské republiky pod jednou zastřešující značkou AVEX BAUMARKT na franchisové bázi podnikání s podporou koncernu BayWa – významného provozovatele těchto marketů v Německu a Rakousku.

A filozofie společnosti?

Naší podnikatelskou a kooperací filozofií s koncernem BayWa AG, Mnichov, je využít mnohaletých praktických zkušeností společnosti BayWa a franchisové centrály AVEX BAUMARKT, jejich rozsáhlého know-how z oblasti zvané „Do It Yourself“ (DIY) ku prospěchu podnikatelů v České a Slovenské republice, kteří zvažují své

investice do baumarktové branže, která se již několik let velmi úspěšně na trhu rozvíjí a přináší zajímavou rentabilitu vloženého kapitálu.

Těmto podnikatelům nabízíme KONCEPT pro vybudování, provoz a řízení jejich vlastních baumarktů na franchisové bázi podnikání.

Na českém a slovenském trhu sílí narůstající tlak konkurence, zejména dobře organizovaných maloobchodních sítí s mezinárodní podporou mateřských společností nebo nákupních aliancí. Tomuto tlaku nemohou dlouhodobě malí a střední podnikatelé, kteří nejsou nebo budou součástí silné skupiny, odolat. Franchisový koncept AVEX BAUMARKT nabídne těmto podnikatelům řešení a řadu výhod při zachování jejich samostatnosti a vytvoří jim možnost se podílet na mnoha rozhodnutích v oblasti nákupní politiky, marketingu, strategickém rozvoji franchisového systému apod. V různých grémiích budou moci zástupci franchisantů uplatnit své zkušenosti a myšlenky ku prospěchu všech partnerů a celého systému.

Víte přesně, jaké budou cílové skupiny zákazníků ve spádové oblasti prodejny?

Naše představa je následující:

- Soukromí majitelé domů a bytů
- Veškeré domácnosti ve spádové oblasti (koneční spotřebitelé)
- Všichni zákazníci ve spádové oblasti, kteří mají v plánu něco renovovat, opravovat, stavět a zařizovat
- Řemeslníci a menší společnosti, podnikatelé ve spádové oblasti
- Státní instituce a školy



Sekce květin je na první pohled lákavá

- Kutilové, zahrádkáři, majitelé zvířat
- Cenově orientovaní zákazníci nebo sociální skupiny, které jsou nuceny si organizovat vlastní cestou opravy, údržbu, rekonstrukce, renovace apod. (mladí lidé, důchodci, sociálně slabší rodiny aj.)
- Rodiny, zejména ženy, které jsou iniciátorky a motivátorky změn v bydlení

Společným cílem a strategickým záměrem všech partnerů ve franchisovém systému AVEX BAUMARKT je vybudovat kvalitní a známou značku v segmentu trhu „Do-it-yourself“, vysokou znalost této značky na trhu, kvalitní image a pozitivní asociace všech cílových skupin zákazníků.

připravila Eva Brixí



Snímek ze zahájení prodeje ve Valašském Meziříčí

Předpokládám, že do hry vstoupil také zahraniční strategický partner...

Velmi významnou roli při přípravě, vývoji a realizaci konceptu má a bude mít i náš zahraniční strategický a kooperční partner z evropské baumarktové branže. Jedná se konkrétně o německou společnost BayWa AG, Mnichov, která uzavřela se společností AVEX BAUMARKT systémová centrála s.r.o., Praha kooperační smlouvu o spolupráci, poskytování know-how v oblasti nákupní aliance, marketingu atd. BayWa je více než 15 let činná jako franchisový poskytovatel na trhu v Německu, Rakousku a od loňského roku i v Itálii v oblasti provozování středně velkých baumarktů.

Koncern BayWa je mezinárodně působící skupina velkého množství samostatných společností s celkovým ročním obrátem cca 8,8 miliardy EUR v roce 2008. BayWa má celkem 2900 prodejných jednotek včetně franchisových v devíti evropských zemích. Celkový obrat franchisových i vlastních prodejen dosáhl v roce 2008 výše kolem 950 milionů EUR.

Cílem této spolupráce je nabídnout franchisovým partnerům v České a Slovenské republice společné know-how a služby pro vybudování, provoz a řízení baumarktů, centrální marketing a nákup zboží, nejmodernější IT-technologie a značné, mnohalety prověřené zkušenosti při výstavbě, zařizování a sortimentním plánování těchto prodejen.

Na základě uzavřené kooperační smlouvy poskytla BayWa franchisové systémové centrále AVEX BAUMARKT, Praha, všechny své dodavatele zboží a služeb pro výběr

Manažer kreativity a inovací podruhé

Originální řešení v přístupu k zákazníkům, službám, výrobkům, procesům má stále větší naději na úspěch, pokud se pojme skutečně inovativně a svým způsobem s nadhledem. Na pevné principy postavila tento směr společnost DTO CZ, s.r.o. s partnery. Jmenovaný subjekt je renomovaná česká školicí a poradenská společnost s širokým portfoliem vzdělávacích projektů podpořených dlouholetými zkušenostmi. Na trh přišla loni s uceleným programem kreativity a inovací a produkt pojmenovala Manažer kreativity a inovací.

Jde o dvousemestrání studium zakončené certifikační zkouškou s cílem skokově podpořit kreativitu příslušné osobnosti, zvládnout techniky a metody pro posílení tvořivosti a aplikovat změny a inovace v přístupu k práci.

Je to jediný projekt – příležitost tohoto typu v ČR – u nás takto pojatý, jde o ucelené studium s prvními atraktivními výsledky z loňského zkušebního ročníku. V tomto školním roce se zahajuje říjnem a končí se v roce 2010 v květnu.

Posláním studia Manažer kreativity a inovací je příprava špičkových specialistů pro oblast inovací a rozvoje inovačního poten-

ciálu organizací. Kudy k inovacím přijít, to je obsahem „výuky“.

Studium rozvíjí nejen samotnou kreativitu, inovační myšlení jednotlivců i týmů. Výrobní program je koncipován jak pro výrobní podniky, tak firmy působící ve službách i pro instituce veřejné sféry, a to tak, aby účastníci projektu dokázali vidět věci a souvislosti z jiného úhlu pohledu, než byli dosud zvyklí. Učí se odkrývat možnosti řešení podle jiných principů a kritérií. Program se zaměřuje na několik základních prvků: Rozvoj osobní a týmové tvořivosti, který je založen na mnohých technikách odbourávání bariér a změnu úhlu pohledu na problém. Součástí je trénink relaxace a koncentrace s důrazem na ukotvení prožitků a dovedností. Studium je vedeno tak, aby měl každý absolvent tvořivost nastavenou do trvale pohotovostní roviny, měl dostatek znalostí k využití naučených metod rutinním způsobem a uměl se na řešení koncentrovat tehdy, kdy je vyžadováno.

Studium obdrželo 2. místo v soutěži Inovace roku 2008 pořádané Asociací inovačního podnikání České republiky.

www.dtocz.cz

(tz)

Po Mnichově, Miláně a Manchesteru se mezinárodní reprezentace franchisingu chystá do Prahy

Česká asociace franchisingu (ČAF) pořádá 12.–13. 10. 2009 již 8. ročník mezinárodní konference Franchising Forum (Praha, Kongresové centrum). První den bude věnován více problematice franchisových zkušeností, které přednesou poradci i franchisoři z mnoha států Evropy a také poprvé i z Austrálie. V Praze se sejdou přední poradci a zprostředkovatelé franchisových konceptů, vzájemně spolupracující v organizaci Franchise Pool International.

Franchise Pool International (www.franchise-pool.org) je mezinárodní organizace franchisových poradců a poradenských společností, kteří vzájemně spolupracují a pomáhají franchisovým konceptům v expanzi. Každý rok se koná setkání členů FPI v některé ze členských zemí. Letos poprvé má možnost Praha přivítat účastníky tohoto setkání ve dnech 11.–12. 10. 2009. FPI zastupuje za Českou republiku poradenská společnost AVEX Systems (Ing. Aleš Tulpa, člen Dozorčí rady ČAF), který dohodl účast některých poradců na nejvýznamnější akci v oblasti franchisingu v ČR – Franchising Forum. Můžeme se těšit na Waltraud Martius (SYNCON) z Rakouska, R. G. Kirsta z Německa, Sandro Abeille z Itálie, Toke Allentoft z Dánska a další.

Členové FPI se na návrh svého člena Ing. A. Tulpy rozhodli, že po Mnichově, Miláně, Manchesteru a jiných evropských městech, bude letošní podzimní zasedání této významné organizace, která sdružuje nejlepší mezinárodně působící franchisové poradce z jednotlivých zemí, v Praze. Při této příležitosti vystoupí někteří členové FPI i na souběžně probíhající konferenci FF 2009, což tuto akci mimořádně obohatí (více o FPI na www.franchisepool.org).

Novinkou tohoto ročníku je rozšíření konference o druhý den, který bude věnován představení franchisových systémů, které chtějí expandovat do České nebo Slovenské republiky. Jde o mimořádnou příležitost pro všechny zájemce o „vlastní podnikání pod cizí značkou“. Podrobnosti i program konference najdete na webových stránkách ČAF. V rámci této akce se, kromě jiných, představí:



Australská společnost Pack & Send International provozuje jedinečný koncept poskytující na jednom místě balicí a přepravní služby v síti maloobchodních míst. V současné době působí v Austrálii, na Novém Zélandu a ve Velké Británii. Kultura Pack & Send je kulturou „bez hranic“. Pack & Send je vedoucí firmou na poli přepravy křehkého, objemného, neskladného a cenného zboží. Služby jsou poskytovány jak fi-

remním, tak soukromým zákazníkům a zboží lze doručit kdekoli na světě.



Chocolate Graphics International je vlastníkem mezinárodně patentované technologie na výrobu čokoládových produktů s reliéfním potiskem vysokého rozlišení. Tímto procesem lze na čokoládu natisknout jakýkoli obrázek, nápis nebo fotografii s nebývale věrným zobrazením, a hlavně – konečný výrobek je celý z čokolády! Bude nabízena Master-licence, Výrobní licence, ale také tzv. Prodejní licence, což bude zajímavé pro reklamní agentury i pro drobné podnikatele.



Největší australský obchodník se speciální kávou podává a prodává ručně vyrobené kávové nápoje espresso, značkové chlazené nápoje, míchané a jednodruhé celozrnné kávy a speciální čaje. Obsáhlý a nápaditý systém marketingové podpory zahrnuje vývoj nových produktů, celostátní propagaci, public relation a inzerci, vnitřní design, letáky atd. Gloria Jean's Coffees otevřela více než 500 provozoven v Austrálii a 906 obchodů po světě a podepsala 34 master franchisových smluv ve 33 zemích.



AVEX BAUMARKT je značka, která svou historií na českém trhu již zahájila, a to letos otevřením první obchodní jednotky ve Valašském Meziříčí. Bude příslušet síti baumarktů v ČR i na Slovensku. Půjde o prodejny stavební v jednotném stylu a nezaměnitelném korporátním designu, které v rámci regionu budou plnit funkci moderního nákupního centra pro stavebníky, kutily a zahrádkáře. Do roku 2013 by mělo na území ČR vyrůst 15 takových baumarktů a na Slovensku 8. Tento koncept bude 12. 10. 2009 v rámci FF 2009 podrobně představen (více informací o tomto systému najdete na str. 10 a 12 tohoto vydání Prosperity).



Francouzská síť realitních kanceláří byla založena v roce 1991. Je lídrem francouzského realitního trhu, v současné době má ve Francii více než 800 provozoven.

Působí úspěšně také v Portugalsku, Lucembursku, Maroku.



Maloobchodní síť s kosmetikou pro osobní potřebu i domov, která má již několik realizací v České republice. Povědomí o této značce v ČR roste a lze ji předpovídat skvělou budoucnost. Již více než 25 let L'Occitane vytváří výrobky špičkové kvality pro péči o pleť i tělo a používá přírodní ingredience pro jejich vůni. Výrobky se nikdy netestují na zvířatech.



CAFFÉ JUBILEE Krásný koncept stylových kaváren/restaurací, který navozuje atmosféru koloniálních podniků 20.–30. let minulého století, motivovaných místem původu vzniku tohoto konceptu – ostrov Gozo (Malta). Velmi úspěšný a propracovaný koncept hledá masterfranchisanta pro Českou a Slovenskou republiku. Pokud toužíte po zcela originálním gastronomickém provozu – neváhejte.

Z dalších: RE/MAX Czech Republic, NATURHOUSE, CENTURY 21, Yves Rocher, Town and Country House, ERA Reality, Stavodbyt stavebniny, Backwerk, Baby One, Clean Skin, Chicago Roasthouse, Revive Juice Bars, Palmers, HPS, LaWien, Linas, Pronto Wasch, Fratelli la Bufala, Pizza Mamma Mia, Expense Reduction Analysts, Avex Baumarkt aj.

Účastníci této akce mohou využít příležitosti ke konzultacím s odborníky v oblasti práva (NÖRR STIEFENHOFER LUTZ v. o. s., Mašek advokáti s.r.o., Hájek Zrzavecký AK...) v oblasti franchisového poradenství (Ing. Aleš Tulpa, Ing. Jiří Krajča, RNDr. Jiří Lošťák, PROFIT systém franchise services) a také v oblasti financí (Komerční banka – KB Franchising program).

Franchising, jako odbytový systém zboží a služeb, je v současné krizové době jednou z možností řešení pro mnohé firmy (způsob zefektivnění provozu, snížení nákladů, přenesení odpovědnosti...) a také může být řešením pro mnohé odstupující manažery, úředníky, schopné zaměstnance, kteří si tak mohou najít vlastní cestu k samostatnému podnikání místo cesty na úřad práce. Dle průzkumů je franchisové podnikání až 6x bezpečnější než podnikání „na vlastní pěst“. Podnikat podle osvědčeného konceptu, pod známou a respektovanou značkou

Kupte si známou značku a podnikajte podle osvědčeného know-how – FRANCHISING FORUM 2009 – Vaše podnikatelská příležitost!

je radost! Centrála sítě vám dodává zboží, technologii, návody a rady, informace, know-how atd. a vy se věnujete pouze tomu, co děláte rádi – vlastnímu řízení provozovny v blízkosti svého bydliště. Vybrat si z široké nabídky franchis není jednoduché – doporučujeme se obrátit na zkušené poradce, kteří vás celým procesem provedou. Další zárukou je členství vybraného konceptu v profesní organizaci v místě sídla centrály sítě. V České republice je touto organizací Česká asociace franchisingu.

Česká asociace franchisingu (ČAF) je nezisková, profesní organizace sdružující na národní úrovni poskytovatele franchisingu – franchisory a odborníky zaměřující se na problematiku franchisingu např. v oblasti práva a poradenství. ČAF vznikla v roce 1993. Členy České asociace franchisingu jsou jednak velké, známé, mezinárodní systémy, tak i menší tuzecké franchisové systémy.

Česká asociace franchisingu je členem Evropské franchisové federace, kterou společně v roce 1972 založily vyspělé evropské franchisové svazy a asociace z Francie, Velké Británie, Německa a další. Členství v Evropské franchisové federaci tak dává možnost, aby franchising v České republice udržoval krok s evropskými trendy.

Poradci, řádní členové České asociace franchisingu:
RNDr. Jiří Lošťák (www.lostak.cz),
Ing. Jiří Krajča (krajcaji@seznam.cz),
Ing. Aleš Tulpa (www.avexsystems.eu),
PROFIT systém franchise services s.r.o.
 (www.franchisinginfo.cz)

Hospodářská komora jako první může zkoušet strážné a detektivní koncipienty

Hospodářská komora České republiky se právě stala první právnickou osobou, která je autorizována pro výkon zkoušek Strážný a Detektivní koncipient. Ve svém rozhodnutí to potvrdilo Ministerstvo vnitra ČR. Uchazeči o výkon práce strážného či detektivního koncipienta nebo i ti, kteří již tuto práci vykonávají, budou tak do budoucna moci prokazovat svou kvalifikaci touto zkouškou, po uplynutí přechodného období se tato zkouška stane pro výkon těchto povolání ze zákona povinnou.

Hospodářská komora České republiky (HK ČR) je první právnickou osobou, která obdržela pro 32 odborníků autorizaci ke zkoušení dílčích kvalifikací v oborech „Strážný“ a „Detektivní koncipient“, které se skládají z testové a ústní resp. praktické části zkoušky. HK ČR očekává, že počet autorizovaných zástupců do konce roku stoupne na 50 a bude tak možné v blízké době realizovat zkoušky ve všech krajských městech ČR.

Kvalifikační zkouška má přinést záruku klientovi, který odebírá tento typ služeb a zároveň nejširší veřejnosti např. v oblasti diváckého násilí, že pořádková služba jedná adekvátně, tj. kvalifikovaně v souladu se zákony pro oblast trestního a občanského práva. Komerční bezpečnostní služby charakterem své činnosti vstupují do práv třetích osob, požadavek kvalifikační zkoušky je tudíž otázkou kvality služeb a ochrany jejich práv. V podmínkách vzdělávání dospělých v ČR jde o zcela novou

věc, na které – zejména na stanovování průměrných kvalifikačních a hodnotících standardech pro klienty zkoušek – spolupracovali zástupci profesních společenství v tomto oboru, HK ČR, Svaz průmyslu a dopravy, MŠMT a Ministerstva vnitra ČR. Standardy jsou výsledkem odborné shody a vycházejí z reálné situace v oboru, což je ve srovnání s okolními zeměmi pro klienty zkoušky praktičtější.

(tz hkčr)

České podniky nesouhlasí se zvyšováním daní jako prostředkem k řešení deficitu státního rozpočtu

„Návrhy na zvyšování daní včetně DPH jsou pro nás špatnou zprávou,“ zní většinou od tuzemských firem a podnikatelů v reakci na návrhy na zvyšování daní, které v posledních dnech přicházejí od českých politiků a představitelů státní správy. Za špatný krok to označilo více než 78 % podnikatelů po celé České republice. Za adekvátní řešení současné situace považují firmy v první řadě snížení mandatorních výdajů státního rozpočtu včetně zeštíhlení přebujelé státní administrativy a snížení platů státním úředníkům, úměrně poklesu mezd v komerční sféře. Vyplývá to z bleskového průzkumu, který provedl Institut rozvoje podnikání při VŠE v Praze, kterého se v srpnu zúčastnilo 736 firem.

„Podnikatelé jsou nespokojeni s předkládanými návrhy řešení katastrofálního stavu veřejných financí. Namísto snižování finanční zátěže podnikatelů, kteří se potýkají s nedostatkem financí v podnicích, jsou podnikatelé konfrontováni s opatřeními, které jim určitě nepomohou. Naopak zvýšení DPH by znamenalo růst cen a vedlo k zdražení zboží, což by mohlo zhoršit konkurenceschopnost českých firem,“ komentoval aktuální výsledky ředitel Institutu rozvoje podnikání Miroslav Křížek.

Za špatný krok za současné hospodářské situace a stavu veřejných financí považuje návrhy na zvyšování daní 8 z 10 tuzemských firem. Pouze 16 % z oslovených firem s tímto návrhem naopak souhlasí a 6 % neví.

Návrh na zvyšování DPH považuje za akceptovatelný pouze třetina oslovených firem (32 %), naopak přes 61 % podniků je proti tomuto návrhu a 7 % nemá vyhraněný názor.

Pro polovinu oslovených podnikatelů by případné zvýšení DPH mělo zásadní negativní vliv na jejich podnikatelskou činnost. Podle 40 % podnikatelů by na jejich podnikání toto opatření mělo jen minimální vliv, pro dalších 10 % podnikatelů by toto opatření nepřineslo žádný výraznější dopad.

„Podnikatelé vnímají složitost situace, ve které se dnes veřejné finance nacházejí, a považují za nutné tuto situaci řešit. Přestože zvýšení DPH je podle některých z nich jedním z možných kroků, očekává většina firem především to, že stát

začne tyto peníze hledat v první řadě ve vlastním rozpočtu, nikoliv ve firmách,“ dodal Miroslav Křížek

O Institutu rozvoje podnikání (IDE)

Institut rozvoje podnikání (IDE – Institute for Development of Entrepreneurship) je samostatným útvarům Vysoké školy ekonomické v Praze, jehož cílem je podpora podnikání mezi studenty i širokou veřejností.

Mezi hlavní aktivity IDE patří vzdělávací a poradenská činnost, která zahrnuje různé oblasti podnikatelského života, zprostředkovávání setkání s úspěšnými podnikateli, provoz podnikatelského inkubátoru, pořádání soutěže podnikatelských záměrů nebo shánění investorů pro perspektivní projekty.

Součástí IDE je klub IDE Society, který pro své členy pořádá pravidelné formální i neformální setkání a umožňuje tak výměnu zkušeností a obchodních kontaktů. IDE rovněž provozuje vlastní internetový portál zaměřený na začínající podnikatele.

(tz)

Likvidace družstevní výstavby mě mrzí

Lidé dnes bydlí lépe než před dvaceti lety. Náklady na bydlení však prudce vzrostly a nízkopříjmové skupiny obyvatel mají stále větší problém zaplatit i prostý nájem. To říká Ing. Jan Babor, poslanec Poslanecké sněmovny PČR, předseda podvýboru pro bytovou politiku, v následujícím rozhovoru a snaží se najít přijatelné řešení.

Myslíte si, že Češi bydlí lépe než před 20 lety, nebo se jejich bytová situace spíše zhoršuje? Co je potřeba udělat pro to, aby každý občan mohl získat dostupné a finančně únosné bydlení?

Asi bych mohl nejlépe odpovědět, kdybych znal výsledky veřejného průzkumu na základě vhodně zvolených otázek. Na jedné straně mám za to, že se úroveň bydlení, co do kvality, zlepšila. Došlo k modernizaci a revitalizaci velké části bytového fondu. Více příjmové domácnosti bydlí v nových bytech nebo domech, převážně ve vlastnictví, i díky státní podpoře hypotečního úvěrování či stavebního spoření. Ovšem na straně druhé občané vynakládají mnohonásobně vyšší náklady na bydlení, na služby spojené s bydlením (voda, teplo atp.), čímž se snižuje dostupnost a udržitelnost bydlení pro nízkopříjmové skupiny obyvatelstva. Bohužel se i v této oblasti otevřely nůžky, někteří si mohou dovolit honosné a luxusní bydlení a někteří mají sotva na nájem, což je výsledek nekonceptnosti a rezignace posledních 3–4 let v oblasti bydlení. Velmi mne mrzí prakticky úplná likvidace družstevní výstavby, která by mohla být alternativou pro skupinu obyvatel se středními či nižšími příjmy. Nakonec družstevní výstavbou by se dala řešit i otázka bydlení pro část seniorů. V dnešní době bude nutné vytvořit odpovídající nabídku bydlení, aby hlavně ti, co počítají každou korunu, mohli získat odpovídající bydlení. Samozřejmě vše bude závislé na ekonomické situaci NH a prioritách vlády při schvalování podpor pro rozvoj bydlení a potažmo stavební výroby.

Jak se vám líbí současná bytová politika státu a jak jste spokojen s činností Státního fondu rozvoje bydlení?

Samozřejmě nelíbí, tak jako asi většině občanům této země. Opět se zde promítají přístupy vlády z posledních let, kdy se nájemné zvýšilo několikrát, stouply ceny služeb spojených s bydlením a samozřejmě i ostatní výdaje na živobytí. Výsledkem je, že značná část mladých nemá prostředky na zajištění přiměřeného bydlení, ať vlastnického, či nájemného. Seniori ve větších městech se obávají, zda si své bydlení vůbec udrží, přičemž naděje na získání menšího, levnějšího bytu jsou mizivé. Se státním fondem je to obdobné. Do roku 2007 poskytoval fond škálu podpor, jak pro rekonstrukci stávajících bytů, tak i pro výstavbu nových, včetně různých dotací a půjček mladým lidem na zajištění bydlení. V současné době se podpory ze SFRB zúžily pouze na tzv. PANEL, což je podpora oprav panelových vad a půjčku na získání bytu. Je to opět prakticky rezignace vlády na podpory pro rozvoj bydlení. Mám za to, že nedojde-li ke změně tvorby, chcete-li příjmů do SFRB, tak tento potřebný fond zanikne.

Čím jste vy, ČSSD a sněmovna přispěli k přiblížení se k ideálu dostupného bydlení pro všechny?

Víte dobře, že v tomto volebním období jsme nemohli zasahovat do rozhodování vlády v této oblasti, čímž prakticky skončila koncepce bytové politiky státu, která byla přijata v roce 2005. Přesto se nám podařilo alespoň prostřednictvím Výboru pro veřejnou správu a regionální rozvoj, navýšit rozpočet SFRB na program PANEL a rozložení cílového nájemného na rok 2010 až do roku 2012, i když jsme jako prioritu prosazovali ukončení deregulace již v roce 2009.

Proč prosazujete zmírnění, respektive odklad deregulace nájemného a jaká je šance, že sněmovna zákon schválí?

Deregulace měla umožnit zákonnou úpravu nájemného během 4 let, a tak napravit stav, který bohužel nastal zrušením vyhlášky 176/93 Sb., čímž prakticky od roku 2003 nešlo zákonem změnit nájemné. Bohužel zákon o deregulaci umožnil zvyšovat nájemné bez ohledu, jak na výdaje vlastníků, tak i nájemníků. Mám na mysli výdaje vlastníků spojené s reprodukcí vlastnictví a celkové výdaje nájemníků s bydlením.

Prodlení účinnosti zákona o jednostranném zvyšování nájemného, a tím zmírnění dopadů deregulace nájemného v Praze, krajských městech kromě Ostravy a Ústí nad Labem a velkých středoevropských městech na základě schválení v PS PČR byl kompromis, na kterém se byly schopny kluby dohodnout. My jsme měli některé další návrhy, které však neprošly. Stále však zastáváme názor, že je potřebné přijmout zákon o nájemném a cenách služeb spojených s užíváním bytu, který by současně ne příliš šťastně provizorium nahradil. Je to běžná praxe v řadě evropských zemí, např. v Rakousku, Německu, Švédsku apod.

Jako poslanec za ČSSD pochopitelně hájíte práva sociálně potřebných, tedy především uživatelů nájemních bytů. Ale co jste udělal pro vlastníky domů a v čem byste chtěl pomoci rozvoji a obnově bytového fondu v ČR?

Myslím, že jde o nedorozumění. Naše představa je o tom, že vlastníci mají na nájemném vybrat prostředky, které by kryly rozšířenou reprodukci řádně udržovaných bytových domů, rozumnou odpisovou politiku a umožňovaly i možnost přiměřeného zisku. Nájemci bytů by měli být chráněni před neoprávněnými požadavky některých vlastníků, před lichvou, a to samozřejmě zákonem. Opět můžeme připomenout německý model, kdy je nepřiměřené nájemné v rozporu se zákonem. Takový stav vede k situaci, kdy obě strany nájemního vztahu usilují o dobré mezilidské vztahy a projevuji si vzájemnou úctu. Sociální roli sehrává veřejný sektor, tj. stát, kraje a obce.

Zastupujete v parlamentu Tábor a Jihočeský kraj, které stále čekají na vybudování dobrého silničního spojení s Prahou a svými sousedy. Podařilo se vám uspět ve snaze zrychlit stavbu dálnice D3 a rychlostní komunikace R4?

Náš region se již delší dobu snaží o realizaci dálnice D3 a rychlostních komunikací R3 a R4. V dnešní době je to obzvlášť důležité pro rozvoj kraje, i když si uvědomuji problém financování spojený s hospodářskou krizí. Bohužel se zatím zrealizovala pouze část této dálnice a pokračuje se v úseku Tábor – Veselí nad Lužnicí. Výstavbě brání nejen finance, ale i dosud neschválený projekt ve Středočeském kraji. V rámci sdružení pro výstavbu dálnice D3 se snažíme najít finance mimo státní rozpočet, ale přístup vlastníků pozemků ve Středočeském kraji bude asi složitější, ale uvidíme.



Ing. Jan Babor, poslanec Poslanecké sněmovny PČR, předseda podvýboru pro bytovou politiku

Předpokládám, že budete kandidovat v podzimních parlamentních volbách. Co považujete za svůj největší úspěch v roli zákonodárce a na co budete klást důraz ve svém programu na příští volební období?

Jak jsem již výše uvedl, v roli opozičního poslance lze těžko prosazovat program a priority ČSSD. Přesto se mi podařilo v rámci

práce ve Výboru pro veřejnou správu a regionální rozvoj zredukovat návrh novely o vlastnictví bytů, který by dle mého názoru v konečném důsledku vedl k likvidaci družstevního bydlení v ČR. Svým pozměňovacím návrhem k novele energetického zákona se mi podařilo, aby nebyla zrušena měření doávky tepla a teplé vody na patě domu, což si myslím, že zrušením měření by byl krok zpátky v otázce úspor energií. Doufám, že v příštím volebním období, samozřejmě dostanu-li důvěru spoluobčanů, soustředím se zase na oblast bydlení a na rozvoj venkova. Samozřejmě, že se budu i nadále angažovat v oblastech spojených s rozvojem regionu a o propojení činnosti v parlamentu s prací v regionu.

Pomáhají vám při práci poslance dlouholeté zkušenosti z ekonomické oblasti a z komunální politiky? A jak vás ovlivňují?

Určitě. Vzhledem k dosaženému vzdělání a odborné praxi před vstupem do komunální politiky, byl jsem zvolen místostarostou pro řízení odboru správy majetku města, financí, investic a městské s.r.o. Bytes Tábor pro správu bytového fondu ve vlastnictví města. Získané zkušenosti, jak z oblasti ekonomické, tak i bytové mi mnohokrát pomohly při projednávání zákonů či řešení problémů spojených s bydlením. Myslím, že bez těchto zkušeností bych někdy velmi složitě hledal odpovědi či připomínky, jak při projednávání ve výboru, tak i na plénu sněmovny. A vlastně mi pomáhají nejen ve sněmovně, ale také při běžném styku s občany při řešení jejich problémů, hlavně v bytové oblasti.

rozhovor připravil Pavel Kačer

UŽ JSTE SI OTESTOVALI SVOJI ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNU?

1.

Zajistí vám vaše zdravotní pojišťovna **ošetření vždy a všude** bez ohledu na vaši sociální situaci či místo pobytu?

ANO

NE

☐ ☐

2.

Zaplatí vám vaše zdravotní pojišťovna i ty **nejnáročnější lékařské zákroky?**

☐ ☐

3.

Máte u vaší zdravotní pojišťovny **garantovanou odpovídající zdravotní péči?**

☐ ☐

4.

Má vaše zdravotní pojišťovna kontaktní pracoviště v každém okrese, aby vám byla **v případě potřeby stále nablízku?**

☐ ☐

5.

Je pro vás důležitější **zajištění lékařské péče v jakékoliv situaci**, než odměna za přeregistraci k jiné pojišťovně?

☐ ☐

VYHODNOCENÍ TESTU:

Pokud jste minimálně 1x odpověděli NE, je na čase se zamyslet.

SVÉ ROZHODNUTÍ OCENÍTE, AŽ VÁM PŮJDE O ŽIVOT.



www.testpojistovny.cz

infolinka 844 117 777

Kanceláře či domy, jaké chcete a na jaké máte určitě peníze i čas



Společnost, kterou jste před pár lety založili, se rozrostla. Aktivit přibýlo a zaměstnanců je o něco více, než jste původně předpokládali. Máte k dispozici zasiťovaný pozemek a sen o tom, že byste z nájmu šli raději „do svého“, do prostor, které byste si naplánovali přesně podle svých představ o moderním systému kanceláří, jež by byly nejen praktické, jejich pořízení cenově únosné, ale třeba také příjemně provokativní, nadčasové a šikovně přizpůsobitelné dalšímu růstu firmy. Nechce se vám však čekat, rádi byste měli všechno hotové hned. Možná by v tomto případě bylo vhodným řešením seznámit se s nabídkou firmy Touax s.r.o. O ní však více generální ředitel Ing. Antonín Fryč, CSc.

Vaše společnost vyrábí, prodává a pronajímá modulové stavby. V hantýrce laiků se jim říká buňky a známe je jako „domečky“ zejména v roli pomocných objektů třeba na staveništích. Ne každý ví, že ze skladebného systému panelů vytváříte spousty „reprezentativnějších“ a velice pěkných, i když účelových staveb. Ale ani to asi není zcela přesné vyjádření...

Základem každé naší stavby je modul. Odborná veřejnost jej nazývá kontejnerem, laická zase „buňkou“, což v ní vzbuzuje historicky negativní asociaci s produktem nízké úrovně a kvality a určitého jednostranného použití či primitivního účelu. Například ony „domečky“ na staveništi, které jste zmínila.

Naše moduly jsou naopak velmi kvalitní a široce variabilní. Díky unikátnímu panelovému systému stěn můžeme zákazníkům vyjit maximálně vstřícně a stavět nejen jednoduchá, ale i velmi sofistikovaná řešení. A dokonce následně měnit konfiguraci staveb – zvětšovat, měnit dispozice, okna, dveře a podobně.

Představte si to jako stavebnici nebo lego. Záleží jen na vás, co si postavíte a jak moc chcete, aby vás výsledek reprezentoval.

Pokud vím, uplatnění vašeho systému se rozšiřuje, protože například šetří čas, postaveno je rychle – kde všude, v jakých aplikacích se se stavbami tohoto typu můžeme setkat?

Realizace je velmi rychlá, 3–6 týdnů v závislosti na obtížnosti zvoleného řešení. Variabilita modulových staveb je obrovská. S naším systémem se lze setkat v podobě vratek, pokladen, prodejen, ubytoven, sociálních a startovacích bytových domů, škol, sportovních zázemí nebo vícepatrových kancelářských budov.

Jaká je jejich největší přednost ve srovnání s budovami stavěnými klasicky z tvárnice, cihel?

Rychlá realizace a úspora nákladů 20–25 %. A v neposlední řadě variabilita do budoucna – možnost jednoduše, rychle a úsporně upravit



Ing. Antonín Fryč CSc., generální ředitel firmy Touax s.r.o.

konfiguraci zvoleného modulového řešení dle nových potřeb.

Velkou roli hraje cena a ekologická měřítka – jaké jsou zde vaše argumenty?

Úsporu nákladů oproti klasické výstavbě jsem již zmínil. V porovnání s cihlovou stěnou mají moduly například díky tepelně izolační vrstvě zjevnou výhodu v oblasti minimalizace ztrát energie. To je úspora na straně zákazníka. Současně likvidace modulů po jejich životnosti je velmi jednoduchá a k životnímu prostředí šetrná. Většinu použitých materiálů lze účelně zrecyklovat a využít pro další výrobu modulů. To považuji prizmátem ekologických měřítek za nespornou výhodu oproti tradiční výstavbě.

Někdo by mohl namítnout – to bych pro svou firmu nepořídil, potřebuji přece výstavní sídlo. Co vy na to?

Konečný vzhled modulové stavby se vždy řídí individuálním přáním a potřebou zákazníka. Někdo preferuje jednoduché řešení v podobě „přiznané“ kontejnerové stavby, jiný zase zavěšenou reprezentativní fasádu, celoprosklené stěny, dřevěný nebo kamenný obklad nebo fa-

sádní grafiku. V takovém případě nepoznáte, že jde o modulové řešení. To se samozřejmě týká i interiéru.

Spolupracujete také s architekty, kteří dokáží dát stavbám vaši značku patřičný ráz, aby přednosti ještě více vynikly? Aby se ze zdánlivého nedostatku průmyslově typizovaných objektů udělala přenost, která zaujme?

Samozřejmě. Spousta našich staveb například v Německu je v centrech velkých měst. Jedná se o pětipatrové kancelářské budovy nebo školy. Je důležité, aby budovy vždy respektovaly dané urbanistické plány a zásady a vhodně zapadly do okolní zástavby. U nás navíc spolupracujeme s architekty na projektech mateřských školek, škol a bytových domů se sociálními nebo startovacími byty.

Ucházeli jste se o výstavbu sociálních bytů v souvislosti s tím, že se v naší zemi již o sociálním bydlení uvažuje s plnou odpovědností k tomuto problému?

Realizovali jsme dva třípodlažní bytové domy pro sociálně slabé ve vsetínské lokalitě Pošchlá. Byty I. kategorie v různých dispozicích

a velikostech, které splňují všechny stavební, hygienické, požární a bezpečnostní normy, jsme dodávali ve standardním provedení včetně podlahových krytin, kuchyňských linek s varičem, sprchových koutů, umyvadel a toalet. Nejde o žádné obyčejné „buňky“, ale o plnohodnotné a funkční bydlení, které zcela naplňuje poslání sociálních bytů – poskytnout důstojné a kvalitní bydlení sociálně slabším občanům.

O problematice sociálního bydlení se sice hodně diskutuje, ale zatím nevidím výrazný zájem hledat řešení. Je to škoda, neboť se domnívám, že třeba projekt ve Vsetíně naznačil směr možného řešení nedostatku sociálních bytů modulovými stavbami se všemi jejich výhodami, zejména rychlostí realizace, úsporou nákladů investora, ale i zmínovanou varibilitou řešení do budoucna.

Přišli jste rovněž se vstřícnou nabídkou obdoby šrotového pro obytné kontejnery a jejich ekologickou likvidaci. Na jakém principu je tato aktivita postavena a jaké jsou počáteční zkušenosti?

Po republice najdete spousty starých buněk, které jsou dávno za zenitem své životnosti, nevyhovují z hlediska požární bezpečnosti a obsahem hladiny formaldehydu či karcinogenního azbestu představují skryté nebezpečí pro své uživatele. Nabídkou šrotového jsme chtěli pomoci jejich majitelům s likvidací této ekologické zátěže, přispět k ochraně životního prostředí a v neposlední řadě podpořit výrobu a udržet zaměstnanost v době hospodářské krize.

Modulový systém Touax se vyrábí v Jeseníku na severní Moravě. Tedy v místě, kde je vysoká nezaměstnanost, navíc jde o území silně zasažené letošními povodněmi. Pokud se zvedne poptávka po vašich produktech – jste schopni zaměstnat více lidí?

Jsmo jeden z největších zaměstnavatelů na Jesenícku. Kvalitní pracovní síly si vážíme a i v době ekonomické krize se snažíme nalézat personální řešení, abychom v tomto, z pohledu nezaměstnanosti problematickém, regionu udrželi zaměstnanost co nejvyšší a úměrnou našim možnostem.

Co byste doporučil firmě, která vaši nabídku příliš nezná, ale ráda by pořídila třeba nové kanceláře? Kam jít pro reference, které objekty je možné navštívit?

Nejjednodušší je zabrousit na náš web www.touax.cz, kde si lze velmi rychle udělat představu o našich možnostech a získat kontakty na naše obchodní zástupce. Pokud jde o reference například na kanceláře, přijďte se podívat k nám do výrobního závodu v Supíkovcích, kde vás přivítáme ve svých dvoupatrových modulových kancelářích. Za kvalitou našich řešení si stojíme a zákazníkům jdeme příkladem.

otázky připravila Eva Brixí



Příklad obytného domu



Řešení obytného souboru



Půjčovna čtyřkolek

Každá třetí investice míří nyní do IT

Česká republika získala díky agentuře CzechInvest v letošním prvním pololetí 140 nových investičních projektů – o 16 víc než vloni. Česko si oblíbili hlavně vývojáři softwaru. Třetina všech nových investic, přesně 45 projektů, totiž míří právě do informačních technologií. Celkem tak v Česku postupně vznikne 2916 nových pracovních míst, přičemž třetinu z nich obsadí vysokoškoláci. Hodnota investic dosahuje 10,5 miliard korun. Ukázaly to statistiky přílivu investičních projektů za první pololetí letošního roku zveřejněné agenturou CzechInvest.



„Zvlášť v době klesající ekonomiky je velmi důležitá přímá podpora, kterou můžeme investorům nabídnout. Oproti kupříkladu starým členským zemím Evropské unie máme velkou výhodu v tom, že můžeme moderní a perspektivní obory podporovat i ze strukturálních fondů EU. Konkrétně Operační program Podnikání a inovace, o který se CzechInvest stará, v sobě zahrnuje i programy šité na míru výzkumníkům, vývojářům, designérům a dalším obdobným specialistům. Zaměření na tyto obory se nám vyplácí,“ dodala Alexandra Rudyšarová pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest.

„Prohlubuje se tak trend, který odstartoval už v minulém roce, kdy služby nebo výzkum a vývoj poprvé převážily nad investicemi do výroby,“ vysvětlila A. Rudyšarová. „Česká republika nabízí jak perfektní životní zázemí pro špičkové experty, tak se můžeme pochlubit kvalitní a spolehlivou infrastrukturou. Oboje je pro investory do služeb naprosto klíčové a Česká republika toho velmi dobře využívá.“

Nejvíce výzkumníků v automobilovém průmyslu

Na druhém místě po informačních technologiích je co do počtu nových investic s 27 projekty strojírenství, třetí pozice patří se 13 investicemi elektronickému a elektrotechnickému průmyslu. Výroba dopravních prostředků – neboli investoři v automobilovém průmyslu – v prvním pololetí připravila pouze 6 nových investic a v pořadí oborů klesla až na šestou pozici. Přesto právě v automobilovém průmyslu vzniká nejvíce pracovních míst. Hned na druhém místě v počtu nájímaných lidí jsou ovšem nově otevíraná centra strategických služeb.

Automobilový průmysl ale vytváří nejvíce nových pracovních míst i ve výzkumu a vývoji. Za první pololetí letošního roku přibyla čtyři nová vývojová centra, která ohlásila plány na zaměst-

nání tří stovek specialistů. „Na velké výrobní projekty v automobilovém průmyslu, které do ČR často přilákal přímo CzechInvest, teď s odstupem času přirozeně navazují investice do výzkumu a vývoje. Ty nejčastěji vznikají právě jako expanze původního výrobního závodu nebo jako samostatný podnik, který ale začíná jako dodavatel pro jednoho konkrétního výrobce,“ objasnila A. Rudyšarová.

„Právě pro výzkum a vývoj a pro strategické služby jsou klíčové dotační programy EU,“ zdůraznila ještě A. Rudyšarová. „Možnost získat z nich podporu se investorům do služeb naplno otevřela až v roce 2008 a na našich statistikách se to ihned projevilo dramatickým nárůstem investic právě do těchto oborů. Podporu z programu Potenciál, součásti Operačního programu Podnikání a inovace, získává 62 společností, program ICT a strategické služby pak využije 51 firem.“

Program Potenciál pomáhá investicím do aplikovaného výzkumu, ICT a strategické služby se zaměřují na expertní řešitelská centra, high-tech servisní střediska nebo na strategické služby, jako je například vývoj softwaru.

Středočeský kraj se vrací do vedení

Nejvíce nových investičních projektů ohlášených v prvním pololetí letošního roku vzniká ve středních Čechách. Středočeský kraj se tak se sedmnáctiprocentním podílem na všech investicích po velmi dlouhé době vrací na vrchol oblíbenosti jednotlivých regionů. Druhé místo pak už patří tradičním šampionům posledních let – Jihomoravskému kraji se čtrnáctiprocentním podílem a Moravskoslezskému kraji s dvanácti procenty podílu na celkovém počtu nových investic.

Srovnání: 2009 a 2008, první pololetí

V prvním pololetí roku 2008 agentura CzechInvest pomohla 124 investicím v celkové hod-

notě 19,7 miliard korun. Ve srovnání s loňskem tak začátek letošního roku přinesl o 12 % víc projektů, ale o 45 % nižší objem investic. „Na vině je určitě i zpomalení ekonomiky z poslední doby, ale snižování absolutního objemu investic je dlouhodobý trend. V jejich složení totiž neustále roste podíl služeb, letos dosáhl už 85 %, a právě službám stačí na rozjezd podnikání výrazně méně peněz než společnostem, které působí v průmyslu,“ dodává Rudyšarová.

„Dalším důvodem dlouhodobého snižování objemu investic je fakt, že u nás investoři stále častěji volí nájemní budovy, než aby si stavěli vlastní haly,“ pokračuje. „V letošním prvním pololetí dokonce zájem o nájmy poprvé překonal poptávku po připravených pozemcích v průmyslových zónách, kdy šest z deseti nových investorů hledá nájem a pouze třetina chce vlastní pozemek včetně vlastní budovy.“

Oživení na konci roku

„Do druhé poloviny roku očekáváme mírné oživení zájmu o investice do České republiky i od společností podnikajících ve zpracovatelském průmyslu. Vedle toho, že ekonomika nejvýznamnějších zahraničních partnerů České republiky začíná velmi pomalu ukazovat známky přinejmenším zmírnění propadu, se na CzechInvest za poslední měsíc až dva obrací víc předběžných zájemců o podnikání v České

republice než na začátku roku,“ upozornila A. Rudyšarová.

„Do dalších měsíců se také kvůli hospodářské recesi na čas promění směřování nových investorů,“ předvěděla A. Rudyšarová. „Do popředí zájmu se opět na čas dostanou regiony, jako jsou Plzeňský nebo Středočeský kraj, ve kterých za posledních několik měsíců po letech opět stoupla nezaměstnanost. I když mají vynikající infrastrukturu, nové investory od nich odrazovalo právě komplikované hledání nových zaměstnanců.“

To potvrzuje i statistika zájmu o podnikatelské nemovitosti, ve které za první pololetí dvojnásob vzrostla poptávka po Plzeňském kraji. „Cílem agentury CzechInvest je směřovat investory především do regionů s vyšší nezaměstnaností, nicméně právě v oblasti, jako je Plzeňsko nebo okolí Brna, začínají v posledních měsících investoři sami projevovat stále větší zájem,“ uzavřela A. Rudyšarová.

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest vznikla v roce 1992; první investiční projekt pro Českou republiku zprostředkovala o rok později. Od té doby se podílela na 1310 investicích v hodnotě 659 miliard korun. Přímou v projektech zprostředkovaných agenturou CzechInvest nachází postupně práci 203 485 lidí. Další tisíce pracovních míst pak vznikají v navazujících investicích.

1. pol. 2008: Typ činnosti nových investičních projektů

	Počet projektů	Výše investice (mil. CZK)	Pracovní místa	Pracovní místa pro VŠ
Výroba	20	7 574,67	1 122	57
Služby	55	388,47	1 103	496
Výzkum a vývoj	65	2 527,54	691	310
CELKEM	140	10 490,67	2 916	863

Celkem: Roky 1993 až 2008

Typ investice	Počet	Pracovní místa	Výše investice (mil. Kč)
Výroba	862	168 311	622 041
Sdílené služby	213	28 154	23 514
Technologická centra	235	7 020	13 326
Celkem	1 310	203 485	658 881

(tz CI)

Pro elektronický podpis

CzechInvest nedávno s jedním z akreditovaných poskytovatelů certifikačních služeb, První certifikační autoritou (ICA), uzavřel smlouvu o partnerství, na jejímž základě může od 1. září 2009 zprostředkovávat vydávání a prodej certifikátů. Cesta k dotaci se tak zase o něco zkrátí.

„Postup získání certifikátu není složitý. Nejprve je třeba vyplnit elektronickou žádost o jeho vydání, která je dostupná na webu www.ica.cz. Žadatel přijde se žádostí na pobočku CzechInvest, kde ji naši pracovníci zpracují, což netrvá více než 10–15 minut. Platbu provede žadatel pomocí faktury na účet I.C.A. Certifikát začne být platný v okamžiku vydání, podnikatelé tedy mohou ihned začít s vyplňováním žádosti o dotaci ze strukturálních fondů EU, nemusí čekat na uhrazení faktury,“ shrnul Vít Štěpánek, ředitel odboru IT v CzechInvestu.

Platnost kvalifikovaného certifikátu je vždy omezena na jeden rok, ještě před jeho vypršením si ho mohou uživatelé sami prodloužit na základě výzvy, kterou obdrží emailem. (tz)



Vaše potřeby...
...naše modulová řešení



Kanceláře, Žluté lázně **Kancelářský komplex** **Open space kanceláře**

Potřebujete rychle kvalitní, nákladově úsporné a na míru šité kanceláře?
Vyzkoušejte naše **modulová kancelářská řešení!**

www.touax.cz

Na Radosti 184 | 155 21 Praha 5 | Tel : + 420 234 712 211

Chemický průmysl je jediným průmyslem, který má své jméno od předmětu základní školy

Každý obor hájí své místo na slunci. Těžko se dá říci, zda je energetika důležitější než pивovarství, doprava potřebnější než hutnictví, nebo stavebnictví významnější než chemická výroba či potravinářství. Srovnávat takto prostě nelze, jeden bez druhého se neobejde. Silné diskuze o budoucnosti jednotlivých odvětví se vedou například v chemii. Jak je to v současné době s chemickými podniky a oč dnes usiluje jejich profesní uskupení, na to mi odpověděl Ing. Ladislav Novák, ředitel Svazu chemické výroby České republiky:

S chemickou výrobou je dnes spjata mnoho oblastí života – je vůbec nějaký obor, který s chemií nemá co do činění?

Vlastně nevím, jestli vůbec existuje obor, který by nebyl spojen s chemií. Vše kolem nás je tvořeno chemickými substancemi. Už na základní škole se učí chemie, takže chemický průmysl je jediným průmyslem, který má své jméno od předmětu základní školy. Žádný jiný takový není.

V souvislosti s globální krizí se velice často zmiňují náklady chemických podniků, které vzniknou, pokud se bude přehnaně až nesmyslně dbát na ekologii, ochranu Země, nejrůznější limity. Jak to vlastně je a oč přesně jde, viděno očima vašeho svazu?

Já vidím problém v tom, jak je chemický průmysl vnímán veřejností. Podle údajů, které jsem před časem viděl, až 65–70 % evropské populace vidí environmentální problémy jako ty nejzávažnější, ne nedostatek pitné vody, ne hlad a nedostatek jídla, ne nedostatek surovin, ne terorismus, ale ohrožení zdraví a životního prostředí. Je to také téma, které zaručí znovuzvolení, např. do Evropského parlamentu. No a z toho se odvíjejí všechny kroky směřující k přísnější



regulaci. A když se po čase ukáže, že je to cesta nesprávným směrem, bude pozdě, nebo skoro pozdě a náprava se stane obtížnou. Je snažší být negativní, než přinášet řešení. A to chemický průmysl dělá, on je objevitelem a nositelem řešení, jeho likvidace či vytěsnění mimo EU není žádoucí.

Mnohdy se zapomíná, že chemický průmysl sám má své regulační mechanismy – jako příklad uvádím iniciativu ResponsibleCare – odpovědné podnikání v chemii s dlouholetou tradicí, v ČR letos slavíme 15 let založení.

Celý loňský rok se vášnivě diskutovalo o REACH – jak je to dnes živé téma?

Samozřejmě, čím dál živější. V prosinci loňského roku skončilo první, tzv. předregistrační období. Evropská chemická agentura obdržela 2,8 milionu předregistračních žádostí (tj. cca 25krát více, než bylo všeobecné očekávání, bylo registrováno 165 000 látek (oproti očekávaným 30 000), někteří předregistrovali veškerý seznam všech látek, zřejmě ze spekulativních důvodů. A do toho přišla recese a krize, která drtí hlavně malé a střední podniky. Podle našich odhadů převážná část těch malých a středních použila předregistraci jen jako odložení povinnosti registrace a v oka-



Ing. Ladislav Novák
ředitel Svazu chemické výroby České republiky

mžiku této povinnosti prostě ukončí podnikání. My, SCHP ČR, jsme vyvinuli iniciativu k prodloužení registračních lhůt, ale nenašli jsme spojence. Budeme však zkoušet dál, třeba ve snaze snížit poplatky agentuře.

Váš svaz se právě velmi pečlivě a s předstihem snažil osvětou a mnoha dalšími aktivitami připravit české firmy, ať již velké, tak malé a střední, na to, že bude hůř a že se s tím musí počítat. Bude opravdu hůř, anebo se unijní náhled na problematiku zmírní?

Podle čísel a prozatimních prognóz se dá očekávat zlepšení situace v chemickém sektoru tak v polovině příštího roku. Rozumný

přístup evropských regulátorů by k tomu, mimo jiné, určitě prospěl.

Co by dnes českým výrobcům nebo výrobcům na našem území nejvíce z hlediska legislativy pomohlo k tomu, aby se nadechli, nezatěžovali své podnikání složitou administrativou, měli více prostoru k hledání nových cest užitných jak pro ně, tak pro zákazníky?

Společně s naším Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR jsme vytvořili pracovní skupinu, která má za úkol pokusit se najít řešení. Navažeme na jednání a závěry Vysoké pracovní skupiny pro udržení konkurenceschopnosti evropského chemického průmyslu (HLG Chemicals), která ukončila činnost v únoru tohoto roku a kde byla Česká republika významně zastoupena. Již v předcházející odpovědi jsem zmínil, že rozumný přístup ke stávajícím a novým regulacím je pro podnikání v chemii zásadní. Nemá omezovat, ale podporovat rozvoj. Jedině konkurenceschopný chemický průmysl přinese prosperitu.

Jaké jsou tedy úkoly tohoto roku pro SCHP ČR?

V oblasti legislativy se budeme prioritně věnovat samozřejmě nařízení REACH, ale i GHS. Dále pak celému klimaticko-energetickému balíčku, kde část věnovaná obchodování s emisemi (EU ETS) je pro nás nejzávažnější, hlavně pak definice sektorů ohrožených globální konkurencí a stanovení tzv. benchmarků. Konečně, chceme zasáhnout i do návrhů další legislativy: Odpady, ovzduší, IPPC atd.

ptala se Eva Brixí



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
AKČIOVÁ SPOLEČNOST

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

Mezinárodní strojírenský veletrh

nadále zůstává součástí podnikatelské strategie firem

Přesto, že se letošní Mezinárodní strojírenský veletrh připravoval v mimořádných ekonomických podmínkách, vystavovatelé i zástupci Veletrhů Brno se shodují na tom, že má právě v této době přehledka nejzajímavějších výrobků strojírenského a blízkých oborů neoddiskutovatelný význam. Kromě jiného jde o vysokou koncentraci nabídky a poptávky na jednom místě a v jednotném čase, a také zpětnou vazbu, která právě za zmíněných okolností bude vypovídající více než kdy předtím. Vědecké poznatky a výsledky výzkumu, byť je to právě dnes jedno z předních témat k diskuzi, se do šanonu spoutat nedají, a transfer inovací, technologií se projevil i v představovaných exponátech.

Jako již tradičně přinášíme i v tomto zářijovém vydání Prosperity rozhovor s Ing. Jiřím Rousekem, ředitelem projektu.

Letošní Mezinárodní strojírenský veletrh se uskuteční v poněkud jiném ekonomickém ovzduší – svět obepíná hospodářská krize, firmy mají méně zakázek, šetří, často i na nepravém místě. Jak to vnímáte vy?

Minulé ročníky Mezinárodního strojírenského veletrhu probíhaly v kontextu hospodářského růstu, který si všichni zvykli brát jako samozřejmost. Ekonomický vývoj v posledním roce pak mnoho firem zaskočil a nálada se zhoupla k opačnému extrému. Nastala ztráta důvěry v podnikání a útlum investic, jejichž důsledky jsou horší než samotný pokles průmyslové výroby. Negativní vývoj ekonomiky samozřejmě pociťujeme i my jako pořadatelé veletrhů. Chování vystavovatelů se v době krize mění, firmy snižují náklady, pracují mnohdy s podstatně nižšími propagačními rozpočty. Za této situace se snaží najít co nejefektivnější formu své výstavní prezentace, snižují rozsah výstavních ploch, volí jednodušší a levnější stánky. Zároveň si však uvědomují, že jim veletrh jako důležitý marketingový nástroj pomůže získat nové zakázky, takže se na něj intenzivně připravují a za svou investici očekávají maximální efekt.

MSV spolu s dalšími doprovodnými výstavami a akcemi patří již dlouho k nejatraktivnějším na brněnském výstavišti i v Evropě. Jaký bude v roce 2009?

Těší nás, že Mezinárodní strojírenský veletrh nadále zůstává důležitou součástí podnikatelské strategie předních českých i zahraničních výrobců. Rozsah expozic se vlivem ekonomické krize mírně sniží, ale svou kvalitou veletrh dosáhne vysoké úrovně předchozích ročníků. Účastní se tradiční lidí jednotlivých branží i řada nových firem. Vysoký počet předem avizovaných novinek potvrzuje, že firmy i v této době investují do vývoje a snaží se přijít na trh s něčím novým.

Z naší strany bude největší novinkou ročníku pavilon P otevřený letos v červnu. Jde o chloubu brněnského výstaviště a největší výstavní halu v celém regionu. Pavilon P nabízí patnáct tisíc čtverečních metrů nejmodernější výstavní plochy, je vybaven veškerými technologiemi, kvalitní infrastrukturou a parkovištěm v bezprostřední blízkosti. Do pavilonu P letos umístíme nejsilnější obor, kterým jsou kovoobráběcí a tvářecí stroje, zatímco v pavilonu V se nově soustředí obor mate-



Ing. Jiří Rousek, ředitel projektu

riály a komponenty pro strojírenství. Připomínám, že souběžně s 51. mezinárodním strojírenským veletrhem proběhne 5. mezinárodní veletrh Transport a Logistika.

Z tiskových zpráv zatím vyplynulo, že zahraničních účastníků se do Brna chystá hojný počet, protože si tuto příležitost prostě nechtějí nechat ujít...

Zájem ze zahraničí zůstává na vysoké úrovni posledních ročníků. Vystavuje 550 zahraničních firem, desítky z nich vůbec poprvé, a podíl zahraničních účastníků dosahuje stejně jako v minulých letech 36 %. Dominovat budou opět němečtí vystavovatelé. Přímou vystavuje 250 německých firem, ale mnoho dalších bude svou nabídku prezentovat prostřednictvím svých českých zástupců nebo distributorů. Oficiální expozice připravilo dokonce šest spolkových zemí, což je myslím rekord, a uskuteční zde kooperační burzu s českými partnery. Oficiální účast mají také Francie, Itálie, Norsko, Rusko, Švýcarsko, Tchaj-wan a Slovensko. U Slovenska bych se rád zastavil podrobněji, protože je vyhlášeno partnerskou zemí letošního ročníku. Toto partnerství je spojeno s řadou odborných a společenských aktivit, které Slovensku a jeho osmdesáti vystavujícím firmám zajistí mimořádnou pozornost. Veletrh navštíví vládní delegace Slovenské republiky vedená premiérem Robertem Ficem, proběhne česko-slovenská konference „Jádro proti krizi“ o budoucnosti jaderné energetiky a několik bilaterálních akcí na podporu vzájemné obchodní výměny.

Jak se staví k vystavovatelským možnostem domácích podniků a jak jste se snažili argumentovat, když s účastí na MSV váhaly?

Každá krize jednou skončí a je důležité připravit si dobrou výchozí pozici na dobu, kdy poptávka poroste a budou se přerodžďovat zakázky. Mezinárodní strojírenský veletrh patří k účinným nástrojům, jak oslovit nové klienty a stávajícím odběratelům představit inovace v sortimentu. Účastí na veletrhu firmy dávají svým zákazníkům výrazný signál, že i v době krize mají silného a spolehlivého partnera.

Většina vystavovatelů to tak skutečně chápe, chtějí být vidět a přes současnou ekonomickou potíže se rozhodli na účast nerezignovat, i když ji třeba pojali úsporněji než v minulých letech.

Nabízíte intenzivní poradenství k tomu, jak se na tak zvučný veletrh kvalitně připravit. Co doporučujete především?

Už v předstihu jsme vystavovatelům doporučili využít různých benefitů, které jsme pro ně připravili v souvislosti s ekonomickou situací. Program BENEFIT 2009 jsme koncipovali tak, aby snížil náklady na účast a zároveň posílil potenciál veletrhu. Vystavovatelům jsme nabídli velké množství zvýhodnění od snížení záloh při podání přihlášky a slev patrových expozic přes levnější technické příklady, expediční služby a reklamu v areálu až po firemní pozvánky a parkování zdarma. Také návštěvníky prohlídka letošního ročníku vyjde levněji než v minulosti. Cena celodenní vstupenky se snížila na 200 korun a pro ty, kdo využijí nabídku předregistrace na internetu, na pouhých 100 korun.

Vystavujícím firmám zároveň doporučuji nepodcenit propagaci, což bývá častou chybou a příčinou následné nespokojenosti. Úkolem pořadatelů je přivést na výstaviště dostatečně početnou a odbornou návštěvnickou klientelu. Na MSV se nám to dlouhodobě daří a udělali jsme maximum pro to, aby ani letošek nebyl výjimkou. Ovšem zajistit přítomnost návštěvníků na konkrétním stánku neumíme, to už je otázkou iniciativy každého vystavovatele. Možností je při tom celá řada, od firemních pozvánek přes inzerci v odborném tisku až po areálovou reklamu. Nedostatečně využívaná je také bezplatná propagace na našem internetovém PR portálu.

Vypracovali jste strategii k tomu, jak prostřednictvím veletrhů krizi čelit – co je základem vašeho pohledu na věc?

Z jednání se zahraničními vystavovateli mám pocit, že jsou krizi méně zaskočení a dívají se víc do budoucna. Využívají veletrhy jako šanci prezentovat sebe a své inovace a dělají vše pro to, aby z krize vyšli posíleni. I my se domníváme, že odpovědí na současně hospodářské problémy musejí být technologické inovace. Mezinárodní strojírenský veletrh je tradiční platformou pro představení nabídky nových technologií a řešení.

Velmi cenná je zde koncentrace nabídky a poptávky, která poskytuje zpětnou vazbu pro další směřování firem. Ale především je veletrh příležitostí navázat nové kontakty, získat nové poptávky a setkat se se stávajícími zákazníky a obchodními partnery. Právě tím MSV přispívá k udržení a rozvoji našeho průmyslového dědictví, což platilo a platí nejen v době krize.

Budou letos vystavovat některé firmy poprvé?

K obměně části vystavovatelů dochází každý rok, také letos se dvě stě padesát firem představí poprvé. Velká část nováčků se hlásí ze zahraničí, jen z Německa bude mít premiéru šedesát firem. Jak už jsem zmínil, je to otázka aktivního přístupu k řešení ekonomických problémů, kdy podniky namísto úspor investují do marketingu a hledají cesty na nové trhy. Poprvé se představí také řada menších tuzemských firem, některé z nich například v novém projektu „Digitální zdroje energie“, který se primárně zaměřuje na fotovoltaické systémy a další alternativní energetické zdroje.

Vstup profesních organizací, státní prezentace, doprovodné programy – zůstanou v pojetí let předcházejících?

V doprovodném programu se objevuje spousta nových témat. Špičkové obsazení má již zmíněná mezinárodní konference „Jádro proti krizi“, velmi zajímavá bude nová konference „Digitální továrna“, na veletrhu Transport a Logistika bude mít premiéru Mezinárodní železniční konference – abych uvedl jen ty nejdůležitější novinky. Zároveň pokračujeme v osvědčených doprovodných programech jako Ruský business den, CzechTrade Meeting Point nebo soutěž mladých strojařů v programování. A samozřejmě proběhne Sněm Svazu průmyslu a dopravy s velmi očekávanou debatou.

Velkou změnou prošla koncepce tradiční soutěže nejlepších exponátů o Zlaté medaile MSV. Soutěž je počínaje letošním ročníkem transparentnější, s moderními metodami objektivizace hodnocení a pouze třemi cenami, které budou o to prestižnější.

Na jaké téma veletrhu byste rád upozornil?

Jedno nové téma si podle mého názoru zaslouží zvláštní pozornost. Velkou část pavilonu A1 obsadí projekt „Transfer technologií a inovací“, který je vlastně nabídkou výzkumných kapacit vysokých škol směrem k průmyslovým partnerům. Jde o nový doprovodný program, jakési kontaktní centrum výzkumu a vývoje, které chce podpořit zavádění inovací do praxe a tím přispět ke zvýšení konkurenceschopnosti českého průmyslu. Projekt se setkal s velkým ohlasem a už do prvního ročníku se zapojilo deset univerzit – šest českých a čtyři slovenské – plus Akademie věd České republiky. Prezentovat se bude minimálně třicet výzkumných týmů, což je pro český průmysl jedinečná příležitost.

otázky připravila Eva Brixí

VEGA INDUSEM

Rastrovací elektronový mikroskop pro průmysl

Jedinečné zobrazovací možnosti optické soustavy Wide Field Optics

Snadné ovládání pomocí dotykového displeje

Vysoký analytický potenciál, možnost plně integrované prvkové analýzy

Vysokorychlostní detektory

Aktivní odpružení komory od okolních vibrací

Extra velká komora pro objemné vzorky

Univerzální vakuový systém pro pozorování nevodivých preparátů

Kompaktní design do provozního prostředí

Převážná kolečka pro snadný transport

TESCAN
PERFORMANCE IN NANOSPACE

TESCAN, s.r.o.
Libušina třída 21, 623 00 Brno, CZ
Phone: +420 547 130 411, e-mail: info@tescan.cz

www.tescan.com

Portál BusinessInfo.cz připravuje novou službu – určitě ji přivítáte

O zrodu Jednotných kontaktních míst (JKM), která budou v lednu příštího roku zřízena v patnácti živnostenských úřadech zejména v krajských městech, podnikatelé vesměs vědí. Méně je však známo, že tato tzv. fyzická Jednotná kontaktní místa budou doplněna elektronickou aplikací, umístěnou na internetovém portálu www.businessinfo.cz. Zájemci tak budou moci prostřednictvím tohoto portálu získat nejen část informací poskytovaných fyzickými JKM, ale například také aplikaci, umožňující elektronickou komunikaci s úřady, které rozhodují o udělení oprávnění k poskytování služeb.

JKM jsou institutem, který je upraven zákonem č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb a jejich hlavním cílem je především usnadnění vstupu do podnikání. Jsou vedena jednoduchou ideou – poskytnout potenciálnímu podnikateli co nejvíce informací, které by jinak musel pracně dohledávat. Ještě než vůbec začne vykonávat činnost, musí totiž

podnikatel zjistit, jaké normy se na tuto činnost vztahují, jaké podmínky je třeba splnit, která povolení, potvrzení a razítka potřebuje, zda existuje formulář žádosti, či nikoliv, kam se tato žádost posílá a co se s ní pak stane. A přesně tyto a spoustu dalších užitečných informací se dozví prostřednictvím JKM, která budou také sloužit jako univerzální podací

místa vůči úřadům v případech, kdy se jedná o žádosti o oprávnění k poskytování služby.

Kromě již zmíněných údajů potřebných ke vstupu do podnikání budou JKM zprostředkovávat mj. informace týkající se poskytování služeb v jiných členských státech EU a k tomu účelu budou propojena se svými partnerskými orgány v ostatních zemích EU. Podnikatelé jejich prostřednictvím získají také informace o opravných prostředcích proti rozhodnutím správních orgánů a o možnostech řešení sporů mezi poskytovatelem služby a jejím příjemcem, nebo mezi poskytovateli služby navzájem. Dále je JKM povinno poskytovat obecné informace

o základních požadavcích týkajících se ochrany spotřebitele v jiných členských státech. V neposlední řadě budou JKM disponovat kontaktními údaji na sdružení nebo jiné právnické osoby, které mohou poskytovatelům nebo příjemcům služeb poskytovat praktickou pomoc v nejrůznějších situacích.

Systém JKM má potenciál stát se velmi užitečným nástrojem pomoci podnikatelům. Díky informacím z jiných členských států Evropské unie může pomoci také exportérům, a tím se stát dalším nástrojem při překonávání bariér na vnitřním trhu EU.

www.businessinfo.cz

Nabídka vzdělávání Exportní akademie CzechTrade

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

Kurz Úspěšný exportér – akreditováno Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy

Specializovaný kurz je zaměřen na posílení pozice exportérů v konkurenčním prostředí. Akreditace MŠMT zaručuje vysokou kvalitu nabízeného vzdělávání, profesionalitu všech lektorů a možnost získat osvědčení o absolvování rekvalifikačního kurzu, které je platné na celém území ČR.

Datum	Místo konání	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
01. 10. 2009	Praha	Obchodní operace a nástroje	911	2 200 Kč
08. 10. 2009	Praha	Logistika v mezinárodním obchodě	912	2 200 Kč
15. 10. 2009	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace	913	2 200 Kč
22. 10. 2009	Praha	Řízení obchodu a rizik na světových trzích	914	2 200 Kč
05. 11. 2009	Praha	Vystavujeme na zahraničním veletrhu	915	2 200 Kč
12. 11. 2009	Praha	Aktuální trendy v mezinárodním obchodě	916	2 200 Kč
19.–20. 11. 2009	Praha	Obchodní vyjednávání, zvládání námitek	917	5 200 Kč
26.–27. 11. 2009	Praha	Základy PR a prezentační dovednosti	918	5 200 Kč
03.–04. 12. 2009	Praha	Presentation skills in English	919	5 200 Kč
10.–11. 12. 2009	Praha	Společenský kodex jako podpora profesionality exportéra	920	5 200 Kč
Zvýhodněná konečná cena celého kurzu*			910	30 000 Kč

* Při objednání celého kurzu je cena osvobozena od DPH. Nevztahuje se na semináře objednané jednotlivě.

Kurz Minimum exportéra

Kurz přináší praktické informace důležité pro zvýšení povědomí o příležitostech a rizicích spojených s exportem, získání nových podnětů, prohloubení znalostí a tím zvýšení konkurenceschopnosti českých firem na zahraničních trzích.

Datum	Místo konání	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
20.–21. 10. 2009	Přerov	Obchodní vyjednávání I. a II.	906	4 900 Kč
05. 11. 2009	Přerov	Business etiketa a networking	907	2 200 Kč
12. 11. 2009	Přerov	Prodej zboží do zahraničí	908	2 200 Kč
19. 11. 2009	Přerov	Internet a marketingová komunikace jako podpora exportu	909	2 200 Kč
Zvýhodněná cena celého kurzu			905	9 900 Kč

Exportní konference

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.

Exportní fórum: Obchodujeme s asijskými zeměmi	22. 10. 2009	Praha	ZDARMA
Exportní konference: Jak úspěšně exportovat do Rumunska, Bulharska, Turecka a Egypta	25. 11. 2009	Praha	ZDARMA

Design pro export

Cílem seminářů nabízených prostřednictvím služby „DESIGN PRO EXPORT“ je podněcovat rozvoj průmyslového designu převážně v malých a středních firmách a zvýšit tak jejich konkurenceschopnost na náročných zahraničních trzích.

Datum	Místo konání	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
15. 09. 2009	Brno	Průmyslový design – cesta ke zvýšení konkurenceschopnosti a exportu	942	1 000 Kč
20. 10. 2009	Praha	Průmyslový design – cesta ke zvýšení konkurenceschopnosti a exportu	943	1 000 Kč

Více informací naleznete na www.czechtrade.cz/kalendar-akci nebo www.exportniakademie.cz.

Změna termínů vyhrazena.

Ceny jsou uvedeny bez 19% DPH.

Využijte pro financování rozvoje svých zaměstnanců Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost – grantový program „Školení je šance“ a individuální projekt „Vzdělávejte se!“ – přihlaste se na námi nabízené semináře a kurzy.

Více informací na www.exportniakademie.cz a www.esfcr.cz.

Česká metrologie má v zahraničí výborné jméno

Mezinárodní metrologický kongres spojený s výstavou měřicí techniky a poskytovatelů služeb je největší a nejvýznamnější metrologickou akcí v Evropě. Vzhledem ke špičkové úrovni české metrologie na ní ani letos nemohly chybět české společnosti představující to nejlepší, co může Česká republika v tomto prestižním odvětví nabídnout.

Metrologický kongres je pořádán každé dva roky na různých místech ve Francii ve spolupráci se špičkovými vědeckými zařízeními a kompetenčními centry významných společností jako např. institut LNE, Eurocopter-Groupe EADS, Renault, Acac, BEA Métrologie, Cetiat, Cetim, IMQ, INSA de Lyon, atd. Letošní ročník se konal na konci června v pařížském kongresovém paláci na Porte Maillot.

České firmy byly na tomto kongresu zastoupeny společným stánkem pod hlavičkou agentury CzechTrade, což posílilo prestiž zúčastněných společností a díky finanční podpoře ze strany státu se, přes současnou složitou ekonomickou situaci, mohlo akce zúčastnit více firem.

Na stánku prezentoval své služby Český metrologický institut (www.cmi.cz), společnost MEATEST (www.meatest.cz), výrobce přesných měřicích přístrojů elektrických veličin, společnosti GWF (www.gwf.cz) a ELGAS (www.elgas.cz), nabízející zařízení a měřicí přístroje pro rozvod plynu a vody, a firma HES (www.hes-sro.cz), která poskytuje servisní a kalibrační služby.

Pracovníci agentury CzechTrade poskytli zúčastněným českým společnostem asistenci při organizaci stánku a propagaci české účasti a při setkáních s francouzskými partnery podpořili komunikaci mezi oběma stranami. Jak potvrdil ing. Pavel Nováček, vedoucí referátu pro marketing a informace Českého metrologického institutu: „Účast na konferenci měla velký význam pro zúčastněné firmy pro získání nových zákazníků i pro rozšíření možné do-savadní spolupráce se stávajícími zákazníky v tomto geograficky blízkém regionu, který v rostoucí míře již využívá špičkové služby v ČR.“ České firmy, které nabízejí především metrologické služby, výrobky i servis pro zákazníky ze zemí západní Evropy

i dalších zemí, zde získaly nové informace, kontakty a propagační materiály potenciálních klientů.

Přes současný pokles hospodářského růstu, kterým Francie prochází, zůstává obor výroby měřicích zařízení a souvisejících služeb jedním z těch, které zaznamenávají stálý růst (za rok 2008 vzrostla výroba v tomto odvětví o 3,8%). „Vzhledem k tomu, že jde o obor s vysokou přidanou hodnotou, a česká metrologie se těší díky špičkovému vybavení, často unikátním přístrojům a špičkové kvalifikaci pracovníků dobré pověsti mezi evropskými odborníky, potenciál tohoto odvětví je pro české firmy velmi významný,“ potvrdila Jana Šmídová, ředitelka zahraniční kanceláře CzechTrade v Paříži. České firmy zároveň stále mohou těžit z příznivého poměru mezi kvalitou a cenou českých služeb v oblasti metrologie.

O možnostech odvětví i tohoto setkání svědčí i rostoucí počet účastníků. Letošní ročník zaznamenal nárůst oproti minulé edici o 15 %. K 750 účastníkům se přidalo i 200 nezaregistrovaných zástupců firem, kteří navštívili výstavu výrobců měřicí techniky. Třetinu účastníků tvořili odborníci a firmy ze zahraničí, kteří přijeli ze 48 států, především z Evropy, ale také ze Severní a Jižní Ameriky, Afriky, středního Východu a Asie. Na 59% společností patřilo svou činností do oblasti průmyslu (výrobci měřidel, laboratoře, výrobci měřicích přístrojů), 26% návštěvníků bylo z národních a státních laboratoří, institucí a organizací, 10% pocházelo z univerzitního prostředí.

www.metrologie2009.com

Jana Šmídová,

ředitelka kanceláře CzechTrade v Paříži

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
POCZ200956059	Turecko	20. 08. 2009	19. 11. 2009	info@ertun-engineering.com	Turecká firma má odbytové možnosti pro turecký trh pro hutní materiál, jak níže uvedeno, a současně nabízí i zastupování pro českého výrobce pro místní trh. Hexagonální tyče – Předpnuté ocelové dráty do betonu – Ploché ocelové dráty nebo ocelové pásy tloušťky 2,00–4,00 mm šířky 10–30 mm. ➡
POCZ200956065	Mongolsko	19. 08. 2009	18. 11. 2009	gumen@magicnet.mn	Mongolská firma má zájem o kontejner zboží, složený z bytového textilu (závěsy, povlečení) a skleněných dekorativních předmětů do interiéru. ➡
POCZ200956067	Itálie	20. 08. 2009	19. 11. 2009	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Italská firma hledá českého dodavatele ekologických palivových briket z pilin k použití při zatápění i při tepelném zpracování potravin. Chce tak doplnit svou nabídku výrobků sestávající dosud z distribuce certifikovaného palivového dřeva. Firma by měla zájem především o malé a střední podniky. ➡

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Protikrizová opatření EGAP nesou ovoce

Za 1. pololetí letošního roku uzavřel EGAP 153 pojistných smluv na vývoz českého zboží, služeb a investic do 38 zemí světa v celkové hodnotě 23,7 mld. Kč, což představuje více než 60% plánovaného ročního výkonu. Se započtením multiplikačního efektu pojištění se státní podporou, zejména v případě bankovních záruk vystavovaných v souvislosti s exportními projekty, podpořil EGAP za prvních šest měsíců tohoto roku český vývoz v objemu 62 mld. Kč. Na dosažených výsledcích se pozitivně projevují protikrizová opatření, která přijal EGAP koncem loňského roku, takže i v době poklesu poptávky se českým vývozcům daří prosazovat se na mezinárodních trzích, zejména v Ruské federaci a dalších zemích SNS.

Zcela zásadním opatřením ke zvýšení účinnosti úvěrového pojištění je zvýšení pojistného krytí u všech typů pojištění vývozních úvěrů z dosavadních 95% na 99%. Výjimkou je pouze pojištění vývozních dodavatelských úvěrů, u kterých se zvedlo pojistné krytí z 90% na 95%. Rizikovost vývozu je tak podstatně nižší, stejně jako náklady vývozců a jejich bank na zajištění spoluúčasti. Vyšší pojistné krytí zatím platí do konce tohoto roku s tím, že po důkladném posouzení jeho efektivity bude rozhodnuto o dalším postupu.

Klienti EGAP se dočkali i zlevnění pojištění, a to tam, kde to dovolují mezinárodní pravidla pro státní podporované vývozy. Výrazné snížení zaznamenaly pojistné sazby u pojišťování

výrobního rizika, kdy se vývozce pojišťuje proti riziku ztrát v důsledku zrušení či přerušení kontraktu ze strany zahraničního dovozce nebo v důsledku politické, finanční či makroekonomické situace země dovozce. Při samostatném pojištění výrobního rizika je teď pojistná sazba o 30% nižší ve srovnání s dřívějškem, a pokud je ke stejnému exportnímu případu uzavřeno i pojištění vývozního odběratelského úvěru, tak dokonce až o 50%.

Dost mohou ušetřit také čeští investoři, kteří si pro realizaci svého investičního záměru v zahraničí vyjednávají bankovní úvěr s pojištěním EGAP. Na rozdíl od dřívější praxe, kdy si investor musel svůj vlastní vklad do investice v hostitelském státu pojistit proti teritoriálním rizikům, jako je

vyvlastnění bez náhrady nebo nemožnost transferu výnosů, kryje nyní pojištění bankovního úvěru na financování investice i rizika spojená s vlastním vkladem investora po celou dobu čerpání a splácení úvěru.

Dále EGAP upravil podmínky pojištění vývozního odběratelského úvěru pro potřeby projektového financování velkých investičních záměrů zejména v energetice, těžbě a zpracování surovin, metalurgii, výrobě stavebních hmot, telekomunikacích a infrastruktuře a také pojištění úvěru na financování zahraniční investice pro developery obchodních a bytových projektů v zahraničí. V obou případech se jedná především o výhodnější podmínky splácení poskytnutých úvěrů.

Zcela nový obsah dostalo pojištění prospekce zahraničních trhů, které kryje riziko finanční ztráty v důsledku úplného nebo částečného neúspěchu prospekce a je určené zejména malým a středním podnikům. Pojistit se mohou vývozci se zavedenou výrobou, kteří vyrábějí zboží či poskytují služby, pro něž

budou prospekci provádět, po dobu nejméně dvou let. Ve finální fázi je úprava pojištění úvěru na předexportní financování tak, aby mohlo krýt i rizika bank spojená s úvěrovým financováním komerčního využití produktů výzkumu a vývoje pro následný vývoz. Tímto typem pojištění chce EGAP podpořit úspěšné dokončení komerčních aplikací výsledků vědy a výzkumu a přispět k zahájení výroby a následnému vývozu celé řady produktů s vysokou mírou přidané hodnoty.

EGAP je tradičním účastníkem mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně a také letos můžete navštívit jeho stánek na volné ploše před pavilonem „Z“. Přítomní pracovníci EGAP vám rádi poskytnou všechny potřebné informace. Celou řadu podrobností z aktuální nabídky pojišťovny se můžete dozvědět také na semináři pro exportéry a banky, který se uskuteční v administrativní budově veletržního areálu v úterý 15. září od 10.00 hodin.

Ing. Vlastimil Nesrsta
ředitel odboru PR a komunikace EGAP

Ohlédnutí za předsednictvím Evropské unie

Předsednictví Evropské unie je jako štafetový běh. Máte svůj úsek, který musíte zaběhnout co nejlépe, a je to jenom na vás, ale zároveň se jedná o kolektivní záležitost, kdy se bez těsné spolupráce s ostatními neobejdete. Musíte ten štafetový kolík řádně převzít a potom taky předat. Přebírali jsme od Francouzů a předávali Švédům a už dlouho předtím, než jsme 1. ledna vyběhli, jsme se důkladně připravovali, aby ten náš běh, či spíše sprint, protože ten půlrok utekl neuvěřitelně rychle, byl maximálně efektivní.

EGAP byl pověřen ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, aby předsedal Pracovní skupině Rady EU pro vývozní úvěry. Z naší dlouholeté praxe jsme dobře věděli, co nás čeká. Že tedy budeme koordinovat, koordinovat a ještě jednou koordinovat, dokud se nám nepodaří dosáhnout kýženého stavu, kdy zástupci všech sedmadvaceti členských zemí mají na jednu věc stejný názor, se kterým následně vystoupí Evropská komise jménem EU na jednání OECD o pravidlech státní podpory exportu obsažených v Konsensu OECD. Kromě toho jsme se samozřejmě drželi tří hlavních programových priorit českého předsednictví, kterými byly Ekonomika, Energetika a EU ve světě.

Ve všech jsme úspěšně zabodovali, a nejvíc v energetice, i když to asi na začátku málokdo

čekal. Celou řadu let se totiž na půdě Pracovní skupiny Rady EU pro vývozní úvěry odehrával souboj mezi zastánci vylepšení podmínek pro obnovitelné zdroje na jedné straně a zastánci téhož, ale pro jaderné zdroje, na straně druhé. Navzájem se drželi v klinči a vypadalo to, že se Sektorová dohoda o vývozu zařízení pro obnovitelné zdroje po uplynutí zkušebního období koncem června nejenom nestane trvalou součástí Konsensu OECD, ale bude nakonec třeba i úplně zrušena. A tak jsme tedy trpělivě koordinovali, vyjednávali a pečlivě umetali cestičku ke kompromisu. Byla řádně klikatá, místy velmi úzká a někdy se měnila v náročnou překážkovou dráhu, ale přesto nás, doslova za minutu dvanáct, dovedla k cílové pásce. Od 1. července 2009 je tak možné financovat jak vývozy zařízení pro obnovitelné zdroje, tak i vývozy jaderných zařízení exportními úvěry se splatností až 18 let po dokončení, s až 18měsíčním odkladem první splátky a s řadou dalších výhod včetně nižších úrokových sazeb. Je to velký a nepochybnitelný úspěch našeho předsednictví.

Pokud jde o ekonomiku, je jasné, že naše předsednictví výrazně ovlivnila finanční a hospodářská krize. Kromě obvyklé agendy, kterou se Pracovní skupina EU pro exportní úvěry zabývá, bylo proto nezbytné hledat co nejúčinnější způsoby jak se s krizovými jevy vypořádat. I tady

se nám podařilo sjednotit opravdu velmi široké spektrum názorů a dosáhnout dočasného uvolnění některých omezujících pravidel pro vývozní úvěry. Z našeho podnětu byly otázky financování obchodu projednány i na politické úrovni v rámci EU a následně i na dubnovém zasedání G-20, jehož výsledkem je závazek zúčastněných zemí posílit celosvětové zdroje na podporu financování obchodu částkou 250 mld. USD. Naším příspěvkem je pak posílení pojistné kapacity EGAP ze 120 na 150 mld. Kč a navýšení kapitálu ČEB zhruba o 1 mld. Kč.

Z třetí priority českého předsednictví, EU ve světě, pro nás vyplýval především úkol dosáhnout shody s negociátory Evropské komise ve Světové obchodní organizaci (WTO) na tom, že „Dohoda o subvencích a vyrovnávacích opatřeních“, která je základním kamenem systému státní podpory exportu, zůstane v současném znění a že změny navrhované některými rozvojovými zeměmi, které by stávající režim ohrožily, budou odmítnuty. To se podařilo, stejně jako zahájit přípravu na jednání s Čínou o jejím přistoupení k pravidlům Konsensu OECD, což by výrazně přispělo ke kultivaci mezinárodního obchodu.

JUDr. Ing. Jana Ammerlaan
náměstkyně generálního ředitele EGAP
vedoucí české národní delegace

Přehled dosažených změn úvěrových podmínek v obou sektorových ujednáních

Sektorové ujednání o financování vývozu zařízení pro obnovitelné zdroje a vodní projekty:

- trvalá součást Konsensu OECD od 1. 7. 2009,
- prodloužení doby splatnosti úvěrů až na 18 let,
- flexibilní podmínky splácení včetně prodloužení odkladu první splátky na 18 měsíců,
- hypoteční způsob splácení,
- WAL (Weighted Average Life) 9 let v případě doby splatnosti do 15 let a 11 let, v případě doby splatnosti do 18 let,
- podíl místních nákladů 30% s tím, že se jedná o možném navýšení,
- výhodnější systém tvorby minimálních úrokových sazeb,
- jednání o rozšíření rozsahu působnosti budou dokončena do konce roku 2009.

Sektorové ujednání o financování vývozu zařízení pro jaderné elektrárny:

- prodloužení doby splatnosti úvěrů až na 18 let,
- flexibilní způsob splácení s WAL 9 let při době splatnosti do 15 let,
- hypoteční způsob splácení i pro dobu splatnosti do 18 let,
- podíl místních nákladů 30% s tím, že se jedná o možném navýšení,
- výhodnější systém tvorby minimálních úrokových sazeb.

Pozn.: Vzhledem k tomu, že prioritou nejen zemí EU, ale i většiny ostatních členských zemí OECD, je podpora rozvoje obnovitelných zdrojů energie, jsou podmínky pro vývozy těchto zařízení výhodnější než v případě jaderných elektráren. ➔

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



Česko je pro německé investory stále nejatraktivnější

Česko-německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK) je součástí celosvětové sítě německých zahraničních hospodářských komor. Aktivně podporuje hospodářskou spolupráci mezi Českou republikou a Německem. ČNOPK má v současné době téměř 580 členských firem a je tak největší bilaterální hospodářskou komorou v ČR. O dopadech současné ekonomické situace i dlouhodobých úkolech jsme hovořili s výkonným členem představenstva komory Bernardem Bauerem.



Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer
Česko-německá obchodní a průmyslová komora

Zůstává Německo pro Českou republiku nejvýznamnějším obchodním partnerem i v době krize? Jak Němci hodnotí současnou hospodářskou politiku české vlády?

Německo je tradičně nejdůležitějším obchodním partnerem České republiky, a to i v době krize. Jedna třetina českých exportů směřuje do Německa a z Německa přiteklo do České republiky od roku 1993 do roku 2008 nejvíce přímých zahraničních investic. Česko-německé obchodní vztahy jsou velmi dobré a stejný vývoj se dá očekávat i do budoucna. Co se týče hospodářské politiky české vlády, je situace trochu složitější. Neustálé odkládání zavedení eura, které Česko nutně potřebuje, málo pružný pracovní trh, vzdělávací systém, který nedostatečně zohledňuje praktickou výuku přímo ve firmách – to všechno jsou faktory, které je nutné změnit, chce-li se Česko stát moderní technologickou zemí a zajistit si i nadále atraktivitu pro investory.

Změnily se během uplynulých 12 měsíců priority obchodní komory? Mění se výrazně požadavky členů ČNOPK na vaši práci?

Cíle a priority ČNOPK jsou stanoveny dlouhodobě a současná hospodářská krize se jich víceméně nedotkla. K našim prioritám patří především ty oblasti, které mají velký potenciál do budoucna. Je to například modernizace

vzdělávacího systému, cílená podpora vědy a výzkumu a oblast obnovitelných zdrojů energie, která nyní zažívá skutečný rozmach na českém trhu. Krize se ale samozřejmě v naší práci odráží. Jsme členská organizace, která má v současné době téměř 580 členských firem, které negativní následky krize pociťují. Velká část našich členů působí v automobilovém nebo strojírenském průmyslu nebo jsou s těmito oblastmi úzce spojeni. Právě zde pozorujeme, jak je práce komory obzvláště v době krize důležitá. Zprostředkování aktuálních informací a pravidelný kontakt s firmami je potřeba ještě více než dříve. Proto nabízíme různá informační setkání jako například semináře a pracovní skupiny, nebo častěji a intenzivněji informujeme o současné situaci v našich médiích.

Přetrvává i po dvou desetiletích svobodného trhu v ČR zájem německých investorů? Jakou roli v podpoře investic může komora sehrát?

Zájem německých investorů o český trh stále trvá. Dokládá to i konjunkturální průzkum, který uskutečnily Německé zahraniční hospodářské komory (AHK) mezi německými podniky v 18 zemích regionu střední a východní Evropy na začátku letošního roku. Již počtvrté za sebou



Bernard Bauer, výkonný člen představenstva ČNOPK

zvolili německí investoři Českou republiku za nejatraktivnější zemi pro podnikání. Poslední dobou zaznamenáváme zájem především ze strany malých a středních podniků, což ukazuje na rostoucí atraktivitu českého trhu. ČNOPK podporuje tyto firmy při vstupu na český trh a poskytuje jim pod značkou DEInternational kompetentní poradenství a široký servis, který sahá mimo jiné od obecných informací přes adresní rešerše až po oslovení potenciálních partnerů a podporu při vyjednávání s nimi.

Zabýváte se analýzou trhů a máte k dispozici množství ekonomických údajů z obou států. Dají se už z nich vyčíst známky hospodářského oživení?

Máme sice k dispozici ekonomické údaje z obou států, je ale velmi těžké je interpretovat. Nejistota je velká a k tomu existuje mnoho faktorů, které mají vliv na českou ekonomiku. Pozitivní zprávou je ale jisté uvolnění situace v Německu, které naznačují nejen takzvané předstihové indikátory, ale také nejnovější konjunkturální průzkum Německého sněmu 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 ekonomiku, která je s německou silně provázána. Můžeme tudíž očekávat, že se zlepšení situace v Německu projeví i na českém hospodářství. Přesto to ale neznamená konec krize. Je to sice určité zlepšení, zda se ale jedná o dlouhodobější stav, nelze odhadnout.

V ČNOPK vedete oddělení duálního vzdělávání. Co považujete v této oblasti za největší současné úkoly?

Naším hlavním cílem je zavedení duálního vzdělávání v České republice. Jedná se o vzdělávací systém, kdy teoretická výuka probíhá ve školách a praktická ve firmách. Díky tomu získají studenti praktické vzdělání, které zároveň odpovídá i požadavkům firem. Je nám jasné, že zde nelze zavést německý model duálního vzdělávání jedna ku jedné. Usilujeme o vyšší podíl praxe, kterou by studenti absolvovali ve firmách. To se týká nejen vzdělávání v ekonomických oborech, které již několik let nabízíme a realizujeme, ale i technických a řemeslných oborů. Abychom zdůraznili výhody vzdělávání orientovaného na praxi, nenabízíme pouze konkrétní studijní programy, ale vystupujeme též aktivně v roli prostředníka mezi všemi zúčastněnými stranami, tedy příslušnými institucemi, školami, studenty a také firmami.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Ocenění pro Zetor

Společnost Zetor získala v srpnu za svou novou modelovou řadu Proxima Power prestižní ocenění Zlatý kosák. Cena Zlatý kosák za nejlepší zemědělský produkt byla společnosti Zetor udělena v rámci 36. mezinárodní zemědělské a potravinářské výstavy v Nitře.

Předností oceněné modelové řady Proxima Power typu 85, 95, 105 a 115 je nová koncepce převodového ústrojí s elektrohydraulickým řazením reverzace pod zatížením.

„Řada Proxima Power dokazuje, že nové modely traktorů Zetor v sobě spojují pokročilou technickou úroveň a uživatelský komfort, sdělil Josef Choudounský, předseda představenstva a výkonný ředitel ZETOR TRACTORS a.s. Nová řada Proxima Power patří do střední vý-

konné kategorie traktorů, které splňují narůstající potřeby zákazníků jak z hlediska komfortu, bezpečnosti, ale také z pohledu produktivity. Traktory jsou vybavené novou koncepcí reverzační převodovky 24+24 s třístupňovým násobičem a elektrohydraulickým řazením reverzace pod zatížením. Jeho ovládání řidiči umožňuje páčka umístěná na levé straně pod volantem. Díky tomuto systému lze traktor řídit bez pojezdové spojky. Zadní vývodový hřídel je ovládaný elektrohydraulicky s otáčkami 540/1000 a na přání 540/540E s možností volby postupného náběhu sepnutí.

Traktory Proxima Power jsou vybavené motory, které splňují emisní stupeň IIIA.

(tz)

2009 Svět reklamy

Prezentační veletrhy firem z oblasti reklamy, marketingu a polygrafie

22. září 2009

Interhotel Voroněž - Kongresová hala

Brno

Úterý 9.00 - 17.00 hod.

6. října 2009

Hotel Diplomat

Praha

Úterý 9.00 - 17.00 hod.



Omnis Olomouc, a.s., Kosmonautů 8, 772 11 Olomouc
pořadatel veletrhu tel.: 587 433 323, mobil: 608 968 159, hasalova@omnis.cz

Pojišťovnictví letos nejvíce ohrožují dopady finanční krize, rizikové modely a regulační zásahy

Nejvýznamnější riziko, jemuž v současnosti pojišťovnictví čelí, představují dopady finanční krize. Na přední místa v žebříčku Top 10 nejzávažnějších rizik v tomto odvětví se dále řadí nedostatky rizikových modelů a regulační zásahy. Vyplývá to z nejnovější zprávy Ernst & Young o podnikatelských rizicích v pojišťovnictví.

„Není pochyb o tom, že probíhající ekonomická krize žebříček rizik významně ovlivnila. Vedle hledání způsobu, jak dopady recese přestát, by měly nyní pojišťovny usilovat o změnu přístupu k řízení rizik a analýze regulačních opatření a zlepšit komunikaci týkající se rizik,“ řekl Douglas Burnham, partner Ernst & Young odpovědný za služby v oblasti pojišťovnictví.

Uvedená zpráva obsahuje 10 nejvýznamnějších podnikatelských rizik dle hodnocení více než 101 předních analytiků, kteří se na tento obor zaměřují. Pořadí jednotlivých rizik pro rok 2009 je následující:

Krize finančních trhů: sektor finančních služeb poznamenala krize opravdu zásadně. Přestože se systémová rizika snižují, s celkovými následky hospodářského poklesu se toto odvětví bude potýkat patrně celé příští desetiletí.

Rizikové modely: neschopnost některých firem rozeznat nedostatky modelů a odpovídajícím způsobem zareagovat na povahu daného rizika způsobila, že tyto společnosti nebyly na rozsah nedávných událostí ve finanční sféře připraveny.

Regulační opatření: společnosti se mu-

sejí vyrovnat s rozsáhlými změnami v souvislosti s pojišťovací směrnicí Solvency II, zohlednit požadavky na konvergenci s předpisy IFRS a také reagovat na probíhající diskusi ohledně regulace na federální a státní úrovni ve Spojených státech.

Řízení procesu přijímání pojistného rizika u neživotního pojištění: chybné řízení tohoto procesu lze pravděpodobně považovat za hlavní příčinu úpadku v oblasti neživotního pojištění a zároveň za primární faktor, který stojí za ztrátami investorů.

Geopolitické otřesy: riziko spojené s geopolitickými otřesy v důsledku zpomalení hospodářství narůstá, jelikož klesající příjmy vytvářejí politické tlaky a nižší daňové výnosy snižují schopnost vlád pružně reagovat.

Demografické posuny v rámci klíčových trhů: zájem klientů o vkladové produkty nutí pojišťovací subjekty věnovat více pozornosti

strategickému řízení kapitálového rizika, včetně působení na akciových trzích.

Rozvíjející se trhy: přestože se v této oblasti daří rozsáhlým a diverzifikovaným pojistitelům, rozvíjející se trhy jsou náchylnější k rapidní změně či nečekanému zhoršení podmínek.

Distribuční kanály: bez ohledu na stávající ekonomické podmínky a silící důraz na snižování výdajů nabízejí investice do multikanálových distribučních modelů stále značné příležitosti, ale i nemalá rizika.



autor: Miloš Krmíšek

(tz)

Pozice jedničky na klíčových trzích střední a východní Evropy* dále posílena

„Vienna Insurance Group dokázala v prvním pololetí pokračovat ve stabilním vývoji. Z lokálního pohledu dosahujeme na mnoha trzích střední a východní Evropy – v souladu s našimi očekáváními – nadále silného růstu. Dále jsme posílili postavení jedničky na klíčových trzích střední a východní Evropy a výrazně zvýšili náš tržní podíl na 16 %,“ komentoval Dr. Günter Geyer, CEO Vienna Insurance Group vývoj v prvním pololetí 2009. „V každé zemi panuje jiná hospodářská situace a naše široká geografická diverzifikace zajišťuje stabilitu koncernu i ve složitém období. Rozmanitost odbytových možností dává našim koncernovým společnostem možnost oslovit klienty různými cestami a rychle reagovat na konkrétní podmínky trhu. Spolu s tím se již po prvním pololetí projevují i účinky našich koncernových opatření ke snižování nákladů.“

Vienna Insurance Group získala v prvním pololetí předepsané (konsolidované) pojistné v celkové výši 4,25 mld. eur. Na bázi eura to ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku odpovídá nárůstu o 0,9 %. Časově rozlišené koncernové pojistné stoupl na bázi eura o 4,1 %.

Koncernové společnosti Vienna Insurance Group dokázaly pokračovat ve svém růstovém kurzu i v současné napjaté hospodářské situaci. V zemích střední a východní Evropy zaznamenala Vienna Insurance Group na bázi lokální měny výrazný růst předepsaného koncernového pojistného ve výši 6,3 %, zatímco časově rozlišené pojistné stoupl o 9,7 %.

Zisk koncernu (před zdaněním, konsolidovaný) za první pololetí ve výši 230,25 mil. eur představuje v mezinárodním odvětvovém porovnání velmi dobrý výsledek. Ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku došlo v důsledku složité situace na kapitálových trzích a mimořádných efektů prodeje pojišťoven BA-CAV a Unita v minulém roce k poklesu o 20,1 %. Ve srovnání s 1. pololetím 2007 dokázala Vienna Insurance Group výsledek dokonce o zhruba 15 mil. eur, tedy o téměř 7 % zvýšit.

Zatížení, způsobené povětrnostními škodami – převážně v Rakousku a České republice – se managementu podařilo více než vykompenzovat uskutečněnými restrukturalizačními opatřeními ke snížení nákladů.

Výsledek finančního hospodaření činil v prvním letošním pololetí 471,58 mil. eur. Pokles o 23,8 % odráží přetrvávající složitou situaci na kapitálových trzích. Jednorázové efekty v důsledku prodeje pojišťoven BA-CAV a Unita v předchozím roce (325 mil. EUR) umožňují pouze omezené srovnání s hodnotami předchozího roku.

Finanční investice koncernu dosáhly k 30. červnu 2009 hodnotu 25,08 mld. eur. V porovnání s koncem roku to je nárůst o 2,2 %.

Vlastní jmění koncernu stoupl o 8,5 % na celkově 4,49 mld. eur.

Česká republika

I v prvním pololetí 2009 dokázaly koncernové společnosti v České republice pokračovat ve vynikajícím vývoji prvních tříměsíců roku. Na bázi eura bylo v prvním pololetí 2009 získáno celkové předepsané pojistné ve výši 776,58 mil. eur (plus 12,4 %). V neživotním pojištění dosáhlo pojistné výši 507,64 mil. eur (minus 2,5 %), v oblasti životního pojištění to bylo 268,94 mil. eur (plus 57,7 %).

V lokální měně bylo v předepsaném pojistném u všech druhů pojištění dosaženo významného růstu o celkově 22,9 %. Zvýšení objemu pojistného v neživotním pojištění představovalo 6,6 %, v životním pojištění 72,4 %. Z pohledu rozlišeného pojistného dosáhl nárůst oproti porovnávacímu období předchozího roku dokonce 33,7 %.

Zisk (před zdaněním) se podařilo zvýšit o vynikajících 21,5 % na 56,32 mil. eur.

Combined Ratio se podařilo dále snížit, v prvním pololetí 2009 dosáhlo 88,4 %. Tato příznivá hodnota bylo dosaženo především snížením nákladovosti o 1,6 procentních bodů, což odpovídá více než 6 mil. eur.

Slovensko

Stejně potěšující byl výsledek prvního pololetí 2009 koncernových společností na Slovensku. S předepsaným pojistným ve výši 324,40 mil. eur bylo v porovnání se stejným obdobím předchozího roku dosaženo zvýšení o 9,0 %. Ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku stoupl rozlišené pojistné o 10,2 %.

V segmentu neživotního pojištění představovalo pojistné 184,41 mil. eur. To odpovídá přírůstku o 5,1 %.

V oblasti životního pojištění bylo pojistným ve výši 140,00 mil. eur v porovnání se stejným obdobím předchozího roku dosaženo významného růstu o 14,8 %.

Zisk (před zdaněním) představoval v prvním pololetí 2009 7,68 mil. eur. Tím byl již nyní výrazně překročen zisk za celý rok 2008.

Combined Ratio představovalo 96,3 %.

* Definice regionu SVE: Česká republika, Slovensko, Polsko, Rumunsko, Bulharsko, Chorvatsko, Srbsko a Maďarsko

** Údaje za 1. pololetí 2009 jsou uvedeny včetně společností s Versicherung Gruppe a BCR Versicherungen. Pojišťovny BA-CAV a Unita jsou započteny pouze v porovnávacích hodnotách k 1. pololetí 2008.

(tz)

Combined Ratio (netto)				95,5 %		95,9 %	
V mil. EUR	Rakousko		Česká republika		Slovensko		Polsko
	6M 2009	6M 2008	6M 2009	6M 2008	6M 2009	6M 2008	6M 2009
Předepsané pojistné	2.185,18	1.323,35	776,59	56,32	324,47	297,52	262,91
Zisk před zdaněním	132,35	154,53	46,34	34	15,86	14,42	14,06

První místo ve významné kategorii

ŠkoFIN si stále drží vedoucí postavení na trhu ve financování osobních i užitkových vozů. Společnost výrazně upevnila svoji pozici v oblasti financování nebankovních podnikatelských úvěrů a obsadila poprvé v této kategorii první místo.

Negativní vývoj české ekonomiky vedl k poklesu poptávky po investičních a spotřebitelských finančních produktech. I přes tento negativní vývoj společnost ŠkoFIN uzavřela za první pololetí 2009 přes 10 tisíc nových smluv.

Financovala tak předměty s hodnotou v pořizovacích cenách ve výši 3,236 mld. korun. Nové úvěrové smlouvy dosáhly 71 % celkového počtu nových smluv. Novým obchodům dominovalo neleasingové financování – úvěry podnikatelům na pořízení osobních vozů stouply meziročně o 136 % na 0,995 mld. korun. Celkem vzrostly půjčky podnikatelům o 14,3 % na 1,444 mld. korun a spotřebitelské úvěry o 38,4 % na 616 mil. korun.

Atraktivita financování prostřednictvím Ško-

FINu je dána úzkou spoluprací s koncernovými značkami, výhodnými akčními nabídkami, ale i doprovodnými službami pro zákazníky a špičkovým servisem.

„Důvodem úspěchu naší společnosti je okamžitá reakce a nabídka produktů, které plně zohledňují aktuální daňové výhody pro zákazníka,“ řekla Jiřina Tapšíková, jednatelka společnosti ŠkoFIN.

Novela zákona o DPH, umožňující s účinností od 1. dubna 2009 odpočet DPH podnikatelským subjektům i u osobních vozů, zapříčinila výrazný nárůst počtu nových úvěrových smluv pro

podnikatele v kategorii osobních automobilů, a to meziročně o 128 %. ŠkoFIN na tuto připravovanou změnu reagoval nabídkou VW uvrhu s 0% DPH.

Kromě změny v odpočtu DPH i další červencová novela zákona o dani z příjmu, která má za cíl podpořit ekonomické oživení v ČR, zkrátila odpisy a dobu nájmu u finančního leasingu nových automobilů na 24 měsíců, a tím atraktivita leasingového financování opět výrazně stoupla. ŠkoFIN přizpůsobil všechny nabízené produkty leasingového a úvěrového financování možnosti odpisu během 24 měsíců.

(tz)

Projekt Posilování sociálního dialogu

Projekt s názvem „Posilování sociálního dialogu s důrazem na modernizaci institucí, rozvoj lidských zdrojů a rozvoj kvality služeb sociálních partnerů“ z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost má za cíl podpořit vyšší informovanost a využití moderních systémů, které budou sloužit sociálním partnerům ke zvyšování adaptability zaměstnanců a rozvíjení konkurenceschopnosti podnikatelských subjektů. Prioritní osou projektu je důraz na zabezpečení efektivního a komplexního poradenství, rozšíření znalostí a profesních kompetencí. Projekt je realizován Svazem průmyslu a dopravy ČR; partnery v projektu jsou Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, Českomoravská konfederace odborových svazů a Asociace samostatných odborů ČR.

Tento projekt je zaměřen na:

- zlepšení a prohloubení informovanosti o cílech a aktivitách (svazů) a o způsobu realizace (projektu),
- zlepšení strategie komunikace založené na průzkumu postojů a vyhodnocení současné situace,
- propojení zdrojů pro zvyšování odborné kvalifikace zaměstnanců i managementu a vytvoření nové kvality vztahů mezi sociálními partnery,
- vytvoření webových stránek, práci s nimi, modernizaci a sjednocení s možnostmi hledání a diskuze.



www.socialnidialog.cz s možností přechodů pomocí prokliků. Dalším výstupem bude modernizace a sjednocení forem komunikace pro sociální partnery a jejich členské svazy, zpracování a vydání informačních brožur, např. brožury vydané jedním z partnerů v rámci projektu:

- „Rozvoj lidských zdrojů sociálních partnerů a motivace pro další vzdělávání“,

- „Bezpečnost práce – nedílná součást života“,
- „Sociální dialog v České republice“,
- „Pracovní právo“.

Realizace seminářů, školení a „kulatých stolů“ bude podle nabídky aktualizována.

Přidanou hodnotou pro členské svazy sociálních partnerů se stane zvýšení kvality externí komunikace, soustředění pozornosti na priority, zlepšení znalostí a zrychlení orientace zaměstnanců sekretariátů a celková modernizace komunikace.

(tz)

Konfederace formuluje společné zájmy, podnikatelské i zaměstnavatelské, usiluje o smysluplnost

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR (KZPS) je otevřené nezávislé zájmové sdružení, založené podle zákona č. 83/90 Sb., o sdružování občanů.

- sdružuje sedm reprezentativních zaměstnavatelských svazů z oblasti stavebnictví, textilního průmyslu, malého a středního podnikání, družstevnictví, zemědělství, důlního a naftového průmyslu, dřevozpracujícího průmyslu, školství, zdravotnictví, kultury a sociálních služeb;
- zastupuje 23 000 členských subjektů s více než 678 000 zaměstnanci;
- podporuje prosazování specifických zájmů svých členů v oblasti legislativy a v dalších oblastech;
- formuluje společné podnikatelské a zaměstnavatelské zájmy svých členů a prosazuje je v součinnosti s příslušnými státními orgány, ostatními zaměstnavatelskými organizacemi a odbory, a zejména v různých formách konzultací s vládou;
- spolupracuje se Svazem průmyslu a dopravy ČR, Hospodářskou komorou ČR, Agrární komorou ČR, Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR a dalšími organizacemi;
- je jedním ze sociálních partnerů zastupujícím stranu podnikatelů v Radě hospodářské a sociální dohody (Tripartitě).

Členství v Konfederaci je dobrovolné. Členskými organizacemi Konfederace jsou pouze zaměstnavatelské svazy a sdružení, nikoliv jednotlivé podniky.

Členové KZPS ČR:

1. Asociace textilního-oděvního-kožedělného průmyslu (ATOK)
2. Družstevní asociace ČR – prostřednictvím Svazu českých a moravských výrobních družstev
3. Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR
4. Svaz podnikatelů ve stavebnictví v ČR
5. Unie zaměstnavatelských svazů ČR
6. Zaměstnavatelský svaz důlního a naftového průmyslu
7. Zemědělský svaz ČR

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

Předseda: Jan Wiesner

Místopředsedové: Bedřich Danda
Ing. Pavel Dušek
Ing. Miroslav Jirovský
Ing. Jiří Kohoutek
Ing. Václav Matyáš
Ing. Zdeněk Osner, CSc.

Členové:

ATOK (Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu)

viceprezident a výkonný ředitel: Ing. Jiří Kohoutek
Těšnov 5, 110 00 Praha 1
tel: 224 805 340
fax: 224 805 339
email: atok@atok.cz
www.atok.cz

Družstevní asociace

V KZPS ČR zastoupena prostřednictvím SČMVD

– Svazu českých a moravských výrobních družstev

předseda SČMVD: Jan Wiesner
Václavské nám. 21, 113 60 Praha 1
tel: 222 245 906
fax: 222 240 908
email: wiesner@scmvd.cz
www.scmvd.cz

Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky

předseda: Bedřich Danda
Na strži 9, 142 00 Praha 4
tel: 261 104 242
fax: 261 104 245
email: b.danda@volny.cz
www.sdruzenispcr.cz

Svaz podnikatelů ve stavebnictví v České republice

prezident: Ing. Václav Matyáš
Národní 10, 110 00 Praha 1
tel: 224 951 411
fax: 224 930 416
email: sps@sps.cz
www.sps.cz

Unie zaměstnavatelských svazů České republiky

prezident: Ing. Pavel Dušek
Českokobratrská 9, 130 00 Praha 3
tel: 222 587 455
fax: 222 519 654
email: info@uzs.cz
www.uzs.cz

Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR

počet členů: 7

počet členských subjektů členů KZPS: cca 23 000

počet zaměstnanců členských subjektů členů KZPS: cca 745 000

Členové KZPS ČR:

1. Asociace textilního, oděvního a kožedělného průmyslu

počet členů: 81
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 50 000

2. Družstevní asociace ČR

členem DA ČR jsou:

- **Svaz českých a moravských bytových družstev**
počet členů: 715
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 4400
počet členů družstev celkem: cca 71 500
- **Svaz českých a moravských spotřebních družstev**
počet členů: 62
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 16 000
- **Svaz českých a moravských výrobních družstev**
počet členů: 320
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 27 000

3. Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR

počet členů: cca 20 000
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 120 000

4. Svaz podnikatelů ve stavebnictví v ČR

počet členů: 884
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 200 000

5. Unie zaměstnavatelských svazů ČR

počet členů: 25 (24 svazů a sdružení a VZP)
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 180 000

6. Zaměstnavatelský svaz důlního a naftového průmyslu

počet členů: 19
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 21 000

7. Zemědělský svaz ČR

počet členů: 1028
počet zaměstnanců členských subjektů: cca 60 000



Bezpečnost práce: Výstražné oblečení s reflexními pruhy vysílá signály ve dne stejně jako v noci

Při práci na komunikacích, letištích nebo při likvidaci odpadu zásadně platí: Výstražné oblečení má svého nositele na pracovišti rychle a zřetelně zviditelnit, musí tedy mít signální účinky. S výstražným oblečením od společnosti MEWA jsou zaměstnanci těchto pracovních skupin vždy vidi-

telní. S fluorescenčními barvami, reflexními pruhy a moderním střihem poskytuje výstražné oblečení jasné signály při všech světelných a povětrnostních podmínkách. Kolekce MEWA Security zajišťuje svým materiálem v červeno-oranžové barvě, že silničáře, cestáře, popeláře nebo posunovače vždy

rychle a bezpečně rozpoznáte. Pro zaměstnance letišť je v nabídce kolekce MEWA Security také ve žluté barvě s vysoce kvalitními reflexními pruhy Scotchlite, které ve tmě vydávají jasné viditelné signály. Tyto pruhy odrážejí například světlo příjezdějího osobního auta tak silně, že jejich nositel

je rozeznatelný z dostatečně bezpečné vzdálenosti. Pro případy, kdy se pracuje v ohnuté poloze nebo pro lepší viditelnost ze strany, jsou požitý doplňující svíslé pruhy na horní části oděvu. MEWA Security tím vším splňuje evropskou normu EN 471 pro vysoce viditelné výstražné oblečení.

(tz)

Odhalených pojistných kauz přibývá, fakta hovoří jasně

Během prvních šesti měsíců letošního roku odhalila Česká pojišťovna 676 pojistných podvodů za více než 121 milionů korun. Počtem případů tak už nyní ČP v pololetí dotahuje statistiku za celý loňský rok, kdy jich její detektivové odhalili 703. Nejvíce se stále snaží podvádět lidé z Prahy a Karlovarského kraje, nejméně na Zlínsku a v kraji Vysočina. Drtivá většina případů se týkala majetkového pojištění, převažují události týkající se motorových vozidel.

Souhrnným údajům za první pololetí však předcházely údaje za druhé čtvrtletí, které opět potvrdily, že pokusů o pojistné podvody rozhodně neubývá. Teze o tom, že stále vysoké počty podvodů souvisejí s ekonomickou krizí, tak zůstávají v platnosti. Česká pojišťovna v období duben–červen vyřešila 281 pojistných podvodů za 64 milionů korun.

V porovnání s prvním kvartálem první příčku v období od dubna do června co do výše odhalené podvodné částky zaujal Karlovarský kraj, který byl s menším počtem případů předběhl hlavní město Prahu. Stabilně na opačné příčce statistik se drží případy ze Zlínského kraje a Vysočiny.

Jako výrazný pomocník při odhalování zvláště podvodů týkajících se motorových vozidel funguje v České pojišťovně ojedinělý program Virtual Crash, jediný svého druhu v České republice. Scházejí se v něm jednak vysoké množství

vlastních dat o nehodě, jež jsou nakombinována se speciálním softwarem. Výsledkem je přesná analýza průběhu dopravních nehod. Účinek tohoto programu v testovací fázi přinesl zajímavé výsledky: ze 13 zkoumaných havárií se po analýze pomocí Virtual Crash sedm účastníků přiznalo, že k havárii buď vůbec nedošlo, nebo byla data o nehodě záměrně pozměněna.

POČET ODHALENÝCH POJISTNÝCH PODVODŮ 1. pololetí 2009

	KRAJ	ČÁSTKA (v mil. Kč)	POČET PŘÍPADŮ (v ks)
1.	Praha	32,1	236
2.	Karlovarský	20,9	15
3.	Liberecký	13,9	23
4.	Středočeský	10,2	129
5.	Plzeňský	9,8	33
6.	Jihočeský	9,3	38
7.	Pardubický	5,6	12
8.	Moravskoslezský	5,2	56
9.	Ústecký	3,8	40
10.	Jihomoravský	3,7	30
11.	Olomoucký	2	20
12.	Královéhradecký	1,9	21
13.	Zlínský	1,7	5
14.	Vysočina	0,9	18

POČET ODHALENÝCH POJISTNÝCH PODVODŮ duben–červen 2009

	KRAJ	ČÁSTKA (v mil. Kč)	POČET PŘÍPADŮ (v ks)
1.	Karlovarský	19,1	8
2.	Praha	17,3	97
3.	Jihočeský	5,9	22
4.	Pardubický	3,5	7
5.	Jihomoravský	2,9	18
6.	Liberecký	2,8	9
7.	Moravskoslezský	2,7	20
8.	Středočeský	2,4	40
9.	Plzeňský	2,1	14
10.	Ústecký	1,9	21
11.	Královéhradecký	1,6	11
12.	Olomoucký	1,4	5
13.	Zlínský	0,3	2
14.	Vysočina	0,2	7

Podle světových statistik patří mezi pojistné podvody 14 % všech případů, které klienti hlásí pojišťovnám. V případě automobilů a motocyklů prý zkouší pojišťovnu podvést dokonce 35 % pojištěných. Česká pojišťovna odhalila v loňském roce 703 případů pojistných podvodů a uchránila tak na pojistném plnění 274 milionů korun. V roce 2007 to bylo 739 případů za 264 milionů korun. (tz)

NAŠE KAVÁRNA

Jan Čornej technickým ředitelem GTS Novera

Novým ředitelem technické divize celonárodního telekomunikačního operátora GTS Novera se stal Jan Čornej, dosavadní ředitel úseku celofiremních projektů. J. Čornej působí ve společnosti GTS Novera již devět let a během tohoto období zastával řadu funkcí.

Nový šéf služeb Helios Green

Nového vedoucího oddělení služeb Helios Green má od letošního léta Asseco Solutions na Slovensku. Stal se jím ing. Richard Dudáš (1977). Ke svým životním úspěchům řadí vývoj a integraci na míru postaveného ERP systému u velkého německého zákazníka a úpravu podnikového systému u více než padesáti malých a středně velkých zákazníků v SRN.

Personální ředitelkou ANECT Eva Hejlová

Eva Hejlová přichází k 1. srpnu 2009 na pozici personální ředitelky do české firmy ANECT, která se zaměřuje na poskytování informačních a komunikačních řešení. Jejím úkolem bude implementovat nové HR strategie, které jsou součástí podnikatelské strategie společnosti. (tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Bezpečnost dětí u čerpacích stanic

Vzhledem k nepřetržitému dopravnímu provozu a přítomnosti hořlavých látek představují čerpací stanice zvýšené nebezpečí a děti zde proto vyžadují zvláštní pozornost. Pro zajištění jejich maximální bezpečnosti nabádá Shell rodiče cestující s dětmi, aby dodržovali v prostoru čerpacích stanic následující základní bezpečnostní pravidla.

1. Děti by měly být na stanici pod neustálým dohledem dospělých. Není dovoleno, aby se zde pohybovaly bez dozoru nebo jakkoli manipulovaly s tankovacím vybavením.
2. Během tankování by děti (stejně jako všechny ostatní osoby) neměly zůstat uvnitř vozu, protože se otevírání dveří může v případě vzniku požáru zablokovat a znemožnit tak jejich únik.
3. Rodiče by měli dbát také na to, aby děti během tankování nepoužívaly jakékoli zdroje ohně nebo i mobilní telefon, který může vyvolat vznik výboje a způsobit výbuch výparů pohonných hmot.
4. Shell rovněž doporučuje zamezit dětem používat na čerpací stanici jakékoli předměty náchylné ke vzniku statické elektřiny.

(tz)

osobám mimo jiné uloženo i opatření spočívající v povinnosti v určeném termínu odstranit zjištěné nedostatky a podat o přijatých opatřeních zprávu České obchodní inspekci. Podezření ohledně rizika ohrožení zdraví spotřebitelů podpořila i zveřejněná zpráva WHO o vztahu použití solárií a vzniku karcinomu kůže.

Po zhodnocení všech dostupných dokladů prohlašujeme, že bylo zjištěno zvýšené riziko ohrožení zdraví spotřebitelů, a proto se Česká obchodní inspekce rozhodla zveřejnit bližší údaje o výsledcích měření včetně identifikace kontrolovaných subjektů. Zdůrazňujeme ovšem, že kontrolovaná solária byla vybrána namátkově a vzhledem k omezenému rozsahu kontrolní akce nelze z jejich výsledků jednoznačně usuzovat na stav ve všech provozovnách solárií v České republice. Předběžné výsledky kontrol v ostatních členských státech EU však naznačují, že procento solárií, které nevyhovělo stanovenému limitu maximálního vyzařování, je značně vysoké.

Výsledky kontrol z konce loňského roku nebylo možné sdělit, neboť tyto kontroly měly převážně charakter osvěty a prověření dokladů k používaným přístrojům v soláriích. Nebylo tedy možné prokázat zdravotní riziko pro spotřebitele.

(tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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



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



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

Peking

Paul Mooney

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

Vídeň

Beppo Beyerl

Cestovní průvodci vhodní především pro individuální turistiku vznikající ve spolupráci s nakladatelstvím Reise Know-how, které na trhu působí řadu let a jejichž produkty získaly ocenění pro svou kvalitu. Knihy se vyznačují praktickým formátem, obsahově jsou velice bohaté. Poskytují informace o významných památkách, dopravě, ubytování, stravování atd. Text je doplněn barevnými fotografiemi a podrobnými mapkami a plánky.

100 klíčových manažerských technik

Oldřich Šuleř

Kniha mapuje metody používané v procesu řízení – plánování, organizování, vedení i kontrolování. Po jejím přečtení manažer zvýší úspěšnost rozhodnutí, zlepší výkonnost a efektivnost činností. Techniky jsou představeny ve strukturované podobě. Po jednoduché definici techniky následuje stručný popis a postřehy k jejímu použití. To je doplněno odvolávkami na jiné techniky a přehledem použité literatury.

Crashproof – Krizi navzdory

Peter D. Schiff, John Downes

Kniha, která předpověděla finanční krizi – i tak by se dala nazvat tato publikace amerického ekonoma Petera Schiffa. A nebyla napsána před měsícem, jak by se mohlo zdát, ale již v roce 2006. Hluboce vás seznámí s příčinami této krize (za jednu z hlavních příčin vidí autor špatnou měnovou politiku) i s tím, co je třeba změnit. Kniha je rozhodně zajímavé a podnětné čtení zejména pro ty, kteří chtějí mít náskok a být připraveni na horší časy. ■

Emoční inteligence

Marc A. Pletzer

Tato knížka vám pomůže výrazně rozvinout emoční a pozorovací schopnosti. Dozvíte se, jak si uvědomovat sebe sama, jak zacházet se strachem a obavami, ale také jak navazovat kontakty a lépe komunikovat s ostatními.

Velká kniha technik učení, tréninku paměti a koncentrace

kolektiv autorů

Ať už při studiu, v práci či jinde – denně se střetáváme s výzvou se něco nového naučit a zapamatovat si. Naštěstí existují metody, díky nimž můžeme významně zlepšit svou paměť, koncentraci, a tím i schopnost se v něčem novém vzdělat. V této knize plné zajímavých cvičení a praktických rad se dozvíte, jak pracovat se svou pamětí, jak ji trénovat a udržet látku dlouhodobě v mysli, jak zvyšovat svou koncentraci motivací, správným řízením času, optimálními studijními technikami a jaké metody učení použít podle učebního typu.

Mezinárodní marketing

Hana Machková

Nové vydání knihy reaguje na současný dynamický vývoj v oblasti mezinárodního marketingu. Publikace je rozšířena o nové trendy, např. úlohu marketingu v oblasti CSR (Corporate Social Responsibility – společensky zodpovědné chování firem), o inovace a jejich rostoucí úlohu v marketingových strategiích, o využívání nových médií a změny v mezinárodní komunikační politice či o nové trendy v oblasti mezinárodní distribuce.

Zásady ekonomie

Gregory N. Mankiw

Dotisk úspěšného titulu. Uznávaná učebnice ekonomie obsahuje všechna témata nezbytná pro kompletní kurz ekonomie. Výklad zahrnuje jak vysvětlení výchozích pojmů a metodologie, tak otázky mikro i makroekonomie, fungování finanční soustavy a úlohy státu v ekonomice. ■

Nová generace vozů

Transporter, Multivan, Caravelle a California

Transporter, Caravelle, Multivan a California – to jsou čtyři základní verze celosvětově nejžádanějšího užitkového vozu Volkswagen, jehož se prodaly již miliony kusů. Ať již pro fanoušky, poskytovatele služeb, obchodníky, rodiny, byznysmeny, či cestovatele se tyto vozy staly symbolem mobility a všestranné využitelnosti. Nová generace užitkových vozů vstoupí na trh krátce po zářijové světové premiéře modelů Multivan a California na autosalonu IAA ve Frankfurtu. Inovované vozy poskytnou zákazníkům nižší spotřebu a emise, a to v elegantním, pohodlném, důmyslném a bezpečném balení. Prodej nové generace úspěšných modelů Multivan, Transporter, Caravelle a California v České republice bude zahájen v říjnu tohoto roku.

Designově vytříbený a technologiemi nabitý bestseller

Design exteriéru u nových modelů koresponduje se současnou designovou DNA Volkswagen. Nové přední partie ukazují vůz v ještě elegantnějším světle než dříve a také pod kapotou série označované T5 došlo k radikálním inovacím. Například nové vznětové motory TDI s technologií vstřikování paliva common rail jsou hospodárnější a výjimečně tiché. Spotřeba paliva klesla u motorů TDI až o 1,9 litru na 100 km a emise CO₂ se podařilo snížit až o 52 g/km. Díky tomu všechny nové motory splňují emisní normu EU5. To však zdaleka není vše – jako v prvním voze ve své třídě bude do řady T5 na přání možno objednat 7stupňovou dvouspojkovou převodovku DSG. Již samozřejmou verzí pak bude provedení s pohonem všech kol 4Motion, které využívá služeb nejnovější spojky Haldex čtvrté generace. Od počátku příštího roku pak budou obě technologie DSG a 4Motion dostupné i ve vzájemné kombinaci. Také bezpečnostní prvky novinky byly vylepšeny – všechny vozy budou již v sériovém provedení vybaveny ESP s asistentem pro rozjezd do kopce, nouzovými brzdovými světly a dalšími pomocnými systémy na přání. Interiér řady T5 je dále vybaven inovovanými sdruženými přístroji, volanty,

radionavigačními systémy a novými interiérovými dekory.

Čtyři nové motory TDI a nové dvouspojkové převodovky

Díky novým čtyřválcovým motorům TDI s technologií vstřikování paliva common rail stanovuje nastupující generace modelů řady T5 nová měřítka, co se hospodárnosti a ekologické šetrnosti týče. Motory TDI přicházejí ve výkonových variantách 62 kW (84 k), 75 kW (102 k), 103 kW (140 k) a 132 kW (180 k). Dvoulitr o výkonu 140 koňských sil je vybaven turbodmychadlem s proměnlivou geometrií lopatek, verze s výkonem 180 koní využívá dvojitého přeplňování bi-turbo. Díky downsizingu je tak poprvé u užitkového vozu Volkswagen použita technologie dvojitého přeplňování turbodmychadlem.

Samostatnou kapitolou je hospodárnost nových modelů. Poprvé v historii může být dodávkový vůz na přání vybaven 7rychlostní dvouspojkovou převodovkou DSG, což u vrcholné verze motoru TDI snižuje spotřebu o 1,9 litru na 100 km při srovnání s dřívějším šestistupňovým automatem s hydrodynamickým měničem točivého momentu. Zážehový motor 2.0 FSI s výkonem 85 kW (115 k) byl upraven, aby splňoval emisní normu EU5.

V porovnání s předchozí generací dokázal Volkswagen snížit emise CO₂ a spotřebu paliva

o 10% napříč celou řadou. Ve verzích s manuální převodovkou a s pohonem předních kol se emise CO₂ a spotřeba pohybují mezi hodnotami 7,2 l/100 km / 190 g/km CO₂ (2.0 TDI s výkonem 84 a 102 k) a 7,5 l / 100 km / 190 g/km CO₂ (2.0 TDI s výkonem 180 k): to je až o 0,9 litru méně paliva na 100 km jízdy než dříve*.



Nové asistenční systémy a volitelná výbava

V závislosti na výbavě obdrží zákazník vůz se 17 či 18palcovými koly z lehkých slitin a novými vnějšími zpětnými zrcátky s lepší aerodynamikou, do kterých byl poprvé zakomponován kompletní anténový systém. Přelomovou inovací je také možnost vybavit si novinku systémem Side Assist. Stejně jako v Touaregu využívá systém LED diod ve zpětných zrcátkách, které upozorňují řidiče na výskyt jiného vozu v tzv. mrtvém úhlu. Vozy nové řady T5 mohou být na přání vybaveny také systémem kontroly poklesu tlaku v pneumatikách.

Interiér nové řady překračuje most k osobním vozům

Interiér nových modelů byl kompletně přepracován. Například sdružený přístroj je v novém

provedení s bílým podsvícením a chromovanými rámečky, přičemž všechny modely budou na multifunkčním displeji řidiči ukazovat doporučení zařazené rychlosti. Aktualizována byla také paleta rádií a radionavigačních systémů. Novým top modelem bude systém RNS 510 s dotykovým displejem a 30 GB harddiskem. Na přání dodávaný audiosystém Dynaudio pak z vozu udělá doslova koncertní síň. Samozřejmostí je možnost vybavení multimediálními zásuvkami USB a Media-In pro připojení přenosných MP3 přehrávačů. Nové jsou také ovladače ventilace a klimatizace a tříramenné volanty.

Nový Transporter bude navíc možné objednat s dvoulitrovou přední lavicí pro spolujezdece, která v sobě obsahuje dodatečný skladovací prostor.

* = spotřeby a emise platné pro Transporter s krátkým rozvorem a standardní střechou

(tz)



Soutěž Makro víno roku 2009 zná své letošní vítěze!

Odrůdám Veltlínské zelené a Chardonnay patřily letos první příčky již v sedmém ročníku uznávané soutěže Makro víno roku 2009 pořádané společností MAKRO Cash & Carry ČR. V kategorii suchých vín zvítězilo kabinetní víno Veltlínské zelené výrobce Vinselekt Michlovský, kategorii vín se zbytkovým cukrem ovládlo Chardonnay, výběr z cibéb od ing. Miroslava Volaříka.

Rozdělení soutěže do dvou kategorií přispívá k maximální objektivitě hodnocení přihlášených vzorků a především také k usnadnění výběru vhodných vín pro zákazníky. Předložené vzorky tuzemských vín hodnotila odborná degustační komise za účasti Ivo Dvořáka, hlavního sommeliéra společnosti Makro.

Všechna oceněná vína najdete v sortimentu každé ze 13 velkoobchodních prodejen MAKRO Cash & Carry ČR.

15 nejlépe hodnocených vín Makro víno roku 2009:

Kategorie suchých vín:

1. Veltlínské zelené, kabinetní víno 2007 – Vinselekt Michlovský a. s.
2. Rulandské šedé, pozdní sběr 2008 – MORAVÍNO s. r. o.
3. Ryzlink Rýnský, pozdní sběr 2008 – VÍNO Mikulov spol. s r. o.
4. Cabernet Sauvignon, pozdní sběr 2007 – PATRIA Kobylí, a. s.
5. Cabernet Moravia, jakostní víno 2005 – Znovín Znojmo, a.s.
6. Merlot, pozdní sběr 2007 – Vinselekt Michlovský a. s.
7. Merlot, pozdní sběr 2005 – MORAVÍNO s. r. o.
8. Sauvignon, pozdní sběr 2008 – VÍNO Mikulov spol. s r. o.
9. Frankovka, kabinetní víno 2007 – Vinselekt Michlovský a. s.
10. Rulandské modré, pozdní sběr 2008 – Vinselekt Michlovský a. s.

Kategorie vín se zbytkovým cukrem:

1. Chardonnay, výběr z cibéb 2008 – Ing. Miroslav Volařík
2. Aurelius, výběr z bobulí 2006 – Ing. Richard Tichý
3. Cabernet sauvignon, pozdní sběr 2007 – VÍNO Mikulov spol. s r. o.
4. Veltlínské červené rané, výběr z bobulí 2008 – Ing. Miroslav Volařík
5. Chardonnay, pozdní sběr 2008 – Ing. Miroslav Volařík

