

Veřejné zakázky zase jinak

Vláda ČR dnes schválila návrh Ministerstva pro místní rozvoj ČR, aby o veřejných zakázkách velkého rozsahu, tedy u všech nad 300 milionů korun, rozhodovali jen lidé s bezpečnostní prověrkou. Ministerstvo proto bude nyní připravovat novelu zákona, předložit ji chce už na podzim tohoto roku.

Povinnost se bude týkat všech, kteří u takovýchto zakázek schvalují zadávací podmínky, rozhodují o podpisu smlouvy nebo vybírají nejvhodnější nabídky. Povinnost mít bezpečnostní prověrku bude závazná pro zástupce všech veřejných institucí, tedy například i pro zástupce krajů a obcí.

Aktuálně nyní platí povinnost mít bezpečnostní prověrku pouze pro zástupce ministerstev, kteří rozhodují o veřejných zakázkách nad 500 milionů korun. (tz)

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

ročník 12 (4/2010)

To nejcenější, co nesmíme ztratit, je schopnost tvořit

Ted' by měla přijít na řadu shoda nad cestovní mapou všech reforem, řekl v rozhovoru pro náš list Ing. Martin Tlapa, MBA, náměstek ministra průmyslu a obchodu

Nač myslí majitelé firem, které se staly závislé především na exportu, když jdou večer spát? Nač myslí, když se ráno probouzejí, nad čím hloubají, když výjimečně sami ve zdánlivém klidu obědvají? Možná jsou to naivní otázky, nad nimiž by se málokdo k odpovědi po pravdě přiznal. Svět businessu má svá zákonitá nepsaná pravidla – když do něj vstoupíte a z osobáčku přeskočíte časem do expresu, těžko z něj za jízdy vyskočíte. Jste v něm a ubíhající krajina, jež se slévá v barevné pásy před očima, je stále inspirativnější. Nutí k dalším a dalším aktivitám, nedá vám pokoje, dokud vlak na chvíli a výjimečně nezastaví. Business je často vaše první já a těžko se to omlouvá. Plané jsou pak řeči o tom, že si šéfové firem užívají a že jejich dny podobají se vysněnému ráji.

V obsáhlém materiálu Analýza konkurenceschopnosti České republiky, již vydalo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR koncem roku 2009, se uvádí:

„Už více než pět let jsme součástí jednotného trhu EU, který na jedné straně poskytuje našim výrobcům lepší možnosti uplatnit se, ale na straně druhé na ně klade v soutěži s etablovanými, kapitálově silnějšími a právního prostředí lépe znalými konkurenty mnohem větší nároky na kvalitu, přizpůsobivost a produktivitu. Česká republika ale potřebuje stanovit cíle své hospodářské politiky nejen kvůli posílení své konkurenceschopnosti v rámci vnitřního trhu EU, ale především s ohledem na změny probíhající v globální ekonomice.

I přes úspěchy transformačního procesu máme ve schopnosti přizpůsobit se těmto změnám stále velké rezervy a tedy potenciál ke zlepšení.“

Novinářům tento materiál představil nedávno Ing. Martin Tlapa, MBA, náměstek ministra průmyslu a obchodu. Při této příležitosti jsem mu položila několik otázek:

Jaké je poselství tohoto dokumentu?

Na sklonku loňského roku jsme připravili analýzu konkurenceschopnosti České republiky, která shrnuje údaje z řady mezinárodních srovnávacích studií. Vychází z přístupů OECD, podle níž je konkurenceschopnost vymezena schopností produkovat zboží a služby, které stojí v testu mezinárodní konkurence, a zároveň schopností udržovat nebo zvyšovat reálný HDP. Srovnání je provedeno v jedenácti samostatných kapitolách, které odpovídají jednotlivým faktorům konkurenceschopnosti. Studie tedy zjišťovala kvalitu institucí, infrastruktury, makroekonomické stability, zdraví a vzdělání, odborné kvalifikace, efektivitu trhu práce, finančních trhů, technologického prostředí, inovací, podnikatelského a investičního prostředí.

Tato jedenáctka, stejně jako ve fotbale, rozhoduje o naší schopnosti vítězit v prestižních světových soutěžích. Chtěli jsme tímto materiálem přispět k debatě politických stran o budoucí

podobě hospodářské politiky České republiky, upozornit na hlavní slabiny, ale i příležitosti k růstu, které srovnání České republiky se světem přináší.

A co jste jim chtěli sdělit podnikatelům, českým firmám?

Víte, v roce 2009 poklesla výkonnost hospodářství naší republiky rychleji, než tomu bylo v okolních zemích EU-27. Již tak v rámci Unie podprůměrná produktivita práce se ještě snížila. Klesla i výkonost v průmyslových odvětvích spolu s mírou investic. Mimochodem, i dramatický výpadek příjmů ukázal na neudržitelnou strukturu rozpočtových výdajů a jasně dokládá,

že z hlediska konkurenceschopnosti se ekonomika ČR nachází skutečně v obtížném období.

Největší slabina je ve výkonnosti státní správy. Podle analýzy Světového ekonomického fóra byla z 27 zemí EU Česká republika na 20. místě z hlediska kvality veřejných institucí. Za nejslabší je označováno zneužívání veřejných fondů, vysoká regulační zátěž a míra korupčnosti. V této kategorii by nám mohly být vzorem Dánsko či Švédsko, které mají ze zemí EU nejlepší hodnocení. Abychom se posunuli na lepší příčku, budeme muset přistoupit k zásadním reformám v účelnosti vynakládání vládních výdajů, právního rámce, hodnocení státních úředníků, k vyšší ochraně duševního vlastnictví, k etickému chování firem i práv menšinových vlastníků. Myslím, že jednou z příčin dnešního neutěšeného stavu je chybná reforma veřejné správy, která by modernizovala její řízení a zvýšila prestiž a kva-

litu zaměstnanců. A nesmíme zapomenout na reformu soudnictví, která by zrychlila práci soudů a zajistila vymahatelnost práva.

Studie měla ambici ukázat, že vláda, ministerstva, podnikatelé i zaměstnanci se musí shodnout na reformách českého podnikatelského prostředí a táhnout za jeden provaz k tomu, aby Česká republika byla ve světě úspěšná.

nout na reformách českého podnikatelského prostředí a táhnout za jeden provaz k tomu, aby Česká republika byla ve světě úspěšná.

Zaujala mne kapitola Význam zdraví pro konkurenceschopnost; uvádí se v ní: ...aby i starší lidé byli

zdravotně v pořádku a mohli tak vydržet déle ekonomicky aktivní. Plyne mi z toho mnoho souvislostí – politických, ekonomických i sociálních. Máte šanci to obhájit?

Z té kapitoly lze vyčíst několik sdělení. První je, že zdravotnictví u nás není na vůbec špatné úrovni, ale je třeba koncentrovat specializovaná pracoviště, abychom dosahovali špičkové péče o nemocné. Druhé je větší zodpovědnost, kterou musejí mít sami občané o své zdraví, tedy je to hodnota, o kterou musíme především pečovat sami zdravým způsobem svého života a včasnou prevencí chorob. A třetí tendence je v tom, že z řady důvodů se bude prodlužovat čas odchodu do důchodu. Při tomto manévru nesmí dojít k sociálním tensím mezi staršími a mladými. Ta analýza jen podporuje ty hlasy odborníků, kteří mluví o šancích dnešních lidí prožít zdravější a delší život než naše rodiče, ale na druhé straně upozorňuje na nutnost dokončení zdravotnické reformy.

Další téma – efektivita trhu práce. Co vy osobně považujete za brzdu toho, že zaměstnavatel a zaměstnanec jsou dvě kategorie, které nedokáží najít mezi sebou legislativní harmonii? Nevibruje trh práce díky zbytečným žabomyším válkám, které se nakonec obracejí jak proti zaměstnancům, tak proti podnikům?

Je řada společností, kde nejvyšší manažeři vědí, že zisk firmy a dostatek zakázek nejsou samotným cílem, ale prostředkem k tomu, jak dobře strávit čas, který máme na tomto světě. Krásně o tom píše Charles Handy v knize Hlad ducha. Myslím, že důležité je umět nadchnout zaměstnance pro úkoly, které firma řeší, aby jim dala nejen práci ale i uspokojení z dobře stráveného času a vážnost jejich osobnosti.

pokračování na str. 14 ►

Moto:
„Kolikrát musí člověk zvednout hlavu, aby spatřil oblohu? Ano, odpověď poletuje ve větru.“
Bob Dylan



Ing. Martin Tlapa, MBA, náměstek ministra průmyslu a obchodu

Zážitková turistika: Praha, jak ji neznáte

Hospodářská komora hlavního města Prahy (HKP) rozšířila v dubnu svůj rezervační systém zážitkové turistiky o novou technickou památku: Muzeum pražského vodárenství a úpravnu vody Podolí. HKP společně s Magistrátem hlavního města Prahy po pražských kolektorech vytipovali další technické památky, jejichž prohlídka by mohla být zajímavá pro návštěvníky hlavního města i jeho obyvatele. Volba padla v první řadě na Pražské vodovody a kanalizace, a.s., a prostory Podolské vodárny. Úpravna vody v Podolí patří jednoznačně k nevhedním a nesmírně zajímavým budovám hlavního města Prahy a díky projektu zážitkové turistiky „Praha technická“ se tyto prostory otevrou každý týden pro veřejnost. „Projekt zážitkové turistiky, spolufinancovaný z EU, realizovala Hospodářská komora v prvním programovacím období v le-

tech 2004–2006. Po jeho skončení HKP vytvořila svůj vlastní rezervační systém prohlídek technických památek, do kterého se jako první zapojily Kolektory Praha, a.s., a prohlídku pražského podzemí už absolvovalo více než sedm tisíc návštěvníků,“ řekl o projektu ředitel HKP Zdeněk Kovář. Součástí prohlídky, kterou nabízejí Pražské vodovody a kanalizace, a.s., je Muzeum pražského vodárenství s jeho expozicemi a úpravna vody Podolí, ve které návštěvníci mohou vidět čerpací stanici surové vltavské vody, seznámit se s chemickou úpravou surové řiční vody v čističích a vystoupají až na ochoz budovy chemické úpravy vody, kde se jim naskytne úchvatný panoramatický pohled na Prahu. „Jsme skutečně rádi, že se nám po úspěšných prohlídkách podzemí se společností Kolektory Praha, a.s., podařilo zahrnout do rezervačního systému Praha technická i tuto památku. Domníváme se totiž, že podobné prostory by měly být návštěvníkům Prahy otevřeny. Z tohoto důvodu probíhají jednání také s Ekotechnickým muzeem. Společně s Magistrátem hl. m. Prahy budeme vytipovávat nová místa a postupně vytvoříme z adresy www.prahatechnicka.cz jakousi křižovatku nezvyklých, přesto však velice zajímavých prohlídkových tras technických památek,“ slíbil předseda představenstva HKP Ing. Vladimír Šrp. Prohlídky pro skupiny do 20 osob se budou konat každý čtvrtek od 9:00 a od 11:00, pro jednotlivce od 13:00 hod. Cena vstupenky pro skupinu do 10 osob je 1300 Kč, do 20 osob 2500 Kč a pro jednotlivce 150 Kč. Prohlídka trvá zhruba 120 minut a lze ji rezervovat na www.prahatechnicka.cz nebo osobně (po předchozí telefonické dohodě) přímo v sídle Hospodářské komory hlavního města Prahy, nám. Franze Kafky 7, Praha 1.

více informací o rezervačním systému: Jiří Svoboda, tel.: 224 818 197, svoboda@hkpcz (tz)

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

Z OBSAHU

- | | |
|---------------|--|
| 1 a 14 | To nejcennější, co nesmíme ztratit, je schopnost tvořit |
| 3 | Jedničkou na českém leasingovém trhu je Unicredit Leasing |
| 5 | Posílení role akreditace v Evropě |
| 7 | Vývozci přijďte hned, nečekejte až na poslední chvíli |
| 8 | ... právě ona zmiňovaná kvalita |

VÍTEJTE NA WWW.

Zaskočte si k nám

Také máte chvíle, kdy takřka bezmyšlenkovitě brouzdáte na internetu, něco hledáte, a vlastně nemáte jasno, co by to mělo být? Zaskočte si na www.prosperita.info, tam se dovíte mnoho zajímavých informací o tom, co pod touto ochrannou známkou můžete od nás dostat. Zejména bych rád upozornil na naše grafické a internetové služby. Náš tým je připraven kdykoli vyjít vašemu přání vstříc. Zavolejte nám nebo napište, rádi se s vámi sejdeme, posoudíme vaše požadavky, poradíme, co dál.

Martin Šimek, 606 615 609
martin@prosperita.info

Časopis Prosperita
a příloha Prosperita Madam Business

Vydává: RIX, s. r. o.
Sídlo vydavatelství a redakce
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164
DIČ: CZ25763164
tel.: 284 684 212
fax: 266 312 413, 281 973 427
e-mail: brixix@prosperita.info
Datum tisku: 20. dubna 2010
Datum distribuce: 23. dubna 2010

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

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

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

Vratislav Konečný, externí autorská spolupráce
mobil: 602 274 122, e-mail: konecny.vratislav@seznam.cz

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

Dr. Jiří Novotný, mediální poradce
mobil: 602 668 013, e-mail: jn.orpa@centrum.cz

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

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

Ilustrátor: Miloš Krmáček, mobil: 723 613 330
e-mail: milo.krmase@seznam.cz

Internetové stránky:
www.prosperita.info, www.madambusiness.cz
www.premium.prosperita.info

Příjem inzerce: Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

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

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

Za textové a obrazové podklady dodané redakci inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

Tisk: Moravská typografie, Heršpická 6, 658 17 Brno (zakázková kancelář T: 532 163 300)

Distribuce: 5 P Agency, s. r. o., Masarykova 118 Business Park Modrice, 664 42 Modrice

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

Vzdělávání s přívětivou tváří

Na odborné konferenci E-learning 2010 forum v Praze diskutovali minulý měsíc odborníci už po desáté. Řeknete si, na tak mladý obor docela pěkné jubileum. Organizátoři – Semis a I. Vox – se postarali tradičně o pečlivou přípravu a hladký průběh, přednášející i diskutující o bohatou a podnětnou náplň. Hovořilo se o tom, v čem získávání vědomostí po síti naplnilo očekávání a v čem ne, jaké nabízí možnosti a kam se bude ubírat v budoucnu. O e-learning se opravdu nemusíme bát, našel si už své místo ve vzdělávací soustavě, přestože překvapivě není tou levnější alternativou klasické výuky. Nejvíce mě však potěšily přívětivá atmosféra v plném konferenčním sále hotelu Artemis i zapálené tváře účastníků. Závěr je jasný: Když se sejdou dobří lidé, nezáleží na tématu a půjde to v pohodě.

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Šťavnatá, která naladila

Pozvánka na tiskovku 9. dubna 2010 v Praze, kde se prezentovaly dva významné subjekty na českém trhu – Henkel a Albert prostřednictvím agentury Grayling, byla jedna z těch šťavnatých, které dokáží podnítit apetit novinářů. Slova, která byla obsahem sdělení, přímo vybízela ke společné hře: já přijdu a vy mi nabídněte. Byla lákadlem i pro Prosperitu. Samotná akce skýtala řadu dobrých informací, jako ostatně vždy tam, kde se skloňuje jméno Henkel. Zejména za písmenka tedy udělujeme číslo jedna. (rix)

Demografické změny a trh práce v ČR

Na fungování trhu práce, a také přímo firem a podniků mají vliv demografické změny, a to mnohem více, než by se zdálo na první pohled. Zaměstnavatelé musí chodit svých firem přizpůsobovat dostupným odborníkům i řadovým pracovníkům, respektovat generační rozdíly a být schopni utvářet kompromisy či řešení mezi kvalitou práce a požadavky zaměstnanců, jejichž základ se dá většinou vysledovat a zobecnit.

Zásadní problém, který zaměstnavatelé řeší, je nedostatek vhodných zaměstnanců, částečně je to způsobeno demografickým vývojem, částečně tím, že s jeho výslednými rysy neumějí podniky a firmy pracovat. Určujícími tendencemi jsou v současné době v České republice nástup generace Y, nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací a také nízká míra migrace.

Mladí lidé, označováni jako generace Y, narození po roce 1976, se z pohledu personalistů dělí ještě na dvě skupiny. Na ty, co jsou starší 25 let, a na ty mladší. Přičemž jejich požadavky na trh práce a na jejich uplatnění v něm mají následující hlavní specifika, oproti generaci X, což jsou lidé narození před tímto datem.

Mají odlišné požadavky, postoje a očekávání při výběru práce, budování kariéry. Jsou výrazně ekonomicky aktivní, vyžadují vyšší životní úroveň, cítí větší zodpovědnost za svou sociální jistotu a kladou důraz na osobní uplatnění. Generace Y si nejvíce cení dlouhodobého vzdělávání s následným získáváním zkušeností z různých oblastí, v nichž jejich firma působí. Rovněž kladou důraz na smysluplnost vykonávané práce a na možnost poradit se se zkušenějšími kolegy. Usilují o vyváženost pracovního a soukromého života, o pracovní prostředí s moderním technickým vybavením a o prostředí umožňující otevřenou komunikaci. Tyto jejich požadavky jsou částečně kompenzovány následujícími benefity pro zaměstnavatele. K nim patří: ICT vybavenost (což v důsledku přináší nižší náklady zaměstnavatelů na jejich školení) a vysoká efektivita práce při spokojenosti v zaměstnání.

Nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací představuje hrozbu pro celý světový hospodářský růst. V mnoha regionech a odvětvích se jedná o krizi, která hrozí dalším rozšířením. Přestože jsou související problémy známy, je teprve nutné nalézt řešení, která musí být implementována zaměstnavateli, vládami i jednotlivci tak, aby byla prospěšná pro všechny strany.

(tz)

MEDIÁLNÍ PARTNERSTVÍ V ROCE 2010

- Národní politika kvality
- Akce České manažerské asociace a Manažerského svazového fondu
- Marketér roku
- Moderní trendy propagace vína
- Semináře AMSP ČR
- Akce společnosti I. VOX a. s.
- Motocykl roku 2010
- Střechy Praha 2010
- Akce AIP ČR v roce 2010
- AUTO ROKU 2010 v ČR
- Setkání Coffee Connect – Sluně – svět jazyků
- Konference Výzvy rodinné firmy: rozbit, či nerozbit rodinné prasátko?
- Konference Kvalita – Quality 2010
- Konference Proměny Evropy 2010

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

PROSPEPOST' ŘEHY?

Co tím opravdu skutečně vlastně přesně chcete říci



Na co to vlastně skutečně opravdu koukají?

Zaposlouchejte se někdy do mluveného projevu svého okolí, ale také svého vlastního. Možná budete zděšeni, co vaše mluvidla produkují za informativní paskvily a nesmyslné berličky. Stručnou informaci postrkujete slovními výplňky tak daleko, že posluchačova pozornost záhy otupí. Patří k nim i slova prostě nebo jako.

Jedním z nejhorších výrazů je VLASTNĚ. S oblibou je používají i rozhlasový a televizní moderátoři. Je s podivem, že v těchto institucích není nikdo, kdo by takového éterového tlachala upozornil na jeho nešvar. Možná nejsou lidi, kdoví.

Obzvláštní perlu vypustila z úst nedávno peroxydová blondýna soukromé televize, když se obrátila na kolegu redaktora těmito slovy – Můžeš nám vlastně opravdu skutečně říci, co se tam přesně stalo? Za takový blábol by měla jít prodávat do závodní kantýny.

Ale i my používáme zejména slovo vlastně naprosto automaticky, bezmyšlenkovitě, zrovna tak jako dříve padalo všude vole.

Nedávno jsem byl na exkurzi v jednom z mála podniků, které jsou štikou na našem trhu.

Na závěr nás zavedli do tréninkového střediska, kde se noví pracovníci seznamují s chodem na svém pracovišti.

Ze zhruba 20minutové přednášky si pamatuji asi 500krát použité slovo vlastně, mohlo být ještě frekventovanější. Ale já slyšel jen je. Když jsme vyšli ven, vůbec jsem nevěděl, o čemže to vlastně skutečně opravdu přesně to děvče mluvilo.

Ale možná jsem jen vlastně divný, a vše je v pořádku.

foto a text Vratislav Konečný

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.

Jedničkou na českém leasingovém trhu je UniCredit Leasing

Jak plyne z aktuálních statistik České leasingové a finanční asociace za rok 2009, nastala na leasingovém trhu změna v pořadí společností poskytujících leasingové financování. Jedničkou na trhu se stal UniCredit Leasing, který v loňském roce financoval pro své klienty automobily, dopravní techniku, stroje a zařízení, nemovitosti a další předměty v celkové financované hodnotě 7,9 mld. Kč. V loňském roce UniCredit Leasing uzavřel se svými klienty 18 160 leasingových a úvěrových smluv.

Ing. Jaroslavu Jaroměřskému, výkonnému řediteli a místopředsedovi představenstva, jsem při této příležitosti položila několik otázek:

To jsou výsledky, které pravděpodobně potěší o to více, že byl minulý rok jedním z nejtěžších v české ekonomice a novodobé historii naší země. Jak si úspěch vysvětlujete?

Hovořit o tom, že dodržování a naplňování strategie společnosti, letitá práce s know-how a stabilním týmem schopných odborníků, zní jako fráze, nicméně je to tak. Naši obchodní strategii minimálně posledních tří let (nejenom v době ekonomické recese) bylo udržet profitabilitu společnosti, přijatelnou úroveň rizika a vysokou kvalitu našich služeb. To se nám mj. podařilo splnit cílevědomým individuálním přístupem ke klientům, snahou nalézt vždy takové řešení jejich potřeb, které má reálný základ. Ziskání pozice jedničky na českém trhu je pro nás oceněním naší univerzální produktové strategie k zákazníkům i obchodním partnerům. Nehoníme se jenom za objemem a neobchodujeme s klienty „za každou cenu“, ale snažíme se analyticky přemýšlet, a přitom zároveň neztrácet selský rozum. Samozřejmě opírat jsme se mohli také o naše dobré jméno a reference.

Cítí to tak i vaši zaměstnanci, zejména ti, kteří působí na pobočkách?

Domnívám se, že ano, vždyť jsou to oni, kteří musí mapovat „svůj“ trh, kteří jsou denně v kontaktu s podnikateli a manažery místních firem, s občany, kteří žádají o úvěr, častokrát se znají hlouběji, jejich pozice není tak anonymní, jako pozice centrály. To jim dává nejenom obrovský prostor k seberealizaci, zároveň je to velice náročné a zavazující z hlediska výkonu pobočky, ale i z hlediska etiky podnikání, udržení si vlastního kreditu. Ne nadarmo se říká, že mezi umění komunikace patří i korektní odmítnutí požadavku, není-li v ten okamžik jisté, že by byl pro klienta finanční produkt únosný.

Takže i touto cestou bych rád vyjádřil poděkování především všem zaměstnancům UniCredit Leasing nejen v Praze, ale i na 13 obchodních místech po celé České republice, kteří svým mimořádným výkonem prokázali, že je naše nabídka životaschopná a konkurenceschopná.

Jak byste tedy vlastně charakterizoval vaše výsledky? Slovíčko pokles k nim totiž také patří...

To jistě, neskrýváme to, rok 2009 byl skutečně výjimečně náročný, a ani my neumíme dělat zázraky. Více než poloviční pokles celého leasingového trhu výsledky UniCredit Leasing naštěstí nekopirovaly. Pokles ve financované hodnotě se v loňském roce v meziročním srovnání zastavil na 35 % – z 12,6 mld. korun v roce 2008 na 7,9 mld. v roce 2009. I přesto naše výsledky v loňském roce hodnotíme velmi pozitivně, i o to víc, že jsou doprovázeny velmi dobrými finančními výsledky.

Leasing jako takový měl loni smůlu, český zákazník, i ten firemní, začal dávat přednost úvěrům...

Je to trend, který bohužel začal již v roce 2008, i když finanční leasing zůstává v určitých případech pro firmy stále velmi vhodným nástrojem k pořízování investic.

Nicméně i vloni v portfoliu naší společnosti pokračovalo posilování úvěrového financování, které již tvoří 48 % z celkové financované částky (2,47 mld. Kč v roce 2008; 3,82 mld. Kč v roce 2009). Na legislativní změny v oblasti leasingu jsme již v roce 2008 reagovali vytvořením nové produktové řady FIN, která měla velmi dobrý ohlas a z velké části se podílela na růstu podílu úvěrového financování. Potvrdilo se nám, že se dá vždy nabídka produktů smysluplně obohatit, inovovat, byť je to pravděpodobně obtížnější než v jiných oborech.

V roce 2009 se výrazně snížil prodej aut, jak jste to pocítili?

Financovaná hodnota osobních a užitkových automobilů, motocyklů a další dopravní techniky dosáhla objemu 4,6 mld. Kč. Loňský rok by se v komoditě financování automobilů a dopravní techniky dal v UniCredit Leasing nazvat rokem značkového financování, které tvořilo již 60 % všech smluv. Na značkové financování jsme se totiž pozorně zaměřili a byli velmi úspěšní – v roce 2009 se nabídka rozšířila o šest nových kooperací (Kia, Opel, Chevrolet, Volvo, Suzuki, Avia). Tímto se nám podařilo lépe balancovat negativní výkyvy trhu.

Smlouvy v segmentu nákladních automobilů dosáhly v loňském roce objemu financované hodnoty 0,73 mld. Kč.

Mnoho firem používá vašich služeb k financování strojů a zařízení. Jaké číslo patří k roku 2009?

V případě strojů a zařízení byla financovaná hodnota 1,98 mld. Kč a byli jsme dvojkou na trhu v této komoditě. Byli jsme jedna z mála společností, které financovaly v minulém roce první fotovoltaické projekty. Ještě bych připomenul, že nedílnou součástí portfolia UniCredit Leasing jsou i nemovitosti – v této komoditě uzavřel



Ing. Jaroslav Jaroměřský, místopředseda představenstva a výkonný ředitel společnosti UniCredit Leasing

UniCredit Leasing smlouvy o financování ve výši 0,532 mld. Kč a patří nám 3. příčka mezi společnostmi financujícími nemovitosti.

Je však duben a úspěch uplynulého období je pouhým východiskem, i když povzbuzujícím, k tomu, co jste si naplánovali na rok 2010...

Pro rok 2010 je naším cílem finančně i obchodně zdravá společnost s pestrout nabídkou produktů pro všechny skupiny klientů. Jen taková společnost může hrát dlouhodobě významnou tržní roli. Snažíme se „hledat“ obchodní případy výnosné a co nejméně rizikové, ale zároveň takové, které budou výhodné pro klienta. Ne vždy to je jednoduché, ale platí, že obchod se stává plnohodnotným, když přinese rovnocenný užitek oběma stranám.

Na takové serióznosti si hodně zakládáme. Trváme na kvalitní skladbě smluv, ale nechceme ani letos za každou cenu zvyšovat obrát, nýbrž jít cestou kvality. Je to i mj. strategie naší leasingové skupiny: „value not volume“ (tj. přechod od kvantity ke kvalitě).

Na poslední tiskové konferenci jste informovali, že budete nabízet operativní leasing pro soukromé osoby. Platí to?

Určitě ano. Vycházíme z toho, že stále větší množství klientů potřebuje služby na míru, a za čas, který může využít jinak než starostmi o automobil, rád člověk zaplatí. Navíc se jednotlivé činnosti stále více specializují a poptávka po rozmanitých službách roste – auto už si také pracně neumýváte sama, větší zahradní úpravy necháte na zahradním architektovi, roční generálku domácnosti ráda svěříte úklidové firmě a výměnu zámku ve dveřích zase zámečnickovi. Má to logiku – tendence je k tomu, aby každý dělal především to, co nejlépe umí. Ale to není nic objektivního a no-

vého pod sluncem. Předpokládáme, že operativní leasing pro soukromníky budou využívat například drobnější živnostníci, kteří mají tak tři až pět aut, nebo třeba manažeri, kteří váží hodnotu času více než ostatní. Promyslíme detailnější strategii, tak, aby potenciální zákazníci viděli přednost operativního leasingu a neměli například jen utkvělou představu, že je to drahá služba. Domníváme se, že v době, kdy firmy odkládají investice, se operativní leasing může velice dobře hodit jako východisko z dané situace – a spoléháme i na to, že budou spokojeni a již při tomto druhu leasingu nakonec některé setrvají. Samozřejmě se bavíme také o operativním leasingu bez služeb.

Po devíti letech jste tedy opět na špičce mezi konkurencí na českém leasingovém a úvěrovém trhu v nebankovním sektoru. Co by vás mělo na ní udržet?

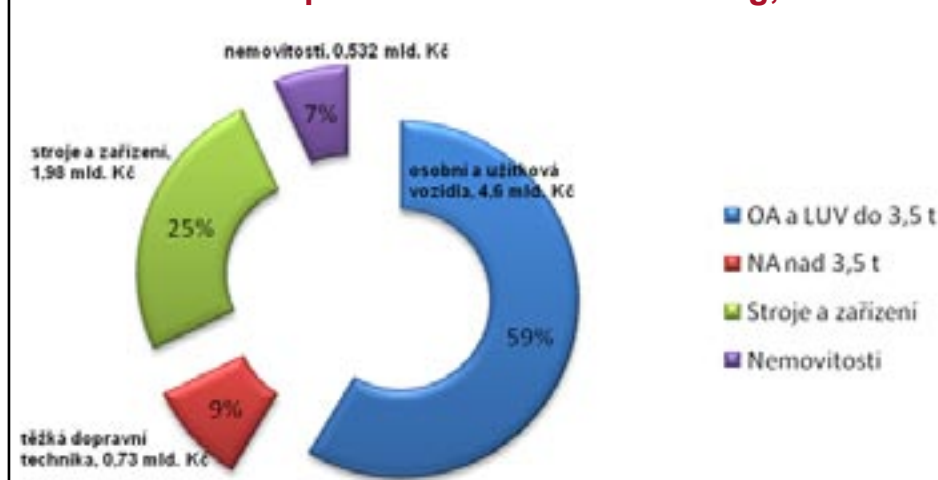
Nelehká, šalamounská otázka, na niž není snadno odpovědět. Ale pokusím se. Určitě se i nadále bude držet naší obchodní strategie: profitabilita – univerzálnost – kvalitní služby. Posílíme značkové financování automobilů, máme rozpracované další možnosti. Financovat hodláme i nadále projekty tzv. zelené energie, ty mají podle mne hodnotu i smysl, minimálně ještě pro tento rok. Chceme více rozvíjet oblast financování strojů a zařízení, v tomto roce to bude především oblast zemědělství. Připravujeme i nové produkty v oblasti pojištění. Je toho dost, nicméně znovu zdůrazňuji, že nechceme být jedničkou na trhu za každou cenu. Chceme i nadále přinášet přidanou hodnotu našemu akcionáři, kvalitní služby našim klientům a obchodním partnerům, chceme být dobrým zaměstnavatelem pro naše zaměstnance. A to není vždycky jen o pořadí na trhu.

Mezi vaši klientelu patří výrobní podniky, které si pořízují rozmanité technologie. Jedná se spíše o střední subjekty, které mají již své místo na trhu, za sebou dobrou historii a jsou zárukou úspěšného podnikatelského záměru. Co však ti úplně malí, kteří se zatím stavějí na vlastní nohy? Uzavřeli byste smlouvu třeba se zahradnictvím na výstavbu skleníků, nákup zahradní techniky?

Myslím, že otázka by neměla znít, kolik komu půjčíte a v jakém oboru se pohybuje. Jde nám vždy o konkrétní případ, o poptávku, míru rizika, a o to, abychom mohli jak klientovi, tak našim akcionářům zaručit, že je projekt realizovatelný a přinese užitek.

připravila Eva Brixí

Podíl komodit v portfoliu UniCredit Leasing, rok 2009



Made in – a co z toho plyne



K ochraně domácích výrobků, ale i pro lepší ochranu spotřebitelů, vyžadují některé světové ekonomiky označení země původu. Národní protekcionismus je u některých zemí výraznější, u některých menší. Např. známý Buy American Act vyžaduje po americké administrativě, aby při zadávání veřejných zakázek upřednostňovala domácí výrobky. Evropská unie, která sleduje aktivity a iniciativy západních mocností, také zvažuje zavedení povinnosti pro označení země původu, avšak pouze u výrobků dovážených do EU. Na základě konzultace podnikatelů, svazů, komor, spotřebitelských organizací, ale i poradních orgánů Komise a Rady předložila Evropská komise v prosinci 2005 návrh povinného uvádění země původu u některých výrobců dovážených do EU ze třetích zemí (návrh nařízení Rady z roku 2005 /COM(2005)661/).

Návrh řeší dosud neexistující evropskou legislativní normu v této oblasti. Požaduje u vybraných kategorií výrobků (kůže, obuv, textil a oděvy, keramické a skleněné výrobky, šperky a klenoty, nábytek, štetce a kartáče a další) uvádět zemi původu s tím, že by některé kategorie byly časem přidány, některé odebrány. Základem pro značení původu v souvislosti se značením „Made in“ by měla být nepreferenční pravidla původu používaná pro celní účely. Označení by bylo uvedeno v jednom z úředních jazyků Unie (včetně češtiny).

Požadavek na označení výrobků z Evropské unie by mohl přispět k zrovnoprávnění podmínek na světovém trhu, neboť hlavní obchodní partneři EU (např. Kanada, Čína, Japonsko, Mexiko a USA) vyžadují označení původu na zboží vstupující na jejich trhy. Označení původu lze vnímat jako překážku obchodu, přináší však výhody pro spotřebitele. Spotřebitel zpravidla upřednostňuje výrobky domácího původu, neboť je na ně zvyklý a důvěřuje jim, a je ze zemí, které dbají na kvalitu výrobků. Označení zvyšuje transparentnost, umožňuje větší informovanost spotřebitelů při rozhodování o koupi a zamezuje podvodným či zavádějícím tvrzením o původu výrobku.

Určení země původu v globalizovaném a na obory specializovaném světě je však nelehké.

Vyrobí-li italský výrobce bavlněný šátek v Itálii a následně jej odveze k potisku do Číny, je na jeho cestě zpět do Unie uvedeno Made in China (překl. Vyrobeno v Číně). Zároveň není snadné původ země dohledat, jestliže legislativa většiny zemí světa označení nevyžaduje. Zboží vyrobené v Evropské unii by se však mohlo stát konkurenceschopnější. Na druhou stranu mají unijsí výrobci již dlouho možnost dobrovolně označovat své výrobky např. Made in EU, Made in Italy apod. Tak mohou odlišit své výrobky (a poskytnout informaci spotřebiteli) od výrobků pocházejících ze třetích zemí.

Častý argument odpůrců návrhu, že označení způsobí výrobcům dodatečné náklady, lze vyvrátit tím, že označení by výrobce nemuselo stát více než 1 % ceny výrobku. Závisí však na způsobu, jakým budou výrobky označovány. Někteří výrobci sami označení uvádějí, přestože jim to žádná právní norma nepřikazuje.

Mezi členskými státy Unie však přetrvávají názorové rozdíly, zejména ohledně implementace, což vedlo k delšímu pozastavení diskuze o návrhu. V říjnu 2009 však byla diskuse resuscitována na základě „kompromisního“ pracovního dokumentu předloženého členskými státy. Dokument navrhuje několik úprav, jako je vyjmutí polotovarů určených pro další zpracování ze seznamu a ponechání pouze výrobků určených

pro konečného spotřebitele, uvádění původu dle regionů, nikoliv dle jednotlivých zemí. Nařízení by se nevztahovalo na země, se kterými Unie má nebo teprve vyjednává dohodu o zóně volného obchodu. Uvažuje se také o pilotním projektu, který by tento tzv. origin marking vyzkoušel. Selekcce výrobků podléhajících nařízení byla provedena tak, aby představovala nejmenší administrativní zátěž a odrážela požadavky členských států. Potravin a některé polotovary, které mohou spotřebiteli nejvíce poškodit zdraví, však na seznamu nařízení chybí. Vhodným příkladem je čínské mléko s melaninem nebo medy, které pochází z cizích oblastí a mohou alergikům způsobit nepříjemné problémy. Znalost původu vybraných potravin je v některých případech klíčová.

Také tzv. regionální označení by mohlo být pro spotřebitele a dovozce zavádějící. I v rámci regionálních celků mohou být podmínky a kvalita výroby rozdílné.

Na návrhu je nutné dále pracovat, zejména co se implementace, následné kontroly a sankční vymahatelnosti při porušení pravidel nařízení týče. Provádění kontrol a sankcí budou mít na starost národní celní orgány, jejichž spolupráce bude nadmíru nutná. Podporu návrh získal u některých členů Evropského parlamentu. Italská konzervativní poslankyně Cristina Muscardiniová se nechala slyšet, že novou změnu k lepšímu přinese Lisabonská smlouva. Ta členům Evropského parlamentu umožňuje o návrhu spolurozhodovat společně s členskými státy. Uvidíme, jakým směrem návrh nastaví Evropský parlament.

Alena Vlačihová, CEBRE – Česká podnikatelská reprezentace při EU (podporováno CzechTrade)

Pro začínající firmy a studenty s nápady

Ve dnech 26. až 28. března 2010 proběhly v prostorách Microsoft inovačního centra Brno úvodní semináře vzdělávacích projektů pro začínající firmy a studenty s inovačními nápady Microsoft Business Academy a MIC Akcelerátor. Jedním z přihlášených projektů je inovativní software GINA. Tento produkt v současné době testují záchranáři na katastrofou postiženém ostrově Haiti. Software chrání životy záchranářů a pomáhá zraněným týmům dosahovat vysoké efektivity při záchraně lidských životů. Oba programy mají velký přínos pro lokální softwarovou ekonomiku a jsou ze strany Jihomoravského inovačního centra, spoluorganizátora akcí, dotovány.

Vzdělávací program Business Academy poskytuje začínajícím firmám a podnikatelům přístup ke znalostem v jednotlivých oblastech podnikání a řízení firmy. V rámci čtyř měsíců budou probíhat školení, přednášky a workshopy na 16 témat od programování (vývoj SW, debugging aj.) přes řízení lidských zdrojů, projektové řízení až po ekonomická školení. První den školení byl věnován analýzám, druhý byl více zaměřen na workshopy. Účastníci se dozvěděli, jak definovat firemní strategické cíle a jak těchto cílů dosáhnout pomocí efektivního

plánování jednotlivých strategií na všech svých úrovních.

Úvodním seminářem prošlo celkem 15 účastníků z 12 firem. Zúčastnili se ho také manažeři z Polska a také z MIC v Hradci Králové, které chce rozeběhnout Business Academií v druhé polovině roku ve Východočeském kraji. Druhý cyklus Business Academy, plánovaný na podzim 2010, bude součástí podzimních školení projektu MIC Akcelerátor.

Vzdělávací projekt MIC Akcelerátor, určený pro studenty středních a vysokých škol, se rozeběhl v neděli 28. března 2010. Do programu se přihlásilo 44 studentů, z toho 43 ze čtyř univerzit a 1 ze střední školy. Do projektu bylo vybráno 21 studentů, kteří vytvořili 6 projektových týmů s předpokladem vzniku nových ICT firem. MIC Akcelerátor je jednoletý program, jehož cílem je vychovat budoucí podnikatele v oblasti informačních technologií a vést je k realizaci jejich vlastních nápadů. Odborné vedení konzultantů Jihomoravského inovačního centra a společnosti Microsoft jim pomůže směřovat projekty tak, aby po ukončení programu měli v rukách základ své vlastní firmy s inovativním potenciálem. Účast v programu je pro studenty zdarma. Úvodní den byl věnován představení podnikatelských záměrů jednotlivých týmů, konzultacím jejich

reálnosti a zjišťování požadavků a potřeb jednotlivých účastníků.

„Úvodní část projektu MIC Akcelerátor je zaměřena na základní manažerské dovednosti, jako jsou sestavení business plánu, budování firemní strategie, prezentace před investory atd. Značná část programu bude přizpůsobena jednotlivým potřebám účastníků, které vyplnou až v průběhu programu,“ uvedl Michal Hrabí, manažer Microsoft inovačního centra a zároveň obou projektů.

Jednoletý studijní program se skládá z 9 víkendových workshopů, individuálních konzultací a desítky technických seminářů, z nichž budou pro jednotlivé týmy plynout pracovní úkoly, jako například tvorba vlastního business plánu.

„Naším cílem není vzdělávat všechny účastníky po celou dobu trvání programu, ale pouze ty, kteří mají šanci se dále uplatit na trhu a kteří o to především stojí. Pokud tedy nesplní úkol včas, v programu končí. Podmínky budou nastaveny tak, aby částečně kopírovaly reálné podnikatelské prostředí. Projektové týmy, které úspěšně absolvují celý program, však čeká odměna ve formě tříměsíčního inkubačního programu zdarma včetně pronájmu kancelářských prostor a možnosti čerpání z širokého portfolia souvisejících služeb JIC,“ doplnil Miloš Sochor, hlavní

ET NETERA je třetím nejlepším zaměstnavatelem roku 2010 v ČR

Ve čtvrtek 15. dubna 2010 proběhlo v Top Hotelu Praha slavnostní vyhlášení výsledků studie Nejlepší zaměstnavatelé České republiky (Best Employers Česká republika) zpracovávané každoročně mezinárodní poradenskou a outsourcingovou společností v oblasti řízení lidských zdrojů, Hewitt Associates. Cílem studie je pomoci analýzy motivovanosti zaměstnanců a míry souladu mezi jejich potřebami a personalistickými (tzv. HR) nástroji firem ukázat, co odlišuje nejlepší zaměstnavatele od těch ostatních.

Podle studie mají oceněné společnosti až o čtvrtinu více dobře motivovaných zaměstnanců, kteří přinášejí lepší obchodní výsledky, pozitivně o firmě hovoří před kolegy, rodinou a známými, chtějí pro firmu pracovat i v budoucnu a daleko lépe hodnotí své vrcholové manažery.

Do studie se mohou přihlásit společnosti, které mají alespoň 50 stálých zaměstnanců a na českém trhu působí minimálně dva roky. Tak jako v loňském roce byly i letos sestaveny dva žebříčky. Jeden pro kategorii Velké společnosti (Top5) a druhý pro kategorii Malé a střední společnosti (Top10).

ET NETERA, přední český dodavatel e.business řešení, obsadila v kategorii Malé a střední společnosti 3. místo. Za skvělým umístěním stojí mnoho faktorů. V první řadě firemní kultura, kde lidské hodnoty hrají důležitější roli než formální pravidla, dále nejruznější zaměstnanecké benefity, výběr školení zčásti zajišťovaný samotnými zaměstnanci mezi sebou a spousta drobných, veselých, kulturně-společenských akcí. „Nás především těší, že jsme uspěli u našich zaměstnanců. Tento úspěch ukazuje, že jsme v souladu mezi tím, co jako firma dlouhodobě budujeme, a tím, jak to lidé vnímají. Ať již jde o firemní kulturu, přínosy pro zákazníka, či přímo podporu zaměstnanců,“ popsal Martin Černožský, výkonný ředitel společnosti Et netera a.s.

více o soutěži Nejlepší zaměstnavatelé České republiky se dozvíte na www.Best-Employers.cz

(tz)

konzultant JIC a školitel MIC Akcelerátor.

Do programu MIC Akcelerátor vstoupil i tým Zbyňka Poulička, studenta pátého ročníku Fakulty informačních technologií VUT v Brně. Ten vytvořil zcela nový inovativní software určený pro týmovou spolupráci záchranářů v extrémně náročných podmínkách, jako jsou rozsáhlé záchranářské mise či zmírňování následků živelných katastrof. Software GINA podporuje orientaci záchranářů v neznámém prostředí a umožňuje jim udržovat kontakt s ostatními prostřednictvím kresby na displej, krátké textové zprávy nebo fotografie z vestavěného fotoaparátu. Díky tomu mohou záchranářské práce probíhat pod jednotným řízením a dosahovat tak vysoké efektivity při záchraně životů. Software je určený záchraným složkám hasičů, policistů i záchranářům.

(tz)

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

● DIRECT Pojišťovna odměňuje

DIRECT Pojišťovna nabízí od března vlastníkům webových stránek tzv. Affiliate program, v rámci kterého získávají finanční odměnu za umístění banneru DIRECT Pojišťovny na svých internetových stránkách. Finanční odměna je vyplácena za každého návštěvníka, který prostřednictvím tohoto banneru přejde z internetových stránek partnera na web DIRECT Pojišťovny, kde následně provede kalkulaci pojistného nebo si rovnou sjedná pojištění. ➡

● Nové bankovníctví: Era jednoduchosti

Žijeme v době, kdy je slovo „novinka“ synonymem pro komplikaci. Nemusí tomu ale tak být vždycky. Od 1. dubna proto Poštovní spořitelna uvádí novou produktovou řadu Era. „Jednoduchost a dostupnost jsou na žebříčku spotřebitelské poptávky na prvních místech, ať už jde o zboží denní spotřeby, nebo bankovní služby,“ popsal Jan Lamsar z Poštovní spořitelny. Proto se PS snaží maximálně zjednodušit svoji produktovou nabídku s cílem poskytnout srozumitelné, dostupné a funkční služby. ➡

● GE Money Auto – víkendové pobyty

GE Money Auto rozšiřuje nabídku víkendových zájezdů tuzemských cestovních kanceláří. Všichni klienti GE Money Auto, kteří použijí pro financování nákupu auta úvěr autoCREDIT VÍKEND, získají totiž hotelový poukaz na víkendový pobyt dle vlastního výběru. Klienti mohou vybírat z více než 200 čtyřhvězdičkových hotelů v České republice a dalších 11 zemích Evropy. Poukaz v sobě zahrnuje 2 noci se snídaní pro dvě osoby zdarma a poukaz na hotelové služby. ➡

● Nový projekt Škoda Auto Handy

Škoda Auto ve spolupráci se společností Car Club představila nový program řešení a rozvoje dopravní mobility osob se zdravotním postižením Škoda Auto Handy, s motem „Mobilita bez limitů“. V roce 2006 byla zahájena spolupráce Škoda Auto a Car Clubu s cílem komplexně pomoci zdravotně postiženým plně se integrovat zpět do společnosti a žít plnohodnotný život bez omezení. Škoda Auto se v roce 2008 stala partnerem služby Handy asistent a v současnosti pro ni poskytuje 5 vozidel. ➡

Posílení role akreditace v Evropě

V letošním roce vstoupila v účinnost nová legislativa (Nařízení EP 765/2008), týkající se akreditace subjektů posuzování shody (zkušební laboratoře, certifikační orgány apod.), kterou schválil Evropský parlament a Rada Evropských společenství.

Posílení role akreditace v Evropské unii je významným mezníkem jak pro subjekty posuzování shody, tak pro jejich zákazníky.

Garantuje zákazníkům, že mohou důvěřovat bezpečnosti a kvalitě certifikovaného zboží a služeb v celém dodavatelském řetězci, a díky této garanci umožňuje firmám lépe pronikat i na nové trhy. Navíc je akreditace dobrovolně přijímaným standardem, což je v podnikatelském prostředí mnohem přijatelnější přístup než různá nařízení a předpisy prosazované zvenčí.

Nové nařízení EU, které poprvé vytváří právní rámec pro poskytování akreditačních

služeb v Evropě, bylo vypracováno na základě rostoucího uznávání významu akreditace v ekonomické infrastruktuře EU. Toto nařízení upravuje akreditační služby a podporuje jak dobrovolné posuzování shody, tak i posuzování shody vyžadované právními předpisy. Nařízení stanoví, že akreditace udělovaná podle uznávaných harmonizovaných norem je považována za činnost orgánu veřejné moci a členské státy EU jsou povinny jmenovat jediný národní akreditační orgán, který se těmito činnostmi bude zabývat. Tímto národním akreditačním orgánem může být veřejná nebo soukromá organizace, ale bez ohledu na svůj statut bude považována za organizaci, která vykonává činnost akreditace jako orgán veřejné správy. V České republice je pověřen touto činností Český institut pro akreditaci, o.p.s. (ČIA). ČIA byl rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu č. 319/2009 oznámen Komisi ES jako formálně uznaný vnitrostátní akreditační orgán a jako jediný v ČR má

právo vydávat mezinárodně platná akreditační osvědčení.

Není mnoho oborů, ve kterých by ČR patřila k evropské či světové špičce. V akreditaci tomu tak jistě je. ČR má svůj Český institut pro akreditaci již od roku 1993 a v roce 1998 jsme se jako první země střední a východní Evropy stali signatáři multilaterálních dohod o vzájemném uznávání v oblasti akreditace.

„Národní akreditační orgány uznané členským státem pracují dle mezinárodně uznávaných standardů a podléhají pravidelnému mezinárodnímu auditu – vzájemnému prověřování jednotlivých národních akreditačních orgánů,“ vysvětlil Ing. Jiří Růžička, ředitel ČIA. „Myslím, že můžeme být spokojeni s tím, že ČIA prochází tímto mezinárodním ověřováním s velmi dobrými výsledky.“

Mezi hlavní cíle výše uvedeného nařízení patří posílení role akreditace, dů-

sledného využívání nabízených akreditačních služeb, a zejména zvýšení důvěry v akreditaci jako jednoho z nástrojů prokazování odborné způsobilosti subjektů posuzování shody.

S využitím akreditace se ve veřejném zájmu posuzuje odborná způsobilost a integrita organizací, které nabízejí služby zkoušení, inspekce, kalibrace a certifikace (často známenější jako služby posuzování shody).

Akreditace patří mezi osvědčené způsoby jak rozpoznat organizace, které splňují vysoké požadavky a dodržují je. Veřejnost má vyšší důvěru ve služby, pokud ví, že standardy, podle kterých jsou tyto poskytovány, jsou pravidelně prověřovány, aktualizovány a uplatňovány.

Ing. Jitka Uhrová ⇨



Noví zákazníci přibývají!

Hračky nejsou jen pro děti, však to víte. Kdo z nás, dospělých, by si rád nepohladil potají sem tam nějakého plyšáka, nepostavil hrad z kostek nebo alespoň nezavzpomínal na tu svoji nejoblíbenější panenku, medvěda nebo autíčko... Hračky jsou s naším životem spjaté bytostněji, než bychom si dokázali připustit, když už jsme přece dávno dospělí... A platí údajně i to, že hračky se kupují krize nekříže, i kdyby prý na chleba nebylo.

Pravdou ovšem je, že s nástupem asijského ekonomického proudu, nadbytkem levné pracovní síly a obchodní expanze firem, které před nedávnem ještě neexistovaly, se českým hračkářům začalo hůře dařit. Mnozí opustili trh, někteří přemýšlejí, jak dál.

K výjimkám, kterým se naopak daří, a mají stále silnější pozici, patří Moravská ústředna Brno, družstvo umělecké výroby. Hračky zde vyráběné jsou „pod dohledem certifikátů“, z naprosto ověřených materiálů, úžasně výtvarně pojedené. Obchodní politika družstva dokazuje, že kdo umí a je odvážený, musí prorazit. Nejen

na domácí půdě, ale i daleko za hranicemi České republiky. Předsedkyně Jana Malá naznačila, kudy vede cesta:

Moravská ústředna Brno je významným exportérem, a to zejména hraček. Mnoho ostatních v oboru nevydrželo, výrobu i vývoz ukončilo. V čem tkví váš úspěch?

Přijatou obchodní strategií průběžně vyhod-

nocujeme a samozřejmě aktualizujeme. Dále sehrává důležitou roli tradice, neustálá inovace a stabilní portfolio našich obchodních partnerů.

Do jakých zemí putuje největší objem zboží?

Jsou to především země EU, USA, z asijských zemí Japonsko.

Exportéři si od loňského roku hodně nařikají, chybí zakázky. Vám přibyli zákazníci, anebo spíše navyšujete objem vyvážené produkce?

Také nám loni poklesl počet zakázek, závěr roku byl již optimistický a v letošním roce nám naopak noví zákazníci přibývají a projevuje se to i ve zvýšeném objemu tržeb.

Kde znají hračky z Moravské ústředny Brno nejvíce a jaké hračky to vlastně jsou?

Jsem přesvědčena, že naše hračky jsou

známy především v ČR a SR, dále v zemích EU.

V naší zemi se jedná o výrobky, které prezentujeme a dodáváme v duchu mota „Českým dětem, české hračky“. Do zahraničí jsou dodávány hračky především s vysokým podílem ruční práce, jako jsou maňáska a kornoutové hračky, reklamní kostýmy apod.

Tradí se, že je vaše obchodní strategie dosti konzervativní. Patrně se vám však vyplácí...

Protože nevím, kdo takto může hodnotit naše záměry, odpovídám na to tak, že naši strategii považujeme za správnou, a o tom, zda se nám vyplácí, svědčí výsledky.

Čím byste povzbudili ostatní vývozce? Máte nějaký optimistický recept?

Začínat stále znova a nenechat se odradit!

přála se Eva Brixí ⇨



Podnikatelské příběhy jako definice

Když se v Praze křtila zajímavá publikace nesoucí název „Základy podnikání“, ještě mrzlo. Nic to ovšem nemění na tom, že zůstala aktuální i nyní, když sluníčko člověka vyhání z knihoven, studoven i školních lavic ven. Publikace, kterou vydalo nakladatelství Grada, je totiž dosti unikátní – je dílem 25 autorů, mezi nimiž jsou například držitelé ocenění Podnikatel roku a řada dalších osobností, které jsou bytostně spjaté s rozvojem českých firem.

Knihu pokřtili hlavní autoři Jitka Srpová a Václav Řehoř (vpravo), ředitel nakladatelství Grada Milan Brunát a Radek Dyntar ze společnosti Ernst & Young (na fotografii zleva). Nová publikace prakticky a uceleně radí, jak uspět v podnikání a co je třeba znát z managementu, marketingu, řízení lidských zdrojů a pravidel finančního světa. Poučné a inspirující jsou podnikatelské příběhy, které tvoří součást novodobých dějin a podnikatelské praxe u nás.

(tz,rix)

Foto: Petr Boháček



Právní fórum a pohledy na fúze a akvizice

V dubnu se v Praze konala první z řady konferencí Právního fóra. Na úzce specifické téma „Fúze a akvizice – nové šance a možnosti jak uspět v době recese“ přišlo diskutovat 37 zástupců firem (především podnikoví právníci, finanční, ekonomičtí i generální ředitelé), kterým přednášelo 5 odborníků z oblasti advokacie a ekonomie.

První konference Právního fóra se věnovala aktuálnímu tématu fúzí a akvizic z nejrůznějších úhlů pohledu. Z právní perspektivy nahlížel otázku přeměn Mgr. Aleš Eppinger, partner Schaffer & Partner Legal, s.r.o. „Fúze a akvizice jsou důležitým prostředkem nejen v době, kdy je ekonomika na vzestupu, ale i v době, kdy je naopak v recesi. Zajímavou novinkou, kterou přinesl Zákon o přeměnách obchodních společností a družstev z roku 2008, je právě možnost provést právní přeměnu v situacích, kdy je společnost v likvidaci, nebo dokonce v insolvenčním řízení,“ řekl mj. A. Eppinger, který se podělil o praktické zkušenosti s vnitrostátními i přeshraničními fúzemi.

„Většina přeměn je motivovaná ekonomicky, to znamená, že firmy, které fúzí, chtějí ušetřit náklady, zvýšit marketingový potenciál nebo chtějí mít větší penetraci trhu, na druhou stranu je nutné vědět, že veškeré tyto operace mají také své daňové nebo účetní implikace...“ Právě o daňových souvislostech při fúzích a akvizicích na konferenci hovořil Ing. Martin Felenda z poradenské skupiny Schaffer & Partner.

Do zajímavých souvislostí v kontextu Evropské unie uvedl téma podnikových transakcí Ing. Viliam Gráz z společnosti Brain Logistics: „V rámci EU je 22 milionů malých a středních podniků. Podle prognóz Evropské komise z tohoto celkového počtu změní každým rokem 690 tisíc podniků svého majitele z důvodu odchodu do důchodu, což je vůbec nejčastější příčina podnikových transakcí v EU. Přitom 690 000 těchto podniků vytváří asi 2,8 milionů pracovních příležitostí. Toto číslo už je natolik významné (například v souvislosti s hrozbou růstu nezaměstnanosti), že proces prodeje a nákupu už není jen záležitostí konkrétního podniku, ale měl by být vnímán i sociologicky a makroekonomicky,“ uvedl ve své přednášce o podnikových transakcích v rámci EU Viliam Gráz.

(tz)

Další evropské miliardy podpoří rozvoj firem

Podmínky získání dotace z třetí výzvy evropského programu, který podporuje malé a střední firmy podnikající v regionech s vyšší mírou nezaměstnanosti, vyhlásilo Ministerstvo průmyslu a obchodu. Podnikatelé tak mohou začít připravovat své projekty zaměřené na nákup moderních technologií potřebných k dalšímu rozvoji jejich podnikání. V dotačním programu Rozvoj na ně nově čekají dvě miliardy korun.

„Podpora firem s méně než 250 zaměstnanci podnikajících v hospodářsky nejvíce postižených regionech, právě tak, jak to dělá program Rozvoj, je pro naši zemi velmi užitečná. Malé a střední podniky si mohou pořídit stroje a vybavení, které zefektivní jejich práci, a tím je posunou výš na žebříčku konkurenceschopnosti. Díky moderním technologiím se pak tyto firmy budou moci ucházet o kvalitnější zakázky, čímž se zvýší pravděpodobnost udržení pracovních míst v regionech, které jsou už tak velmi postižené vysokou nezaměstnaností,“ vysvětlila Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest.

Dotace v hodnotě 1–20 milionů korun na jeden projekt podpoří například nákup strojů a zařízení, nebo třeba pořízení patentových

licencí souvisejících s nákupem strojů na zařízení. O finanční podporu mohou žádat malé a střední firmy, které svůj projekt realizují v některém z regionů s vyšší mírou nezaměstnanosti, jak je vymezuje Usnesení vlády č. 141/2010 ze dne 22. února 2010. Celkem si podniky ve třetí výzvě programu Rozvoj rozdělí 2 miliardy korun.

Novinkou v aktuální výzvě je rozšíření počtu regionů, v nichž podniky dosáhnou na dotaci. Nově bude možné podpořit projekty realizované v okresech Tachov, Blansko, Jablonec nad Nisou, Kroměříž, Semily, Liberec, Břeclav a Cheb či v regionu obcí s rozšířenou působností Světlá nad Sázavou a Vítkov.

Žádost o dotace ze třetí výzvy programu Rozvoj budou moci malí a střední podnikatelé agentuře CzechInvest posílat od 1. května do

1. srpna 2010 prostřednictvím aplikace eAccount, která je online dostupná na adrese www.czechinvest.org. Už dnes mohou firmy získat doplňující informace k aktuální výzvě i k postupu podávání online žádosti o dotaci na bezplatné informační lince o podpoře podnikání, která je jim k dispozici každý všední den od 9 do 13 hodin na telefonním čísle 800 800 777. Konkrétní dotazy mohou zájemci zasílat také emailem na adresu programy@czechinvest.org.

Program Rozvoj je součástí Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI), který mezi podniky z oblasti zpracovatelského průmyslu, centra sdílených služeb a technologická centra v období 2007–2013 rozdělí 3,6 miliardy euro, tedy okolo 100 miliard korun. O dotaci mohou požádat podniky, které své projekty realizují mimo území hlavního města Prahy. Řídícím orgánem OPPI je Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, zprostředkujícím subjektem pro dotační tituly OPPI je Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest.

(tz ci)

Bio Summit 2010 a etické podnikání

Konference Bio Summit 2010, která proběhla 8. dubna 2010 v Praze za účasti více než 150 delegátů z řad obchodníků, potravinářů a dalších podnikatelů, nabídla velmi aktuální a naléhavá poselství několika řečníků zejména v oblasti etického a trvale udržitelného podnikání.

Program přinesl řadu příkladů, a to jak globálních společností, tak i středně velkých regionálních společností, že skloubit hodnoty ekonomiky a etiky je nejen možné, ale velice výhodné pro všechny zúčastněné strany, od akcionářů, přes zaměstnance až po zákazníky, nemluvě o výhodách pro životní prostředí obecně.

(tz)

Seznamy finančních i jiných institucí na portálu BusinessInfo.cz

Seznamy a databáze a rejstříky jsou nepostradatelnou pomůckou při vyhledávání nejrůznějších institucí. Ne vždy je však tvorba centrálních evidencí stanovena zákonem. Několik jedinečných seznamů naleznete na portálu BusinessInfo.cz.

Přehled zahraničních obchodních komor působících v ČR najdete v podrubrice Nestátní podpora exportu, která je součástí rubriky Zahraniční obchod. Dokument obsahuje základní informace o jednotlivých zahraničních komorách, které působí v České republice. Vždy je uvedena adresa, webové stránky a další kontakty. Jednotlivé komory jsou pro přehlednost rozděleny do několika skupin podle geografické působnosti.

Vzhledem k tomu, že jednotlivé obchodní komory nejsou zastřešeny žádným dozorčím centrálním orgánem, jedná se v tomto případě o unikátní seznam redakce portálu. Užitečnost seznamu dokládá i velká návštěvnost uživatelů.

Seznam pojišťoven a poboček zahraničních pojišťoven působících v České republice je abecedně řazený seznam pojišťoven. Obsahuje základní informace o všech subjektech pojistného trhu působících v ČR. Rovněž v tomto případě se jedná o unikátní seznam vytvářený a aktualizovaný přímo redakcí portálu BusinessInfo.cz. Dokument se

nachází v rubrice Finance, daně, podrubrika Pojištění, investování. Součástí informačních služeb portálu BusinessInfo.cz jsou také seznamy bankovních institucí působících na území České republiky v podobě různých registrovaných subjektů. K dispozici jsou tři rozdílné přehledy:

V Seznamu bank a poboček zahraničních bank v ČR naleznete přehledné informace o všech obchodních bankách působících v tuzemsku. Ústavy uvedené v tomto seznamu poskytují všechny služby, které od banky většinou očekáváme.

Seznam zastoupení zahraničních bank v ČR obsahuje soupis institucí, které mohou provádět bezplatné zprostředkování styků mezi zastupovanou bankou a českými peněžními ústavami, mezi finančními institucemi a českými orgány státní správy. Poskytují bezúplatné poradenské služby, nabízejí služby zastupované banky českým bankám a případně i jiným českým organizacím.

Třetím důležitým soupisem je Seznam domácích a zahraničních bank fungujících bez založení pobočky, což je přehled finančních ústav poskytující služby v rámci volného pohybu služeb (bez založení pobočky). Všechny tři seznamy bankovních domů najdete v rubrice Finance, daně > Bankovníctví na adrese www.BusinessInfo.cz.

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

VZDĚLÁVACÍ KURZY A SEMINÁŘE. URČITĚ SI VYBERETE.

MANAŽERSKÉ ÚČETNICTVÍ – ÚČETNÍ VÝKAZY

27. – 29. 4. 2010

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Ilona Heligrová
KÓD: 000743 **CENA:** 10 788 Kč

ZAMĚSTNÁVÁNÍ CIZINCŮ V ČR A VYSÍLÁNÍ PRACOVNÍKŮ DO ZAHRANIČÍ PO LEGISLATIVNÍCH ZMĚNÁCH

26. – 27. 4. 2010

PŘEDNÁŠÍ: Mgr. Eva Bolcková, Ing. Věra Frajtošová, Mgr. Martin Murad, JUDr. Ladislav Švec, Mgr. Magdaléna Vyškovská
KÓD: 001580 **CENA:** 5 388 Kč

FINANČNÍ PROFESIONÁL® – FINANČNÍ ŘÍZENÍ PRO VRCHOLOVÝ A STŘEDNÍ MANAGEMENT

„JAK NEZTRATIT NERVY NAD EKONOMICKÝMI VÝSLEDKY A VĚDĚT CO ZÍSKAT!“

5. – 7. 5. a 25. – 29. 5. 2010

ODBORNÝ GARANT: Ing. Jiří Strouhal, Ph.D.
KÓD: 003105 **CENA:** 29 988 Kč

DAŇOVÝ ŘÁD

VYBERTE SI TERMÍN A NEJBLIŽŠÍ LOKALITU!

SEZNAM SEMINÁŘŮ NAJDETE NA WWW.VOX.CZ.

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

ČESKÁ KVALITA
SGS
IES
CEP

WWW.VOX.CZ

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek Stát se členem Kontaktujte nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Firmy utrácejí moc za služební auta
České firmy se v době recese snaží šetřit, kde mohou, na jednu oblast však často zapomínají: provoz firemních automobilů. Specialista na operativní leasing automobilů společnost LeasePlan sestavila seznam oblastí, na kterých se dá ušetřit, a konkrétní úspory i procentuálně vyčíslila. Výsledek ukazuje, že téměř každá firma je schopna ušetřit 4 až 7 % celkových nákladů na služební automobily, u některých společností pak úspora dosahuje až 15 %, a to bez snížení standardu pořizovaných vozidel. ➡

Česká pošta se ziskem 661 milionů Kč
Rok 2009 byl pro Českou poštu především obdobím příprav na transformaci (pozastavenou zakladatelem – Ministerstvem vnitra – koncem října) a liberalizaci poštovního trhu od 1. ledna 2013. Třebaže oproti předchozímu období Pošta zdvojnásobila investice především do technologií a obnovy pobočkové sítě, plánované výše dvou miliard korun se dosáhnout nepodařilo. Do hospodářského výsledku výrazně zasáhli i opožděný nákup informačního systému datových schránek. ➡

Nejvíce investic do virtualizace
Dvě třetiny síťových odborníků předpokládají, že hlavní síťovou oblastí, do které se bude v následujících pěti letech investovat, bude virtualizace. Důvodem bude podle nich pokračující snaha ředitelů informatik snižovat v následujících třech až pěti letech náklady na IT. Výplývá to z průzkumu společnosti Cisco, kterého se zúčastnilo 970 držitelů nejvyšší certifikace Cisco Certified Internetwork Expert ze 79 zemí světa. Průzkum předpokládá rovněž růst bezpečnosti a firemní spolupráce. ➡

Stabilita firmy nejžádanější
Zaměstnanci chtějí od svých zaměstnavatelů zejména týden dovolené navíc a služební automobil i k soukromým účelům. Stejně jako v předchozích letech by se Češi stále rádi více vzdělávali. Naopak tradiční bonusy jako obcerstvení, stravenky nebo u specializovaných pozic například i mobilní telefon či notebook již nepovažují za výhodu, ale za samozřejmost. Oblast zaměstnaneckých výhod byla v roce 2009 výrazně zasažena nepříznivou ekonomickou situací. ➡

Vývozci, přijďte hned, nečekejte až na poslední chvíli

Pro státní úvěrovou pojišťovnu EGAP je v současné době jednou z hlavních priorit uspokojení rapidně rostoucí poptávky českých exportérů po pojištění financování. Přistupujeme proto, ve spolupráci s bankami, ke krokům vedoucím ke zrychlení a k posílení transparentnosti průběhu zpracování pojistných rozhodnutí a návazně uzavírání pojistných smluv.

Poptávka po pojištění se státní podporou rok od roku výrazně roste, a to jak ze strany exportérů, tak i bank, které jejich vývozní projekty financují. V loňském roce pojistil EGAP rekordních 62 miliard korun vývozních úvěrů, bankovních záruk a investic v zahraničí a výhled do příštích let napovídá, že by tento rekord mohl být brzy překonán. Je to tím, že stále více exportérů hledá uplatnění i na trzích mimo Evropskou unii a také tím, že čeští exportéři v posledních několika letech v řadě případů „vyrostli“ ze subdodavatelů zahraničních firem do rolí hlavních dodavatelů velkých investičních celků. Svým dílem k tomu přispěl i EGAP, jako součást komplexní státní podpory exportu.

Státní podpora exportu je standardním nástrojem, používaným ke stimulaci ekonomiky ve všech vyspělých zemích. Patří mezi nejúčinnější protikrizové a prorůstové nástroje s velmi rychlou návratností vložených prostředků, což lze dokumentovat i na příkladu EGAP, který až dosud obdržel dotace ze státního rozpočtu do pojistných fondů v celkové výši 5,6 mld. Kč. Aniž by z těchto dotací bylo cokoli utráceno, neboť slouží především ke splnění požadavků na kapitálovou přiměřenost, umožnily ke dnešku pojistit vývozní úvěry v celkové hodnotě přesahující 400 miliard korun. To znamená, že každá jedna koruna ze státního rozpočtu, použitá jako vklad do pojistných fondů, podpořila více než 70krát vyšší hodnotu vývozních úvěrů. Národohospodářský dopad je však díky multiplikačnímu efektu pojištění se státní podporou ještě vyšší, neboť pojistka EGAP kryje zpravidla pouze část hodnoty vývozního kontraktu, a tak celková hodnota vývozu podpořeného pojištěním



Ing. Karel Pleva, předseda představenstva a generální ředitel EGAP

je podstatně vyšší než hodnota uzavřených pojistných smluv.

EGAP dnes svými pojistnými produkty pokrývá kompletní spektrum potřeb vývozců i jejich financujících bank. Nabídka se za 18 let od založení EGAP průběžně rozšiřovala a dnes obsahuje, kromě pojištění vývozních dodavatelských a odběratelských úvěrů, což jsou typické produkty státních úvěrových pojišťoven, také pojištění úvěrů na předexportní financování výroby a nově i na předexportní financování komercializace výsledků vědy a výzkumu, pojištění investic českých podnikatelů v zahraničí a rovněž úvěrů na jejich financování a také po-

jištění záruk vystavovaných bankami za české vývozce. EGAP tak svým pojištěním kryje celou škálu rizik, s nimiž se vývozce setkává při přípravě a realizaci vývozního kontraktu.

Nyní je tedy čas zaměřit se, jak již bylo řečeno v úvodu, na rychlost procesu pojišťování a jeho transparentnost pro banky i exportéry. První důležité kroky v tomto směru už EGAP udělal. Pro zkvalitnění vnitřních řídicích procesů vyčlenil z obchodního úseku a posílil útvar analýzy pojišťovaných rizik a vybudoval zcela nový systém pro trvalou identifikaci, měření, monitorování a řízení rizik, která na sebe od bank a vývozců přebírá. To by však samo o sobě

nestačilo. Rozhodující totiž bude změna ve spolupráci s klienty. Zatím se až příliš často stává, že vývozce poměrně dlouho a složitě vyjednává s bankou o exportním úvěru, a teprve až když se dohodnou, obrátí se na EGAP se žádostí o pojištění. V takové fázi už nezdědka bývá exportér v časové tísní a očekává, že když už se s bankou konečně na všem domluvil, bude pojištění jenom takovou formalitou, vyřízenou málem na počkání. Ale tak tomu není a ani nemůže být. Tím, kdo na sebe v konečném důsledku přebírá téměř celé riziko, že zahraniční dlužník jednoho dne přestane splácet úvěr, za který od našeho exportéra nakoupil zboží nebo služby, je EGAP. Přístup EGAP k analýze a zajišťování úvěrových rizik proto nesmí být v žádném případě formální. Jinak by totiž mohl velmi brzy vyčerpat své pojistné fondy na výplaty pojistných plnění a musel přestat pojišťovat se všemi negativními dopady nejen na přímé vývozce, ale i na širokou síť jejich domácích subdodavatelů. Analýza jednotlivých obchodních případů, kterých EGAP ročně pojistí okolo tří set, musí být velmi důkladná a podrobná a jako taková vyžaduje odpovídající podklady a čas a rozhodně ji nelze nahradit analýzou bankovní. Proto bude nyní prakticky u všech vývozních projektů nezbytné, aby vývozce vstoupil do kontaktu s EGAP ihned, jakmile se ukáže, že bez pojištění se státní podporou to nepůjde. Jednak se mnohem dříve dozví, co všechno po něm bude EGAP vyžadovat, jednak umožní, aby paralelně s bankovní analýzou mohla probíhat analýza projektu z pohledu pojišťovny. Všichni zúčastnění tak budou mít více času k důkladné přípravě, která je základem budoucího obchodního úspěchu, ubude zbytečných nedorozumění a stresových situací i pokusů zachránit všechno na poslední chvíli politickou přímlovou. Vypadá to vše jednoduše, ale praxe je zatím ideálu hodně vzdálená. Čím více se mu však bude blížit, tím lépe pro český export.

Ing. Karel Pleva
předseda představenstva
a generální ředitel EGAP

Polovina firem hlásí zhoršení přístupu k bankovním úvěrům

Téměř polovina firem (46 %) tvrdí, že se jim v posledních šesti měsících ztížil přístup k bankovním úvěrům. Ukazují to předběžné výsledky aktuálního průzkumu Hospodářské komory České republiky, na jehož otázky zatím odpovědělo přes 300 respondentů – od drobných podnikatelů až po velké firmy.

„V červnu 2009 v tomto smyslu odpovědělo 55 % firem. To jen potvrzuje názor podnikatelů,

že se situace dále zhoršuje, i když o něco mírnějším tempem než loni,“ komentoval čerstvá data prezident HK ČR Petr Kužel. „Proto jsme opět zahájili dialog s představiteli významných bank,“ dodal.

Zlepšení přístupu k úvěrům v uplynulém půlroce naopak pocítilo 27 % firem. Podle 16 % se situace nezměnila. Zbylých 11 % respondentů zaškrtlo odpověď „nevím“.

Negativní změnu podmínek u existujících úvěrů v posledních třech měsících zaznamenalo 29 % firem. Větší nároky na vyřízení půjčky registruje 62 % podniků. Tlak na náročnější zajištění úvěru oproti minulosti vnímá 56 % respondentů.

Změnu banky v předchozích 12 měsících nahlásilo 8 % firem. O vystřídání bankovní instituce uvažuje 44 % podniků; 56 % podnikatelských subjektů tento krok zatím nemá v plá-

nu. Hlavním důvodem pro případnou výměnu bankovního domu jsou drahé služby – uvádí to 46 % firem z těch, co o přerušení spolupráce s bankou přemýšlí. Další frekventovanou příčinou je zastavení úvěrování (20 %).

Podrobné a definitivní výsledky šetření zveřejní HK ČR příští týden na svých webových stránkách www.komora.cz.

(tz hkčr)



**52. mezinárodní
strojírenský
veletrh**

MSV 2010



**7. mezinárodní
veletrh obráběcích
a tvářecích strojů**

IMT 2010

AUTOMATIZACE

13.–17. 9. 2010

Brno – Výstaviště

www.bvv.cz/msv



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

**Central European
Exhibition Centre**



BVV
Veletrhy
Brno

**ADVANTAGE
AUSTRIA**
RAKOUSKO – PARTNERSKÁ ZEMĚ MSV



...právě ona zmiňovaná kvalita

Mohlo by se zdát, že se slovíčkem kvalita v poslední době na stránkách Prosperity skoro plývá. Není tomu však tak. Příklady firem či institucí, kde se s pojmem kvalita soustavně pracuje a kde je chápán jako jedna z podstat podnikání nebo strategie příslušného subjektu, budou častější. Rádi bychom popularizovali dobré zkušenosti i poctivý přístup k věci. Navíc je kvalita přesně tím, co všichni od jiných vyžadujeme.

Společnost Techo, a.s., ji považuje za jeden z pořadých prvků vlastního businessu. Jak ji vnímá, o tom již více generální ředitel Jiří Kejval:

Co pro vás znamená Národní cena kvality, kterou jste získali za rok 2009, a kvalita vůbec?

Získat Národní cenu kvality, prestižní ocenění s mezinárodním přesahem, pro nás bylo příjemné překvapení. Samotnou kvalitu pak chápeme jako prvek, na kterém jsme naši firmu založili, a vnímáme ji jako základní parametr všech procesů. Kvalita je základem dlouhodobé udržitelnosti firmy, ale musí být vždy v rovnováze s ekonomickou stránkou.

Patříte k těm, kteří sbírají prestižní ceny i v mezinárodních soutěžích. Vědomě se zaměřujete na to, abyste ocenění získali, nebo vysoké hodnocení uživatelů a úspěchy jsou logickým výústěním firemní politiky?

Soutěží se účastníme jen zřídka, protože se soustředujeme na to, co nás živí. Vždy nás však mile potěší, když v nějaké soutěži uspějeme. A pokud se rozhodneme, že má smysl se nějaké soutěže účastnit, a to ať už v oblasti kvality, či designu, musíme být vždy také pevně přesvědčeni, že na to máme.

Začínali jste počátkem 90. let v prostoru po pražském hostivařském Dřevozpracujícím podniku s dodávkami technického osvětlení. V současnosti nabízíte na klíč kompletní zařízení komerčních interiérů, z velké části vybrané vlastními výrobky. Proč jste si zvolili tuto cestu?

Nejprve jsme začínali v garáži, do výro-



Ing. Jiří Kejval, generální ředitel společnosti Techo, a.s.

ních hal v Hostivaři jsme se přestěhovali až ve druhé polovině 90. let. Naši prvotní činností byla výroba interiérového osvětlení, na kterou se pak jednotlivé produkty a služby postupně „nabalovaly“. Nejdále jsme se dostali v oblasti řešení interiérů, kde jsme se vyhranili jako specialisté na komerční interiéry. Jednalo se o přirozený vývoj, kdy se ukázalo, že obchodně je nám bližší model B2B.

K vašim stálým spolupracovníkům patří architektonické a designérské špičky, např. Eva

Jiřičná a Jiří Pelcl. Bez nich byste na zahraniční trh nepronikli?

Spolupráce s těmito architekty je pro nás třešničkou na dortu. Pracovat se špičkami v oboru nás vždy obohatí a zároveň je pro nás i potvrzením, že jdeme správnou cestou. Velice si této spolupráce vážíme a je to pro nás vždy velká výzva. Nicméně je třeba poznamenat i to, že principy a parametry úspěchu na zahraničních trzích jsou postaveny na mnohem širší platformě než „jen“ na spolupráci s významnými architekty.

Podřizujete se módním trendům, nebo upřednostňujete vlastní styl TECHO?

Snažíme se nepropadat okamžitým módním „úletům“ a držet si spíše konzervativní přístup. Na druhou stranu je pro nás ale nutné obecné trendy vnímat a pracovat podle nich.

Z kterých referencí máte největší radost a proč?

Radost máme z každé zakázky, kdy se nám podaří dostat se na nový, dosud neprozkoumaný trh, nebo uspět v těžkých tendrech, zejména proti zahraniční konkurenci. Mám na mysli především zakázky pro velké nadnárodní společnosti napříč celou Evropou.

Hlásíte se jako přední česká firma i ke společenské odpovědnosti?

Termín CSR je v poslední době poměrně módní a mnoho firem se proto snaží svou společenskou odpovědnost také nějakým způsobem prezentovat. Firma TECHO je takto nastavena již od počátku, ať už se jedná o zodpovědnost k vlastním zaměstnancům, životnímu prostředí či našim zákazníkům. Jednou z nejvyšších hodnot, na které je naše společnost založena a která je bezpochyby také hlavní příčinou našeho úspěchu na domácích i zahraničních trzích, je pak právě ona zmiňovaná kvalita.

ptal se Pavel Kačer

Národní cena kvality je...

Nejvýznamnější ocenění firem a organizací – Národní cena kvality ČR, byla stejně jako léta předchozí udělena také loni v listopadu. V jediné soutěži firem organizované podle mezinárodně platných pravidel v ČR získala titul **Excelentní firma společnost TECHO, a.s., jako Excelentní organizace byl oceněn Český statistický úřad.**

Národní cena kvality je nejvýznamnější ocenění, jaké může firma či organizace získat. Je udělována v 80 zemích světa a jejího předávání se ujímají prezidenti států (např. v USA, Francii), hlavy monarchií (Švédsko, Velká Británie) a předsedové vlád (Japonsko).

„Národní ceny kvality, resp. ceny za excelenci, jak se nyní v Evropě nazývají, posuzují firmy ze všech možných hledisek,“ vysvětlil Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR.

„Nejde jen o kvalitu výrobků a služeb, ale i o kvalitu managementu, ekonomické výsledky, vztah k zaměstnancům, zákazníkům a dodavatelům. Samozřejmě se posuzuje i ohleduplnost k životnímu prostředí nebo

společenská odpovědnost. Jiné obdobně komplexní hodnocení na světě neexistuje, a proto mají Národní ceny kvality tak vysokou mezinárodní prestiž.“

V České republice je organizována celá řada soutěží firem a organizací, které různými způsoby hodnotí soutěžící podle některého z řady kritérií. Žádné jiné ocenění však není udělováno na základě mezinárodně platných pravidel

a žádné neumožňuje vítězným firmám přímo postoupit do nejprestižnější mezinárodní soutěže! V současnosti také na světě neexistuje jiný model hodnocení, který by dokázal komplexně a zcela objektivně porovnat firmy různých oborů i velikostí. Jediným modelem, který toto srovnání umožňuje, je EFQM model, případně jeho obdoby v mimoevropských zemích.

EFQM excellence model byl vyvinut na konci 80. let na zakázku největších evropských firem (např. Philips, Siemens, Renault) jako odpověď na zaostávání Evropy za japonskou a americkou konkurencí. Spojuje ty nejlepší manažerské postupy z celého světa. Umožňuje managementu odhalit slabá místa organizace a ještě lépe využít silné stránky. I proto ho dnes úspěšně používá přes 30 000 evropských firem všech oborů a velikostí.

Malá známost modelu a jeho výsledků je největší překážkou jeho rozšíření v ČR. I vítězové Národní ceny kvality přiznávají, že dostávají nadšené gratulace od svých zahraničních partnerů, zatímco těm českým musí složitě vysvětlit, co že to vlastně získali. Bohužel, za malé rozšíření modelu platí naše země vysokou cenu v podobě zbytečně nižší efektivity firem a v jejich menší mezinárodní konkurenceschopnosti. Dlouhodobé mezinárodní statistiky totiž hovoří jasně: Firmy, které model využívají, dosahují zlepšení hospodářských výsledků o 40–60 % oproti těm, které modelu nevyužívají. Výrazná zlepšení výsledků můžeme vidět i u organizací veřejné správy a dalších nekomerčních organizací. **(red)**



Akreditace přidala laboratořím ÚHK T na světovosti

Významnou událostí v životě Ústavu hematologie a krevní transfúze v Praze se stalo nedávné slavnostní předání Osvědčení o akreditaci Komplementu laboratoří, které převzal ředitel ÚHK T, profesor Marek Trněný z rukou ředitele Českého institutu pro akreditaci, o. p. s., Ing. Jiřího Růžičky MBA.

Byl tak završen více než půl druhého roku trvající náročný proces vytváření podmínek pro získání akreditace ČSN EN ISO 15189, který se v rámci ÚHK T týkal pěti laboratoří v klinickém úseku, čtveřice laboratoří na transfuziologickém úseku, tří laboratoří na výzkumném úseku a oddělení cytogenetiky, společného pracoviště ÚHK T a VFN Praha. Laboratorní pracoviště ÚHK T představují v České republice unikátní soubor národních referenčních i dalších laboratoří s působností pro celou republiku. V průběhu akreditace, jak uvedl Ing. Jiří Růžička MBA, ředitel Českého institutu pro akreditaci, o. p. s., který je národním akreditačním orgánem založeným Českou republikou, nebyly v žádné z posuzovaných laboratoří zjištěny systémové

ani odborné neshody, které by vydání Osvědčení bránily, což je rovněž velice unikátní výsledek. Tato akreditace má celosvětovou platnost, což z Komplementu laboratoří ÚHK T dělá celosvětově uznávané pracoviště, a jak při slavnostním předání Osvědčení zdůraznil ředitel ÚHK T profesor M. Trněný, tohoto úspěchu by se nepodařilo dosáhnout bez významného přispění týmu vedeného profesorem Janem Evangelistou Dyrem.

A jaký smysl a význam akreditace plní? Poskytování akreditovaných služeb zajišťuje uznávání výsledků činnosti akreditovaných subjektů. Při dodržování celosvětově uznávaných standardů fungují dané obory účinně a efektivně a konečně, akreditace patří mezi osvědčené způsoby, jak rozpoznat organizace, které splňují a stabilně dodržují vysoké standardy kvality – což je pravidelně kontrolováno – od ostatních organizací. V případě laboratoří s celostátní působností a mezinárodním dosahem je zmíněný úspěch o to cennější, neboť se dotýká zdraví nás všech.

(nov)

ČESKÝ INSTITUT PRO AKREDITACI
obecně prospěšná společnost

Zabezpečuje akreditaci:

- zkušebních laboratoří
- zdravotnických laboratoří
- kalibračních laboratoří
- certifikačních orgánů pro certifikaci výrobků, systémů jakosti, EMS a osob
- inspekčních orgánů
- environmentálních ověřovatelů (program EMAS)
- organizátorů programů zkoušení způsobilosti

Kontakty:
Český institut pro akreditaci, o. p. s.
Opletalova 41, 110 00 Praha 1
Tel.: +420 221 004 501
fax: +420 221 004 408
e-mail: mail@cai.cz
www.cai.cz

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
Ekonomické služby – Pozemkový servis Společnost Ekonomické stavby (ES), přední výrobce zděných rodinných domů v České republice, na Slovensku a v Polsku, představila exkluzivní klientskou službu Pozemkový servis, která šetří zájemcům o stavbu rodinného domu starosti s vyhledáváním vhodné lokality. Ekonomické stavby přinášejí svým klientům širokou nabídku stavebních pozemků s cílem ulehčit jim proces vyhledávání vhodného místa pro jejich budoucí rodinný dům. ➡	Kooperativa informuje o stavu škody Po možnosti sledovat vývoj pojistné události na internetu přichází Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group, se zasláním informací o stavu pojistné události na mobilní telefon. Novou službu mohou využívat klienti v rámci pojištění majetku, odpovědnosti a pojištění motorových vozidel. Stačí, když nám zašlou krátkou textovou zprávu ve tvaru STAV SKODY 0123456789 (kde 0123456789 představuje číslo příslušné škody) na telefon +420 736 305 667. ➡	Manažeři chtějí politickou stabilitu Dvě třetiny tuzemských manažerů považují za největší problém České republiky politickou nejistotu a stav společenské morálky, zejména politiků. Tento názor vyplývá z právě vyhodnocované ankety mezi mnoha desítkami manažerů, kteří jsou nominováni na udělení prestižní ceny v soutěži Manažer roku 2009. Manažeři si nestěžovali na dopady krize, nýbrž poukazovali na upadající morální stav společnosti, a zejména politiků a apelovali na politické elity a jejich morální vlastnosti. ➡	Češi podporují obnovitelné zdroje Podle agentury STEM/MARK jsou obnovitelné zdroje energie obecně vnímány velmi pozitivně. Třetina dotazovaných je ochotna si za elektřinu z obnovitelných zdrojů připlatit, avšak průměrná částka, kterou jsou lidé ochotni zaplatit, se oproti minulému průzkumu snížila o polovinu. Výzkum ukázal, že lidé vnímají obnovitelné zdroje jako přínosné, ale jejich podpora musí být přiměřená možností. Lidé jsou ochotni přispívat na obnovitelné zdroje podstatně méně než před půl rokem. ➡

Pomalý nástup hospodářského růstu eurozóny bude v následujících letech brzdou i pro českou ekonomiku

Přestože se největší země Evropské hospodářské a měnové unie dostaly v loňském roce z ekonomické recese mezi prvními, nejbližší měsíce budou pro eurozónu ještě velmi náročné. Podle čtvrtletní ekonomické prognózy společnosti Ernst & Young se letos předpokládá pouze 1% růst HDP a v roce 2011 1,6%. Navíc se bude nadále zvyšovat míra nezaměstnanosti, a to až do poloviny roku 2011, kdy by mělo být v celé eurozóně bez práce více než 17 milionů lidí. HDP eurozóny se podle prognózy vrátí na předkrizovou úroveň až v polovině roku 2012, kdy začne klesat i nezaměstnanost. Ekonomické oživení však nebude probíhat ve všech zemích eurozóny stejným tempem. Na Českou republiku měla recese v eurozóně výrazný dopad. Vzhledem k tomu, že více než 85 % vývozu České republiky směřuje do zemí EU, se v následujících několika letech očekává jen velmi pomalý růst HDP. V roce 2013 by měl u nás činit 4,5 %.

Nová čtvrtletní ekonomická prognóza Ernst & Young Eurozone Forecast vychází z modelu Evropské centrální banky (ECB) a podrobně analyzuje makroekonomické trendy v rámci celé eurozóny i v každém z jejích 16 členských států.

„Eurozóna je již s největší pravděpodobností z recese venku, ale její ekonomické oživení je zatím velmi křehké. Pořád se potýká se spoustou problémů, které ještě umocňuje finanční krize v Řecku. I když věříme, že se blýská na lepší časy, podle našich odhadů se ekonomika eurozóny na úroveň před krizí nevrátí dřív než v polovině roku 2012, tedy až pět let od jejího začátku,“ sdělila Marie Dironová, která se na přípravě čtvrtletních prognóz podílí jakožto senior konzultant Ernst & Young.

Dvourychlostní Evropa rozdělena na Sever a Jih

Ekonomické oživení nebude probíhat ve všech zemích eurozóny stejným tempem. Jak ukazuje vývoj posledních několika měsíců, některé státy se potýkají s vážnými fiskálními potížemi. Není to jen případ Řecka, ale také Portugalska, Španělska, Irsko a v menší míře rovněž Itálie. Důsledkem toho bude, že rozdíl mezi Severem a Jihem se budou ještě více zvětšovat.

„Zatímco hospodářství Německa, Francie a zemí Beneluxu pomalu, ale jistě nabírá na obrátkách, jižní státy eurozóny spolu s Irskem musí zaměřit veškeré úsilí na snížení rozpočtových deficitů. Proto očekáváme, že ve Středozeří a v Irsku bude růst HDP v následujících dvou letech průměrně jen 0,6 %. Naproti tomu v Německu, Francii a v Beneluxu to bude trojnásobek (1,8 %),“ vysvětlila M. Dironová.

Přitom v minulosti byla situace zcela opačná. Řecká, irská, portugalská a španělská ekonomika rostly v posledních pěti letech před vypuknutím krize průměrně o 3,5 % ročně, jejich severní sousedé jen o 2 %. Zatímco tedy před krizí se tradičně slabší jižní ekonomiky na ty silnější dotahovaly, v nejbližších několika letech se rozdíl mezi zeměmi eurozóny budou naopak prohlubovat.

Česká republika

„Českou republiku pojí se zeměmi Evropské hospodářské a měnové unie úzké obchodní

i investiční vazby, takže recese v eurozóně na ni měla výrazný dopad. Tato provázanost bude s velkou pravděpodobností také příčinou pomalého ekonomického oživení. Po loňském 4,1% poklesu se v ČR v letošním roce očekává růst HDP pouze 1,7%,“ upozornila Magdalena Souček, vedoucí partnerka Ernst & Young v České republice.

V období před ekonomickou krizí vykazovala Česká republika výrazný ekonomický růst a životní úroveň se rychle přibližovala západním standardům, a to především díky masivním investicím – zejména do automobilového průmyslu, jehož



JAKÁK JAZYKOVÁ BARIÉRA PŘI OBCHODNÍCH JEDNÁNÍCH? CIFRY JSOU NAŠTĚSTÍ MEZINÁRODNÍ.

vývoz směřoval hlavně do zemí EU. Očekávaný pomalý nástup ekonomického růstu eurozóny bude tedy v následujících několika letech zpomalovat i oživení české ekonomiky. Negativní dopad na automobilový průmysl jakožto klíčové odvětví českého hospodářství bude mít také fakt, že výrobní kapacity v Evropě jsou v tomto odvětví předimenzované. Navíc musí Česká republika snížit schodek státního rozpočtu, který se pro rok 2009 i 2010 odhaduje cca na 5,5 % HDP, což bude ekonomickou aktivitu dále omezovat. V důsledku těchto faktorů a s ohledem na skutečnost, že více než 85 % vývozu směřuje do zemí EU, se v následujících několika letech očekává jen velmi pomalý růst HDP, který by měl v roce 2013 dostat ke 4,5 %. Negativní vliv na vývoj spotřebitelské poptávky bude mít rovněž vysoká míra nezaměstnanosti, která se kvůli poklesu výroby blíží 10 %.

Kvůli rostoucímu schodku státního rozpočtu a citlivé vnitropolitické situaci musela Česká republika zatím odložit vstup do eurozóny. Původně

bylo přijetí eura stanoveno na rok 2010, poté byl termín odložen na rok 2012 a nyní na neurčito. Odklad souvisí mimo jiné s rostoucí naléhavostí radikálních změn ve veřejných financích, v systému zdravotní péče, penzijním systému a na pracovním trhu.

Eurozóna – do roku 2012 minimální růst HDP

Očekává se, že se slabým růstem HDP se bude Evropa potýkat až do roku 2012. V polovině loňského roku se sice v některých velkých evropských zemích objevily první náznaky ekonomického oživení, ale v letošním prvním čtvrtletí se růst eurozóny opět zpomalil.

Podle M. Dironové může za tento nepříznivý vývoj především konec šrotovného a výjimečně chladné počasí, které na počátku roku panovalo víceméně na celém evropském kontinentě. „V průběhu letošního roku by měl HDP začít růst, i když zatím jen nepatrně, a to díky oživení mezinárodního obchodu, na který bude mít pozitivní vliv posílení americké ekonomiky a ekonomik některých asijských zemí a také rostoucí domácí poptávka,“ řekla.

Další zvýšení nezaměstnanosti

I nejsilnější země eurozóny, jako Francie či Německo, se budou potýkat s dalším úbytkem pracovních míst. Prognóza sice nepočítá s žádným dramatickým nárůstem nezaměstnanosti, nicméně HDP podle ní musí začít růst rychlejším tempem, aby se produktivita práce opět dostala na úroveň v době před krizí a vznikala nová pracovní místa. Podle prognózy společnosti Ernst & Young by se míra nezaměstnanosti v eurozóně měla ze současných 16 milionů v roce 2011 zvýšit ještě o další milion. Jak upozorňuje Mark Otty, vedoucí partner Ernst & Young pro region EMEA (Evropa, Střední východ, Indie a Afrika): „Důvěra evropských podnikatelů v ekonomiku je zatím poměrně slabá, a tak málo investují a nenajímají nové pracovníky.“

„I když v loňském roce HDP v celé eurozóně poklesl v průměru o 4 %, míra zaměstnanosti se snížila jen o necelá 2 %. Vládní balíčky a ochranná pracovní právní legislativa totiž pomohly zmírnit přímý dopad ekonomické krize na občany. Pokud ale evropské podniky chtějí být zase konkurenceschopné, musí počty svých zaměstnanců dále snížit. Předpokládáme, že propouštět se bude ještě i letos a v příštím roce,“ doplnila M. Dironová.

Rozpočtové škrty brzdou ekonomického růstu

Kvůli řecké krizi bude muset celá eurozóna posílit fiskální disciplínu, a to podstatně rychleji, než se

původně předpokládalo. Podle prognózy ve zprávě by mělo v následujících letech dojít k významnému snížení schodků státních rozpočtů, konkrétně z průměrných 7 % HDP v letošním roce na méně než 3 % v roce 2014. Tato opatření však budou mít na oživení ekonomiky ve střednědobém výhledu negativní vliv.

Krátkodobá opatření by se s ohledem na zásadní problémy, které před zeměmi eurozóny a ECB stojí, měla nadále soustřeďovat na ekonomický růst a zvyšování zaměstnanosti. ECB by měla případné zvýšení úrokových sazeb odložit až na druhou polovinu roku 2011, zvláště když řada bank má za stávajících podmínek malý zájem začít půjčovat.

„Zdá se, že ekonomiku eurozóny čeká v následujících měsících ještě řada překážek. Až se úrokové sazby začnou konečně zvyšovat, bude jejich růst jen pozvolný, protože ECB bude muset zohlednit dopady, které bude mít ukončení záchranných vládních balíčků a citelné posílení fiskální politiky,“ uvedla M. Dironová.

Recese ve tvaru písmene W nepravděpodobná

I když podle nedávno zveřejněné ekonomické prognózy nehrozí, že by recese měla tvar písmene W, jak upozornila M. Dironová, úplně vyloučit tuto alternativu nelze. „Pravděpodobnost krizového scénáře ve tvaru W, podle něhož eurozóna sklouzne ve druhé polovině letošního roku znovu do recese, je kolem 20 %. Je zde totiž určité nebezpečí, že obavy o udržitelnost veřejných financí evropských zemí vážněji poškodí důvěru řady finančních trhů. Jakékoli zpomalení tempa globálního ekonomického oživení bude mít na Evropu výrazně negativní dopad.“

Nicméně mnohem pravděpodobnější než recese ve tvaru písmene W je velmi pomalý start ekonomického růstu, který bude znamenat, že většina států eurozóny se na předkrizovou úroveň své ekonomické aktivity dostane teprve v roce 2012. To ovšem znamená, že eurozóna na tom bude v porovnání s dalšími hlavními regiony světa o něco hůře.

„Finanční krize a následná recese Západu jasně ukázaly, že dochází k přesunu kapitálu a bohatství z rozvinutých do rozvíjejících se zemí. I kdyby eurozóna od roku 2012 rostla 2% tempem, bude její růst – kvůli loňskému 4% poklesu – fakticky nevýznamný. Zejména v době, kdy americká ekonomika poroste průměrně o 3 % ročně, a asijské státy dokonce o 5 až 6 %. Evropské vlády a politici by proto měli rychle začít přemýšlet o tom, jak tuto prohlubující se propast překlenout,“ podotkl M. Otty.

(tz)

UniCredit Bank a Partners zahájily spolupráci

UniCredit Bank Czech Republic, která je součástí největší finanční skupiny ve střední a východní Evropě UniCredit Group, a největší finančně poradenská společnost Partners For Life Planning na dubnové tiskové konferenci v Praze oznámily navázání spolupráce v oblasti retailového bankovníctví. Na bankovní trh vstupuje nová značka Partners bankovní služby (značka UniCredit Bank), která bude postavena na produktové základně UniCredit Bank, klientský servis zajišťuje společnost Partners prostřednictvím svých klientských center a finančních poradců. Obě společnosti od spolupráce očekávají navýšení tržního podílu a lepší servis pro klienty.

Spolupráce s Partners je jedním z konkrétních kroků v záměru UniCredit Bank posilovat tržní podíl v segmentu služeb pro občany. „Partners bankovní služby jsou novým směrem v poskytová-

ní bankovních služeb, který je založen na synergii výhodných bankovních produktů, profesionálních finančních poradců a nových obchodních míst. Od spolupráce očekáváme nárůst počtu retailových klientů,“ uvedl Jiří Kunert, generální ředitel UniCredit Bank.

Společný projekt počítá s dalším rozšiřováním distribučních kanálů. Společnost Partners jako největší finančně-poradenská společnost v České republice disponuje sítí 2000 profesionálních finančních poradců, kteří působí ve 160 kancelářích po celé ČR. Od loňského roku také postupně vznikají reprezentativní klientská centra. Každé klientské centrum Partners banky bude vybaveno bankomatem a koutkem pro internetové bankovníctví.

Finanční poradci Partners budou produkty UniCredit Bank nabízet pod uceleným konceptem, který klientům nabídne komplexní péči o jejich

finanční prostředky. „Již delší dobu jsme hledali způsob, jak našim klientům nabízet skutečně ucelené portfolio finančních služeb. Až do této chvíle nám do mozaiky nabízených finančních produktů chyběly pouze bankovní služby. Nyní začneme našim klientům nabízet běžný a spořicí účet, kreditní kartu a zvýhodněnou hypotéku. Řídíme se heslem: Partners, bankovní služby JINAK,“ uvedl Tomáš Prouza, ředitel péče o klienty a člen představenstva Partners.

Mezi výhodné produkty Partners bankovní služby bude patřit běžný účet, nastavený podle potřeb lidí, kteří aktivně pečují o své peníze. V ceně 89 Kč za Partners konto obdrží klienti osm nejvyužívanějších bankovních produktů, jako jsou například všechny transakce na základě trvalého příkazu, deset dalších jednorázových transakcí, všechny výběry z bankomatů UniCredit Group kdekoli v Evropě, online banking, debetní kartu, vklady a výběr hotovosti na pobočkách, vedení kontokorentu a podobně. Součástí balíčku je také

Spořicí účet, klienti mohou využít i kreditní kartu s předschváleným úvěrovým rámcem podle toho, jaké portfolio jiných finančních produktů již klient Partners má.

Spořicí účet v rámci Partners konta svým nastavením úročení odráží zkušenosti finančních poradců Partners, podle kterých udržují lidé na kontě pohotovostní rezervu ve výši 80 až 100 tisíc korun. Ta také zhruba odpovídá doporučenému peněžnímu polštáři: čtyřnásobku měsíčních výdajů. Spořicí konto proto nabízí pásmové úročení zůstatku. Sazba se pohybuje od jednoho do tří procent, úrok 3 % se aplikuje na část vkladu od 50 do 100 tisíc Kč.

Díky spolupráci s UniCredit Bank nabídnou finanční poradci Partners klientům kromě poradenského servisu také zajímavé podmínky hypotečních úvěrů. Výhodou Partners hypotéky je atraktivní úroková sazba, rychlé zpracování a sleva v případě pořízení úvěrového pojištění, Partners konta a kreditní karty.

(tz)

Stoupající kvalita našich služeb závisí i na spolupráci s vládou a mírou regulace

Za částečnou satisfakci dosavadního nezájmu ze strany představitelů státu i legislativních orgánů považuje Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR) historicky první setkání se členy vlády ČR, které proběhlo ve spolupráci a v prostorách Vysoké školy ekonomické v Praze, ve středu 24. března. Obchodníci a podnikatelé v cestovním ruchu tak mohli na tomto setkání na nejvyšší úrovni přednést své požadavky a postoje k možnému rozvoji maloobchodu a cestovního ruchu v ČR, který se podílí na tvorbě HDP a zaměstnanosti v naší zemi 16 %.

Právě proto je podle SOCR ČR nutné věnovat této oblasti větší pozornost, než tomu bylo doposud. „Především je nutné podporovat konkurenceschopnost a celkový rozvoj malého a středního podnikání, které tvoří přes 90 % z celkového počtu podnikatelských subjektů v těchto oborech,“ zdůraznil prezident SOCR ČR Zdeněk Juračka.

To připustil v průběhu setkání několikrát i premiér ČR Jan Fischer, který ve svém vystoupení uznal nejen význam obchodu a cestovního ruchu pro české národní hospodářství, ale konstatoval, že uvedená oblast nebyla obvykle v hledáčku zájmu exekutivy a státních institucí. Setkání se spolu s premiérem zúčastnili čtyři ministři vlády, a to ministr financí Eduard Janota, ministr práce a sociálních věcí Petr Šimerka, ministr pro místní rozvoj Rostislav Vondruška a ministr zemědělství Jakub Šebesta. Přítomni byli i dva náměstci ministrů – za školství Petr Špirhanzl a za průmysl a obchod Erik Geuss.



Nosným tématem setkání, které se konalo i jako součást akcí k 20. výročí založení SOCR ČR, bylo nejen zvýraznit povědomí o pozici a roli obchodu, pohostinství a cestovního ruchu a prezentovat jeho potíže a požadavky, ale také demonstrovat připravenost podnikatelů v těchto oborech ke zkvalitnění jejich služeb a podpoře zaměstnanosti. K tomu však potřebují lepší a korektní podnikatelské prostředí, odstranění nadbytečné regulace a užší vzájemnou součinnost. „To, po čem voláme a kde skutečně potřebujeme spolupráci také s vládou ČR, je respekt k našemu podnikání a uznání jeho postavení a role ve společnosti,“ podotkl Zdeněk Juračka.

Jednání se dotklo celé řady konkrétních aktuálních problémů, počínaje dopady probíhající krize na odvětví včetně podmínek, které by ji podnikatelům pomohly překonat. Tématem byly i vztahy mezi dodavateli a obchodníky (nadby-



Ing. Zdeněk Juračka, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR

tečnost až škodlivost zákona o významné tržní síle a jejím zneužití byla několikrát zmiňována), slíbené, ale neuskutečněné snížení sazby DPH pro pohostinství či nutnost úpravy vízového styku s ruskými, popřípadě dalšími obcany ze zemí bývalého Sovětského Svazu. Zazněla i ostrá kritika toho, že od roku 2004 není umožněn malým a středním podnikatelům v SOCR ČR přístup k evropským penězům z Operačního programu určeného na podporu malého a středního podni-

kání (OPPI), což obchodníci považují za zcela diskriminační.

Z reakcí členů vlády ale vyplynulo, že kabinet by mohl některé požadavky splnit. Ministr financí Eduard Janota například přislíbil přehodnocení struktury podnikatelů, kteří mohou využít podpory v rámci OPPI. „Pokud se ukáže, že v sousedních zemích maloobchod takové podpory čerpá, dá se to u nás změnit,“ uvedl Eduard Janota. Stejně tak ministr pro místní rozvoj Rostislav Vondruška konstatoval, že letos poprvé vyčlenil jeho rezort 100 milionů korun na podporu cestovního ruchu formou 50% příspěvku na vytváření turistických příležitostí. Náměstek ministra průmyslu a obchodu Erik Geuss také přislíbil revizi některých současných předpisů s cílem snížit nároky kladené tuzemskou legislativou na podnikatele včetně maloobchodu, které jdou nad rámec předpisů EU. Za obchodníky se také nepřímo postavil ministr zemědělství Jakub Šebesta, který odsoudil jakékoli praktiky očeňující kohokoli v trojúhelníku zemědělec – zpracovatel – obchodník.

SOCR ČR proto považuje setkání s vládou ČR za velmi přínosné a věří, že se po zásluze podařilo nejen upozornit na významné obory, ale i nastartovat novou tradici podobných diskuzí mezi podnikateli a vládou.

(tz socr ČR)

Změny ve vedení České plynárenské unie

Na tradičním jarním setkání představitelů České plynárenské unie (ČPU) s novináři se představil nový generální sekretář této organizace – Ing. Oldřich Petržílka, který v této funkci nahradil po pěti letech odcházejícího Ing. Josefa Kastla. V dubnu byl jmenován rovněž prezidentem České plynárenské unie.

Ing. Oldřich Petržílka působí v plynárenském oboru již 36 let, především v oblasti koncepce a strategie. Tři roky vedl také odbor plynárenství a kapalných paliv na Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. V ČPU pracuje od roku 2003 a do svého zvolení generálním sekretářem zastával funkci senior manažera. Ing. Oldřich Petržílka je současně českým zástupcem v Programovém výboru C „Trh s plynem“ a v Task Force „Plyn a geopolitika“ Mezinárodní plynárenské unie a ČPU zastupuje v mezinárodní asociaci Eurogas.

Jak bývá na těchto setkáních tradicí, hovořilo se rovněž o novinkách v oboru. Evropská komise přidělila České republice dotace ve výši 35 milionů

eur na financování rozšíření skladovacích kapacit podzemních zásobníků plynu. Podle Ing. Lubora Veleby, jednatele RWE Gas Storage, se dotace využijí pro podzemní zásobníky plynu Třanovice a Tvrdonice. Dalšíh přibližně 9,5 milionu eur získaly tři projekty společnosti NET4GAS na zpětný tok plynu a mezinárodní propojení s Polskem. Co se týče spotřeby zemního plynu, v České republice to v loni bylo zhruba 8,16 miliard m³, tedy o 6 % méně, než v roce 2008. O 6,4 %

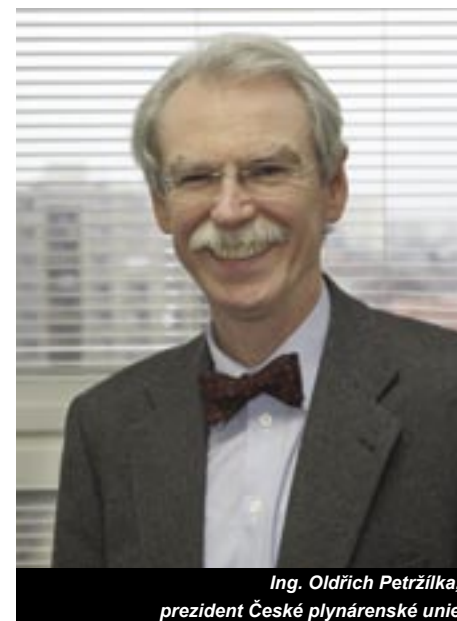


ČESKÁ PLYNÁRENSKÁ UNIE
CZECH GAS UNION

poklesla rovněž spotřeba zemního plynu v zemích evropské sedmadvacítky, která podle prvních odhadů v roce 2009 dosáhla 484 miliard m³. Největší měrou se na struktuře dodávek plynu do EU 27 podílí vlastní těžba (36 %), mezi nejvýznamnější externí dodavatele patří Rusko (22 %), Norsko (19 %) a Alžírsko s 10 %. Rychle roste podíl zkapalněného zemního plynu LNG, dováženého z celé řady nezávislých zdrojů. V zemích EU tvoří podíl zemního plynu na výrobě elektřiny 21 %, zatímco

v ČR pouze 4,7 %. Podle posledních průzkumů se předpokládá růst spotřeby zemního plynu jak u nás, tak i v ostatních zemích Unie. Celosvětově spotřeba zemního plynu roste meziročně o 1,6 % a předpokládá se, že do roku 2030 dosáhne 4,3 bilionu m³.

Na vyšší spotřebě zemního plynu by se měl stále více podílet rovněž stlačený zemní plyn (CNMG) – alternativní pohonná hmota. Podle Mezinárodní asociace vozidel na plyn (ANGV) se v následujících 10 letech na silnicích objeví minimálně dalších 50 milionů aut na zemní plyn a podíl CNG vozidel by celosvětově mohl dosáhnout až 9 %. Zemní plyn v dopravě boduje především z hlediska bezpečnosti, úspor nákladů a šetrnosti k životnímu prostředí. V Evropě by mělo do deseti let jezdit asi 23,5 milionu CNG vozidel a v provozu bude kolem 20 tisíc plnicích stanic. U nás je v současnosti v provozu 25 veřejných CNG stanic, dalších sedm bude otevřeno



Ing. Oldřich Petržílka, prezident České plynárenské unie

letos a do roku 2020 by se měla tato síť rozšířit na celkových 400. Samozřejmě za předpokladu plné státní podpory rozvoje alternativních paliv v dopravě.

(nov)

Výrobní družstva na ploše veletrhů

Společné veletržní prezentace družstevních výrobců pod hlavičkou Svazu českých a moravských výrobních družstev jsou proslulé. Také letos měli možnost odborníci i návštěvníci z řad široké veřejnosti prohlédnout si, co všechno výrobní družstva nabízejí.

Například na veletrhu STYL v Brně se bylo načítat. Zaujaly například výsledky tvůrčího spojení předních oděvních družstev – Modela Pardubice, Moděva Konice a Vývoj Třešť s návrhářkou Libnou Rochovou.

Jedná se o nový projekt Tvůrčí dílna Liběny Rochové, ve kterém své síly spojili mladí návrháři s výrobními firmami – vzniká tak zcela nový design kolekci zúčastněných firem. Hlavním cílem je inovace, svěží pohled na tvorbu nových modelů a možnost společné prezentace. Věříme, že spolupráce je prospěšná jak pro výrobce, tak i pro mladé návrháře.

Dosavadní nabídka výrobních družstev se opírá o velmi kvalitně zpracované oděvy se zajímavě vzorovanými látkami. Nespornou výhodou mnoha z nich je využití nespočetné množství kombinací jednotlivých kusů oblečení. V nabízených kolek-



Jan Wiesner, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev

cích se odrážejí poslední módní trendy. Oděvy z našich družstev jsou zákaznicemi žádané též pro snadnou údržbu a dokonale střihy, které vycházejí vstříc potřebám zaměstnaných žen – jsou nadmíru praktické.

Veletrh EMBAX je vždy příležitostí, jak se nejen prezentovat v oboru, který v posledních letech doznal značného rozvoje, tedy ve výrobě obalů, kde jsou právě naše družstva dobře zapsaná do povědomí odběratelů. Jde zároveň o platformu, kde se

dá objektivně vysledovat, jaké jsou trendy, jakým směrem se ten který výrobce vydal, co požadují zákazníci. Nabídka vystavovaných výrobků jednotlivých družstev je velmi široká a pestrá, tvoří ji obaly pro potravinářství, kosmetiku, farmacie a pro reklamní účely. Použité materiály jsou papír, lepenka, dřevo a plasty.

Obaly výrobních družstev jsou vyváženy i do zahraničí. Např. Brněnská Drutěva Brno dodává své výrobky do Švédska, Německa a na Slovensko. Důbrava Valašské Klobouky vyváží na Slovensko a do Polska. Tvar Pardubice do Velké Británie, Rakouska, Švýcarska, Norska, Finska a Německa.

Pracovníci družstev kladou vysoký důraz na nezávadnost obalů a design, který je podstatný pro samotný prodej produktu. Zákazníci požadují pro vybrané obaly atesty zdravotní nezávadnosti, což je pro naše výrobce samozřejmostí.

V letošním roce jsme přivítali novinku brněnského výstaviště, a to spojení mezinárodního veletrhu bydlení MOBITEK s mezinárodním stavebním veletrhem IBF. Věříme, že toto spojení se kladně projeví na výsledcích obchodních kontaktů a napomůže i k dalším obchodním příležitostem.

Tradiční společná expozice výrobních družstev

je na veletrhu MOBITEK, kde pod záštitou Svazu českých a moravských výrobních družstev, ve společné expozici vystavují 3 družstva. Na 15. ročníku veletrhu IBF je zastoupeno 1 družstvo.

Nábytek výrobních družstev je proslulý svou kvalitou a pro zákazníky je zajímavý i tím, že rovněž odráží designové trendy. Nabídka interiérového, ale i exteriérového nábytku je opravdu velmi pestrá. Jedná se převážně o zakázkovou výrobu. Návštěvníci si na veletrhu mohou prohlédnout bytové a firemní interiéry, ale i nábytkové kování. S družstevním nábytkem se setkáváme na každém kroku, družstva vybavují svými výrobky hotely, kongresová centra, restaurace, divadla apod.

Jak si naši členové – výrobní družstva – vedli v roce 2009, je patrné z následující tabulky statistických údajů (v tis. Kč):

	Obrat	Export
Dřevozpracující a nábytkářská družstva	3 814 825	1 399 662
Výrobní družstva celkem	14 271 235	3 717 545

Jan Wiesner, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev

Čísla naznačují, že nových úvěrů ubylo, závazky po splatnosti však rostly

Podle statistik Bankovního a Nebankovního úvěrového registru bylo v roce 2009 poskytnuto 226 miliard korun nových bankovních úvěrů, což je o téměř 20 % méně než v roce 2008, a 33,7 miliardy korun nových nebankovních úvěrů. Vzrostl však podíl dlouhodobě nesplacených závazků na celkovém objemu úvěrů, a to u bankovních úvěrů z 0,57 % v prosinci 2008 na 0,69 % v prosinci 2009 a u nebankovních úvěrů z 2,08 % v prosinci 2008 na 2,86 % v prosinci 2009. Bankovní a Nebankovní úvěrový registr představil v reakci na rostoucí objem nesplacených závazků desatero, jak se zadlužovat odpovědně.

„Přestože se podíl dlouhodobě nesplacených závazků loni zvýšil, je v porovnání s většinou původních členů Evropské unie ještě relativně nízký. Nesmíme však zapomínat na to, že jde o statistiky finančních institucí, které se s využitím pozitivních úvěrových registrů snaží přistupovat k zadluženosti lidí odpovědně. U subjektů, které finanční situaci svých klientů nekontrolují a kompenzují to vysokou cenou peněz, bude situace pravděpodobně výrazně horší,“ řekl Petr Kučera, výkonný ředitel společnosti CCB – Czech Credit Bureau, která v Česku organizuje Bankovní a Nebankovní úvěrový registr a poskytuje jim technický servis.

Celkově bylo v roce 2009 poskytnuto 226 miliard korun nových bankovních úvěrů. Nejmenší objem úvěrů, 14,4 miliardy Kč, byl poskytnut v lednu, největší, 25,3 miliardy Kč, naopak v březnu. Nových nebankovních úvěrů bylo v roce 2009 poskytnuto 33,7 miliard korun. Celková hodnota financovaných smluv od začátku roku mírně rostla až do září, kdy narostla nejvíce v celém roce, celkem o 396,5 milionu korun. Poté nárůst objemu postupně klesal až na prosincových 268,6 milionu korun, což bylo v roce 2009 vůbec nejméně nově poskytnutých nebankovních úvěrů.

„Vývoj nových bankovních úvěrů v průběhu roku víceméně kopíroval vývoj nově poskytnutých hypoték a úvěrů ze stavebního

spoření, jejichž měsíční objem rostl od února až do července a poté až do konce roku stagnoval. Měsíční objem nových ostatních úvěrů stagnoval téměř celý rok s výjimkou března, kdy rovněž došlo k výraznějšímu nárůstu,“ řekla Zuzana Pečená, výkonná ředitelka společnosti CBCB – Czech Banking Credit Bureau, která v Česku provozuje Bankovní registr.

Závazky lidí po splatnosti však na rozdíl od objemu nových úvěrů rostly, problémy se splácením se přitom nevyhnuly žádné věkové skupině ani úvěrovému produktu. Největší podíl dlouhodobě nesplacených závazků na celkovém objemu úvěrů, 1,18 %, měli mladí lidé ve věku do 24 let. Nejméně rizikovou skupinou byli s 0,49% podílem naopak lidé ve věku od 30 do 34 let.

Mezi bankovní úvěry s nejvyšší mírou nesplácení patřily ke konci loňského roku provozní úvěry, u nichž dosáhl podíl dlouhodobě nesplacených závazků 11,4 %. Nej-

méně rizikovými úvěry byly naopak úvěry ze stavebního spoření s podílem 0,03 %. Mezi nebankovní úvěry s nejvyšší mírou nesplácení patřil u právnických osob a fyzických osob podnikatelů operativní leasing, u kterého dosáhl podíl dlouhodobě nesplacených závazků 2,94 %. U fyzických osob byla situace odlišná, mezi nejvíce rizikové úvěry patřily tradičně spotřební úvěry, kde míra nesplácení dosahuje 4,4 %.

„Problémy se splácením jsou často důsledkem předlužení, kdy si lidé berou více úvěrů, než jsou později schopni splácet. Proto již finanční instituce nesledují pouze prohršky lidí z minulosti, ale stále více se zajímají

i o celkovou úvěrovou historii klientů, kterou mohou nalézt v pozitivních registrech. Jen za poslední čtvrtletí k nám vstoupili tři noví členové včetně dvou největších poskytovatelů spotřebitelských úvěrů, Cetelem a Home Credit,“ řekl Karel Kolář, výkonný ředitel sdružení LLCB, které v Česku provozuje Nebankovní úvěrový registr.

Vstupem nových členů se počet firem zapojených do Nebankovního úvěrového registru rozrostl na 27 společností, které pokrývají přes 83 % trhu spotřebitelských úvěrů, ale i poskytovatele leasingu, kreditních karet nebo faktoringu. Spolu s Bankovním

úvěrovým registrem, jehož 22 členů pokrývá téměř 100 % bankovního trhu, tak mají nyní oba pozitivní registry dohromady 49 členů, kteří mohou využívat všech jejich výhod.

„Pozitivní úvěrové registry pomáhají úvěrový trh nejen chránit, ale i povzbuzovat. Na jedné straně omezují přístup k úvěrům lidem, kteří sice žádné negativní záznamy zatím nemají, každý další úvěr by je však už mohl dostat do velkého rizika nesplácení. Na druhé straně však umožňují finančním institucím poskytovat nové úvěry i lidem, kteří by se k nim kvůli negativnímu historickému záznamu jinak nedostali, a to i přesto, že riziko nesplácení je již u nich díky novodobé pozitivní historii velmi nízké,“ vysvětlil Petr Kučera, výkonný ředitel společnosti CCB – Czech Credit Bureau.

Zástupci Bankovního a Nebankovního úvěrového registru na únorové tiskové konferenci rovněž oznámili, že se budou ještě více snažit šířit mezi širokou veřejností zásady odpovědného zadlužování. V reakci na rostoucí podíl nesplacených závazků představili desatero doporučení, které radí lidem, co všechno mají zvážit před pořízením dalšího úvěru. Slibují si od toho zvýšení povědomí mezi lidmi o rizicích předlužení a o pravidlech finančního zdraví.

„Naším cílem není nahradit velmi cenné služby a rady různých poraden na ochranu spotřebitelů, kam se již dnes naučila řada lidí chodit pro doporučení v obtížné finanční situaci. Chceme tím především podnítit veřejnost k většímu přemýšlení i o rizicích spojených se zadlužováním a odpovědnějšímu přístupu k němu, protože prevence je vždy efektivnější než až následné řešení problémů,“ uzavřel Petr Kučera. (tz)



Credium na historicky nejlepší pozici mezi TOP 20 společnostmi

Společnost Credium v minulém roce postoupila na třetí místo mezi společnostmi financujícími osobní a užitkové vozy do 3,5 tuny, když rok předtím obsadila místo páté. Znamená to upevnění pozice mezi vedoucími firmami a je to současně nejlepší výsledek za třináctiletou historii na českém trhu. Společnost toho dosáhla jak důslednou prací s dealery, tak řadou nových aktivit.

Při pohledu na trh financování osobních a užitkových vozů do 3,5 tuny v roce 2009 zjistíme, že proti roku 2008 zaznamenal významný pokles, který dosáhl 34 %, kdežto společnost Credium vykázala mírnější pokles jen o 19 %. Leasing automobilů do 3,5 t (ve financované částce) celkově poklesl o 55 % a úvěry automobilů o 8 %. Naproti tomu společnost Credium zaznamenala rovněž pokles u leasingu, který dosáhl 58 %, ale u úvěrů naopak zaznamenala růst o 18 %. Výsledek je o to pozoruhodnější, že celkový pokles je nejmenší mezi TOP 5 společnostmi financujícími osobní a užitkové vozy a motocykly. Celková profinancovaná částka za všechny komodity dopravní techniky financované společností Credium přesáhla 4 miliardy

korun a počet loni uzavřených smluv se přiblížil 12 000.

V loňském roce zvýšila společnost Credium své aktivity ve značkovém financování. Zahájila na Slovensku financování skladových zásob dealerské sítě a současně i značkové financování vozů Fiat, Alfa Romeo a Lancia. Velkoobchodní i retailové financování začala loni dále poskytovat Mazdě, a to jak v ČR, tak na Slovensku a značce Hyundai Česká republika.

Ve značkovém financování vozů Fiat, Alfa Romeo a Lancia zaznamenala Credium v České republice nárůst průměrné měsíční penetrace z 24,2 % (2008) na 28,3 %, tzn. že na 100 prodaných automobilů jich bylo 28 financováno Crediem. Nárůstu obchodů dosáhla společnost i tím, že koncovým zákazníkům všech značek poskytuje prostřednictvím autosalonů širokou nabídku obchodních akcí, ve kterých se promítají různé pobídky, jako např. nulové navýšení, snížená úroková sazba, slevy na pojištění, pneumatiky nebo zabezpečení zdarma, a u značkových financování často i snížení pořizovací ceny vozidla.

Před koncem loňského roku rozšířila společnost svou nabídku v oblasti spotřebitelského

financování o osobní půjčku, kterou zákazník vyřídí pohodlně on-line na adrese www.nejlevnejšipujcka.cz. Vedle kreditních karet, kterých již od konce roku 2007 vydala společnost více než 11 000, je to další neúčelový produkt. Zájem je obrovský – od spuštění této půjčky v průměru přichází 100 žádostí denně. Zájem spotřebitelů potvrdil očekávání, že hotovostní půjčky mají budoucnost a tato půjčka získala velmi rychle své pevné místo v rodině finančních produktů Credium.

Jedná se o neúčelovou nebankovní půjčku s maximální výší 250 000 Kč, s volitelnou délkou splacení od 6 do 72 měsíců a s vyřízením zdarma. Zájemci vítají, že k poskytnutí půjčky není potřeba ručitele a že od obdržení všech podkladů je půjčka vyřízena do druhého pracovního dne. Všechny formality se přitom vyřídí pohodlně z domova.

Průměrně si zájemci půjčují okolo 100 000 korun. Credium v případě zájmu vyřeší také pojištění půjčky proti neočekávaným situacím prostřednictvím společnosti Cardif.

Dalším produktem uvedeným na trh v minulém roce je splátkový prodej. Jde o financování zboží formou úvěru, o který si zájemce může požádat přímo v síti vybraných obchodů. Po schválení a uzavření smlouvy, jež trvá pár minut, si zákazník může zboží ihned od-

nést. Splátkový prodej je určen na vybavení domácnosti, ale také na rekonstrukci bytu nebo třeba na dovolenou. Produkt mohou využívat pouze fyzické osoby. Oceňovanou předností nákupu na splátky je rychlé vyřízení smlouvy přímo ve vybraném obchodě bez nutnosti navštěvovat banku a není k němu potřeba ručitele. Zájemce si může zvolit délku úvěru i výši splátek. Na jednu smlouvu si přitom lze pořídit více druhů zboží nebo služeb a není potřeba žádná hotovost.

Celkem o zákazníky Credia pečují asi dvě stovky zaměstnanců sídlících v pražské centrále a ve 12 pobočkách v celé ČR.

Credium rozšířila v roce 2009 svoji působnost i na slovenský trh, a to prostřednictvím dceřiné společnosti Credium Slovakia, a.s.

(tz)

Internetový portál usnadní zaměstnavatelům komunikaci s Penzijním fondem České spořitelny

Penzijní fond České spořitelny (PFČS) nabízí zaměstnavatelům, kteří zasílají příspěvky na účty penzijního připojištění u PFČS svým zaměstnancům, internetový portál pro zaslání rozpisů plateb. Díky novince mohou zaměstnavatelé získávat zpětnou vazbu o stavu svých plateb, online přístup k formulářům pro žádosti

a reporty zasílaných rozpisů. Registrace i využívání portálu je pro všechny zaměstnavatele zdarma.

„Vždy jsme se snažili zajistit zaměstnavatelům maximální servis a podporu při zaslání příspěvků svým zaměstnancům. Věříme, že právě portál zjednoduší posílání rozpisů všem pracovníkům

ve firmách, se kterými spolupracujeme,“ uvedl Jan Barták, ředitel úseku obchodu a marketingu Penzijního fondu České spořitelny.

Portál je komfortním a bezpečným způsobem komunikace s PFČS. Citlivá osobní data jsou chráněna pomocí šifrování.

PFČS v současnosti spolupracuje s téměř

10 tisíci zaměstnavateli, kteří přispívají na účty svých zaměstnanců. Zákon o dani z příjmu umožňuje zaměstnavateli zahrnout příspěvky na penzijní připojištění do daňově uznatelných nákladů. Příspěvek zaměstnavatele je také v plné výši osvobozen od platby sociálního a zdravotního pojištění. (tz)

Kdo není vidět, jako by nebyl

V současné době přichází agentura na podporu obchodu CzechTrade s inovovaným projektem vytvořeným na míru potřebám českých firem. Nabízí jim technologicky i obsahově unikátní Adresář exportérů, jinými slovy on-line katalog českých vývozců. Adresář je prezentován nejen na internetu, ale také na mezinárodních výstavách, veletrzích a na webových stránkách všech zastupitelských úřadů ČR a více než třiceti zahraničních kanceláří CzechTrade.

Kompletní zápis obsahuje vedle firemního profilu také prezentaci jednoho produktu, produktové řady, nebo služby. Adresář tak může vašim potenciálním zákazníkům sloužit jako rychlý zdroj informací. Čeští exportéři jej ocení jako efektivní a levný způsob propagace na zahraničních trzích.

Vynalézavá prezentace

Díky optimalizaci pro internetové vyhledávače zlepšuje pozici vaší prezentace ve výsledcích vyhledávání na všech ve světě běžně používaných vyhledávacích portálech. Získáte profesionální překlady do šesti jazyků, které zvolíte z nabídky třinácti jazyků, a můžete je využít ve svých dalších propagačních materiálech. A pokud umístíte na vlastní firemní web odkaz na své stránky v Adresáři exportérů, obohatíte jej tak snadno o další jazykové verze své internetové firemní prezentace.

Argumenty, které mají cenu

Naději na úspěch při vyhledávání nových obchodních kontaktů významně posiluje aktivní zapojení zahraničních kanceláří CzechTrade. Jejich pracovníci využívají produktové prezentace z Adresáře exportérů při svých jednáních nebo při zpracování poptávek od zahraničních zájemců, kdy jim osobně nabízejí vhodné tuzemské firmy z Adresáře ke spolupráci.

Návštěvnost adresáře překračuje měsíční průměr třicet tisíc vstupů, z toho 75 % směřuje ze zahraničí. O výhodné investici se zajímavým benefitem vypovídají zkušenosti řady českých exportérů, kteří již inovovaný produkt agentury CzechTrade využili.

pokud vás nabídka zaujala, kontaktujte regionálního manažera CzechTrade: <http://www.czechtrade.cz/kontakty/czechtrade-v-regionech/>

(tz)

Aktuální nabídka

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

Vzdělávací akce jsou vedeny kvalifikovanými externími odborníky s dlouhodobými zkušenostmi a specialisty centrály i zahraničních kanceláří agentury CzechTrade.

**Odborné semináře
Teritoriální semináře
Kurzy
Firemní školení na zakázku
Exportní konference
E-learningové kurzy**

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

Ceny jsou uvedeny bez DPH 20 %.

Semináře agentury CzechTrade můžete financovat také prostřednictvím dotací z fondů EU (např. z programu „VZDĚLÁVEJTE SE“). Více informací na www.exportniakademie.cz.

Odborné a teritoriální semináře

Datum	Místo	Název semináře	Kód	Cena bez DPH
29. 04. 2010	Praha	Ukrajina – exportní a investiční příležitosti	970	Zdarma
29. 04. 2010	Zlín	Řízení zahraničního obchodu v době světové krize	984	2 200 Kč
05. 05. 2010	Praha	Financování exportu	960	Zdarma
05. 05. 2010	Brno	Daň z přidané hodnoty v zahraničním obchodě v roce 2010	993	2 200 Kč
12. 05. 2010	Praha	Intrastat	961	1 400 Kč
13. 05. 2010	Ostrava	Internet a marketingová komunikace jako podpora exportu	990	2 200 Kč
18. 05. 2010	Praha	Obchodní vyjednávání I.	962	4 900 Kč
25. 05. 2010	Praha	Obchodní vyjednávání II.		
20. 05. 2010	Ostrava	Business etiketa a networking	991	2 200 Kč
25. 05. 2010	Praha	Obchodní vyjednávání II.		
26. 05. 2010	Praha	Self-brand management	963	2 400 Kč
02. 06. 2010	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace I.	964	4 400 Kč
03. 06. 2010	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace II.		

Exportní akademie CzechTrade vás zve na semináře

Internet a marketingová komunikace jako podpora exportu 13. 5. 2010

Program semináře:

- co je Internet marketing, jaké formy existují
- jak pracují vyhledávače a jaké je chování uživatelů Internetu
- jaké jsou nejúčinnější metody oslovení zákazníků přes Internet
- jak má/nemá vypadat webová prezentace
- plánování marketingové strategie a taktiky
- marketingový komunikační mix pro internet
- cíle a volba taktiky
- sociální síť
- další komunikační nástroje

Výhodou internetového marketingu je přesné cílení, s mnohem nižšími náklady než u klasických médií a především s možností vše změřit a vyhodnotit.

Self-brand management 26. 5. 2010

Osobní branding je způsob, jak prodat sám sebe druhým.

Budování osobní značky jde za hranice marketingu a public relations. Autentický „osobní brand“ představuje cestu k úspěšnějšímu profesnímu i osobnímu životu. Vše co děláme a také vše, co se rozhodneme nedělat, komunikuje hodnotu a charakter naší osobní značky.

V procesu budování osobní značky lidé zjišťují a vyslovují svůj jedinečný hodnotový záměr (osobní či profesní), odlišují se od jiných a vyčnívají z davu. Svůj hodnotový záměr potom konzistentním sdělením a obrazem (představou) napříč komunikačními platformami zesílují a využívají k dosažení určených cílů. Tím si vytvářejí dobrou pověst, vážnost, důvěryhodnost a postavení expertů ve svém oboru. To je zvýhodňuje v jejich kariéře a vytváří jejich sebedůvěru.

- Úspěšní lidé využívají koncept osobní značky. Tento progresivní přístup k osobnímu a profesnímu rozvoji, vycházející z širšího rámce osobní identity je způsobem, jak vyniknout.
- Pomocí osobního brandingů si vyjasníte a budete využívat ty kvality a vlastnosti, které jsou pro vás jedinečné, tak, abyste se odlišili – od ostatních, od konkurentů, a zaujali své zákazníky, partnery, a snadněji si zajistili úspěch a vlastní spokojenost.
- V tomto workshopu se naučíte, jak účinněji vytvořit jasnější vizi a obraz, rámec svého jedinečného „příslibu hodnoty“ – jak tento návrh a příslib hodnoty pojmenovat, rozvinout, komunikovat, realizovat a udržet. Vytvoříte 6 příběhů, které charakterizují a vytváří vaši značku a podporují vaše osobní jméno.



PARTNER
PRO VÁŠ
EXPORT

ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU

ADRESÁŘ EXPORTÉRŮ VAŠE EFEKTIVNÍ PREZENTACE V ZAHRANIČÍ

Zápis v Adresáři exportérů Vám pomůže získat nové obchodní příležitosti a zvýší povědomí o výrobcích a službách Vaší firmy.

- Vyberte si ze 13 světových jazyků.
- Prezentujte svou firmu a své produkty na vysoce navštěvovaném portálu a 33 internetových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade.
- Prostřednictvím Adresáře se představte na světových výstavách a veletrzích.

Více informací na <http://exporters.czechtrade.cz>
a u regionálních exportních manažerů CzechTrade
ve Vašem kraji.



Adresář exportérů



CzechTrade

CzechTrade
Dittrichova 21,
128 01 Praha 2
Zelená linka pro export:
800 133 331

Servis CzechTrade

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

POCZ201057120	Čad	31. 03. 2010	30. 06. 2010	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Poptávka pro české firmy na stavbu a strojové vybavení jatek, a na zařízení na výrobu dlažebních kostek pro Čadskou republiku. Od firm, které by měly zájem o konstrukci jatek, se na místě očekává přítomnost alespoň jednoho francouzsky mluvícího technika. ➡
POCZ201057162	Ukrajina	30. 03. 2010	29. 06. 2010	structura@ukr.net	Ukrajinská stavební společnost Struktura, která se specializuje na výstavbu rodinných domků, poptává stavební ekopanely na bázi přírodních vláken a stébelnin. ➡
POCZ201057163	Francie	30. 03. 2010	29. 06. 2010	millogoardi@yahoo.fr	Francouzská firma, která se specializuje na tuto oblast, má zájem o spolupráci s firmou, která vyrábí zařízení pro biometrickou identifikaci – zařízení na snímání a zpracování otisků prstů. ➡
POCZ201057165	Slovensko	30. 03. 2010	29. 06. 2010	gregor.dolarin@etol.com	Společnost ETOL a.s. hledá české partnery pro spolupráci v oblasti potravinářského průmyslu, týkající se obilovin, arašídů, bioproduktů a nápojů. ➡

Pivovary i sladovny v ČR vyrobily loni méně, než se původně očekávalo

Pivovary sdružené v Českém svazu pivovarů a sladoven (ČSPS) vyrobily v roce 2009 o 5,9 % piva méně ve srovnání s rokem 2008. Produkce pro tuzemsko se snížila o necelých 5,9 %. Výrazně poklesla produkce výčepních piv, kterých pivovary vyrobily o 10,3 % méně. Naopak, ležáky zaznamenaly vzestup poptávky, byť jen nepatrný. V roce 2009 se jich vyrobilo o necelých 0,3 % více než v roce 2008. Poprvé za posledních 10 let poklesla produkce nealkoholického piva, jehož se vyrobilo o 1 % méně ve srovnání s rokem 2008. Export piva z České republiky zaznamenal poprvé v historii pokles. Vyvezlo se jej o 10,5 % méně než v roce 2008.

Domácí spotřeba piva zaznamenala výrazný posun od výčepních piv směrem k ležákům. Zatímco produkce výčepních piv pro domácí trh klesla o 10 %, ležáků se vyrobilo o necelých 5 % více. Konzumace nealkoholického piva v České republice zůstala v roce 2009 prakticky na stejné úrovni jako v roce předchozím. Poklesla po něm poptávka i v zahraničí.

„Tuzemské pivovarství je podobně jako jiná odvětví postiženo poklesem poptávky, i když to nelze říci o všech pivovarech. Projevuje se trend, na který upozorňujeme již po několikalet – pozvolný, ale trvalý přesun ke kvalitnějším pivům, ležákům,“ uvedl Ing. Jan Veselý, výkonný ředitel ČSPS. „Po dlouhých letech úspěšného a rychle rostoucího exportu se projevil pokles zájmu o české pivo rovněž v zahraničí jako důsledek ekonomické recese. Pokles domácí konzumace piv je do jisté míry zesílen omezením počtu zahraničních návštěvníků, výrazné skupiny konzumentů piva v České republice, která podle našeho odhadu výrazně jeho vnitřní spotřebu ovlivňuje,“ dodal Jan Veselý.

Domácí sladovny vyrobily v roce 500 387 t sladu, což je o necelých 3,8 % méně než v roce 2008. Pokračoval však růst exportu této suroviny a vyvezlo se celkem 238 789 t, tedy o více než 1,5 % ve srovnání s předchozím rokem. Jedná se o historicky druhý nejvyšší export českého sladu. Největší producentem sladu jsou Sladovny Soufflet ČR, které se na tuzemské produkci podílejí 69 % a na exportu

95 %. Tradičně nejvýznamnějšími odběrateli sladu z České republiky jsou Polsko, dále Rumunsko a Spolková republika Německo. Nově se mezi importéry českého sladu zařadilo Švýcarsko a nejdynamičtější nárůst dovozu od nás zaznamenalo Japonsko, které je za Velkou Británii šesté.

„Sladovnický sektor u nás je pochopitelně ovlivněn jednak poklesem poptávky po pivu na českém trhu, ale také změnou struktury piva, které se konzumuje, tedy přechodem na piva s nižší stupňovitostí,“ vysvětlil Ing. Richard Paulů, člen předsednictva ČSPS a generální ředitel Sladoven Soufflet ČR. „Pokles poptávky po sladu bude podle našich odhadů pokračovat také v letošním roce a ovlivní nejen cenu sladu, ale s největší pravděpodobností povede rovněž k další konsolidaci a restrukturalizaci tuzemských sladoven,“ doplnil Richard Paulů.

Zajímavý je vývoj obalů, především na domácím trhu. Poněkud překvapivě nejvyšší

sestup zaznamenala spotřeba lahvového piva, kde pokles dosáhl výše téměř 10 %. Mnohem menší posun je patrný u piva v sudech, činil 4,5 %. Nejdynamičtější nárůst oproti roku 2008 zaznamenáváme u piva dodávaného na trh v PET lahvích, prodej byl více než 45krát vyšší. Vzestup zaznamenal prodej minisoudků, jejich objem je však ve srovnání s jinými obaly zanedbatelný.

(tz csps)



Exportní průzkum HSBC: Znovuobjevené země bývalého SSSR a Asie

Nejatraktivnější exportní destinací českých společností podle aktuálního Exportního výzkumu, který provedla HSBC ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR, je i nadále díky své dostupnosti Evropská unie. Upřednostňuje ji 45 % dotázaných. Mezi oblíbenými exportními teritorii se však v době krize začínají ve větší míře objevovat i země bývalého Sovětského svazu a Asie.

Výsledky nejnovějšího Exportního výzkumu HSBC potvrzují oblíbenost Evropské unie coby nejatraktivnější exportní destinace pro české vývozce. V jejím rámci je nejvýznamnějším teritoriím Německo, které je českými vývozci upřednostňováno stejně jako země bývalého Sovětského svazu (19 %). V souvislosti s ekonomickou krizí se výzkum také zaměřil na nové exportní destinace českých vývozců. „Téměř jedna pětina dotázaných uvedla jako nové exportní teritorium země bývalého Sovětského svazu,

více než 10 % Asii,“ uvedl Tomáš Nymburský, ředitel exportních finančních služeb HSBC, a zároveň dodal, že obrat k rozvíjejícím se trhům má dlouhodobý charakter. Data z výzkumu také jasně ukazují, že 16 % českých společností bylo nuceno změnit cílové vývozní země v důsledku hospodářského poklesu.

Kvalitu služeb poskytovaných českým vývozci ze strany vládních organizací hodnotily oslovené subjekty nejčastěji jako dobrou (44 %). „Tři čtvrtiny dotázaných se pak shodly na tom, že je patřičné, aby se na podporu českých vývozců podílely kromě vládních organizací i další subjekty,“ přiblížil většinový postoj T. Nymburský a dodal: „Banky jsou běžnými partnery exportérů z oblasti komerčních subjektů, nabízejí produkty k ošetření rizik jejich podnikatelských aktivit. Díky pobočkové síti v 86 zemích světa může globální banka jako HSBC poskytnout českým vývozci

i cenné know-how v podobě dokonalé znalosti místního trhu.“

Jako nejdůležitější nástroj úspěšné expanze byla označena účast na veletrzích a kontrakčních výstavách. „Čtvrtina českých exportérů zřetelně upřednostňuje výstavy před jinými formami podpory, jako je využití specializovaných obchodních společností nebo obchodních misí do zahraničí,“ uzavřel Radek Pažout z Hospodářské komory ČR. Ta aktuálně nabízí účast na zajímavém projektu – podporu účasti na specializovaných veletrzích a výstavách v zahraničí. V nabídce naleznou exportéři přibližně 100 veletrhů, kterých se mohou účastnit s přímou podporou realizovanou prostřednictvím HKČR. „Účastník může čerpat na jednu veletržní akci až 120 000 Kč na zajištění plochy, expozice či doprovodných služeb, zároveň garantujeme odborné poradenství a konzultace a podporu komunikace v teritoriu,“ dodal R. Pažout.

(tz)

HSBC GRANT udělen do České Skalice firmě PROMA REHA

Rovný milion korun obdržela společnost PROMA REHA z České Skalice, vítěz grantové soutěže HSBC GRANT na podporu zahraničního obchodu. Na realizaci svého exportního projektu, dodávky nemocničních polohovacích lůžek na Arabský poloostrov, získá kromě finanční podpory i obchodní know-how české pobočky HSBC Bank plc, lídra v oblasti financování exportu. Za nejlepší růstovou strategii byla oceněna stavební firma KB – BLOK systém z Postoloprta.

Výsledky prvního ročníku grantové soutěže HSBC GRANT NA PODPORU ZAHRANIČNÍHO OBCHODU byly vyhlášeny 13. dubna. Jedná se o unikátní projekt soukromého sektoru, který je určen českým exportérům výrobků, služeb, inovací, výsledků výzkumu nebo patentů.

„Prostřednictvím soutěže HSBC GRANT jsme poskytli českým exportním firmám ojedinelou podporu, kterou jako přední světová banka můžeme vývozci nabídnout. Jsme lídrem v oblasti financování exportu a díky působnosti v 86 zemích a teritoriích světa velmi dobře známe lokální podmínky v exportních destinacích. Vítěz kromě grantu získá cenné know-how pro svůj exportní případ, neboť věříme v potenciál růstu společnosti, a především v úspěch soutěžního projektu,“ uvedl Andrew Blach, ředitel firemního bankovníctví HSBC Bank plc – pobočka Praha.

Soutěž HSBC GRANT na podporu zahraničního obchodu byla zahájena v září loňského roku, vítěz byl vybírán z téměř 100 přihlášených projektů různých českých firem. Grantový výbor posuzoval exportní projekty od těžkých důlních zařízení přes strojírenské technologie a metalurgii až po potravinářské výrobky nebo například vývoz horkovzdušných balonů.

Společnost PROMA REHA zvítězila s projektem dodávek nemocničních polohovacích lůžek pro několik významných konečných odběratelů v oblasti Arabského poloostrova. Obchodní jednání vede v této destinaci už téměř rok, prezentovala se také na výstavě Arab Health 2010 v Dubaji.

Nejlepší růstovou strategii představila společnost KB – BLOK systém, výrobce betonového stavebního sortimentu. Pod značkou BLOCK MOULD SERVICES vyrábí produkty pomocí forem vlastní konstrukce ve vlastním závodě v Lounech. V rámci soutěžního projektu prezentovala strategii rozvoje zahraniční exportní aktivity s cílem prodeje právě nových forem, náhradních dílů a montážní techniky jako komplexního řešení pro zákazníky. Předmětem vývozu je i know-how výroby betonových stavebních materiálů. Na svůj rozvoj tato společnost díky projektu HSBC GRANT získala 100 000 Kč.

Odbornými partnery projektu HSBC GRANT jsou Česká exportní banka, Exportní garanční a pojišťovací společnost, Hospodářská komora České republiky, Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků ČR a Asociace exportérů České republiky.

„Projekt HSBC GRANT předčil naše očekávání a oslovil české exportéry z rozmanitých sektorů naší ekonomiky. První ročník byl inspirující i pro nás. Vzhledem k tomu, že nemůžeme ocenit všechny přihlášené exportní projekty, velmi rádi podpoříme alespoň nejlepší dvě společnosti, u kterých se spojuje inovace a zručnost s odvahou dobývat i mimořádně náročné trhy,“ dodal za organizátora Václav Dančo.

(tz)

Německé podniky nepocítí ujit zlepšení hospodářské situace v ČR

Česká ekonomika se ještě nezotavila. Tak zní výsledek letošního konjunkturálního průzkumu Česko-německé obchodní a průmyslové komory (ČNOPK) mezi německými investory v ČR. Pouze 2 ze 100 dotázaných podniků hodnotí aktuální hospodářskou situaci jako dobrou. Více než polovina posuzuje současný stav hospodářství jako špatný.

Také co se týká vyhlídek na rok 2010, není na obzoru žádný jasný zvrat dosavadního trendu. Pouze asi každý desátý podnik počítá se zlepšením ekonomické situace v letošním roce. Tato hodnota stoupla oproti loňskému jaru o 9 procentních bodů. Ve srovnání s podzimním průzkumem, který vzbuzoval větší optimismus, se však výsledky nového

průzkumu změnilo opravdu značně. Povzbuzujícím faktem však je, že německé podniky hodnotí svoji ekonomickou situaci lépe než obecnou ekonomickou situaci v ČR.

„Náš průzkum ukazuje, že krize ještě zdaleka není překonána. Znepokojuje nás především, že se nálada po loňském podzimním zlepšení znovu zhoršila. To

dokazuje, jak velká je nadále nejistota ohledně vývoje na evropských trzích,“ zhodnotil výsledky průzkumu Bernard Bauer, výkonný ředitel ČNOPK.

Důvodem této špatné situace je bezesporu mezinárodní hospodářská krize. Ta ale na druhou stranu ukázala, že některé oblasti v Česku vyžadují nutnou reformu. Jeden z nejvýznamnějších kritických bodů představuje nedostatečná flexibilita pracovního práva. Krize udeřila v plné síle na trhu práce. Počty nezaměstnaných se za posledních 18 měsíců zdvojnásobily. S tím je potřeba něco udělat. „Flexibilnější konta

pracovní doby by podnikům krátkodobě pomohla udržet si aktuální stav zaměstnanců. Z dlouhodobého hlediska by nejlepší řešení představovala státem podporovaná zkrácená pracovní doba. O tento model se již zasazujeme u politické reprezentace a chceme v tom pokračovat,“ objasnil Bernard Bauer.

Nadále přetrvává i potřeba zavedení eura. Celkem 81% podniků si přeje společnou měnu. Oslabením eura v důsledku řecké krize v poslední době opět zesílilo kolísání kurzu.

pokračování na str. 15 ►

► pokračování ze str. 1

To ale na druhé straně předpokládá, že i zaměstnanci se sami budou starat o to, aby měli stále nové kompetence ke zvládání nových věcí a vymýšlení nových řešení, které budou lepší, než má konkurence. Pokud se na této vizi shodnou zaměstnavatelé i zaměstnanci, pak vše ostatní bude skutečně jen vibrací, které je třeba k tomu, aby se člověk vyvíjel dál k tomu lepšímu.

Materiál se také zabývá efektivním využitím talentů. Neutíká nám stále více mozků za hranice, kde jsou chytří lépe finančně ohodnoceni, anebo se postoj k nadaným odborníkům – osobnostem a k významu know-how v našich firmách mění?

Evropská společnost je svým historickým vývojem předurčená k tomu, aby usilovala o to, být špičkou v oblasti nových technologií a inovací, to je ta přidaná hodnota. Schopnost tvořit, předkládat neotřelá řešení. To platí i pro Českou republiku, která není bohatá na materiální zdroje, suroviny ani obchodní flotily. To nejcenější, co nesmíme ztratit, je schopnost tvořit a vymýšlet nová řešení, nebát se světa, co přináší, umět vytvořit okolo sebe tým snilků, kteří dokáží uskutečnit část toho, po čem touží.

A právě proto je smutné, že podnikatelské prostředí patří mezi dlouhodobě nejslabší články v hodnocení naší konkurenceschopnosti. A nejedná se pouze o vstup do podnikání. Každoročně jsou podnikatelé zatěžováni množstvím administrativních povinností, které jim ubírají čas i chuť podnikat a rozvíjet kvalitu vlastní výroby či poskytování služeb. Četl jsem nedávno sloupek Karla Čapka, který si stěžoval na nesmyslné dotazy daňových úředníků za první republiky. Tady si bohužel uchováme něco, co českému prostředí nesvědčí. Stát a úředníci jsou spíše arogantními vlastníky razítek a formulářů než profesionální a hrdou službou, která slušně slouží všem, kteří si je platí z daní.

Administrativní zátěž podnikatelů – ovšem jak z toho ven? Vždyť se o tom hovoří stále...

Myslím, že už je čas k činům. Všechny těch analýz toho, jaký je náš ekonomický potenciál, jak doplácíme na špatnou a neefektivní interakci mezi soukromou a veřejnou sférou, jak potřebujeme měnit systém vzdělávání, a tak podobně, toho už je přece dost! Teď by měla přijít na řadu shoda nad cestovní mapou všech reforem, nároky, které na nás všechny bude mít. Potřebujeme jednat. A taky obnovit elementární důvěru mezi „obyčejnými lidmi“ a politiky.

Vratme se hlouběji ke konkurenceschopnosti. Jaký je dnes český exportér? Čím dobývá svět a kde se ztrácí?

Svět obchodníků je plný lidí, kteří si plní dávné sny a odvážně se vrhají do poměřování s jinými. Jsou smířeni s nutností překonávat konkurenci a konfrontovat se s ostatními. Mají v sobě vlast-



Ing. Martin Tlapa a Ing. Ivan Jukl, generální ředitelé vládní agentury CzechTrade

nosti, které pohánějí svět od nepaměti. A to je odlišuje od zápečníků a kibiců.

Obchod a export, to je přesvědčování, nové a další souboje a neutuchající přeměna konkurenta v mého partnera. Hledání cest, jak růst, jak využít příležitosti ve světě. A tohle u nás zase znovu zapustilo své kořeny. Možná to je jeden z nejvíce sympatických posunů od konce devadesátých let. Zase si věříme, zase se přestáváme bát světa, pro spoustu lidí nekončí svět v prvním velkém městě.

Myslím, že tyto vlastnosti jsou důležitější než čísla o hodnotách našeho vývozu. O budoucnost exportu nemám obavy, nesmíme však to vše pozitivní, co je v nás, zadusit. A také se nesmíme nenechat otrávit závisť, zlomyslností a občasnou malostí.

Stále mám na paměti vaše slova o tom, že podnikat znamená být odvážný. U exportérů, zejména výrobních firem, to podle mne platí dvojnásob. V čem je vývoz v současnosti nejrizikovější?

Největším rizikem je strnulost. My se musíme smířit s tím, že v globálním světě se produkce přelévá, že tradiční sektory se stěhují do zemí s nižšími náklady, že budeme prosperovat jen výjimečnou přidanou hodnotou, tedy lepším řešením, než má naše konkurence. Schopnost, aby zdejší prostředí toto firmám umožňovalo,

či je k tomu přímo pobízelo, považují za nejvíce rizikové.

Naše ekonomika je na exportu bytostně závislá, o tom už nikdo nepochybuje, a tedy komunikace a podpora státu a systém exportu mají stále velký prostor pro vzájemnou inspiraci. Co se chystá?

Nová podpora exportu musí začít u vize štihlého a účinného systému rozvoje českého obchodu a investic. K jejímu naplnění musíme definovat služby, čas lidí v zahraničí pro podniky a čas diplomatů pro jednání s vládami v zahraničí. Nabídku musíme zjednodušit do srozumitelného závazku s klientem, jejímž základem bude kapacita lidí v zahraničí, kterou tam budeme věnovat klientům a mít ambici její rozsah zvyšovat.

K překonání zodpovědnosti více ministerstev potřebujeme smlouvu o službách, které stát au-

toritou vlády garantuje firmám. Volbu klíčových trhů musíme měnit v návaznosti na dynamice jejich růstu a zájmu firem. To vše musí být definováno v jednoduchých procesech podle mezinárodních standardů řízení. Měření, posuzování výkonu a zakázky musí začít u nezávislého hodnocení těmi, kterým jsou určeny. Tedy podniky, které budou velmi zřetelně ukazovat na slabá místa ve státní správě, a pracovníky, kteří na profesionální služby státu v zahraničí nestačí.

Je to práce, které se nemůžeme vyhnout, chceme-li přispět k tomu, aby tato země profitovala z příležitostí na světovém obchodu také díky profesionální podpoře ze strany státu. Zásadní změny ve vnímání státní správy ze strany daňových poplatníků můžeme začít právě v oblasti podpory našich ekonomických zájmů v zahraničí. Vzhledem k otevřenosti české ekonomiky to bude vhodné naplnění silné vize ekonomického ministerstva, které bude sloužit k vybrušování diamantu konkurenceschopnosti českého hospodářství.

Velkým pomocníkem se stala za léta svého působení agentura Czech Trade, portál BusinessInfo, Adresář exportérů, zahraniční kanceláře. Pořád to však není to, co sám jako přední odborník na export i znalec terénu (s firmami jste ve stálém kontaktu) cítíte, že by se dalo udělat. Naznačíte kroky, jež by se mohly blížít ideální praxi?

CzechTrade obhájil svou existenci a myslím, že je připraven převzít nové úkoly, které budou spočívat v rozšíření počtu poboček a rozšíření služeb. Přesně tak jak je tomu u většiny evropských zemí, kde služby pro exportéry zajišťuje národní proexportní agentura. Vizí CzechTrade by mělo být vyrovnat se agenturám, které jsou v rozsahu služeb a počty svých lidí a kapacitách před námi. Teprve pak zmizí jedna z nevýhod, kterou naši exportéři mají. Osobně bych tento nový CzechTrade rád viděl do tří čtyř let.

Nacházíte na základě toho nové myšlenky, ale i sílu – sám pro sebe, pro svou práci?

Strašně se mi líbilo, co v jednom rozhovoru řekla herečka Květa Fialová. Ona citovala Alberta Einsteina, který prý řekl, že „většina lidí ví, že něco nejde udělat, a tak to nedělají. A pak přijde jeden, který to neví, a udělá to“. I já věřím, že to funguje a hledám a našťastí nalézám stále takové lidi.

otázky připravila a za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti konkurenceschopnosti české ekonomiky

POZITIVNÍ

- Bezpečnost a celková stabilita institucí
- Nezávislost soudů
- Trend snižování administrativní zátěže
- Geografická poloha s výborným přístupem na nejvýznamnější trhy
- Hustota dopravních sítí
- Stabilita bankovního sektoru
- Stabilita cenová hladina
- Nezávislost a kredibilita centrální banky
- Vysoká odolnost proti „importu“ inflace
- Kvalita zdravotní péče
- Vysoký podíl středoškolské vzdělanosti
- Kvalita vzdělání v přírodních vědách a matematice
- Relativně dobrá kvalita regulace v oblasti zaměstnávání
- Flexibilita mzdové politiky
- Přehledná finanční politika
- Rozšíření internetu na školách
- Kvalita výzkumných institucí a dostupnost vědců a inženýrů
- Inovační kapacita
- Relativně vysoký kreditní rating
- Schopnost přilákat zahraniční investice

SILNÉ STRÁNKY

NEGATIVNÍ

- Vysoká korupce a zneužívání veřejných fondů
- Nízká transparentnost rozhodování státní správy
- Nízká vynutitelnost zodpovědnosti veřejné moci
- Délka soudních řízení a vymahatelnost práva
- Nedostatečná diverzifikace energetických zdrojů
- Nedostatečné přeshraniční propojení přenosových soustav
- Nízký podíl a kvalita rychlostních dopravních sítí
- Slabá dostupnost vysokorychlostního internetu
- Nízká efektivita hospodaření státní správy
- Vysoká závislost na exportu
- Nízký věk dobrovolného odchodu do důchodu
- Nízká ekonomická efektivita zdravotnictví
- Nedostatečná podpora aplikovaného výzkumu
- Nízký podíl vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva
- Nízká čtenářská gramotnost (kreativní práce s textem, analýza a řešení problémů)
- Nedostatečná podpora pracovního trhu v souvislosti s dalším vzděláváním
- Nezapojování starších generací do vzdělávání
- Nízká mobilita pracovní síly
- Nízká úvěrová efektivita bankovního sektoru
- Neochota bank poskytovat investiční kapitál
- Nedostatečné tržní prostředí v bankovním sektoru
- Neschopnost zavádět nové technologie bez zahraničního kapitálu
- Nízká podpora ICT ve veřejném sektoru, nevýrazné online služby veřejného sektoru
- Procedurální náročnost podnikání
- Nedostatečná diverzifikace průmyslových odvětví

PŘÍLEŽITOSTI

- Realizace projektu eGovernment
- Elektronizace veřejných zakázek
- Očekávaný vstup do eurozóny (přijetí eura)
- Zvýšení kapacity a kvality vysokých škol (zavedením školného)
- Pozitivní trend ve struktuře vzdělanosti (nárůst vysokoškolsky vzdělaných lidí) s potenciálem v oblasti technického vzdělávání
- Předpoklad růstu vzdělanostní mobility
- Zvyšování motivace starší generace k setrvání na pracovním trhu
- Přímé zahraniční investice do ICT sektoru a transfer technologií
- Další zjednodušování a vyšší provázanost administrativních povinností podnikatelů
- Integrace kapitálových trhů ve střední Evropě
- Revize uplatňování investičních pobídek

- Nevyrovnaný státní rozpočet a vysoké tempo státního zadlužování
- Tempo zadlužování domácností
- Neschopnost splnit maastrichtská kritéria a oddálení vstupu do eurozóny
- Nákladný a neefektivní penzijní systém, v souvislosti s možnými fiskálními dopady očekávaného demografického vývoje
- Nízká efektivita zdravotnického systému bude zatěžovat veřejné výdaje
- Nízký zájem o technické a přírodovědní obory, který neuspokojí potřeby perspektivních odvětví
- Vysoký podíl zahraničního vlastnictví bankovních institucí
- Vysoká energetická intenzita výroby
- Riziko přesunu investičních projektů do zahraničí po ukončení daňového zvýhodnění a ostatních investičních pobídek

Triglavu se na internetu dařilo

Triglav pojišťovna a.s. zaznamenala v loňském roce meziroční nárůst online prodeje o 10% oproti roku 2008. Nejvíce klientů si přes internet sjednávalo povinné ručení, zájem však vzrostl o všechny čtyři aktuálně nabízené pojistné produkty. V případě cestovního a úrazového pojištění bylo přes internet sjednáno dokonce 65% ze všech smluv v rámci těchto produktů.

V loňském roce nabízela Triglav pojišťovna na internetu čtyři pojistné produkty – povinné ručení, pojištění majetku, cestovní a úrazové pojištění. Nejvíce klientů sjednávalo přes internet povinné ručení, které pojišťovna nabízí online již pět let. Poměr smluv sjednaných elektronicky ve srovnání s celkovou produkcí přitom tvořil necelé 4%, což je dáno většími objemy transakcí prostřednictvím tradičních obchodních kanálů. Celková produkce na internetu u povinného ručení loni přesáhla částku 21 milionů korun. Zájem o online pojištění zaznamenala pojišťov-

na i u dalších nabízených produktů. Ze všech smluv týkajících se úrazového a cestovního pojištění bylo uzavřeno 65% online, a to i přesto, že cestovní pojištění je součástí online nabídky teprve jeden rok. U majetkového pojištění loni dosáhl tento poměr 23% smluv.

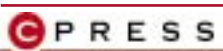
„Jsem příjemně překvapen především výsledky majetkového pojištění, o které je na internetu zájem i přesto, že je obecně vnímáno jako složitější produkt. Je to pro mne důkaz, že jsme dokázali našim klientům na internetu nabídnout přehledné a jednoduché služby,” sdělil Petr Baný, generální ředitel a předseda představenstva Triglav pojišťovny. „Zájem o pojištění přes internet jsme loni podpořili speciální slevou 20% a také v letošním roce plánujeme zvýhodnit sjednávání smluv online. Věřím, že tím zvýšíme všeobecné povědomí o možnostech elektronického pojišťovníctví,” doplnil Baný.

Vzhledem k rostoucímu významu sjednáv-

ání smluv na internetu se Triglav pojišťovna letos rozhodla vyjít zákazníkům vstříc a zvýšit komfort při uzavírání pojištění elektronickou cestou. V průběhu roku 2010 bude možné začít využívat online platebních bran, které prodej na internetu výrazně usnadňují. Pojišťovna rovněž připravuje zdokonalení struktury domovských portálů www.triglav.cz a www.triglav24.cz.

„Internetové pojišťovníctví patří k našim prioritám, zaměříme se proto na další zkvalitnění našich služeb. Kromě optimalizace webu hodláme zpřehlednit objednávací formuláře a vytvoříme intuitivní nápovědu, která usnadní zákazníkům elektronické sjednání smlouvy,” prozradila Irena Biellová, manažerka online prodeje Triglav pojišťovny. V průzkumu společnosti KPMG Česká republika se Triglav pojišťovna umístila mezi čtrnácti největšími tuzemskými pojišťovnami na čtvrtém místě co do počtu aktuálně nabízených on-line produktů. (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>

Event aneb Úspěšná akce krok za krokem Vivien Lattenberg

Anglické slovo event označuje mimo jiné události, které se pořádají v předem naplánovaných termínech pro vybranou skupinu lidí. Školení, teambuilding, konference, firemní ples či velkolepá večeře – to vše je třeba naplánovat, zorganizovat a zajistit.

Tajný jazyk byznysu Kevin Hogan

Na řadě příkladů z praxe čtenáři poznají jak využít neverbálních signálů ve svůj prospěch. Autor vysvětluje, jak se v řeči těla partnera při komunikaci orientovat a přiblížit se jeho skutečným pocitům a náladám.

Jak udělat kariéru Černý Petr

Zkušenosti manažera proplouvajícího vodami českých systémů řízení podané vtipným a neotřelým způsobem včetně užitého českého manažerského slangu... ano, toto slovo skutečně spisovná čeština nezná, nicméně všichni víme, co znamená a kdo to neví, ten je pro nás lůzr.

Paříž

Objevujte Paříž s mapou v ruce! Od jedné čtvrti k druhé, pro všechny chutě a každý rozpočet: výběr 100 neopomenutelných míst, 200 adres restaurací, vinoték, kaváren, barů, divadel, koncertních síní, obchodů, tržišť, hotelů...

Víden

Od jedné čtvrti k druhé, pro všechny chutě a každý rozpočet: výběr 60 neopomenutelných míst, 150 adres restaurací, kaváren, čajoven, barů, divadel, koncertních síní, obchodů, tržišť, hotelů... A všechny praktické klíče, kvalitní mapy a cenné rady. ■

Jak na „špinavé“ triky a útoky v komunikaci

Albert Thiele

V knize, která je evropským bestsellerem, se dozvíte, jak účinně reagovat na různé neférové útoky a „špinavé“ taktiky, jak rozpoznat otevřené a skryté hry, jak se dokázat slovně bránit, odrazit manipulaci a vyzářovat osobní autoritu. Kromě mnoha neocenitelných tipů a příkladů získáte také speciální rady pro komunikaci při vyjednávání, diskuzích, kritických rozhovorech, při prezentacích či vystupování v médiích.

Rozvoj a vzdělávání manažerů

Ivana Folwarczyna

Kniha se zabývá moderními metodami rozvoje a vzdělávání manažerů ve vyspělých zemích a u nás. Je neocenitelnou příručkou pro všechny personalisty, manažery, pracovníky vzdělávacích agentur a studenty andragogiky.

Firemní vzdělávání

Mgr. Hana Bartoňková, Ph.D.

Zabýváte se ve své profesi či při svém studiu vzděláváním pracovníků ve firmě? Máte na starost rozvoj pracovníků a hledáte možné a vhodné cesty pro co nejlepší postup tvorby strategie firemního vzdělávání? Působíte jako lektor v oblasti vzdělávání pracovníků? Studujete obory související s řízením a rozvojem lidských zdrojů, či personálním managementem? Pak je tato kniha určena právě vám.

15 typů lidí – jak s nimi jednat, jak je vést a motivovat

František Bělohlávek

Publikace je určena zejména vedoucím pracovníkům, ale ocení ji všichni ti, kteří chtějí úspěšněji zvládat komunikaci a jednání s jinými lidmi. Čtivý text doplňují fotografie zachycující jednotlivé typy. ■

Marketing

Marcela Zamazalová a kol.

Společenský rozvoj jde v současné době velice rychle kupředu a totéž platí o marketingu. Přestože se řada základních marketingových principů nemění a podstata marketingu setrvává, mění se prostředí, v němž firmy působí, vyvíjejí se a zdokonalují metody tvorby marketingových strategií i jednotlivé nástroje marketingu. Nové vydání úspěšné učebnice vymezuje základní marketingové nástroje a jim odpovídající marketingové politiky, současně ukazuje na vzájemné souvislosti. ■

SPONZORING, CHARITA, POMOC

SONY na ochranu ohrožených druhů zvířat

Ve středu 24. března zahájila pražská zoo oficiální kampaň na záchranu divokých zvířat žijících v džungli, především pak goril nížinných, v biosférické rezervaci Dja na jihovýchodě Kamerunu. Společnost SONY se rozhodla na tomto projektu participovat a v souvislosti s tímto dala vedení zoo k dispozici notebooky VAIO a fotoaparáty, které mají pomoci multimediálně spojit strážce rezervace Dja a pražskou zoo. (tz)

► pokračování ze str. 14

Nepředvídatelný vývoj měny téměř znemožňuje finanční plánování, které je tolik důležité zejména v době krize. Pro české hospodářství závislé na exportu to znamená velkou nejistotu. Se zavedením eura počítají firmy ale nejdříve v roce 2016.

Němečtí investoři navíc kritizují nedostatečnou politickou stabilitu v Česku. Podniky by rády viděly po roce politického vakua znovu jasné poměry, aby mohly konečně začít nezbytné reformy. Navzdory aktuálním problémům nemusíme očekávat žádné panické reakce a odchod německých podniků z Česka. Osm z deseti podniků uvedlo, že by si i dnes vybraly pro svou investici Českou republiku. (tz)

NAŠE KAVÁRNA

Změna v marketingu společnosti ŠkoFIN

Novým managerem ŠkoFINu odpovědným za oblast marketingu se stal od 1. dubna 2010 Ing. Jan Kloud. Dosavadní zástupce této pozice, Roman Vavroň, se po desetiletém působení ve ŠkoFINu rozhodl přijmout výzvu mateřské společnosti Volkswagen Financial Services AG a přechází do indické pobočky na funkci General Manager Sales and Marketing.

Jan Kloud bude ve ŠkoFINu nyní odpovědný za marketing, vývoj a tvorbu produktů v oblasti retailu a fleetové zákaznický.

Tým Opelu v ČR a SR posiluje

Nově vytvořenou funkci prodejního ředitele značky Opel pro ČR a SR obsazuje Pavel Šilha, který dosud působil jako ředitel slovenského zastoupení značky Kia. Z pozice ředitele českého zastoupení značek Cadillac, Corvette a Hummer přichází na post marketingového ředitele Opelu pro ČR a SR Andrej Barčák.

Prezidium ČAP má nového člena

Shromáždění členů České asociace pojišťoven (ČAP) zvolilo na období dvou let členy statutárních orgánů asociace. Novým členem prezidia se stal RNDr. Jakub Strnad z pojišťovny Allianz a shromáždění potvrdilo již dříve kooptované členy – RNDr. Petra Zapletala, PhD. z Pojišťovny České spořitelny a Ing. Martina Žáčka, CSc. z UNIQA pojišťovny.

ČP má náměstka pro CRM a marketing

Novým náměstkem České pojišťovny pro CRM a marketing se s účinností od 1. dubna 2010 stává Zdeněk Románek. Jde o novou pozici, která doposud v ČP neexistovala. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Padělané čepice Chanel za 35 korun

V průběhu února a března roku 2010 provedl inspektorát České obchodní inspekce Ústecký a Liberecký v oblasti prodeje padělků a napodobenin celkem 11 kontrol mimo vyhlášené příhraniční tržnice. Prodej padělků a napodobenin je inspektory ČOI, ale i dalšími orgány odhalován i v „seriózních kamenných obchodech“ větších i menších měst.

Z tohoto počtu 11 kontrol byl v 9 případech prodávajícím prokázán prodej a nabídka 397 ks výrobků v hodnotě 596 089 Kč, které byly na základě odborného posouzení vyhodnoceny jako padělky ochranných značek. Zboží bylo inspektory zajištěno a uloženo mimo dosah kontrolováných osob.

Při kontrolách bylo zjištěno, že dochází k prodeji výrobků renomovaných značek za ceny a v kvalitě, která naprosto neodpovídá skutečnosti. Jako příklad lze uvést prodej šál, čepic a rukavic označených ochrannou známkou Chanel v prodejních cenách 35 Kč. Přitom ceny originálních výrobků této značky se pohybují v tisícikorunách. Tyto výrobky nepocházejí od majitele ochranných známek, ani nebyly vyrobeny s jeho souhlasem. Jedná se většinou o nekvalitní levné zboží, jehož provedení neodpovídá originálním výrobkům.

Pro porušení zákona o ochraně spotřebitele budou se všemi 9 prodávajícími podnikateli zahájena správní řízení, na jejichž základě budou uloženy pokuty rozhodnutím. Po nabytí právní moci rozhodnutí bude zboží na náklady prodávajících zlikvidováno. Výrobky, které splňují zákonné podmínky, jako např. textilní zboží po odstranění chráněných znaků, budou předány k humanitárním účelům. (tz)

Poradny pomáhají Čechům ve finančních nesnázích

Nesplácené spotřebitelské úvěry se stávají stále aktuálnější tématem pro české spotřebitele. Každý den se tak na poradny obrací čím dál více lidí, kteří se dostali do problémů v důsledku předlužení u jiných společností. Cetelem, člen mezinárodní bankovní skupiny BNP Paribas Personal Finance, v rámci zodpovědného úvěrování zřídil poradnu, která řeší měsíčně okolo 100 žádostí o pomoc.

„Naše společnost uvedla na jaře loňského roku do provozu bezplatné poradenské centrum, jehož cílem je najít klientovi řešení v případě, že se dostal do problémů se splácením svých závazků. Mezi nejčastější způsoby pomoci patří odklad měsíčních splátek, konsolidace více úvěrů v jeden a úprava splátkového kalendáře,” uvedl Dušan Zenáhlík, ředitel Správy vymáhání pohledávek společnosti Cetelem. „Měsíčně

evidujeme okolo 100 dotazů a většinu klientů dokážeme najít řešení jejich často složitě životní situace,” dodal D. Zenáhlík. „Naši snahou je pomoci klientovi dříve, než se jeho situace stane problematická. Snažíme se rovněž řešit i případy klientů, kteří se obrátili na oddlužovací společnosti s mylnou představou toho, že je dokážou vyvést ze spirály dluhové pasti,” prohlásil D. Zenáhlík. (tz)

Online Start!: Internetová univerzita pro malé a střední podniky

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR spustila ve spolupráci s Googlem a dalšími partnery bezplatný vzdělávací seriál o internetu a online nástrojích pro všechny malé a střední podniky i drobné podnikatele.

Internetová univerzita pod názvem Online Start! začala ve středu 14. dubna spuštěním registrace pro české podnikatele a firmy na stránkách Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP), kde se mohou registrovat do 30. dubna.

Internetové minimum, které by měla každá firma pro svou správnou prezentaci na internetu znát, bude rozdělené dle jednotlivých témat a jeho zasílání odstartuje začátkem května. Forma emailových lekcí podnikatelům umožní zapojit se kdykoliv a odkudkoliv, podle jejich časových možností, a to až do konce června. Kromě českého Googlu se do projektu zapojí i společnost ACTIVE 24, přední český registrátor domén a poskytovatel webhostingu.

„Hlavním impulzem pro spuštění internetové univerzity byl loňský společný průzkum AMSP a Googlu o roli internetu

v malých a středních firmách. Ukázal, že podnikatelé si význam internetu pro podnikání uvědomují, ale mají spoustu obav, které vyplývají zejména z toho, že jim chybí informace, a ve využívání těchto nástrojů mají obrovské rezervy,“ řekla Eva Svobodová, generální ředitelka AMSP.

„Internet a bezplatné online nástroje, které jsou podnikatelům a malým firmám šité na míru, jsou pro ně stále v mnoha směrech neprobádanou oblastí. My se tomu nedivíme, jelikož vývoj jde v této oblasti velmi rychle dopředu,“ uvedla Taťána le Moigne, ředitelka českého Googlu. „A protože si uvědomujeme, jak je internetová gramotnost pro firmy důležitá a kolik může ušetřit času a peněz, spojili jsme své síly s asociací a přicházíme s internetovou univerzitou Online Start!. Českým podnikatelům chceme internet trochu více přiblížit, aby ho

ve prospěch svého podnikání pak dokázali využít,“ dodala.

„Podle našich zkušeností mají firmy a živnostníci v zásadě tři důvody, proč se ještě dnes neprezentují na internetu. Někteří si zatím neuvědomují, jaké výhody jim může ‚existence na internetu‘ přinést, další prostě jen nevědí, jak na to, a ti poslední se obávají vysokých nákladů. Internetová univerzita má šanci pomoci s prvními dvěma důvody, ACTIVE 24 pomůže s tím třetím. Firmám, které se registrují, nabídneme kompletní vybavení pro jejich cestu na internet za zvýhodněných podmínek,“ doplnil Petr Šmída, jednatel ACTIVE 24, s.r.o.

Krok po kroku se podnikatelé naučí využívat možnosti, které na internetu pro jejich prezentaci existují. Jednotlivé lekce firmám na praktických příkladech ukáží vše o základech online prostředí: jak se na internetu zviditelnit zdarma, jak si vytvořit vlastní webové stránky, jak tento

web správně pomocí internetové reklamy propagovat, jak jej měřit či jak jej zdarma obohatit o internetové aplikace.

Pro přihlášení do internetové univerzity se stačí do 30. dubna registrovat na stránce www.online-start.cz nebo www.amspace.cz/online-start. Podnikatelé pak budou přibližně dvakrát týdně dostávat krátký edukační email na vybrané téma. Díky partnerům projektu, českému Google a společnosti ACTIVE 24, si firmy mohou propagaci na internetu přímo prakticky vyzkoušet za zvýhodněných podmínek. Podnikatelé, kteří ještě nevyzkoušeli reklamní systém AdWords, se mohou těšit na startovací kupon od Googlu, a ti, kteří plánují nový web nebo potřebují webhosting, mohou využít 50% slevu od ACTIVE 24.

více informací lze nalézt na
www.online-start.cz,
www.amspace.cz/online-start

(tz)

Yeti Champion – limitovaná edice

U příležitosti získání obou titulů Auto roku 2010 v České republice bude domácím zákazníkům nově k dispozici limitovaná edice sportovně užitkového vozu Škoda Yeti. Stylový Yeti s označením Champion nabídne alternativu všem zájemcům tohoto modelu v ČR, kteří se chtějí ještě více odlišit.

Limitovaná edice Champion podtrhuje dosavadní úspěchy modelu Yeti u domácích zákazníků. Krátce po své premiéře v červenci

loňského roku se stal nejprodávanějším vozem v kategorii SUV s celkovým tržním podílem více než 20 % v daném segmentu. Za první tři měsíce letošního roku bylo v ČR registrováno 961 vozů Škoda Yeti. Obdobnou tendenci vykazuje i objem nově přijatých objednávek. Během prvního čtvrtletí letošního roku se pro model Yeti v ČR rozhodlo již více než 1300 zákazníků.

(tz)

Tři ze čtyř Čechů do zahraničí s cestovním pojištěním

Češi se už naučili využívat pojištění na cesty do cizích zemí. Tři ze čtyř lidí si sjednávají cestovní pojištění. V roce 1993, kdy zahájila činnost Evropská Cestovní Pojišťovna, byl ještě poměr obrácený. Uvedl to člen představenstva společnosti Mgr. Ondřej Rušíkvas.

„V současnosti už jde především o kvalitu. Pojišťovny se neliší nabízenými produkty, ale úrovní poskytovaných služeb, a zákazníci mohou volit, v jakém limitu, rozsahu a za

jakou cenu si pojištění koupí,“ uvedl O. Rušíkvas.

Podle ředitelky korporátního pojištění Evropské Cestovní Pojišťovny Ing. Hany Axmanové počet uzavřených pojistek roste i v době krize. „Lidé jsou opatrnější a víc dbají na zabezpečení svého majetku,“ konstatovala H. Axmanová. Dodala, že v poslední době stoupá zejména význam pojištění odpovědnosti za škody.

(kčr)

Rádi věnujeme energii těm, kteří ji nejvíce potřebují

Pokud se ocitnete v těžké situaci, je pomoc druhých nenahraditelná. Proto jsme podpořili **téměř dva tisíce projektů**, které dodávají sílu dětem v dětských domovech, seniorům, handicapovaným nebo lidem zasaženým živelní katastrofou.

Jsme s vámi.

