



Sen začíná prací

Na otázky našeho listu odpověděl KR Rudolf Javurek, generální ředitel společnosti Import VOLKSWAGEN Group, největšího importéra automobilů do ČR

Hodnoty člověka se vyvíjejí, mění. Proměňuje se i jeho životní styl, jeho potřeby, touhy, možnosti. Automobil je dnes výrazným prvkem tohoto životního stylu. Firemního i rodinného. I přesto, že ekonomika světa, Evropy i České republiky přešlapuje na místě a životní styl mnohých kolísá. Otázky, které souvisejí s nákupem automobilu, však mají stále stejný základ: které značky na našem trhu dát přednost? Které zachovat věrnost, z které mít užitek i to pravé potěšení? Nepokládají je pouze zákazníci sami sobě, ale velmi ostře je vnímají také dovozci automobilů.

Mění se tak přístup k prodeji, volí se citlivější a pragmatičtější metody na cestě podnikatelského úspěchu importéra i jeho partnera. Nejen šéfové marketingu, ale i celé manažerské týmy ve vrcholových pozicích si lámou hlavu, jak získat či obhájit ty nejlepší pozice na trhu. Ne nadarmo se také říká, že vše je o lidech. Požádala jsem proto na kraji léta, v době, kdy se auta dostávají aktivněji do středu naší zákaznické pozornosti, o rozhovor stálci a celebritu v automobilové branži – KR Rudolfa Javurka, generálního ředitele společnosti Import VOLKSWAGEN Group:

Jak hodnotíte současnou ekonomickou situaci vy jako špičkový manažer – více jako složitou dobu, nebo jako výzvu a příležitost něčemu se ještě naučit?

Začnu od konce – člověk se může vždycky něco naučit, učí se stále, ať v dobách horších, či

dobrých. Samozřejmě jsme se naučili mnohem novému i my v IVG a naši prodejci, smluvní partneři, a to právě nyní, v době, kterou svět označil jako krizovou. Tomu jsme přizpůsobili náš pohled na současnost, na potřeby trhu, a řadu činností jsme museli pojmout trochu jinak než dříve. Novým podmínkám jsme přizpůsobili metody, dynamiku, strategii a udělali to i naši partneři. Dnes dokonce můžeme tvrdit, že jsme situaci, která nastala, dokázali využít v náš prospěch. Dnes už víme, že to je příležitost, jak se posunout dál, výš, protože krizové okamžiky učí intenzivně přemýšlet, hledat nové cesty. Je pravda, že dění kolem nás vnímáme velmi ostře a pociťujeme stále, že je světový i český ekonomický trh zasažen novými jevy, vždyť se to výrazně dotklo právě i automobilového průmyslu.

Dovolím si tvrdit, že my jsme se již poučili a snažíme se průběžně hledat způsoby, jak uspět

a být ještě lepší. Nyní by ale českému hospodářství nejvíce pomohlo, kdyby byla v krátké době ustavena vláda, která by skutečně vládla. Podnikatelské prostředí to potřebuje.

Jaká je dnes pozice značek, které společnost IVG zastřešuje, na českém trhu? Bývali jste vždy předními hráči.

Mám radost. Skupina IVG je číslo jedna mezi zdejšími importéry osobních automobilů. Stejně je tomu v lehkých užitkových autech. Značka Audi je již dlouho jedničkou v luxusním segmentu osobních vozů. Jsme také jedinou zemí v Evropě s výjimkou Rakouska, kde se výtečně prodává značka SEAT, oproti loňskému roku se u nás letos zvýšil prodej o 8 %. Osobních aut značky Volkswagen se letos za 1. čtvrtletí prodalo o 20 % více než v uplynulém roce. A pracujeme na tom, abychom svou pozici ještě zlepšili.



to vztáhnou na prodej aut, uvědomujeme si, že manévrovací prostor pro finanční kompromisy je příliš malý a výsledkem toho je spíše větší tvrdost v obchodě jako takovém.

V co může taková situace vyústit?

Třeba i v další nápady na poli marketingu?

Nejen v marketingu, ale v každé oblasti je zapotřebí stále větší kreativity a zároveň schopnosti přizpůsobit se. Je nutné, aby se každá firma velmi silně orientovala na zákazníka, přemýšlela, co vlastně zákazník ještě potřebuje, čím povzbudit jeho pozornost, co nabídnout, aby byl spokojenější, aby si řekl: ano, to potřebuji, to je ono, co jsem hledal!

V obchodování je tato orientace hodně vyčerpávající, i když na druhé straně – hodně povzbuzující. Anebo spíše povzbuzující.

Je však třeba mít na paměti, že nápadů by byla všeobecně hojnost, ale jejich realizace není zas až taková legrace. Vyžaduje to být se zákazníkem v každodenním životě stále v kontaktu, mít dobrý pozorovací smysl, vynalézavost, a to rozvíjet.

Jaké kroky v nabídce pro své klienty jste pro rok 2010 udělali? Čím se snažíte přilákat jejich pozornost a jak udržet věrnost?

Máme čtyři značky nových vozů a jednu značku pro ojeté automobily. Zaměřili jsme se na to, že jsme ještě více profilovali právě značky – náš postup jsme nazvali Svět značek. Více jsme se snažili zvýraznit, jaká ta která značka je, jaké nese atributy, čím se odlišuje od jiné, v čem je zajímavá, kde je její přidaná hodnota. Na tomto základě pracujeme dále, tak se prezentujeme navenek a to zdůrazňujeme i v interní komunikaci. Tyto zásady propracováváme, jsou tomu přizpůsobeny naše metody např. při školeních, konferencích, při utváření názorů. Jde nám o to, abychom co nejpřesněji vystupovali před našimi zákazníky, abychom co nejlépe rozuměli jejich loajalitě.

pokračování na str. 7 ►



KR Rudolf Javurek, generální ředitel společnosti Import VOLKSWAGEN Group

Asi se občas setkáte i se závistí...

To nevím, zda je to závist, to snad ani ne. V konkurenčním boji chce být prostě každý nejlepší, první. My pouze pracujeme, konkurenci sledujeme bez závisti, přesto velmi soustředěně, a snažíme se poučit. Když ona dělá něco dobře, je to podnět i pro nás, inspiruje to.

Říká se, že zkušenosti z nejrůznějších událostí, změn, vedou k pokoře. I majitelů a manažerů ve firmách. Pociťujete to při různých obchodních jednáních?

Samozřejmě, když člověk vede nějaký podnik dlouhou dobu, tak prostě za ten čas dospěje k jistě zkušenosti, a tím

1FLOOR – nová maloobchodní síť s podlahovými krytinami

Trh s podlahovými krytinami je bohatší o nově založenou maloobchodní síť 1FLOOR. U jejího zrodu stála také společnost Kratochvíl parket profi, významný dovozce a distributor podlahových krytin. „Společným cílem je pod obchodním označením 1FLOOR vybudovat silnou specializovanou skupinu obchodníků a prodejců podlahových krytin, kteří budou svým zákazníkům poskytovat standardizované a kvalitní služby,“ komentoval založení sítě 1FLOOR Ing. Petr Kratochvíl, jednatel společnosti KPP, a dodal: „Všem partnerům sítě 1FLOOR členství přinese

kromě záruky kvalitního sortimentu, odborného poradenství či možnosti účastnit se školení a seminářů, také prezentaci v médiích prostřednictvím plánovaných marketingových kampaní a potenciál pro posílení jejich tržní pozice v rámci regionu.“ V současné době má maloobchodní síť 1FLOOR již více než čtyři desítky členů rozmístěných po celé České republice. V blízké budoucnosti by se obchodní síť 1FLOOR měla rozšířit i na Slovensko, a postupně tak získávat na mezinárodním významu.

(tz)

1 FLOOR
CENTRUM PODLAH

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, 7	Sen začíná prací
5	VEDEX nabízí odběratelům zemního plynu víc než jistotu dodávek
10	Nové značky kvality pomohou spotřebitelům s orientací při výběru zboží a služeb
11	Záruky v Evropě zaznamenaly nárůst
16	Těžba uranu a likvidace ekologických škod pokračují

VÍTEJTE NA WWW.

Firma bez webu

Znám ještě pár firem bez webových stránek. Nevadí jim to. Jsou však výjimkou. Všem, kteří si o nich potřebují udělat úsudek, to naopak vadí. Web je dnes pravděpodobně nejdůležitější vizitkou v globálním rozměru, ať už je psán jakýmkoli jazykem. Web je světový kontakt, bez něhož se v konkurenčních vodách těžko plave. Jestli tedy ještě nemáte vlastní webové stránky, dejte vědět, postaráme se o ně. Stejně tak v případě, jestli ty současné přestaly vyhovovat nebo prostě zestály.

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: bixi@prosperita.info
Datum tisku: 18. června 2010
Datum distribuce: 21. června 2010

PhDr. Eva Bixi-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: bixi@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 Rožnicková
mobil: 606 512 112, e-mail: roznickova.pavla@gmail.com

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

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

Jak se poznáváme

Byla jsem nešťastná. Vrátila jsem se jistý pátek od zubaře a nevěděla, zda myslet na lepší zítřky, polykat prášky, nebo ronit slzy. Ze zoufalství a abych se zabavila, zabrousila jsem na jistý seznamovací server. Odpinkla jsem pár slov na jeden inzerát ve snaze pisateli naznačit, že pokud ho nebolí zuby, nemůže mu být zle. Slovo dalo slovo rozjela se korespondence na úrovni. O zálibách, cílech, smyslu života a tak. Čeká nás setkání. To mě bude s dentistou. Pevně věřím, že ne s tím, jemuž jsem v onen pátek třináctého spilala přes mail mému nynějšímu příteli. Držte mi palce!

Eva Bixi

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

...na televizi

Na 27. května nás pozvala společnost Tesco do jisté kavárny v Praze, kde se konala tisková konference k uvedení nové řady televizi Technika. Pozvánka byla jednoduchým textovým sdělením doplněným ještě jednodušší grafikou. Spočívala v obrázcích televizorů s image na city, nic víc, nic méně. Piši schválně nespisovně, zdá se mi to příznačnější. Oceňujeme nejnižší známkou, ale nejvyšší jakosti. Tesco dostalo jedničku.

(rix)

ČS – 100 bankomatů se čtečkou čárových kódů

V průběhu následujících týdnů vybaví Česká spořitelna přibližně 100 bankomatů v síti čtečkou čárových kódů. Tato funkčnost klientům umožní jednodušší platbu složenk. Již nyní najdou klienti čtečku čárových kódů na 30 bankomatech České spořitelny. Ačkoliv je čtečka na bankomatu umístěna blízko vstupního otvoru pro kartu, klienti se nemusí obávat, že se jedná o skimmovací zařízení.

Čtečka čárových kódů ve tvaru krabičky se na bankomatu nachází přímo pod vstupem pro platební kartu. Při volbě platby SIPO v bankomatu je klient dotázán, zda má u sebe originální doklad.

Pokud zvolí ANO, rozsvítí se čtečka (červený paprsek) a na obrazovce se objeví výzva k přiložení čárového kódu na dokladu do prostoru paprsku. Takto se načte částka a variabilní symbol, klient poté ještě přes klávesnici doplní spojovací číslo (není obsaženo v čárovém kódu), celé zadání potvrdí, a tím odešle ke zpracování. Čtečka čárových kódů prozatím slouží jen k zaplacení dokladů SIPO České pošty, v budoucnu však bude umožňovat i placení faktur s čárovým kódem. Čtečkou čárového kódu jsou také vybaveny všechny nové bankomaty, které banka tento rok uvede do sítě, ať již do zcela nových míst, či při výměně starších strojů za nové.

Klienti nemusí mít obavu, že jde o skimmovací zařízení. Skimmovací zařízení bývá umístěno nad monitorem se zaměřením na klávesnici, a především na zeleném plastovém můstku vstupu pro kartu, jelikož odečítá informace přímo z magnetického proužku karty. Čtečka čárových kódů se nachází pod vstupem pro kartu, žádnou svou částí tedy nezasahuje do inkriminovaných zón.

(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 1. 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

FISKUS CZ s.r.o.

vám nabízí:

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

Kontakt: U Kanálky 1, 120 00 Praha 2,
tel.: 224 918 293; 224 922 420; 224 922 688;
224 917 584; 223 016 650; 223 016 651,
fax z jakéhokoli uvedeného čísla
www.fiskus.cz, mojmir@fiskus.cz 602 217 061
karel@fiskus.cz 603 423 097

PROSPEPOST ĚHY?

Krása pohybu



Krouží kolem, ladně našlápnou, hýžďové svaly napnuté pod elastickými kalhotami i běžným textilem. Jednotlivě, ve dvojicích. Některé tlačí kočár. Další jen s plastovou lahví v ruce a sluchátky přehrávače v uších. Samozřejmě nejedí jen ženy, ale na mužích oko téměř nespočine. Kdo nejedí na inlinech, ten se prohání na kole: cyklisté zase mají rojení, na některých místech před nimi nestáčíte uskakovat. A řada z nich si s nějakou ohleduplností vůči pěšákům starosti nedělá.

Běžců je také hodně. Někdo jen pozvolna venčí na procházce svého čtyřnožce. A po dlouhé a nepříjemné zimě se konečně zase začínáme hýbat. Je to krása, i pro náš organizmus. Konečně dostává trochu zabrat, a tak je to v pořádku. Jen se cpát a kynout, považovat za vrchol sportovního výkonu několik cest od ledničky k televizi nebo počítači, nás žene do záhuby. Cholesterol, tlak, infarkty a mrtvice nejsou jen pouhá slova. Tak jim neležme vstříc.

Neležme je záměrně, nechtěl jsem dát nejděme, snad čtenář pochopí.

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.

Manažer roku a osobnosti ekonomiky

Soutěž MANAŽER ROKU má u nás dlouholetou tradici. Je to nezávislé, nadoborové, exaktní, neobjektivnější a nejprestižnější hodnocení osobností české ekonomiky. Nominovaný účastník prochází několika stupni hodnocení různých skupin uznávaných odborníků. Celý systém hodnocení je transparentní s velmi silným odborným i společenským kreditem. Soutěž je veřejná a otevřená i cizincům.

Cílem soutěže je systematicky vyhledávat, popularizovat a oceňovat manažerské osobnosti, prezentovat jejich dovednosti, moderní metody řízení, originalitu a přínos k výkonnosti firmy. Společenským a etickým posláním akce je přispět k rozvoji elity českého managementu.

Soutěž MANAŽER ROKU vyhlašují: Česká manažerská asociace, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a Svaz průmyslu a dopravy ČR. MANAŽER ROKU je jednou ze stěžejních akcí programu Národní politiky kvality 2010.

Záštitu nad soutěží MANAŽER ROKU převzal předseda vlády ČR, Ing. Jan Fischer, CSc.

Výsledky soutěže v kategoriích:

Manažer roku

Ing. Zbyněk Frolík, Linet, spol. s r.o.

TOP 10

- Ing. Zbyněk Frolík, Linet, spol. s r.o.
- Ing. Josef Novák, VEBA, textilní závody a.s.
- plk. prof. MUDr. Vladimír Beneš, DrSc., Ústřední vojenská nemocnice
- Ing. Jaroslav Martínek, CSc., MZLU v Brně, Školní lesní podnik Masarykův les
- Muriel Anton, Vodafone Czech Republic, a.s.

- Jiří Herynek, ERGOTEP, družstvo invadních lidí
- Milena Veselá, PROMOPRO, s.r.o.
- Ing. Pavel Pastorek, Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo
- Ing. Petr Tlustý, TRANSYS spol. s r.o.
- Ing. Bc. Jiří Jež, DIAMO, státní podnik

Manažerka roku

Muriel Anton,
Vodafone Czech Republic, a.s.

Vynikající manažer střední firmy

Ing. Pavel Pastorek,
Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo

Vynikající manažer malé firmy

Ing. Petr Tlustý,
TRANSYS spol. s r.o.

Mladý manažerský talent do 35 let

Ing. Jan Marinov,
ŽDB Group a.s.

Manažeri odvětví

Cena Economia a.s.

Ing. Zbyněk Frolík,
Linet, spol. s r.o.

Uvedení do Síně slávy

Doc. Ing. Miroslav Grégr, CSc.

Dr. Ing. Štěpán Popovič, CSc.

Ing. Bořivoj Frýbert

Ing. Jan Fencel

Do letošního 17. ročníku soutěže MANAŽER ROKU bylo přijato celkem 193 nominací, z nichž byli vyhodnoceni 73 finalisté.

Mezi finalisty bylo 60 mužů a 13 žen. Nejmladšímu finalistovi bylo 28 let (L. Vavříková, Firma na zážitky, s. r.o.), nejstaršímu 68 let (J. Schincke, Hvězda – Občanské sdružení).

Věkový průměr všech finalistů byl 49 let, v kategorii do 35 let se utkalo 8 finalistů; 18 finalistů soutěžilo opakovaně.

Finalisté letošního 17. ročníku pracují ve firmách, které dávají práci 45 tisícům zaměstnanců. Celkem 12 finalistů řídí malé firmy do 50 zaměstnanců, 33 finalistů řídí střední firmy do 250 zaměstnanců. Největší firma, kterou reprezentuje finalista soutěže MR, zaměstnává 5500 zaměstnanců (J. Czudek, Třinecké železářny, a. s.). A 12 finalistů stojí v čele firem, z nichž každá zaměstnává více než 1000 zaměstnanců, např. Vodafone Czech Republic, a. s. Finalista, stojící v čele nejmenší firmy, má 4 zaměstnance (M. Škubalová, Salon Emporio s. r. o.).

Finalisté reprezentovali firmy, které v uplynulém roce 2009 dosáhly tržby na 197 miliard Kč, export z toho činil 14 mld. Kč, přidaná hodnota 25 mld. Kč; 21 firem dosáhlo

v tržbách přes hranici jedné miliardy korun.

Soutěž přinesla mnoho zajímavých a silných příběhů lidí, kteří se snaží v době krize vykonat pro firmu, ve které působí, maximum – nenechat ji padnout, udržet výrobu i významné zákazníky, kvalifikované zaměstnance i zaměstnanost v regionu, sestavit krizový plán, naplňovat ho a postavit plán pro období po krizi.

To vše je nejen o exaktních výsledcích, ale hlavně o lidech – o jejich profesionalitě, odborných znalostech, o vůdcovství, rozhodnosti i odpovědnosti, morálce, obětavosti, disciplíně a mimo jiné také o naději.

V rámci prestižnosti a objektivnosti prochází každý finalista soutěže sedmistupňovým systémem hodnocení. Nejdříve musí nominátoři, kterých má soutěž přes 300, zhodnotit minimálně tříletou manažerskou úspěšnost zvažovaného kandidáta a navrhnout ho do soutěže. Potom následuje několik komplexních zhodnocení a osobních auditů. Na konci tohoto řetězce stojí 15 členů Národní komise, kteří tajným hlasováním vyberou ty nejúspěšnější z nich.

Slavnostní vyhlášení výsledků 17. ročníku soutěže MANAŽER ROKU se konalo 22. dubna 2010 v pražském paláci Žofín. Tento den je v posledních letech spojen s dalšími doprovodnými akcemi a je vnímán jako Den úspěšných manažerů a firem. Letošek byl navíc ozdoben 20. výročí založení vyhlašovatelů soutěže. (tz)

Výrobní družstva zvyšují konkurenceschopnost

Družstva podobně jako další subjekty zasáhla krize. Nízká poptávka s vysokým převísem nabídky je vede k hledání účinných opatření s cílem situace využít. Velice mocným, často zanedbávaným nástrojem je vzdělávání.

Proto Svaz českých a moravských výrobních družstev připravil v pražském TOP Hotelu 26. května pro předsedy členských družstev seminář s cílem poskytnout jim informace, které mohou využít při strategickém řízení svých družstev a vzdělávání. Současně svaz získal jako zpětnou vazbu informace o tom, co družstva považují jako problém, který potřebují pomoci řešit.

Na semináři vystoupily osobnosti světa businessu: Ing. Jan Mühlfeit, Prof. Jan Švejnar a Prof. Michal Mejstřík. Každý z přednášejících vysvětlil, co pokládá v nynější situaci za podstatné. Všechny udivilo sdělení Prof. J. Švejnara, že v USA pracoval na výzkumu toho, jak družstva vlastně fungují. Podle jeho názoru jsou družstva méně orientována na zisk, a naopak více na členy a zaměstnance. To vede k jinému chování

managementu. Družstva jsou pružnější v rozhodování, velmi nerada se zbavují lidí, snaží se je udržet. Protože dnes se i menší firmy zapojují do globálního obchodu, mohou i družstva účinně konkurovat firmám velkým.

Ing. J. Mühlfeit pokládá vzdělání za mantru. Nejdůležitější pro úspěch nejsou podmínky, ale hlavně vůle něco obtížného dokázat. Jako příklady uvedl horolezce Mesnera, který jako první zdolal Everest bez kyslíku, a naši rychlobruslařku Martinu Sáblíkovou. Prostředí je ovšem také důležité, a proto je spolu s vědou a výzkumem, kvalitou veřejné správy a veřejných financí pokládá za čtyři předpoklady úspěchu. Podtrhl, že metoda hledání slabých míst a jejich zlepšování je neefektivní. Je nutné stavět na silných stránkách. Proto je třeba tvořit týmy jako skládačku, kde se členové doplňují. Zajímavá byla informace, že 96% dětí v mateřské škole chce podnikat. Po absolvování vzdělání je jen 17%, ale opravdu zkusí podnikat jen 4% z nich. Proč školský systém k podnikání nemotivuje?

Prof. M. Mejstřík podtrhl roli úspěšně zvládnutých úkolů. Tím lidé získávají sebedůvěru. Za velmi důležité pokládá studium matematiky. Nejen pro techniky, ale i pro další obory. Učí totiž logickému myšlení. Zajímavé bylo sdělení, že dluhy tzv. rozvinutých států jsou stále více financovány penězi z rozvojových zemí. Pro nás je velmi podstatné, že růst produktivity v SRN umožňuje vyrábět zde často levněji než v ČR.

V diskuzi byla identifikována potřeba vzdělávání v řadě různých oborů. Od marketingu po obory výuční. Proto bude svaz po vyhodnocení a přesném specifikování potřeb v pořádání seminářů i pro nižší řídící pracovníky pokračovat.



Osobnosti světové ekonomiky se rozdělily se svými zkušenostmi a názory na setkání s představiteli výrobních družstev

Cílem je zvyšování konkurenceschopnosti členských družstev.

Jiří Majer, ředitel odboru podnikatelských služeb Svazu českých a moravských výrobních družstev

ČSOB Leasing má novou pobočku pro korporátní financování

Společnost ČSOB Leasing založila k 1. lednu tohoto roku novou pobočku specializovanou na řešení financování v rámci velkých obchodů. Pobočka korporátního financování je zaměřena zejména na segment složitějších technologií s vyšší hodnotou, a to zejména v oblasti strojů a zařízení. Tým velmi zkušených obchodníků nabízí svým zákazníkům v současnosti komplexní a individuální obsluhu. Pobočka rovněž úzce spolupracuje s ČSOB i KBC.

Cílem vytvoření nové pobočky je zajistit si pozici v korporátním sektoru, což jsou firmy – právnické osoby s obrátem nad 300 mil. Kč ročně, které požívají investice velkého rozsahu. Jak řekl Daniel Hornof, ředitel pobočky korporátního financování: „Tyto firmy jsou na tom s bonitou velmi dobře, nicméně řešení jejich obchodních případů je specificky náročné na ob-



sluhu a vyžaduje individuální přístup. U těchto firem se jen těžko uplatňují plošné produkty a akce. Namísto toho jim tedy chceme vždy nabídnout konkrétní řešení.“

Strategie pobočky Korporátní financování je založena nejen na získávání nových zákazníků, ale především na dlouhodobé péči o zákazníky mateřské banky ČSOB. Každý obchodník se stará o svěřené portfolio korporátních klientů banky, s nimiž řeší veškeré jejich potřeby týkající se jak nových investic, tak i stávajících smluv. Cílem je tedy monitorovat dění u zákazníka, ihned zareagovat na jeho aktuální potřeby v oblasti investičního financování a získat tak náskok před konkurencí. Výhodou zacílení na korporátní zákazníky banky je podle Daniela Hornofa fakt, že jsou tito zákazníci známí alespoň v jedné společnosti skupiny ČSOB. Tyto společnosti jsou již určitým způsobem prověřeny a je zde navázán dlouhodobý vztah. „My chceme v tomto rámci vytvořit synergický efekt tak, abychom byli schopni nabídnout více produktů skupiny ČSOB, resp. doplnit naše leasingové produkty,“

vysvětlil D. Hornof a pokračoval: „V rámci obchodních aktivit nové pobočky nabízíme všechny produkty, tj. finanční leasing, zákaznický úvěr i full service leasing. Pracujeme ale na principu „keyaccount“, tedy osobní obsluhy, ne na principu prodeje standardizovaných produktů. To je hlavní rozdíl oproti práci našich regionálních poboček.“ Součástí balíčku je samozřejmě i plošné pojištění majetku. Pobočka Korporátní financování využívá služeb dceřiné společnosti ČSOB Leasing pojišťovací makléř a vzhledem k rozsahu pojistného portfolia nabízí zajímavé sazby právě v oblasti pojištění strojů, zařízení a technologií. V nabídce jsou také makléřské služby, které mohou zahrnovat i přehodnocení pojistného portfolia zákazníka a dodání zajímavější pojistné nabídky i mimo pojištění související s financováním od ČSOB Leasing.

(tz)

Co očekáváme od nové vlády a Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR

Úspěšné podnikání ve všech oborech hospodářství, a to nejen ve strategických odvětvích, jako je petrolejářský průmysl, vyžaduje podnikat v dobře fungujícím a spravedlivém legislativním prostředí, které je dané závaznými a dlouhodobě platnými pravidly. Pravidla by měla být jasná, snadno vymahatelná a nediskriminační. Předpisy vycházející z legislativy EU by měly především vycházet z cíle legislativního aktu a měly by respektovat česká specifika, pokud to je možné. Vlastní předpisy by pak měly především respektovat skutečnou společenskou potřebu.

V České republice tomu tak v mnoha případech není. Legislativa je neprovázaná a v řadě případů si předpisy protirekují, z některých číší protekcionismus, zákony jsou málo vymahatelné a mnohdy neexistuje důsledná kontrola. Problémem je i stanovení účinnosti a platnosti legislativy v delším časovém horizontu, časté změny a nepřehlednost. Představa petrolejářského průmyslu, a asi nejen jeho, jak by měla legislativa vypadat, je tato:

Funkční legislativní pravidla by měla splňovat alespoň čtyři zásady. Je to v první řadě určení strategických záměrů státu. Druhou zásadou je přiměřená regulace podnikání, ať již z hlediska podnikatelských aktivit, tak ochrany životního prostředí a ochrany zdraví a majetku občanů. Tou třetí jsou spravedlivá a rovná pravidla hospodářské soutěže nepreferující nepřiměřeným způsobem jeden z oborů hospodářství nebo výrobní řetězec. Poslední čtvrtou zásadou je vymahatelnost předpisů a důsledná kontrola.

První zásada: ČR chybí schválená dlouhodobá strategie rozvoje petrolejářského průmyslu, která by stanovila především priority s ohledem na energetické potřeby státu, okolní podnikatelské prostředí, mezinárodní konkurenci, globální obchod, strategické státní vlastnictví a hospodářské cíle minimálně v měřítku ČR. Strategie by měla obsahovat i řešení energetické bezpečnosti státu s vazbou na skutečnost, že ropu převážně dovážíme a je

v delším horizontu třeba hledat adekvátní náhradu. Strategie by měla být podrobená kvalifikované diskusi mezi státem a podnikatelskou sférou.

Druhá zásada: Tou rozumíme přiměřenou regulaci podnikání. Nejsme proti regulaci – dokonce ji považujeme za potřebnou, ale předpisy by měly mít přijatelnou míru regulace, která v krátkých intervalech zbytečně nezatěžuje průmysl. Na mysl máme například novou chemickou legislativu REACH, neprovázané zavádění alternativních paliv a některé předpisy k omezení emisí. Voláme proto, aby rozhodnutí o zásadních změnách v omezování nebo regulaci výroby z důvodu ekologie a ochrany zdraví a majetku bylo činěno s rozmyslem a po diskusi s odborníky a byl ponechán dostatečný časový prostor k realizaci potřebných opatření, než začnou platit ze zákona. Pro petrolejářský průmysl musí platit stanovená regulační pravidla nebo jiná omezení pro podnikání i delší období s ohledem na rozsah a technickou složitost potřebných investic. Vždyť jen jejich příprava trvá několik let a realizace představuje miliardové investice.

Třetí zásada: Specifikou naší legislativy, ale nejen naší, jsou nerovné a nespravedlivé podmínky pro podnikání. Chápeme tím poskytování různých výhod a výsad některým oborům jako důsledek lobizmu nátlakových skupin a nejen jejich při rozhodování jak ve státní správě, tak v zákonodárných sborech. Máme názor, že

úlevy a dotace je třeba poskytovat jen projektům s velkým efektem, který je prokazatelný a kontrolovatelný a má význam pro další rozvoj společnosti. V praxi se často setkáváme s lobbáním zájmových skupin. Nic proti tomu, ale je třeba lobbing vyvést do standardního prostředí, které spatřujeme v průhlednosti a otevřené demokratické diskusi a veřejné kontrole.

Čtvrtá zásada: Vymáhání práva musí být samozřejmostí. V ČR v řadě případů chybí státním orgánům síla vymáhat právo. Důvodem je především chybná nebo nedokonalá legislativa, která má mezery umožňující právo obcházet nebo je to nechut' a bezmoc je řešit, ať jsou důvody jakékoliv. Státní orgány a zákonodárné sbory by v těchto případech měly více využívat zkušeností a poznatků eticky podnikajících firem.

Eticky podnikající podnikatelské subjekty a jejich dobrovolná profesní sdružení proto volají po tom, aby měly větší možnost otevřeného přístupu k zpracování návrhů legislativních předpisů prostřednictvím těchto sdružení za přijatelných časových podmínek. Profesní sdružení by se měla stát trvalým a ze zákona závazným odborným partnerem státním orgánům a zákonodárným sborům, což by vedlo k lepšímu využití jejich praktických zkušeností a znalostí. Státní a zákonodárná moc by se tak mohla vyhnout nejasné, neprovázané a nevyvážené legislativě s mnohdy velmi nepřijemnými dopady do činnosti společnosti a i obcházení legislativních předpisů s cílem dosáhnout neoprávněného zisku.

Od nové vlády a Poslanecké sněmovny Parlamentu proto očekáváme rychlé a účinné napravení úrovně legislativy.

Miloš Podrazil ➤

Česká republika slavila Den Evropy na Evropském trhu v německém Magdeburku

U příležitosti Dne Evropy organizovala Průmyslová a obchodní komora Magdeburk ve dnech 7.–8. května 2010 v Magdeburku, hlavním městě Sasko-Anhaltska, první Evropský trh. Partnerem akce za Českou republiku bylo středisko evropské sítě na podporu podnikání Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR.

Pracovnice Enterprise Europe Network zde nabízejí typické české a moravské výrobky. Pardubický perník dodala firma JaJa, uzeniny VOMA s.r.o., skleněné pilníky firma Blažek Glass s.r.o., Štramberské uši dodala firma Václav Socha, plyšové Hurvínky a krtečky poskytla Moravská ústředna Brno. Zastoupeny byly dále firmy Folklore Garden, Granát, d.u.v. i Ubytování v Českém Krumlově. Návštěvníci si s velkým zájmem odnášeli propagační materiály agentury CzechTourism o celém Česku i jednotlivých regionech, nejvíce zaujaly lázně a Praha.

Malý kvíz připravený pro návštěvníky ukázal, že Magdeburčané mají velmi dobré

zeměpisné znalosti o Česku a také dobře určili naše významné osobnosti. Česko hodnotí jako zajímavou turistickou oblast, kterou rádi i často navštěvují.

Na trhu byly zastoupeny i další země Evropské unie, např. Italové nabízeli těstoviny či olivy, v rakouském stánku mohli návštěvníci ochutnat červená i bílá vína, Litevci propagovali šperky z jantaru. O český stánek byl zájem největší, protože jako jediný nabízel jak turistické informace, tak i typické výrobky. Přestože pro síť Enterprise Europe Network není obvyklé pořádat akce tohoto typu, díky ochotě a podpoře spolupracujících firem byla ČR představena jako turisticky rozmanitá a obchodně zajímavá destinace.



Enterprise Europe Network při Centru pro regionální rozvoj ČR,
Vinohradská 46,
120 00 Praha 2,
tel.: 221 580 295,
fax: 221 580 292,
e-mail: een@crr.cz,
www.crr.cz, www.een.cz (tz)

McDonald's se prosazuje díky inovacím

I v období krize roste zájem zákazníků o McDonald's. Důkazem je skutečnost, že v roce 2009 navštívilo restaurace společnosti přes 60 676 000 zákazníků. To je o 738 000 více než v roce 2008 (59 938 000 zákazníků), což představuje nárůst 1,2 %. McDonald's tak mohl vykázat v meziročním srovnání i růst tržeb o 2,7 %, a to až na celkové 3 871 091 000 Kč. Firma v současnosti provozuje v České republice 81 restaurací a zaměstnává více než 4900 zaměstnanců.

Zatímco podle informací Českého statistického úřadu trh pohostinství již třetím rokem čelí poklesu, McDonald's po celou dobu své přítomnosti v ČR zaznamenává kontinuální nárůst tržeb, v roce 2009 o 2,7 %. „Složitější podmínky na trhu se projevují i v oblasti rychlého občerstvení,“ sdělil Radek Janalík, generální ředitel McDonald's ČR. „Zákazníci stále více preferují nabídky typu skvělá hodnota za dobrou cenu. McDonald's se daří sledovat tržní trendy a reagovat na ně. Díky řadě inovací dokážeme oslovovat různorodé zákaznické skupiny a dávat jim důvod vracet se do našich restaurací.“

McDonald's v roce 2009 investoval do rozvoje, tedy do otevírání nových restaurací a rekonstrukce stávajících, více než 268 500 000 Kč. Společnost otevřela 3 nové provozovny – v Šířevicích na dálnici D8, v Teplicích a Opavě. „Neustále také zvyšujeme pestrost nabídky,“ pokračoval Radek Janalík. „Jen v loňském roce jsme uvedli 15 produktových novinek. Českým zákazníkům jsme navíc představili kompletně nový koncept McCafé, což v praxi znamená další 42 nových výrobků v sortimentu.“

I přes výrazné produktové inovace a rostoucí pestrost nabídky nejprodávanějšími výrobky McDonald's zůstaly i v roce 2009 tradiční pilíře nabídky: Cheesburger, Big-Mac a hranolky. Velký úspěch zaznamenal prodej kávy. V roce 2009 se zvýšil prodej kávy u McDonald's ČR oproti předešlému roku o 5,1 %. Podíl McCafé na těchto 5,1 % byl třetinový. V roce 2009 bylo v České republice na přípravu kávových nápojů pro zákazníky McDonald's spotřebováno 69 tun kávy.

Podnikání McDonald's se bude i nadále rozvíjet na principu franšizinku, který se ukázal jako ekonomicky i organizačně nejlepší. V současné době provozuje 20 samostatných podnikatelů – franšizantů, kteří vlastní licenci McDonald's, přes 60 % restaurací v České republice.

„I do budoucna počítáme s expanzí,“ dodal Radek Janalík. „Jsem přesvědčen, že v České republice můžeme dosáhnout do pěti let celkového počtu 100 restaurací. Předpokládáme, že v letošním roce otevřeme 3–4 nové provozovny s McCafé. Současně budeme pokračovat v remodellingu stávajících restaurací.“

(tz)

● Biologicky odbouratelné Snopake Bio2

Každý rok vzniká v ČR spousta plastových odpadů. Zhruba 80 % tohoto odpadu končí na skládkách. Společnost Herlitz myslí na ochranu životního prostředí a nyní přichází na trh s novinkou firmy Snopake Bio2, díky níž se snaží více dbát a šetřit přírodní zdroje. Archivační a prezentační výrobky firmy Snopake řady Bio2 jsou vyrobeny z OXO – biologicky odbouratelného polypropyleny, který se při likvidaci biologicky odbourává a dokonale splňuje nároky na každodenní použití. ➡

● ČMSS: žádost o úvěr zdarma

Českomoravská stavební spořitelna je v České republice dlouhodobě největším poskytovatelem úvěrů na bydlení. Od vstupu na český trh do současnosti poskytla obyvatelům na jejich bytové záměry více než 227 miliard korun úvěrových prostředků. Velký zájem je zejména o překlenovací úvěry. A právě podmínky jejich poskytování ČMSS výrazně zvýhodňuje. Žadatelé o překlenovací úvěr mohou za zpracování žádosti výrazně ušetřit, protože tuto službu poskytuje ČMSS zdarma. ➡

● Jak ušetřit za energie

Na pět desítek velkých investorů i malých podniků si v Technologickém inovačním centru ČKD Praha poslechlo návod, jak ušetřit náklady na energii ve výrobě. Brzy se uzavře možnost podávat žádosti o granty z evropského programu Eko-energie. Právě tento program úspory energií štedře dotuje. Akci uspořádala agentura CzechInvest spolu se Sdružením pro zahraniční investice AFI. Českým firmám nabídla především několik konkrétních případových studií, jak mohou snížit svoje náklady na energie. ➡

● Češi sázejí na kartu

Češi si začali uvědomovat výhody plateb kartou v zahraničí před výměnou valut. Celkový objem plateb kartou v zahraničí podle bankovních statistik v loňském roce dosáhl 23 miliard korun, což představuje 11 % meziroční nárůst. K podobnému nárůstu (10 %) došlo také u výběrů z bankomatů v zahraničí – celkový objem výběrů dosáhl bezmála 8 miliard korun. Stejný vývoj u používání platební karty v zahraničí lze spatřovat také u klientů ČSOB, kde počet plateb za uplynulý rok vzrostl o 15 %. ➡

VEMEX nabízí odběratelům zemního plynu víc než jistotu dodávek

Když JUDr. Vladimír Ermakov, CSc., založil před devíti lety konzultační a poradenskou společnost, věděl, že se VEMEX dříve či později stane jedním z důležitých hráčů na českém energetickém trhu. Předpokládal, že každý, kdo bude chtít podnikat v tomto dynamicky se rozvíjícím sektoru, bude muset velmi pružně reagovat na rychle se měnící podmínky. A na tomto principu svoji firmu postupně vybudoval, obklopil se lidmi bez upjatosti a konvencionalizmu, s nimiž krok za krokem prošlapával přímou cestu mezi letitě a zkušené hráče na českém trhu se zemním plynem.

Zpočátku téměř sebevražedný pochod ke slunci se již v roce 2008, a především 2009, podařilo završit řadou nezpochybnitelných vítězství tvrdě prověřených lednovým přerušením dodávek zemního plynu z Ruské federace. Za této složité situace nepocítili jeho klienti žádné dopady, protože management VEMEXU se svými partnery zajistil dostatečné dodávky plynu a udržel si pozice největšího alternativního dodavatele zemního plynu pro český trh i v podmínkách probíhající celosvětové ekonomické krize. Rok 2009 se stal nástupem nové obchodní strategie založené na spolehlivosti dodávek, dlouhodobější garanci ceny, neformální péči o zákazníka, orientaci na rozšíření klientského portfolia o střední i menší firmy s vyššími energetickými požadavky s ohledem na jejich business. Tedy zejména teplárenské a energetické společnosti, ale také firmy prosazující moderní formy výroby a hospodaření s energií a teplem, ať již na bázi kogenerace a dalších technologií, a také menší pekárny, lihovary, výrobce uzenin nebo hotely a restaurace a další provozy.

VEMEX přijal v tomto, z hlediska historie významném roce, podnikatelský plán s výhledem do roku 2015, v němž nechýbí ambice dále posílit svou roli jednoho z rozhodujících alternativních distributorů zemního plynu v České republice od menších a středních až po velké odběratele, významně se angažovat v oblasti CNG, tedy

dodávek stlačeného zemního plynu jako moderního, ekologicky šetrného, hospodárného a bezpečného pohonu automobilů. Vstoupit na trh s elektrickou energií a jako nový člen České plynárenské unie se citelně zasazovat za zvýšení podílu zemního plynu v energetickém mixu v rámci Státní energetické koncepce jako jedné z alternativ za utlumovanou výrobu energie z uhelných elektráren, pomáhat prosazovat zajímavé projekty využívání kogeneračních jednotek a další nové technologie.

V oblasti dodávek stlačeného zemního plynu pro pohon automobilů chce VEMEX jako první počín vybírat plnicí stanici na Ostravsku a brzy mají následovat další za výraznějšího informování veřejnosti. Společnost se nehodlá smířit s tím, že toto ekologicky šetrné palivo s minimálními emisemi dnes již dostupné na hlavních tazích je z hlediska využívání jako popelka mezi nenáviděnými sourozenci Benzelinou a Naftou. Navíc, když je téměř o polovinu levnější než paliva klasická a v provozu mnohem bezpečnější, pokud si ovšem někdo neplete zemní plyn stlačený na téměř 200 barů se zkapalněnou propan-butanovou směsí, která stejná bezpečnostní hlediska, jako CNG, nesplňuje.

Společnost VEMEX vstoupila do roku 2010 s bilancí téměř tři čtvrtě miliardy kubických metrů zemního plynu dodaných svým odběratelům a s obratem 5,1 mld. Kč jako největší alternativní dodavatel na českém plynárenském trhu s devítiprocentním podílem. Počátkem června si společnost připomněla významné jubileum v podobě dodávky již dvou miliard kubických

metrů zemního plynu na český trh. Počet jeho odběrných míst se v Česku rozšířil na pětasedmdesát, mezi zhruba padesátkou stálých odběratelů tvořících zákaznické portfolio nechybějí takové firmy, jako například Česká rafinérská, a. s., ČEZ Energetické služby, s. r. o., Plzeňský Prazdroj, a. s., Pražská plynárenská, a. s. nebo Škoda Auto a. s., SPOLANA a. s. a další. V následujícím roce chce VEMEX oslavit další jubileum, a to tři miliardy kubických metrů zemního plynu dodaných na český trh. Odběr v tomto rozsahu má již smluvně zabezpečen, tak asi proto představitelé společnosti hovořili o této záležitosti na nedávné tiskové konferenci tak sebejistě. Věřme, že se to lidem z VEMEXU podaří.

Letos v březnu se sešla valná hromada společnosti, která odsouhlasila navýšení základního jmění na 241 milionů Kč. Vlastníky VEMEXU jsou GAZPROM Germania GmbH s podílem 50,14 %, Centrex Europe Energy and Gas AG s 33 % a EW East-West Consult AG s podílem 16,86 %. Společnost VEMEX je členem Českého plynárenského svazu, letos v dubnu získala již zmíněné členství v České plynárenské unii, je aktivním členem Mezinárodní asociace plynárenských organizací a Evropského obchodního kongresu se sídlem v Berlíně. VEMEX Energo se sídlem v Bratislavě je dceřinou společností české matky a jejím současným posláním je příprava vstupu na slovenský plynárenský trh. Koncem roku 2009 tato společnost zprostředkovala zkušební prodej elektrické energie, aby zmapovala možnosti trhu s elektrickou energií na Slovensku, což signalizuje, že společnost VEMEX brzy vstoupí na trh s elektrickou energií v obou zemích. Také v zájmu tohoto projektu společnost zavedla nový fakturační a informační systém a obchodní dispečink. Je tak připravena na ještě výraznější roli leadera alternativních dodavatelů energií.

V současné době společnost oslovuje menší odběratele z řad živnostníků ve všech sférách

služeb. Připravila k tomu vnitřní mechanismus, který nejen poptávku obdrží, ale současně také vyhodnotí, odešle nabídku a dále sleduje celý další vývoj jednotlivého obchodního případu. Takto zpracovaná poptávka je podložena reálným objemem plynu s konkurenčně schopnou cenou. Po této první etapě probíhající v letošním roce bude následovat další, tentokrát zaměřená na oslovování domácností. Uskuteční se v průběhu příštích dvou let. Toto časové rozdělení VEMEX považuje za velmi důležité jak z hlediska dobré cenové nabídky, tak i možnosti plnění svých dodavatelských povinností, a stejně tak sází i na perfektně oboustranně fungující komunikaci s odběrateli, přesnou, včasnou a bezchybnou fakturaci.

Společnost VEMEX, jak lze tedy předpokládat, bude na českém trhu usilovat o podstatnější výřez z koláče celkové dodávky zemního plynu do České republiky, a jak bylo naznačeno, i v jiných oblastech energetiky. Není to dravec v pravém smyslu slova. Ve vystoupeních představitelů vrcholového managementu je možné slyšet i taková slova jako lidskost orientovaná na pomoc těm, co se ocitli v tíživé situaci, do níž se nedostali vlastní vinou. Společnost dlouhodobě podporuje například občanské sdružení Peppermint zasazující se o materiální i duchovní pomoc Dětským domovům, ve kterých u nás žije více než dvě desítky tisíc dětí. V jednom z Dětských domovů proběhla soutěž VEMEXU o nejlepší kresbu, která by vyjádřila dětskou představu plamínku hořícího plynu. Zvítězil obrázek 12leté Kristýnky Výplachové, který se stal předlohou pro postavku maskota společnosti VEMEX. Bylo to nejlepší vyjádření života a tepla, které může hořící plynový plamínek dávat lidem, domácnostem, firmám. Vždy, kdy to potřebují, v požadovaném množství, s nádechem lidskosti...

Dr. Jiří Miroslav Novotný ➤



Snímek z nedávné tiskové konference: (zleva) ing. Hugo Kysilka, viceprez. pro marketing, Ing. Jaroslav Horych, 1. viceprez., JUDr. Vladimír Ermakov, CSc., prezident a jednatel společnosti, Václav Lerch, viceprez. pro strategii a nákup

Firemní bankrotы poklesly pod úroveň loňského roku

Insolvenční návrhy i vyhlášené bankrotы týkající se firem a podnikatelů v květnu poklesly pod úroveň loňského roku. Zatímco v květnu 2009 bylo na firmy a fyzické osoby podnikatele podáno 328 insolvenčních návrhů, letos to bylo 306, což je o 7 % méně. Stejně tak zatímco v loňském květnu bylo vyhlášeno 127 firemních bankrotů, letos to bylo 121, což je meziročně dokonce o 5 % méně. Vyplývá to z nejnovějších statistik databáze Cribis.cz, které poskytla společnost CCB – Czech Credit Bureau. Osobní bankrotы však meziročně nadále rostou, i když rovněž pomaleji.

„Zpomalení insolvenčních návrhů týkajících se firem i vyhlášených firemních bankrotů ve srovnání s počátkem letošního roku je výsledkem kombinace několika faktorů. Především dochází k postupnému oživení ekonomické aktivity v Německu, tedy u našeho hlavního obchodního partnera. Z toho vyplývá zvyšující se zahraniční poptávka, která se promítá do růstu průmyslové výroby a vývozu, růstu nových objednávek firem a zvyšující se dů-

věry v domácí ekonomiku. Růst nezaměstnanosti se zastavil, stejně jako propad mezd. Zadlužení domácností sice i nadále roste, ale podstatně pomalejším tempem,“ uvedla Věra Kameníčková, vedoucí analytického oddělení ve společnosti CCB – Czech Credit Bureau, která databázi obchodních informací Cribis.cz provozuje.

Insolvenčních návrhů týkajících se fyzických osob bylo v květnu podáno 566, což je v meziročním srovnání o 130 % více. V porovnání s dubnovými čísly, kdy bylo podáno 782 návrhů na osobní bankrot, je to však o téměř 28 % méně. Vyhlášeno bylo v květnu 311 osobních bankrotů, což je meziročně o 81 % více. V porovnání s dubnem letošního roku, kdy bylo vyhlášeno 478 osobních bankrotů, jde však rovněž o pokles o přibližně 35 %.

„U osobních bankrotů se v květnu nadále zhoršila relace mezi insolvenčními návrhy na osobní bankrot a vyhlášenými bankrotы. Fronta návrhů čekajících na soudní projednání je relativně nejdelší od ledna 2009. K opačnému jevu došlo ve firemní oblasti,“ vysvětlila Věra Kameníčková.

Celkově bylo v květnu podáno 872 insolvenčních návrhů, což je o 52 % více než ve stejném období loni, ale téměř 30 % méně než v dubnu letošního roku. Vyhlášeno bylo celkem 432 osobních a firemních bankrotů, což je meziročně o 44 % více, ale v porovnání s letošním dubnem opět o téměř třetinu méně.

„Květen je již druhým měsícem, ve kterém se snižují jak počty vyhlášených bankrotů, tak i počty insolvenčních návrhů. Platí to pro firemní oblast i pro osobní bankrotы. V obou oblastech se jedná, do určité míry, o reakci na prudký meziměsíční vzestup v březnu letošního roku, a tedy o návrat na dlouhodobou trajektorii růstu, kterou lze pozorovat od ledna 2009. Tato trajektorie je strmější v případě osobních bankrotů a pozvolná v případě firemních bankrotů,“ sdělila Věra Kameníčková ze společnosti CCB – Czech Credit Bureau.

Nejvíce firemních bankrotů bylo v květnu tradičně vyhlášeno v Praze, kde zbankrotovalo 27 firem. V Jihomoravském kraji bylo vyhlášeno 18 bankrotů a v Moravskoslezském kraji 16 firemních bankrotů. Žádný firemní bankrot nenastal v květnu v Karlovarském kraji.

Nejvíce zbankrotovaných společností, celkem 28, podnikalo v oblasti obchodu, 15 firem bylo ze stavebnictví, 9 pak shodně z oblastí kovovýroby a pronájmu strojů a zařízení.

„Pokud ekonomické oživení bude i nadále pokračovat, lze do konce roku očekávat stagnaci počtu vyhlášených firemních bankrotů, respektive mírný růst měsíčních údajů. Růst osobních bankrotů bude i nadále vyšší než firemních,“ řekla Věra Kameníčková.

Prostřednictvím portálu Cribis.cz si mohou podnikatelé rychle ověřit, zda jsou jejich obchodní partneři seriózní nebo jim nehrozí bankrot. Na portálu totiž naleznou například procentní vyjádření pravděpodobnosti bankrotu konkrétní firmy nebo takzvaný CCB Index vyjadřující obchodní riziko vyplývající z možné spolupráce s touto firmou.

K dispozici jsou také informace o jejich finančním stavu, přehled vlastnické struktury nebo analytický pohled na odvětví a region, v němž působí. Na portálu jsou k nalezení i diagramy vztahových vazeb mezi společnostmi a jejich zástupci, marketingové seznamy nebo monitorovací a výstražné služby.

(tz)

**Zemní plyn
– ekologický zdroj energie**

VEMEX s.r.o.
Na Zátorce 43/9
160 00 Praha 6
T.: +420 233 382 820

Pro konkrétní poptávku využijte,
prosím, e-mail: obchod@vemex.cz
www.vemex.cz

Co by se mělo udělat: řešit stav veřejných financí

Společným prohlášením sociálních partnerů skončila 84. plenární schůze Rady hospodářské a sociální dohody ČR (tripartity). Zástupci Svazu průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) a odborů v něm poděkovali vládě premiéra Jana Fischera za vstřícný přístup k sociálnímu dialogu a k hledání východisek ze současné krize. Sociální partneři předpokládají, že nová koaliční vláda v něm bude kontinuální.

Zaměstnavatelé od budoucí vlády očekávají, že převezme závazky předchozí vlády, zejména co se týká podpory prorůstových opatření, a že naváže na dosavadní styl vedení sociálního dialogu ze strany kabinetu Jana Fischera, který sociální partneři hodnotí velmi pozitivně. „Chceme oslovit vládu s deseti našimi požadavky, s akcentem na prorůstová opatření. Je potřeba zajistit konkurenceschopnost naší ekonomiky a firem a soustředit se na podmínky, jak zajistit lidem práci. Očekáváme výraznou snahu řešit stav veřejných financí a efektivitu státu a veřejné správy, boj proti korupci, ale i efektivnější investice do vědy, výzkumu a vzdělání a zásadní kroky v dalších klíčových oblastech. Zejména bychom si přáli pokračování v kulturním dialogu na půdě tripartity,“ uvedl Jaroslav Míl.

Zaměstnavatelé vyjádřili výhrady k naplňování na dubnové tripartitě dohodnutých 13 úkolů vlády, týkajících se krátkodobých opatření pro východiska z krize. „Z postupu prací je patrné, že někteří úředníci již čekali na politickou vládu,“ komentoval stav realizace dohodnutých opatření Jaroslav Míl.

K realizaci jednotlivých opatření se vyjádřil i Jaroslav Hanák, 1. viceprezident SP ČR: „Ne se všemi body jsme spokojeni. Týká se to například požadavku na audit hospodaření státu, přípravy proexportní strategie do roku 2016, působení na komerční banky kvůli uvolnění financování.“

Zaměstnavatelé současně požadují dialog o národních cílech strategie Evropské unie „Evropa 2020“. Zástupci Svazu průmyslu a dopravy ČR vyjádřili vážné pochybnosti nad

kvalitou dosavadního procesu přípravy tohoto klíčového dokumentu, který sociální partneři neměli dostatečný čas odborně připomínkovat. Navíc se zaměstnavatelé domnívají, že obsah tak klíčového dokumentu, jakým jsou národní cíle „Evropa 2020“, by měla formulovat nová vláda na základě širší debaty. „Připravit strategii na příštích deset let není záležitostí několika týdnů. Je třeba ji projednat se sociálními partnery, politickými stranami i s občany. Evropská komise příliš tlačí na velmi krátké termíny. Přitom již nyní je zřejmé, že dokument neřeší rozvoj EU jako celku. Jak můžeme například chtít zvyšovat konkurenceschopnost Evropy a zajistit výrazné investice do vědy a výzkumu, když více jak 40 % unijních výdajů směřuje do zemědělství,“ uvedl Jaroslav Míl. Problematický je i závazek snižovat emise a energetickou náročnost či požadavek EU na výrazné zvýšení počtu vysokoškolských studentů, aniž vzdělávací systém ČR neprojde reformou a nebude více odpovídat požadavkům trhu práce.



Prezident Svazu Jaroslav Míl se vyjádřil i k otázce deficitu veřejných financí, což je téžiskem politiky vznikající vládní koalice: „Veškeré dosavadní návrhy přistupují ke snižování deficitu příliš opatrně. Měli bychom si definovat cíl dostat se během dvou let na tři procenta HDP. Pokud výrazně nesnížíme deficit, můžeme zapomenout na prosperitu země.“

(tz spd)

Fotovoltaika – ČR přijde kvůli špatné vyhlášce o miliardy a pracovní místa

Likvidační vyhláška na obnovitelné zdroje připraví Českou republiku až o pět tisíc pracovních míst, které s sebou mohly v tomto roce přinést investice do fotovoltaiky. Podle České fotovoltaické průmyslové asociace nyní reálně hrozí, že se kapitál českých a zahraničních investorů postupně přesune směrem na východ, kde má energetika v oblasti obnovitelných zdrojů volné ruce. A také stát se tak díky ní dobrovolně připravuje o desítky miliard korun.

„Podle našich informací a propočtů budou dopady vyhlášky na českou ekonomiku mnohem vážnější, než že dojde na několik dalších let k zastavení využívání energie z obnovitelných zdrojů. Pokud vyhláška vstoupí v platnost, připraví o práci tisíce lidí, nedá šanci vzniknout novým pracovním místům a naprosto nepochopitelně připraví státní kasu o miliardy,“ upozornil na možné důsledky regulace odborník na fotovoltaiku a předseda představenstva České fotovoltaické průmyslové asociace Jaromír Řehák. Přitom investice do obnovitelných zdrojů mohou České republice vý-

razně pomoci v protikrizové politice státu. Kontroverzní vyhláška Ministerstva průmyslu a obchodu stanovuje účinnost nově instalovaných solárních článků dle typu mezi šestnácti až dvaceti procenty, což odborníci z Česka i Evropy považují za likvidační krok, který povede k dalšímu útlumu ekologických obnovitelných zdrojů. Šance na zlepšení situace může přinést nová vláda, která schvalování vyhlášky zastaví. Asociace na to však nečeká, a proto se před několika týdny také obrátila na Evropskou komisi, která se likvidační vyhláškou bude v následujících týdnech zabývat.

„Nesmyslné požadavky, které s sebou vyhláška přináší, nechápu ani odborníci v dalších zemích Evropy, kde jsou energetické trhy obnovitelných zdrojů velice liberalizované a dobře fungují,“ dodal generální sekretář České fotovoltaické průmyslové asociace Zuzana Musilová. Nikde v Evropě totiž nemá podobná regulace ze strany státu obdoby. Asociace proto věří, že nová vláda vyhlášku neschválí.

(tz czepho)

Elektronické JKM na portálu BusinessInfo.cz

Oficiální portál pro podnikání a export BusinessInfo.cz hostí elektronické Jednotné kontaktní místo (JKM), které sdružuje všechny informace a formuláře nutné k zahájení podnikatelských činností. Aplikace je na portálu BusinessInfo.cz volně dostupná v češtině i angličtině, bez nutnosti registrace.

Kdokoli chce dnes začít podnikat v České republice nebo v jiné členské zemi EU, musí nejprve od příslušné státní autority získat patřičné povolení, registraci či koncesi. Mnohdy nestačí jeden doklad, ale je jich třeba více a od více institucí.

Aby adept podnikatelské řehole měl k ruce co nepodrobnější návod co, kdy a kde musí vyřídit, vznikla elektronická verze Jednotných kontaktních míst (JKM). Na portálu BusinessInfo.cz nese název „Zahájení podnikatelské činnosti“ a je přístupná hned z domácí stránky portálu. Stát rozlišuje více jak 180 podnikatelských činností. Pro snazší orientaci byly proto jednotlivé soubory informací k zahájení činností rozřazeny dle oboru podnikání do třiceti dvou oblastí.

Samotné informace ke konkrétní činnosti jsou pak strukturovány do formy číslovaného „návodu“, ve kterém jsou uvedeny všechny kroky nutné k udělení povolení podnikání v dané činnosti (mj. podmínky udělení povolení, náležitosti žádosti, poplatky). Každý krok v návodu je ukončen šedivě podbarvenou informací, co přinese splnění daného kroku, resp. o lhůtách, které mají státní či místní orgány na rozhodnutí.

Zahájení provozování některých činností je složitější a vyžaduje provedení více administrativních úkonů nebo splnění více zákonných

podmínek. V takovém případě obsahuje návod k zahájení činnosti doplňující informace, které tyto nezbytnosti upřesňují. Jedná se mj. o podrobné podmínky udělení povolení, dozorové orgány, možnosti odvolání a relevantní právní předpisy.

Zásadním přínosem pro žadatele je integrace potřebných formulářů a žádostí přímo do návodů. Vždy, když žadatel musí vyplnit nějaký formulář, je tento v příslušném kroku návodu uveden. Odpadá tedy nutnost dohledávat formuláře na jiných webech nebo podatelních dotčených úřadů.

Většinu formulářů může žadatel buď vytisknout a vyplnit ručně, nebo vyplnit elektronicky. Elektronické vyplňování probíhá buď přímo na portálu BusinessInfo.cz, nebo ve specializované aplikaci konkrétní instituce – např. Jednotný registrační formulář (JRF) v aplikaci Registru živnostenského podnikání MPO.

Formulářová aplikace portálu BusinessInfo.cz uživatele nestresuje formulářovými kolonkami. Data uživatel zadává přívětivou formou otázek a odpovědí. Výstupem je však plnohodnotný „kolonkový“ formulář tak, jak jej vyžaduje zákon. Navíc má uživatel možnost kdykoliv v průběhu vyplňování elektronický formulář vytisknout nebo uložit. Dokončit vyplňování je tedy možné i později, po dohledání potřebných údajů.

Je-li žadatel držitelem elektronického podpisu, může následně vyplněné formuláře a další přílohy odeslat elektronickou poštou do podatelny příslušného úřadu. Aplikace elektronického JKM mu samozřejmě sdělí potřebné kontaktní údaje.



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

KURZY A SEMINÁŘE PORADÍME I V LÉTĚ!

DPH – PRAKTICKÉ ZKUŠENOSTI Z APLIKACE NOVELY

2. 7. 2010
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Jana Ledvinková
KÓD: 003840 CENA: 2 628 Kč

PODVOJNÉ ÚČETNICTVÍ – OD A DO Z

13. – 15. 7. 2010
PŘEDNÁŠÍ: doc. Ing. Dana Dvořáková, Ph.D.
KÓD: 001790 CENA: 7 188 Kč

ING. RŮŽENA KLÍMOVÁ

VEDENÍ MZDOVÉ AGENDY – PRO ZAČÍNÁJÍCÍ MZDOVÉ ÚČETNÍ

26. – 27. 7. 2010
KÓD: 003950 CENA: 4 668 Kč

VEDENÍ MZDOVÉ AGENDY – PRO POKROČILÉ

28. 7. 2010
KÓD: 003960 CENA: 2 628 Kč

REZERVUJTE SI ČAS!

DAŇOVÝ PROFESIONÁL®

PRŮVODCE DAŇOVOU SOUSTAVOU PRO BĚŽNOU PRAXI

6. 9 – 14. 10. 2010

WWW.VOX.CZ

premium PROSPERITA.INFO

Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás

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

● Mladí podnikatelé si vyzkoušeli sílu barev
Společnost Hewlett-Packard předala v červnu v Praze ocenění studentské společnosti S-way za nejlepší prezentaci na téma „Význam barev v podnikatelském prostředí“. Stalo se tak u příležitosti předávání certifikátů vítězům soutěže Nejlepší Studentská společnost JA, ojedinělého programu vzdělávací neziskové organizace Junior Achievement. Cílem naší soutěže bylo podnítit v mladých lidech, začínajících podnikatelích, zájem o téma významu a smyslu použití barev. ➔

● Credium potvrdilo 3. pozici
Společnost Credium i po prvním čtvrtletí letošního roku potvrdila třetí pozici mezi společnostmi financujícími osobní a užitkové vozy do 3,5 tuny, kam vystoupala už loni. To jen potvrzuje správný trend činnosti této společnosti. V letošním prvním čtvrtletí poklesl trh celkového nebankovního financování automobilů do 3,5 tuny o 5,5%, ale Credium naopak dosáhlo růstu o 5,7% a současně zaznamenalo nárůst tržního podílu ve financování nových osobních a užitkových vozů na 11,6%. ➔

● HQ-PLUS, s.r.o. slaví
Letos v červnu oslaví developerská a stavebně-obchodní společnost HQ-PLUS, s.r.o., 15. výročí od zahájení výstavby svého prvního rezidenčního projektu. Jednalo se o šest luxusních rodinných domů v Průhoncích u Prahy. Na tento úspěšný první developerský projekt v následujících letech navázaly další. Rezidenčního i komerčního charakteru. Společnost HQ-PLUS, s.r.o., byla založena v roce 1994 s cílem realizovat v Praze a nejbližším okolí zejména rezidenční výstavbu. ➔

● Iniciativa Task Force Iraq
Svaz průmyslu a dopravy ČR vyšel vstříc výrazně stoupajícímu zájmu českých firem o irácký trh a společně s Ministerstvem průmyslu a dopravy ČR představil v červnu společnou iniciativu pod názvem Task Force Iraq. Zejména v této době, je Irák stále důležitějším trhem. V uplynulých letech si při veletrzích v severní části země a při pracovních setkáních dokázali vybudovat úzké kontakty s partnerskými organizacemi i osobní vazby s jednotlivými podnikateli. ➔

AJŠA oslavila pětiletí

AJŠA – Asociace jazykových škol a agentur ČR, největší profesní sdružení jazykových škol, působí již pět let v České republice. Má 37 členů, většinou regionálních. Poslední rok pod vedením nového prezidia, které zavedlo například Kodex kvality.

Asociace vznikla v květnu 2005. Od té doby se vyprofilovala jako největší profesní sdružení v oblasti jazykové výuky v celé České republice. „Odborná i široká veřejnost nás začíná vnímat jako prestižní sdružení, které je aktivní v otázkách jazykového vzdělávání a určuje současné moderní trendy,“ konstatoval Petr Pasek, viceprezident AJŠA.

Od června 2009 zahájilo svou činnost nové

prezidium AJŠA, které se skládá z prezidentky Karly Bauerové a čtyř viceprezidentů: Stanislava Káry, Petra Paska, Michala Ivasienka a Alice Vondráčkové.

Úspěchy AJŠA za poslední rok:

- zavedla Kodex kvality, který jednomyslně převzali a zavedli do svých škol všichni členové,

- rozšířila členskou základnu na 37 členů (o více než 10 za poslední rok),
- stala se často oslovovaným odborníkem pro novináře píšící o jazycích a souvisejících tématech,
- citovaná v prestižních médiích (MfDnes, Hospodářské noviny, E15, Respekt, Český rozhlas, Nova a další),
- jednání s druhou Asociací jazykových škol ČR (AJŠ) a snaha o větší spolupráci obou asociací,
- nové, přehlednější a modernější webové stránky www.ajsa.cz,

- 2 výjezdní zasedání: říjen 2009 v Hradci Králové a březen 2010 v Plzni.

AJŠA se v dalším období svého fungování dále zaměří na:

- rozšiřování členské základny,
- pravidelné setkávání svých členů,
- výměnu informací a nových výukových metod,
- aktivní snahu změnit DPH vztahující se k výuce cizích jazyků,
- aktivní spolupráci s AJŠ.

(tz ajša)

► pokračování ze str. 1

Je velmi povzbuzující i to, že máme opravdu skvělé výrobky a že každá ze značek uvede letos na trh nové modely. Když bych měl označit, definovat naši snahu a z toho pramenící úspěch, řekl bych: Sen začíná prací.

Kterou z vašich značek si oblíbili firemní zákazníci, kterou mladá klientela a jaké dávají přednost ženy?

Už není možné škatulkovat jako dříve. Nejprve k autům pro ženy – kdybych tvrdil, že se pro ženy hodí malé auto se slabým motorem, asi bych už neuspěl. Dámy mají nárok na skvělé auto stejně jako muži, a také stále raději jezdí silnými vozy. Tak to prostě je. Mají rády Audi Q7, jezdí Tiguanem, líbí se jim SEAT Leon. Typické auto pro ženy neexistuje.

Firemní top management volí z naší nabídky často Audi, taktéž i fleetový zákazník. Střední management kupuje vozy VW. Obchodníci, živnostníci pořizují hlavně lehké užitkové vozy Volkswagen. Také SEAT si postupně nachází oblibu u fleetových klientů – například Česká celní správa si koupila 100 vozů této značky v bílé barvě.

Mladí klienti – obecně říkáme, že je pro ně určen SEAT. Jenže otázkou je, kdo vlastně mladým zákazníkem je. Zda je mladí možné definovat jen na základě věku, anebo spíše životní filozofie a temperamentu. Podle mého názoru jsou mladí lidé i s šedivými vlasy, protože mají v sobě dynamiku, drive, chuť do života. Jsou lidé vysokého věku a pálí jim to, že se jeden nestačí divit, sportovci, výjimečné osobnosti s aktivním přístupem k životu. Na takového člověka naše nabídka SEATu směřuje. Když někdo řekne SEAT, vůz pro mladé, pak klientem může být i člověk po šedesátce, je-li v duši mladý.

Zkoušel jste někdy sám prodat nějaký model? Stát se tím obchodníkem v showroomu?

Nejenom že jsem se pokoušel, ale také prodal. Dlouhá léta jsem v automobilové branži vykonával funkci, kdy jsem obchodoval s velkoodběrateli v Rakousku. Když jsem byl ještě velmi mladý, dostal jsem přidělen jako služební vůz Audi 100. Měl jsem z toho velkou radost, ale když pak to auto skutečně přišlo, bylo to provedení ve skvělém, hodnotném laku, ale s motorem jen o 70 koňských silách. Radost vystřídal zklamání. Tak slabé auto... Co s ním? Bylo nad slunce jasné, že jde o neprodejný vůz. A mým úkolem bylo tohle auto nakonec prodat. No, zvládl jsem to.

Byl jsem také zakladatelem firmy Porsche Informatik a zde zodpovědný za prodej výrobků, které se od aut notně liší. Byly to produkty, kde emoce nehrají žádnou roli. Také jsem to dokázal. Prodával jsem rád.

Ve svém profesním životě jsem musel úlohu projeje mít na paměti vždy, však to byla a je moje nejmilovanější oblast činnosti. Tato orientace mi umožňovala dostat se do kontaktu se zajímavými lidmi i zkoušet vlastní kvality. Silou odbytu je možné výrazně ovlivňovat výsledek firmy. Když selžu v oblasti obratu, nemohu to

kompenzovat snížením nákladů. To jsem si vždy uvědomoval. Je to zákon, který se nedá obejít. Pro mne bylo důležité pracovat tam, kde bylo třeba něčeho dosáhnout.

Do čeho nyní IVG u nás investuje prostředky a pozornost?

Ne nyní, ale stále investujeme. Myslím, že pro společnost, která má známý produkt a vynikající servis, je nutné investovat nepřetržitě. Máme dva pilíře, kam investicemi míříme: k zákazníkům a zaměstnancům. Mohu však otevřeně říci, že takto napřít pozornost není vůbec jednoduché – koncentrovat se na tyto dvě skupiny je náročné, ale nutné. Ze všech stran dochází k pokusům odchýlit se. Přesto se snažíme soustředit pozornost na věci nejdůležitější, sestavovat vhodné projekty, skupiny, které se jimi budou zabývat. Mohu-li být upřímný, cítím jednoznačně, jako by se něco neviditelného snažilo nás odvést od toho prvotního, co máme za úkol – od obchodování. Ale nelze tomu podlehnout.



Když jedu z firmy domů, vždycky si probírám v hlavě: kolik času jsem věnoval zákazníkům a kolik zaměstnancům? Když to bylo jinak, než by mělo být, dávám si okamžité předsevzetí: další den to uděláš lépe! Víte, pojem zákazník nesmíme vidět v zúžené podobě, třeba jako člověka, který vytahuje peněženku a platí v samoobsluze za rohlík. Ba naopak. Jsou to obchodní partneři, koncoví zájemci, příznivci, novináři – každý, kdo se zajímá o naši práci, o naše výrobky, o naše zboží, to jsou vlastně ti, kteří mohou přispět k našemu úspěchu.

Spolupracujete například s nějakými autoškolami, lékařskou klinikou, hotelem, vinaři, básníky, jste partnery prestižní podnikatelské soutěže?

Hovořil jsem o světě značek. Svět Audi se liší od světa Volkswagenu atd. Světu značek jsme přiřadili

sportovní události, které spolupřádáme. VW – to je např. Volkswagen maraton v Praze a běžecké lyžování, Audi, to je zase golf, jachting a alpské lyžování, SEAT je ve znamení evropské ligy UEFA, české atletiky. Podobné přiřazování existuje i v kultuře. Shodným měřítkem se snažíme zviditelnit v běžném životě Česka. Samozřejmě když se zde koná lékařský kongres a je to kompatibilní s naší značkou a firemní strategií, rádi se zúčastníme. Pokud si vzpomenete, byli jsme generální partneři summitu NATO, zasedání Světového měnového fondu, partnery předsednictví ČR v EU. Tím se snažíme poukázat na to, že jsme součástí života v České republice, že sem patříme a že máme zájem podporovat dobré, smysluplné záležitosti.

Máte na českém trhu i přes složitou ekonomickou situaci vynikající image. Myslím, že vy osobně jste v tomto ohledu udělal velký kus práce. Co vás čeká dál?

Image je dlouhodobá záležitost. Mohla se tu, jak jste ji označila, vyvinout jen na zá-



kladě spokojenosti s našimi automobily, tím že dodržujeme, co slibujeme. Máme ty nejprísnější parametry na kvalitu, ať už v prodeji, či servisu. A protože stále usilujeme o to, abychom měli vysokou technickou úroveň, odvíjí se od toho i deklarované vlastnosti našich vozů. Kvalita se nedá obelhat.

Jsme ferozí a transparentní vůči našim zákazníkům. Domnívám se, že když se takto firma chová na trhu delší dobu, tak pozitivní image získá.



Samozřejmě víme i o našich slabých místech, a věřte, nebo ne, každým dnem pracujeme na tom, aby se to, co nám vadí, postupně odstraňovalo. Tak, aby zákazník měl ještě lepší pocit z našich předností – že držíme slovo.

Životní styl je zvláštní kategorie, automobily k ní významně patří. Jakou úlohu vy osobně autu v české rodině přisuzujete?

Určitě hraje velmi důležitou roli. Češi měli k autům vždy vřelý, citový vztah. Tak jako v sousedních zemích je rovněž v ČR základní přání lidí, aby měli dobrou práci, pěkné bydlení, vhodný a svým potřebám uzpůsobený automobil, s nímž si vyjedou, kam chtějí. Do zaměstnání, na výlet, na dovolenou. Samozřejmě to záleží na rozpočtu jednotlivých rodin, na tom, co si kdo může dovolit. Automobil je pro českého člověka i vyjádření jeho lidské individuality. Naučili jsme se, že se člověk cítí v autě jako doma, má v něm zážitek, pocit svobody z pohybu. Když chcete odjet, nemusíte studovat jízdní řády, kupovat si místenku předem... Prostě otočím klíčkem, pustím muziku a jedu. Auto je velmi osobní oblast svobody.

Myslíte si, že by už děti v základní škole měli dostat k výuce povinně základní teoretický kurz řízení vozidla? Mělo by to patřit ke gramotnosti člověka stejně tak, jako je finanční gramotnost apod.?

Jistě – pro děti v základní škole by měla existovat dopravní výchova. Vidím to i na těch nejmenších, jaký výrazný pud mobility v nich je. Správná dopravní výchova je může vhodně nastartovat, dát určitý směr, aby se dokázaly bezpečně pohybovat v pozdějším věku i na těch přeplněných a trochu nervózních silnicích. A dostat do krve to, co někteří starší pak dohánějí složitě v hodinách autoškoly, by bylo jistě užitečné. Proto by nebylo od věci mít asi více dopravních hřišť, kde by ti malí získávali návyky, jež se jim brzy budou hodit. Ale rozhodně bych neměnil nic na věku, kdy lze v ČR získat řidičský průkaz.

za inspirativní slova poděkovala Eva Brixí

Kvalita je předpokladem trvale udržitelného rozvoje

Společnost QUALIFORM, a.s., ve spolupráci s Národním programem podpory kvality 2010 uspořádala 27. května 2010 v hotelu ALLVET u Vyškova II. ročník vzdělávací akce pod názvem KVALITA – předpoklad trvale udržitelného rozvoje. Touto akcí se společností QUALIFORM, a.s., podařilo navázat na tradiční vzdělávání v oblasti kvality se zaměřením na subjekty podnikající nejen ve stavebnictví, ale i na veřejnou správu a širokou veřejnost.

Zmíněný hotel poskytl nadstandardní prostředí pro tento typ akce. Kongresový sál zaujal svým architektonickým pojetím a zpracováním interiéru, kde se příjemně cítili hosté i přednášející. K přestávkám během programu sloužil zajímavý a rozsáhlý exteriér dvora a přilehlých krytých teras, které účastníci rádi využili k osobnímu setkání, rozhovoru a občerstvení, jelikož letos počasí moc nepřálo.

Jednání se zúčastnili zástupci stavebních společností, veřejné správy i odborného tisku. Vzdělávací akce měla opět bohatý program. Dopolední blok byl společný pro všechny účastníky, odpolední program byl rozdělen do dvou odborných sekcí, a to sekce 1 se zaměřením na oblast řízení kvality a sekce 2 se zaměřením na zkušebnictví a stavebnictví. Dopolední program zahájila a moderovala generální ředitelka společnosti QUALIFORM, a.s., Ing. Alena Chalupová.

Poté vystoupil s prvním příspěvkem Ing. Pavel Ryšánek, ředitel Informačního centra NPK (Národního informačního střediska podpory kvality) a představil novinky v Programu Národní politiky kvality.

Na něj navázal Ing. Ondřej Strnád, CSc., ředitel společnosti REI, s.r.o., který přednesl příspěvek s názvem Budovanie a certifikácia ISMS podľa normy ISO/EC 27001 a výhody intergácie s riadením kvality, kde vysvětlil růst významu informací jako klíčového aktiva všech subjektů a potřebu jejich přiměřené ochrany.

Opětovné pozvání přijala společnost Český institut pro akreditaci, o.p.s., její zástupce Ing. Milan Svoboda seznámil přítomné s Akreditací v ČR z pohledu nové legislativy.

Následně vystoupila se svým příspěvkem

Mgr. Lenka Sochorová, ředitelka sekce klient-ské péče Unie pro rozhodčí a mediační řízení ČR, a.s., která zvolila téma Rozhodčí řízení a mediace – možné prostředky pro zkvalitnění vztahů mezi obchodními partnery. Představila moderní možnost, jak přistupovat k řešení problémů mezi obchodními partnery.

Poté hovořila Ing. Eva Kadlecová, ředitelka odboru znalectví a stavební expertizy společnosti QUALIFORM, a.s., na téma Znalecká činnost pro podnikatelské subjekty, kterým přiblížila oblast znalecké činnosti a jejího využití při řešení problémů během činnosti podnikatelské.

Následoval poslední příspěvek dopoledního programu Ing. Pavla Ryšánka, ředitele Informačního centra NPK (Národního informačního střediska podpory kvality), na téma Společenská odpovědnost. Seznámil s pojmem Společenská odpovědnost organizací, se vznikem této aktivity, přínosy pro firmy a její certifikaci.

Dopolední program vzdělávací akce pak zakončilo Slavnostní předání certifikátů systémů managementu jakosti.

Po této společenské události následovala přestávka na oběd, kterou účastníci akce, hosté, přednášející i pořadatelé využili nejen k občerstvení, ale i k diskuzi nad dopoledním programem, současnému stavu ve stavebnictví a ekonomické situaci na trhu.

Odpolední program odborné sekce se zaměřením na řízení kvality byl zahájen příspěvkem Zlepšování firem a jejich řízení přednášejícího Mgr. Pavla Procházky, ředitele společnosti Palatinum s.r.o., Praha, který představil Model Business Excellence, zvláště jeho přínos pro zvyšování výkonu firem.



Pohled na hotel Alvet a jeho příjemné prostředí...

Příspěvek s názvem Kvalita řízení – základ úspěchu aneb jak pochopit a aplikovat normu ISO 9004:2009 přednesl prof. Ing. Jaroslav Nenadál, CSc., z VŠB – technická univerzita Ostrava. Podstatou příspěvku bylo vysvětlit pojem kvalita řízení, základní funkce a principy systému managementu a jak tyto principy převést do praxe.

Následoval příspěvek Posuzování shody stavebních výrobků ze stavebních a demoličních odpadů přednášejícího Ing. Jana Handla, ředitele odboru posuzování shody QUALIFORM, a.s., který zaujal svými slovy o nezanedbatelném vlivu využití stavebního a demoličního odpadu na náklady stavební výroby a snížení zatížení životního prostředí.

Odpolední program odborné sekce zaměřené na řízení kvality zakončil Jan Hrycek, jednatel společnosti Grimo BOZP s.r.o., svým příspěvkem pojmenovaným Zajištění systému chodu BOZP na stavbě – jeden ze základů kvality.

Odpolední program odborné sekce se zaměřením na zkušebnictví a stavebnictví byl zahájen dvěma navazujícími příspěvky Kvalita silnic začíná u geotechnického průzkumu a Kvalita zemních prací ve stavebnictví, nová ČSN EN 73 6133 přednášejícího Ing. Pavla Jackla, autorizovaného inženýra v oboru geotechnika, technického vedoucího pracoviště zkušebny stavebních hmot v Olomouci, QUALIFORM, a.s. Přednášející seznámil s průběhem geotechnického průzkumu a podstatou nové normy pro navrhování a provádění zemního tělesa pozemních komunikací.

Příspěvek s názvem Technická kontrola jako nedílná součást realizace stavebních objektů přednesla Ing. Eva Kadlecová, ředitelka odboru znalectví a stavební expertizy QUALIFORM, a.s., která představila oblast technické inženýrské činnosti jako vhodného nástroje nezávislé kontroly kvality na stavbách.

Následující příspěvek Současné pohledy na projektové řízení v oblasti stavebnictví od přednášejícího Ing. Jana Pokorného ze společnosti FRAM Consult a.s. byl zajímavým pohledem na supervizi – jako nezbytnost při financování staveb.

Příspěvek s názvem Zajištění a řízení kvality na velkých stavbách přednesl doc. Ing. Karel Dočkal, CSc., specialista na jakost –

OHL ŽS, a.s., který přítomné účastníky zaujal zkušenostmi z praxe v oblasti řízení kvality, o kterých přednášel více než poutavě.

S příspěvkem z oblasti zkušebnictví Zpracování průkazných zkoušek dle ČSN EN 206-1/Z3 a TKP 18 vystoupila Ing. Irena Dorazilová, technická vedoucí pracoviště ZSH QUALIFORM, a.s. Přednášející zdůraznila, že na kvalitě betonových konstrukcí se podílí významnou měrou jakost betonu.

Odpolední program odborné sekce zaměřené na zkušebnictví a stavebnictví zakončil Ing. Petr Misák z VUT FAST Brno příspěvkem Posuzování betonu v konstrukcích, ve kterém porovnával dvě základní normy pro stanovení charakteristické pevnosti betonu v tlaku v konstrukcích.

Za pořadatele této vzdělávací akce společnosti QUALIFORM, a.s., pořádané v rámci Národního programu podpory kvality 2010, je třeba poděkovat všem autorům příspěvků a přednášejícím, stejně jako generální ředitelce společnosti QUALIFORM, a.s., Ing. Aleně Chalupové za navození příjemné atmosféry a moderování dopoledního programu. Dále Ing. Lence Dvořákové ze společnosti QUALIFORM, a.s., která se ujala moderování odborné sekce zaměřené na řízení kvality, a Ing. Ireně Dorazilové ze společnosti QUALIFORM, a.s., která moderovala odbornou sekci zaměřenou na zkušebnictví a stavebnictví. Velký dík náleží přípravnému týmu pracovníků společnosti QUALIFORM, a.s., zvláště Ing. Pavlině Švecové, za příkladnou organizaci zajištění celé vzdělávací akce.

Všichni účastníci obdrželi Sborník prezentací.

Program této vzdělávací akce byl obsažný, odborně vyvážený a zajímavý a obohatil účastníky o další odborné poznatky. Toto lze usuzovat z ohlasů během diskuzí i přestávek a následných reakcí po skončení akce.

Přítomní projevíli spokojenost s obsahem, průběhem i úrovní programu a příspěvků a projevíli zájem o další setkání, které pořadatelská společnost QUALIFORM, a.s., opět přislíbila. Odborníci by se měli setkat ihned v následujícím roce – vzdělávací akce se stane setkáním s tradicí.

(red) ⇨



A zde účastníci setkání i přednášející včele s Ing. Alenou Chalupovou, generální ředitelkou společnosti Qualiform

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktuje nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

● Hledí na slevy

Domácnosti v Česku se rozhodují při nakupování už nejen podle ceny a kvality, ale 67 % Čechů hledí i na slevy. Navíc pokud chtějí prodejci uspět, musí přicházet s úsporným řešením prodejen, omezit zbytečný nadstandard a snížit veškeré náklady. To vyplývá z čerstvých výsledků průzkumu mezinárodní studie Barometr Cetelem 2010. Není žádným překvapením, že si spotřebitelé v době krize vybírají zboží především podle ceny. Hledají i nejlepší poměr mezi kvalitou a cenou. ⇨

● ePodatelna moderní a barevná

Systém eObec, z produkce Asseco Solutions, jehož úkolem je zajistit jednoduchou a rychlou komunikaci mezi občany a úřadem, přináší svým zákazníkům upgrade svého modulu ePodatelna. K nejdůležitějším vylepšením ePodatelny, které poměrně značně změnil chod celé aplikace, patří například změna zobrazení seznamů, obarvení nevyřízených položek na modro, vyřízených na černá a stornovaných na červeně za jejich současně přeškrtnutí. ⇨

● Podnikatelské účty jednoduše

Poštovní spořitelna přichází se změnami účtů pro živnostníky a drobné firmy. Nový Era účet k podnikání nabízí zjednodušený, přehledný sazebník a k tomu řadu výhod a slev. Klienti navíc mohou využít atraktivní bonus – pokud si zároveň zřídí také Era osobní účet, získají k němu vedení konta zdarma. Živnostníkům a drobným firmám chce poskytnout jednoduchý a rychlý nástroj pro spravování podnikatelských financí. Era účet k podnikání přináší mnoho výhod. ⇨

● Papelote otevírá obchod a dílnu v Praze

Úspěšná, ryze česká značka papírnictví Papelote v červnu otevřela svůj první obchod – ve Vojtěšské ulici č. 9 v Praze 1. Výrobky Papelote za pouhý rok působení na trhu dokázaly nadchnout zákazníky dosud márně hledající originalitu a nápad v regálech papírnictví, a také zaujmout odborníky, kteří je ověřili řadou cen. Malá firma, zrozená ze studentského nápadu, dosud prodávala jen v několika málo knihkupectvích. Nyní si tedy konečně každý může zajít do obchodu vonícího papírem. ⇨

Zaměstnavatele trápí nedostatek lidí s kvalifikací

Společnost Manpower zveřejnila výsledky 5. ročníku každoročního průzkumu Manpower – Nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací, který zkoumá, jak se vyvíjí procento firem, které má potíže s obsazováním svých volných pracovních pozic. Dále sestavuje žebříček deseti pozic, s jejichž obsazením mají zaměstnavatelé největší potíže.

Průzkum byl proveden v 36 zemích a regionech (jako součást pravidelného kvartálního průzkumu Manpower Index trhu práce) na vzorku téměř 36 000 zaměstnavatelů z veřejného i soukromého sektoru, kterým byly kladeny dvě otázky:

- 1. Je pro vás obtížné najít vhodné zaměstnance?
- 2. Která z pozic je nejhůře obsaditelná vhodným uchazečem?

Výsledky průzkumu ukázaly, že i přes pokračující dopady ekonomické recese na trh práce roste v České republice počet firem, které mají potíže s vyhledáním zaměstnanců odpovídajících profilů. Ve srovnání s rokem 2009 došlo k překvapivé proměně na dvou místech žebříčku Top 10 nejhůře obsaditelných pozic. Ukazuje to na změny, ke kterým v současné době na trhu práce dochází.

Jak moc je pro zaměstnavatele obtížné najít vhodné zaměstnance

	2010	2009	2008
Česká republika	19 %	17 %	37 %
Celosvětově	31 %	30 %	31 %
Evropa	23 %	25 %	32 %

Z globálního hlediska má vývoj nedostatku

lidí s potřebnou kvalifikací klesající trend, v době začátku průzkumu v roce 2006 byla hodnota na 40 %, v roce 2007 na 31 % a od té doby je relativně stabilní, pro tento rok opět vykazuje hodnotu 31 %. Celosvětově jsou nejhůře obsaditelné pozice v odvětví řemesel, obchodní zástupce a technické obory. Zajímavostí je, že v rámci EMEA i České republiky jsou to ta samá zaměstnání.

Nejhorší výsledky vykazuje Japonsko s 76 % a Brazílie s 64 %, v rámci EMEA pak Polsko s 51 %. Naopak nejlepší Irsko s pouhými 4 % a Velká Británie s 9 %, což samozřejmě odpovídá i nejlepším výsledkům v rámci EMEA.

Situace v České republice je pro zaměstnavatele relativně příznivá – 19 % zaměstnavatelů těžko obsazuje svá pracovní místa, i když v porovnání s předchozím čtvrtletím je to mírné zhoršení, a to o 2 procentní body.

Nejhůře obsaditelné pozice v České republice v roce 2009:

- 1. Řemeslník
- 2. Technik (především strojař)
- 3. Obchodní zástupce
- 4. Šéfkuchař/kuchař
- 5. Řidič
- 6. Mechanik / Obsluha výrobních strojů
- 7. Lékař a jiný neošetřující zdravotní personál

- 8. IT pracovník (především programátor a vývojář)
- 9. Projektový manažer
- 10. Management

Nejhůře obsaditelné pozice v České republice v roce 2010:

- 1. Řemeslník
- 2. Obchodní zástupce
- 3. Šéfkuchař/kuchař
- 4. Lékař a jiný neošetřující zdravotní personál
- 5. Řidič
- 6. IT pracovník (především programátor a vývojář)
- 7. Pracovník v zákaznickém servisu
- 8. Recepční
- 9. Administrativní pracovníci a pracovníci sekretariátu
- 10. Management

Žebříček Top 10 nejhůře obsaditelných pozic se za poslední rok opět částečně proměnil. Nadále je pro zaměstnavatele nejnáročnější vyhledat řemeslníky. Na druhé místo postoupili obchodní zástupci. Zůstávají zde kuchaři, řidiči, lékaři, IT pracovníci a management. Letos z žebříčku Top 10 vypadly pozice technik, mechanik a projektový manažer. Neznamená to ale, že by o tyto profese nebyl zájem, pouze je v žebříčku překročily pozice jiné. Nově se v žebříčku objevili pracovníci v zákaznickém servisu, recepční a administrativní pracovníci. „Navzdory vysoké nezaměstnanosti v mnoha odvětvích se požadavky zaměstnavatelů na

své potenciální zaměstnance neshodují s profily nezaměstnaných,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka Manpower Česká a Slovenská republika, a dodala: „V současné situaci jsou společnosti tlačeny najít cestu, jak zvýšit produktivitu při snížení nákladů na pracovní síly. Zaměstnavatelé snížili stavy zaměstnanců, a přitom musejí udržet určitou míru produktivity. V důsledku toho rostou požadavky na dříve běžné pracovní pozice, jako například recepční nebo asistent/ka. Pod tyto pozice se zahrnuje mnohem širší agenda, a proto i když na inzerci pozice asistentka reaguje velké množství uchazečů, je pro personalisty těžké najít správného uchazeče s komplexními znalostmi a dovednostmi.“

Zlepšující se trend je jistě i výsledkem působení globální ekonomické krize a hospodářské recese, navzdory jim však problém stále přetrvává. Předpokládá se, že tento trend bude stále silnější a nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací bude narůstat. Proto je nadále nutné, aby mezi priority vlády patřily investice do vzdělávání a odborné přípravy nebo podpora „strategické“ migrace pracovníků. Zaměstnavatelé by měli systematicky budovat svou značku nejenom na trhu svého produktu, ale i na trhu práce. Měli by investovat do zvyšování kvalifikace a rekvalifikace svých zaměstnanců, vytvořit zajímavé prostředí pro odborníky ve vyšším věku, tělesně postižené, matky na mateřské dovolené, a využít tak na trhu práce zdroje, se kterými se méně pracuje.

(tz)

Chceme motivovat trh, aby požadoval naše výrobky

V půli června se v Nymburku uskutečnilo 19. valné shromáždění Svazu českých a moravských výrobních družstev. Členskou základnu svazu v současné době tvoří 225 výrobních družstev, zabývajících se výrobou převážně spotřebního zboží, potřeb a zařízení pro stavebnictví a zemědělství. Početnou skupinu družstev rovněž tvoří družstva, která poskytují služby. Členem svazu je 50 družstev zaměstnávajících postižené osoby. Ve výrobních družstvech invalidů pracuje na 4500 zaměstnanců.

	Rok 2008	Rok 2009	snížení v %
Obrat	17 425 000	14 462 250	(údaje jsou v tis. Kč) -17 %
Objem exportu	3 833 000	3 765 326	(údaje jsou v tis. Kč) -2 %
Počet pracovníků	17 800	14 725	-17 %

Dnešní prostředí, ve kterém musí družstva podnikat, je velmi turbulentní. Síla těchto



turbulenci je způsobena úzkým propojením rozhodujících ekonomik. Tím se podněty velmi rychle přesouvají z místa na místo a turbulence se zvětšují. A stávající metody řízení vzhledem k vysokým požadavkům na

produktivitu a rychlost často neodpovídají současným nárokům. Pro úspěch firem na trhu je určující schopnost řešení problémů zákazníků.

Svaz nabízí svým členům pomoc při koncipování trvalého vzdělávání s cílem seznámit management družstev s moderními technologiemi a novými poznatky v řízení. Chceme přiblížit možnosti jejich využití při realizaci vnitrodružstevních procesů, směrem k rychlosti a při ceně umožňující dostatečnou tvorbu zisku.

Pomocí společného marketingu chceme motivovat trh, aby požadoval družstevní výrobky. Dále si svaz klade za cíl zastřešovat a prosazovat společné zájmy členských družstev ve prospěch podnikání.

Zvýšená pozornost je věnována oblasti ochrany životního prostředí, a to nejen v rámci poradenské činnosti sloužící družstvům při realizaci preventivních opatření a eliminaci negativních dopadů kontrol prováděných kompetentními orgány, ale

i jako potenciálně velmi zajímavého trhu. Svaz českých a moravských výrobních družstev poskytuje poradenství v oblasti získávání dotací. Největší zájem ze strany družstev byl zaznamenán o program Marketing a Rozvoj, dále o program Eko-energie a ICT v podnicích. Svaz je svým členům nápomocen při jednání se státní správou, Hospodářskou komorou ČR, CzechInvestem a dalšími. I nadále budeme poskytovat poradenskou činnost v oblasti evropských i národních dotací, budeme spolupracovat při přípravě projektů družstev, registračních i plných žádostí.

V rámci valného shromáždění bylo představenstvem svazu předáno 8 ocenění zástupcům družstev v soutěži Design a Inovace VD roku 2010. Tato soutěž podněcuje inovační aktivity družstev.

**Jan Wiesner
předseda Svazu českých
a moravských výrobních družstev**

Pojišťovací makléři loni zprostředkovali obchody za rekordních 23,7 miliard korun

Makléřské společnosti sdružené v Asociaci českých pojišťovacích makléřů (AČPM) v roce 2009 zprostředkovaly pojistné v objemu 23,714 miliardy korun, což je nejvyšší částka za patnáctiletou historii Asociace. Rozhodující část z této sumy tvořilo neživotní pojištění, na něž připadlo 94 % celkového pojistného. Makléři kromě toho zprostředkovali zajištění smlouvy v objemu 3,47 miliardy korun.

„Loňské výsledky jen potvrzují nezastupitelnou roli makléřů ve vztahu firemní klient – pojišťovna. Těší mě, že se naši členové opět tak významnou měrou podíleli na pre-

venci a záchraně hodnot v národním hospodářství,“ uvedl předseda AČPM Zdeněk Voharčík. Podle jeho názoru za pozitivními výsledky stojí zvýšená kvalita služeb poskytovaných makléři, neboť ceny pojistného neustále klesají a k zajištění stejného objemu obchodu je třeba vynaložit daleko větší úsilí než v minulosti.

Asociace českých pojišťovacích makléřů na konci roku 2009 sdružovala 105 makléřských firem, zahrnujících jak velké společnosti se zprostředkovaným pojistným přehledem, tak i menší makléřské firmy. Deset největších společností přitom v roce 2009

zabezpečilo plných 60,8 % z celkového zprostředkovaného pojistného, což ilustruje pokračující koncentraci makléřského trhu.

Naprostou většinu pojistného v novém obchodu (podle metodiky ČNB) – kolem 90 % – zprostředkují členové AČPM pro domácí pojišťovny, zvláště pak pro Kooperativa pojišťovnu, Českou pojišťovnu a ČSOB Pojišťovnu, na něž loni připadlo 58 % všech makléřských obchodů. K dalším velkým partnerům pojišťovacích makléřů patří pojišťovny Allianz, Generali, UNIQA a Česká podnikatelská pojišťovna.

V posledních letech stále více makléřů zaměřuje pozornost i do zahraničí, zejména

v rámci jednotného evropského pojistného trhu. Mohou jak zřizovat pobočky v dalších členských státech EU, tak posilovat spolupráci se zahraničními pojišťovnami. Zatímco v roce 2005 spolupracovali členové AČPM s 25 zahraničními pojišťovnami a měli pouhých 23 kanceláří mimo ČR, v roce 2009 již takových pojišťoven bylo 68 a kanceláří členů AČPM v zahraničí celkem 89. Lze očekávat, že tento vzestupný trend bude pokračovat i v dalších letech.

Celkový počet pojišťoven (domácích a zahraničních), s nimiž členové AČPM spolupracují, dosáhl v roce 2009 čísla 111.

(tz ačpm)

Nové značky kvality pomohou spotřebitelům s orientací při výběru zboží a služeb

Rada kvality České republiky a Řídící výbor Programu Česká kvalita nedávno oznámily přijetí značek „Práce postižených“, „Osvědčeno pro stavbu“ a „Q21 – prodejna 21. století“ do Programu Česká kvalita. Značky pomohou českým spotřebitelům při výběru zboží a služeb s nezávisle ověřenou kvalitou.

Široká nabídka výrobků a služeb na trhu přináší spotřebitelům, kromě řady výhod, i jedno riziko: riziko nákupu nevyzkoušeného a nekvalitního zboží. U rychle se měnícího sortimentu chybí zákazníkům vodítko, podle kterého by se mohli spolehlivě orientovat. I dodavatelé kvalitních výrobků a služeb mají problém, jak své zboží odlišit od méně kvalitní konkurence.

„Právě nevyrovnaná kvalita produktů na českém trhu nás vedla k tomu, že jsme vládě v roce 2002 předložili program na podporu kvalitních výrobků a služeb s názvem Česká kvalita,“ vysvětlil Doc. Ing. Zdeněk Vorlíček, místopředseda Rady kvality ČR. „Inspirovali jsme se v zahraničí a vytvořili jsme systém, do kterého se může přihlásit každá značka, která splní náročné požadavky na nezávislé a objektivní ověřování kvality. Pomohli jsme tak odlišit skutečně seriózní značky od těch, které nic neznamenají a negarantují.“

Program Česká kvalita sdružuje nezávislé značky a jako jediný v ČR garantuje spotřebitelům nezávislé ověřování kvality produktů, kontrolu dodržování kvality v průběhu času i ověřování spokojenosti zákazníků s označenými výrobky a službami. Do programu bylo postupně přijato již 19 značek kvality z rozdílných oborů výroby, obchodu a služeb. O přísnosti podmínek svědčí i to, že některé mezinárodně platné značky musely pro český trh podmínky udělování zpřísnit, aby mohly být do programu přijaty. Program Česká kvalita je garantován usnesením vlády ČR.

„Naším cílem je udržet vysoký standard podmínek, a především garanci kvality pro spotřebitele,“ uvedl Ing. Pavel Ryšánek, místopředseda Řídícího výboru Programu Česká kvalita. „Pomáháme tak oddělit zmo od plev. To je důležité jak pro zákazníky, tak i pro výrobce, kteří díky našim značkám mohou dát obchodníkům i spotřebitelům nezávislou garanci kvality svých produktů.“

Garantem Programu Česká kvalita je Řídící výbor složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, orgánů státní správy, Rady kvality ČR a České společnosti pro jakost.



Jeho náročným posuzováním musely projít i nově přijaté značky „Práce postižených“, „Osvědčeno pro stavbu“ a „Q21 – prodejna 21. století“.



Značka Práce postižených označuje výrobky a služby, které skutečně a prokazatelně vyrobily, kompletovaly, balily nebo poskytl práce v podobě služby osoby se zdravotním postižením.



„Naše značka má za cíl zviditelnit kvalitní a konkurenceschopnou práci osob s nejrůznějším zdravotním postižením,“ vysvětlila Lenka Kohoutová, předsedkyně správní rady Nadačního fondu pro podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením. „Chceme, aby si lidé mohli vybrat a koupit kvalitní výrobek nebo službu, kterou skutečně potřebují, a přitom podpořit firmu, která zaměstnává postižené. Je to

ocenění dobré práce postižených i důstojná forma jejich podpory.“

Základním smyslem značky „Osvědčeno pro stavbu“ je poskytnout zákazníkům informaci, že označený výrobek je kvalitní a bezpečný pro zabudování do stavby na území České republiky.

„Běžný stavebník nemá možnost posoudit, jak kvalitní je stavební materiál, který si chce koupit. A reklamace či výměna materiálu, který již byl na stavbě použit, je obtížná, nebo dokonce nemožná. Takže naše značka může zásadně přispět ke zvýšení bezpečnosti a kvality staveb v České republice,“ dodal Ing. Petr Kučera, CSc., předseda Svazu zkušeben pro výstavbu.

„Značku Q21 – prodejna 21. století“ získají maloobchodní prodejny, u kterých bude přezkoumána nezávislými kvalifikovanými odborníky jejich kvalita, profesionální služby a bezpečnost poskytovaných služeb. „Nová značka plní dvojí funkci – poskytuje spotřebitelům jasný signál o kvalitě poskytovaných služeb konkrétní maloobchodní jednotky a zároveň i provozovatelům prodejen slouží jako motivační nástroj ke zvyšování úrovně poskytovaných služeb, zejména v oblasti nezávislého maloobchodu,“ sdělil Marek Juračka, předseda sdružení Q21, které bude ve spolupráci se Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR a Sdružením obrany spotřebitelů značku udělovat.

Úspěch nových značek na trhu bude záležet především na preferencích spotřebitelů. Pokud zvítězí zdravý rozum a důraz na kvalitu a bezpečnost, nebudou mít oceněné výrobky a služby o zákazníky nouzi. V opačném případě se budeme dál setkávat s výrobky, které nenaplní očekávání spotřebitelů, neplní svoji funkci a často i ohrožují zdraví nebo životy. (tz)

Čeští dodavatelé automobilového průmyslu prý porostou do roku 2020 o jednu třetinu

Dodavatelé automobilového průmyslu se po historickém propadu v roce 2009 dostávají z krize jen velmi pomalu. V porovnání s posledním předkrizovým rokem 2008 se trh s komponenty do roku 2020 zvětší o 32 % na cca 660 mld. EUR. Růst pochází především z Číny, zatímco dosud dominantní triumvirát (USA, Západní Evropa, Japonsko) spíše stagnuje. To je výsledek studie „Win with the winners“, provedené společností Roland Berger Strategy Consultants. Tahouny růstu jsou především regulativní nařízení, jako jsou např. omezování emisí CO₂ a nižší spotřeba pohonných hmot, rostoucí požadavky na bezpečnost, vyšší požadavky na komfort a v neposlední řadě i poptávka po levnějších automobilech. Oblastmi růstu, které skýtají atraktivní příležitosti pro české subdodavatele, jsou pak především elektronika a hnací ústrojí.

„Automobilovému průmyslu a jeho dodavatelům se konečně blýská na lepší časy. Hlavně v segmentu komponent pro hnací ústrojí dojde v nadcházejících letech k silnému růstu,“ řekl Roland Zsilinszky, Senior Project Manager a automobilový expert z pražské kanceláře společnosti Roland Berger. Přesto však rozdíly mezi vítězi a poraženými v rámci odvětví zůstanou velké. Pro české dodavatele automobilového průmyslu se otevrou nové příležitosti k růstu.

pokračování na str. 13

Značka „Osvědčeno pro stavbu“ se prosadila

V českém stavebnictví se používá nová značka „Osvědčeno pro stavbu“. Dodavatelé nechávají dobrovolně certifikovat své stavební výrobky nad rámec, který vyžaduje Evropská unie. Dosaďovací zkušenosti s uplatněním značky, která se letos zapojila do programu Česká kvalita, jsou velmi příznivé. Hovořili jsme o tom s Ing. Petrem Kučerou, CSc., předsedou představenstva Svazu zkušeben pro výstavbu.

Proč vznikla značka „Osvědčeno pro stavbu“? Pomůže stavebníkům správně se orientovat v nabídce materiálů?

Současně platná legislativa v oblasti posuzování stavebních výrobků je dána zákonem č. 22/1997 Sb. o Technických požadavcích na výrobky a Evropskou směrnicí č. 106/89, nařízeními vlády č. 163/2002 Sb. ve znění č. 312/2005 Sb. a dále nařízením vlády č. 190/2002 Sb. pro výrobky s již platnými evropskými harmonizovanými normami. Bohužel tyto legislativní dokumenty hodnotí stavební výrobky bez přihlédnutí k faktu, že tyto plní svou funkci až po zabudování do stavby. Evropský výklad, že označení výrobku značkou shody CE je dostatečným průkazem k tomu, aby výrobek byl umístěn na trhu členských států EU, ale není dostatečným průkazem k tomu, aby byl umístěn do stavby, je pro stavební technickou veřejnost v mnoha případech nepochopitelný. Stavba musí být navržena tak, aby splňovala 6 základních požadavků, které jsou:

- mechanická pevnost a stabilita
- požární bezpečnost
- bezpečnost při užívání
- hygiena a ochrana zdraví
- ochrana před hlukem
- ochrana tepla

Současně musí vyhovovat Obecně technickým požadavkům na výstavbu.

Je zcela logické, že stavební výrobek se vyrábí



Ing. Petr Kučera, CSc., předseda představenstva Svazu zkušeben pro výstavbu

proto, aby byl použit ve stavbě a za tímto účelem by měl být odzkoušen a hodnocen. Jsou známy již z minulosti případy, kdy výrobek byl dle platné legislativy odzkoušen, přesto při zabudování do stavby projevoval velmi vážné nedostatky (např. keramické stropní desky Hurdis).

Po zvážení těchto aspektů a zvláště pod tlakem projektantů, kteří jsou v konečném důsledku odpovědní za finální produkt stavby a kteří poukazovali na fakt, že nemají u takto hodnocených výrobků všechny jejich parametry, které jsou nezbytné pro bezpečný návrh stavby, navrhl Svaz zkušeben pro výstavbu dobrovolný certifikační systém „Osvědčeno pro stavbu“. Na otázku proč dobrovolný je odpověď prostá – ČR nemůže nad rámec Evropské směrnice znášet další, i když logické požadavky u této komodity výrobků, neboť by tak vytvářela umělé překážky volnému obchodu. Volný obchod se rozumí umístění na trhu. Jestliže byl výrobek umístěn na trhu členského

státu EU, musí být přijat na trhu ostatních členů společenství. Tak vznikají logické požadavky na stavební výrobky v jednotlivých členských státech, aby výrobky mohly být bezproblémově užity ve stavbách.

S jakým zájmem se certifikovaný systém setkal u výrobců a prodejců stavebních hmot? V čem vidíte přínos zařazení do programu Česká kvalita?

I když stavebnictví v současné době prochází nelehkým stadiem, tak skutečnost, že výrobce získá osvědčení, že jeho výrobek splňuje všechny předpoklady pro bezproblémové užití ve stavbě, že nemusí studovat v mnoha případech ne právě jednoduchou legislativu, a navíc získá touto dobrovolnou značkou konkurenční výhodu, výrobci reagují velmi pozitivně, zvláště po zařazení do programu „Česká kvalita“, která uvedla tento systém do komunikačních médií.

Čím a kým je zaručena objektivita hodnocení stavebních výrobků a přidělení značky?

Objektivita hodnocení je garantována Svazem zkušeben pro výstavbu, který sdružuje nejvýznamnější subjekty v oblasti zkoušení a posuzování shody stavebních výrobků. Na přihlášený výrobek je zpracován „technický pokyn“, který jasně deklaruje, které zkoušky musí být na výrobku provedeny nad rámec posouzení pro uvedení na trh. Tyto pokyny jsou odsouhlaseny komisí SVZ a dále doporučeny Českou komorou autorizovaných inženýrů a techniků činných ve výstavbě. Provádějící certifikační orgány musí být akreditovány Českým institutem pro akreditaci a rovněž zkoušky jsou prováděny výhradně v akreditovaných zkušebnách a laboratořích.

Dostanou se ještě na český trh stavební výrobky nevyrovnané jakosti a nezaručující dostatečnou bezpečnost pro zhotovitele, a zejména uživatele budov? Lze už v ČR hovořit o nabídce plně srovnatelné s vyspělými zeměmi?

Jak bylo již zmíněno, jednotný trh má svá pravidla, která u komodity stavebních výrobků nemožnou zajistit jejich bezproblémové užití ve stavbě.

Je na projektantovi a investorovi, aby volil takový postup, který mu umožní prokázat při kolaudaci, že stavba splňuje požadavky stavebního zákona a obecně technických požadavků na výstavbu. Jedním ze základních atributů samozřejmě je, aby stavba byla bezpečná. Stavba, která je množinou stavebních výrobků, je dílo, které v dané konkrétní klimatické, seismické atp. oblasti bude sloužit několik generací, a proto je důležité při jeho tvorbě nepodlehnout momentální módní vlně volného trhu a věnovat pozornost konkrétnímu užití v konkrétních podmínkách. Tím se ČR ztotožňuje s vyspělými státy EU.

otázky připravil Pavel Kačer

Záruky v Evropě zaznamenaly nárůst

Evropské sdružení záručních organizací (AECM), jehož členem je i Českomoravská záruční a rozvojová banka, provedlo průzkum fungování záručních systémů v době finanční a hospodářské krize. Z výsledků průzkumu vyplynuly tyto hlavní poznatky:

- Význam záručních systémů při získávání úvěrů všeobecně vzrostl.
- Malí a střední podnikatelé čelili rostoucím problémům s klesajícím obratem i špatnou platební morálkou obchodních partnerů. Vzhledem k těmto skutečnostem poptávali tito podnikatelé více než úvěry investiční úvěry provozní.
- Bankovní sektor zpřísnil kritéria pro po-

skytování úvěrů, zvýšil požadavky na míru zajištění nových úvěrů.

Podle předběžných údajů vzrostl celkový objem nově poskytnutých záruk, které v roce 2009 poskytli členové AECM, o 55 % oproti předchozímu roku. V roce 2009 poskytli členové AECM více než 853 000 záruk v celkové hodnotě více než 33 mld. EUR. K 31. 12. 2009 držely instituce sdružené v AECM ve svých

portfoliích více než 2 miliony záruk v hodnotě 70 mld. EUR pro více než 1,8 milionů klientů, tj. zhruba 8 % všech malých a středních podnikatelů v Evropské unii.

Tento mimořádný nárůst záruční činnosti je částečně odrazem vlivu specifických nástrojů podpory v době krize, jejichž poskytování zahájili členové AECM ke konci roku 2008 a na počátku roku 2009 jako nové produkty nebo upravené stávající produkty. Celkový objem záruk vydaných v rámci specifických krizových programů činil 11,2 mld. EUR a tvořil



**ČESKOMORAVSKÁ
ZÁRUČNÍ A ROZVOJOVÁ
BANKA, a.s.**

cca třetinu celkové záruční činnosti v roce 2009. Z celkové výše těchto specifických podpor bylo 90 % směřováno na získání a zachování provozních úvěrů. Krizové záruční nástroje poskytly 117 tisícům malých a středních podnikatelů v Evropě přístup k financování a přispěly tak k udržení téměř 700 000 pracovních míst. (tz)

Aktuální nabídka podpor podnikání a bydlení

**Financováno ze strukturálních fondů:
Program START**

M-záruka pro začínající podnikatele v programu START

Program je určen pro drobné podnikatele (s max. 9 zaměstnanci) s kratší podnikatelskou historií (do 3 let), kteří chtějí realizovat investičně zaměřený projekt, a to zejména v odvětví průmyslu a stavebnictví. Program nabízí využití záruky do výše 80 % k úvěru, který nepřesáhne částku 3 mil. Kč. Záruka může být poskytnuta až na 15 let a je uzavírána zjednodušeným postupem od bank, které mají s ČMZRB uzavřenou smlouvu o spolupráci. Vyřízení této záruky je do 1 týdne.

Program ZÁRUKA

M-záruka za investiční úvěr v programu ZÁRUKA

S-záruka za investiční úvěr v programu ZÁRUKA

Program umožňuje získat pro převážně investičně zaměřené projekty 2 typy záruk za úvěry.

Prvním typem je záruka poskytovaná zjednodušeným způsobem (M-záruka) k úvěrům do 5 mil. Kč, a to do výše 70 % jistiny úvěru. Úvěr musí být opět poskytnut některou z bank, která má s ČMZRB uzavřenou smlouvu o spolupráci. Druhým typem je záruka poskytovaná standardním postupem. Výše zaručovaného úvěru je bez omezení, záruka až do výše 80 % jistiny úvěrů, doba splatnosti max. 15 let. Doba vyřízení 4–5 týdnů.

Program PROGRES

Podřízený úvěr v programu PROGRES

Program je zaměřen na podporu investičně zaměřených projektů většího rozsahu, a to zejména v oblasti průmyslu a stavebnictví. Výše úvěru je stanovena v maximální výši 20 mil. Kč, pevná úroková sazba je sta-

novena na 3 % p. a., doba splatnosti úvěru 9 let s možností odkladu splátek jistiny úvěru až o 3 roky. Úvěr může být poskytnut do výše 75 % způsobilých výdajů projektu, zbývající část, tedy 25 %, je nutno žadatelem financovat formou vlastních zdrojů, případně formou dalšího bankovního úvěru nebo leasingu.

**Financováno Státním fondem rozvoje bydlení:
Program NOVÝ PANEL**

Dotace na úhradu úroků v programu PANEL

M-záruka v programu PANEL

P-záruka v programu PANEL

Cílem programu je pomocí zvýhodněných podmínek přístupu k úvěrům poskytnutých bankami a stavebními spořitelny usnadnit financování oprav a modernizace bytových domů. Dotace na úhradu úroků představuje snížení úrokové sazby o 2,5 až 4 % p. a.

M-záruka je poskytována až do výše 80 % jistiny zaručovaného úvěru, který nepřesáhne částku 10 mil. Kč. I v tomto případě musí být úvěr poskytnut jednou ze spolupracujících bank.

P-záruky jsou poskytovány standardním způsobem, výše je stanovena stejně jako u M-záruk až do výše 80 %.

(tz)

Podpory podnikání a bydlení poskytnuté v roce 2010

- S pomocí strukturálních fondů byly v rámci Operačního programu Podnikání a inovace poskytnuty od roku 2007 záruky ve výši 10 mld. Kč, které usnadnily podnikatelům získání úvěrů ve výši více než 15 mld. Kč.
- Záruky za provozní úvěry byly od 15. 4. 2010 pozastaveny. V roce 2010 bylo poskytnuto 2,6 mld. Kč záruk za provozní úvěry s využitím prostředků poskytnutých z rozpočtové kapitoly MPO.

Podpory pro malé a střední podnikatele

Program ZÁRUKA

V roce 2010 bylo kladně rozhodnuto o poskytnutí 165 záruk za bankovní úvěry ve výši 1,6 mld. Kč. Ve většině případů byly smlouvy již uzavřeny.

Za období od 1. 7. 2007 do 30. 4. 2010 bylo celkem přijato 2749 žádostí o poskytnutí záruky za bankovní úvěr, z toho bylo malým a středním podnikatelům poskytnuto 1864 záruk ve výši 10,1 mld. Kč; 186 žádostí o záruky je aktuálně v řešení.

Program START

V roce 2010 bylo kladně rozhodnuto o poskytnutí 15 smluv o záruku za bankovní úvěr pro začínající podnikatele v objemu 22 mil. Kč. Ve většině případů byly smlouvy již uzavřeny.

Za období od 1. 7. 2007 do 30. 4. 2010 bylo celkem přijato 67 žádostí o zvýhodněnou záruku, z toho bylo drobným podnikatelům poskytnuto 52 záruk ve výši 46 mil. Kč, dalších 9 žádostí v hodnotě 19 mil. Kč je v řešení.

Program PROGRES

V roce 2010 bylo kladně rozhodnuto o 20 smlouvách o poskytnutí podřízeného úvěru v objemu 87 mil. Kč. Ve většině případů byly smlouvy již uzavřeny.

Za období od 1. 7. 2007 do 30. 4. 2010 bylo celkem přijato 398 žádostí o podřízený úvěr, z toho bylo malým a středním podnikatelům poskytnuto 176 úvěrů ve výši 1,3 mld. Kč, dalších 53 žádostí v hodnotě 570 mil. Kč je v řešení.

Program ZÁRUKA (zvýhodněné záruky za úvěry) – národní program

V roce 2010 bylo již poskytnuto celkem 639 záruk v celkové výši 2,6 mld. Kč, převážně k ručení provozních úvěrů.

pokračování na str. 13 ►

KDE JINDE DOSTANETE TOLIK PŘÍLEŽITOSTÍ.



Ve Skupině ČEZ se mohou skvěle uplatnit lidé téměř ze všech oborů. Nabízíme na tisíc různých pracovních pozic, od těch, které přímo souvisejí s energetikou, po řadu pozic typických pro všechny velké korporace. V ČEZu má každý jistotu stabilního zaměstnání a zároveň skvělé vyhlídky do budoucna.

kde jinde.

www.kdejinde.cz



SKUPINA ČEZ

Stáže jsou jen pro odvážné

Rozhovor s Martinou Mouchovou, stážistkou v kanceláři CEBRE – České podnikatelské reprezentaci při EU v Bruselu

CEBRE má již dnes svou nezastupitelnou roli v komunikaci mezi bruselským a českým podnikatelským prostředím. Přesto je ještě mnoho firem, které činnost odborníků pod touto zkratkou neznají. Přetiskujeme tedy tentokrát rozhovor, který by mohl zájem o komunikaci CEBRE a našich podnikatelů znásobit.

Strávila jste na CEBRE šest měsíců. Jak se na bruselský „labyrint“ díváte dnes a jak jste jej viděla před šesti měsíci?

Otevřelo mi to oči, stáž prohloubila mé znalosti o fungování Evropské unie. Škola ani dostupné informační prostředky vám nemohou poskytnout dostatečné informace. V Bruselu se mi podařilo mnohem lépe poznat vzájemné vazby a fungování jednotlivých institucí EU a dalších aktérů, kteří se podílejí na utváření evropské legislativy.

Jak na vás Brusel zapůsobil jako město? Jak se v něm žije?

Zpočátku jsem byla okouzlena a nadšena. Bru-

sel je multikulturní město a hlavní město Evropské unie. Později jsem ale poznala, že evropské instituce jsou od bruselského – belgického života odtrženy, což znesnadňuje plnohodnotně proniknout do belgického dění. To mě trochu mrzelo.

České školy nedostatečně propagují možnost stáží v podnicích a organizacích v ČR a v Evropské unii. Co byste jim vzkázala jako absolventka stáže?

Podporujte studenty, aby měli možnost nabýt zkušenosti z reálného prostředí. Dejte jim více informací a umožněte jim vyjet. Při hledání stáží jsem narazila na nedostatečnou propagaci a nabíd-

ku takových možností. Na druhou stranu záleží na každém z nás, abychom byli sami aktivní a také případně dokázali skloubit studium s praxí. Stáže v průběhu studií jsou jen pro odvážné.

Co si z CEBRE odnesete do soukromého a pracovního života?

Stáž na mě měla velmi pozitivní vliv. Je to neocenitelné poznání, a to nejen o Evropské unii, tedy jako věčně nekončícího labyrintu, ale také jako osobní zkušenost v pracovním prostředí, která vás naučí hodnotám jako je zodpovědnost, loajalita a samostatnost.

Proč si myslíte, že jsou Češi k EU skeptičtí?

Můžeba za to nevyvážená informovanost o Evropské unii u nás doma a asi také naše mentalita. Neradi se hrneme „do světa“. Bojíme se, jsme



až přehnaně opatrní. Málokterý český občan ví, jak Unie skutečně funguje. Snažme se Unii občanům přiblížit a vysvětlit vždy evropskou problematiku včetně jejích kladů a záporů. Nikoliv jen záporů.

V oblasti vnitřního trhu se téměř 80 % legislativy tvoří v Evropské unii a my ji pak přejímáme. Proč existuje tak slabé povědomí české podnikatelské veřejnosti o takto významné úloze? Co by se dalo zlepšit?

Je to o marketingu, a ten si myslím, u nás není dobře nastaven.

pokračování na str. 14 ►

Investujte do vzdělávání – zvýšíte své šance na zahraničních trzích

Exportní akademie CzechTrade nabízí českým firmám komplexní exportní vzdělávání. Jednodenní i dvoudenní semináře; ucelené kurzy; exportní konference; individuální, na míru připravené vzdělávací akce s tematikou mezinárodního obchodu.

Vzdělávací akce jsou zaměřeny oborově i teritoriálně. Jejich cílem je rozšíření měkkých i tvrdých exportních kompetencí. Přináší praktické informace důležité jak pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy, tak pro zvýšení konkurenceschopnosti firem. Jsou vedeny odborníky z řad špičkových manažerů, ekonomů, specialistů v oblasti komunikace, práva, financí, marketingu atd., kteří mají dlouhodobé zkušenosti v oboru.

Odborné semináře – Praha a regiony

Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
20. 09. 2010	Praha	Specifika obchodování s Mexikem	1100,- Kč
21. 09. 2010	Praha	Specifika podnikání v Egyptě a v SAE	1100,- Kč
30. 09. 2010	Praha	Obchodní rétorika v praxi	2200,- Kč
05. 10. 2010	Praha	Původ zboží v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
12. 10. 2010	Praha	Komunikace s japonskými a korejskými zákazníky	2200,- Kč
19. 10. 2010	Praha	Jak uspět na globalizovaném trhu s využitím internetu	2200,- Kč
02. 11. 2010	Praha	DPH v zahraničním obchodě	2200,- Kč
10. 11. 2010	Praha	Nátlak a manipulace v obchodním jednání	2400,- Kč
15. 11. 2010	Praha	Specifika podnikání v Maďarsku	1100,- Kč
23. 11. 2010	Praha	Aktuální exportní příležitosti a aspekty podnikání v Rumunsku	1100,- Kč
29. 11. 2010	Praha	Mezinárodní doprava zboží	1400,- Kč
01. 12. 2010	Praha	Celní předpisy v roce 2011	1400,- Kč
07. 12. 2010	Praha	Financování exportu	Zdarma

Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
30. 09. 2010	Brno	Financování exportu, aktuální podpora podnikatelům	500,- Kč
19.–20. 10. 2010	Přerov	Základy PR a prezentační dovednosti I. a II.	4900,- Kč
11. 11. 2010	Hradec Králové	Základy mezinárodního marketingu	2200,- Kč
25. 11. 2010	Hradec Králové	Základy marketingové komunikace	2200,- Kč
24. 11. 2010	Zlín	Úspěšná obchodní prezentace	2400,- Kč
08.–09. 12. 2010	Brno	Obchodní vyjednávání I. a II.	4900,- Kč

KURZ ÚSPĚŠNÝ EXPORTÉR

Ucelený cyklus seminářů zaměřený na komplexní přípravu na podnikání na zahraničních trzích. Kurz je akreditován Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy.

Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
07. 10. 2010	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace	2200,- Kč
14. 10. 2010	Praha	Vystavujeme na zahraničním veletrhu	2200,- Kč
21. 10. 2010	Praha	Obchodní operace a nástroje	2200,- Kč
22. 10. 2010	Praha	Logistika v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
26. 10. 2010	Praha	Aktuální trendy v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
04. 11. 2010	Praha	Řízení obchodu a rizik na světových trzích	2200,- Kč
11.–12. 11. 2010	Praha	Základy PR a prezentační dovednosti	5200,- Kč
25.–26. 11. 2010	Praha	Presentation skills in English	5200,- Kč
02.–03. 12. 2010	Praha	Obchodní vyjednávání, zvládání námitek	5200,- Kč
09.–10. 12. 2010	Praha	Společenský kodex jako podpora profesionality exportéra	4900,- Kč

KURZ MINIMUM EXPORTÉRA

Cyklus seminářů, reflektující vzdělávací potřeby firem v daném regionu.

Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
13. 10. 2010	Ostrava	Řízení zahraničního obchodu v postkrizovém období	2200,- Kč
21. 10. 2010	Ostrava	Nové exportní příležitosti a specifika podnikání v Polsku	1100,- Kč
03. 11. 2010	Ostrava	Vystavujeme na zahraničním veletrhu	2200,- Kč
10.–11. 11. 2010	Ostrava	Obchodní vyjednávání I. a II.	4900,- Kč
Zvýhodněná cena celého kurzu			9000,- Kč

TERITORIÁLNÍ SEMINÁŘE

Společná setkání s vedoucími obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR v zahraničí a s řediteli zahraničních kanceláří agentury CzechTrade.

Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
07. 10. 2010	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace	2200,- Kč
14. 10. 2010	Praha	Vystavujeme na zahraničním veletrhu	2200,- Kč
21. 10. 2010	Praha	Obchodní operace a nástroje	2200,- Kč
22. 10. 2010	Praha	Logistika v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
26. 10. 2010	Praha	Aktuální trendy v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
04. 11. 2010	Praha	Řízení obchodu a rizik na světových trzích	2200,- Kč
11.–12. 11. 2010	Praha	Základy PR a prezentační dovednosti	5200,- Kč
25.–26. 11. 2010	Praha	Presentation skills in English	5200,- Kč
02.–03. 12. 2010	Praha	Obchodní vyjednávání, zvládání námitek	5200,- Kč
09.–10. 12. 2010	Praha	Společenský kodex jako podpora profesionality exportéra	4900,- Kč
Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
23. 09. 2010	Praha	Irák – zlepšená situace dává nové možnosti pro české exportéry	Zdarma
07. 10. 2010	Praha	Pobaltí – znovu otevírá obchodní a investiční příležitosti	
04. 11. 2010	Praha	Bělorusko – tradiční partner pro nové možnosti spolupráce	
12. 11. 2010	Praha	Čína, Hongkong – nové příležitosti pro české firmy	
02. 12. 2010	Praha	Řecko – krize nejen jako riziko, ale i příležitost	
09. 12. 2010	Praha	USA – obchodní příležitosti na americkém trhu	
16. 12. 2010	Praha	Brazílie – váš exportní partner	

Datum	Místo	Název semináře	Cena bez DPH
07. 10. 2010	Praha	Základy mezinárodního marketingu a marketingová komunikace	2200,- Kč
14. 10. 2010	Praha	Vystavujeme na zahraničním veletrhu	2200,- Kč
21. 10. 2010	Praha	Obchodní operace a nástroje	2200,- Kč
22. 10. 2010	Praha	Logistika v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
26. 10. 2010	Praha	Aktuální trendy v mezinárodním obchodě	2200,- Kč
04. 11. 2010	Praha	Řízení obchodu a rizik na světových trzích	2200,- Kč
11.–12. 11. 2010	Praha	Základy PR a prezentační dovednosti	5200,- Kč
25.–26. 11. 2010	Praha	Presentation skills in English	5200,- Kč
02.–03. 12. 2010	Praha	Obchodní vyjednávání, zvládání námitek	5200,- Kč
09.–10. 12. 2010	Praha	Společenský kodex jako podpora profesionality exportéra	4900,- Kč

EXPORTNÍ KONFERENCE

Konference poskytují aktuální a praktické informace o obchodním prostředí a možnostech financování exportu ve vybraných teritoriích.

Datum	Místo	Název konference	Cena bez DPH
20. 10. 2010	Brno	Jak úspěšně exportovat do Ruska, Kazachstánu a Běloruska	Zdarma

Změna vyhrazena. Ceny jsou uvedeny bez 20% DPH. Více informací o všech akcích včetně online objednávky naleznete: www.exportniakademie.cz, www.czechtrade.cz/kalendar-akci, Semináře agentury CzechTrade můžete financovat také prostřednictvím dotací z fondů EU.

více informací na www.exportniakademie.cz

Servis CzechTrade

POCZ201057465	Srbsko	02. 06. 2010	01. 09. 2010	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Srbská firma hledá dodavatele hydroizolačních stavebních materiálů („asfaltových lepenek“) za účelem jejich dalšího prodeje na srbském trhu.	➡
POCZ201057477	Řecko	02. 06. 2010	01. 09. 2010	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Firma z Athén hledá v ČR výrobce radiátorů pro ústřední topení.	➡
POCZ201057482	Srbsko	02. 06. 2010	01. 09. 2010	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Firma zabývající se chovem jihoamerických činčil poptává kvalitní činění kůží těchto hlodavců.	➡
POCZ201057483	Bulharsko	02. 06. 2010	01. 09. 2010	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Bulharský distributor a dodavatel zařízení a zboží do obchodních řetězců hledá dlouhodobého dodavatele ručního elektrického nářadí.	➡
POCZ201057493	Bulharsko	02. 06. 2010	01. 09. 2010	iveta.miskovska@czechtrade.cz	Bulharský distributor a dodavatel zařízení a zboží do obchodních řetězců hledá dlouhodobého dodavatele zahradního nábytku.	➡

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Hory, moře, město, řeka

– bezpečně a bez rizika!

Česká asociace pojišťoven (ČAP) vydala informační a instruktážní brožurku „BEZPEČNÁ LETNÍ DOVOLENÁ“ určenou všem milovníkům letního odpočinku v zahraničí. Stručný a kompletní průvodce sezonního cestovního pojištění obsahuje všechny nezbytné kroky od výběru vhodného pojištění až po řešení případné vzniklé pojistné události.

Zdaleka ne všichni, kteří každoročně vyrazí užít si svou letní dovolenou za hranice, vědí, jaký druh pojištění si mají sjednat a proti jakým rizikům se chránit. Elektronická brožurka „Bezpečná letní dovolená“ nabízí veřejnosti informace jakým způsobem pojištění sjednat, na jakou částku se pojistit a proti jakým rizikům. Zároveň obsahuje výčet prázdninových a sportovních aktivit, které je třeba připojistit a informuje o nejčastějších výlukách z pojištění. Pokud ke škodní události dojde, dozvíte se zde, jak v takovém případě postupovat.

Její nedílnou součástí jsou instrukce pro řešení pojistné události s asistenční službou a závěrečný postup ohlášení pojistné události po návratu z dovolené. Rovněž připomíná eventuality, které mohou české turisty zaskočit, rozhodnou-li se vycestovat pouze s platným Evropským průkazem zdravotního pojištění (EHIC).

Co určitě pojistit?

Základem cestovního pojištění musí být

vždy pojištění léčebných výloh, které se vztahuje na výdaje spojené s náhlým onemocněním či úrazem, tedy zejména na ambulantní ošetření, léky a hospitalizaci. Stejně důležité je pojištění odpovědnosti za způsobenou škodu na zdraví a majetku druhé osoby. „Při sjednání pojištění je důležité zamyslet se nad všemi aktivitami, které se chystáme na dovolené provozovat,“ řekla Marcela Kotyrová z ČAP a dodala: „Patříte-li k milovníkům intenzivnějších zážitků, vždy konzultujte s pojišťovnou rozsah pojištění a možnosti připojištění. Některé adrenalinové aktivity mohou být uvedeny ve výlukách, proto doporučuji důkladně prostudovat pojistné podmínky.“

Široká nabídka připojištění!

Nabídka pojišťoven zahrnuje také úrazové pojištění, pojištění zavazadel proti odcizení ztrátě či zničení, pojištění storna zájezdu, připojištění rizikových

sportů, není-li součástí, pojištění právní ochrany aj.

Co je rozhodující při sjednání pojištění?

Není rozumné řídit se jen cenou a vybrat si automaticky tu pojišťovnu, která nabízí nejnižší pojistné. Je potřeba sledovat, jaká rizika pojištění pokrývá a limity jeho pojistného plnění, tedy maximální částku, kterou pojišťovna v určité situaci hradí.

Pozor na výluky!

Pojistná ochrana je zpravidla omezena výlukami z pojištění. Většina pojišťoven neposkytne pojistné plnění v důsledku

úrazu či onemocnění, které existovalo již v době sjednání. Pozor na alkohol – ve výlukách jsou i škodní události, které nastaly po požití alkoholu. V základním cestovním pojištění nebývají pokryté úrazy vzniklé při provozování rizikových, nebezpečných nebo adrenalinových sportů.

Kde příručku najdete?

Příručka „Bezpečná letní dovolená“ v elektronické podobě je volně ke stažení na webových stránkách ČAP (www.cap.cz). Zájemci o informace se k ní snadno dostanou přímo z domovské stránky přes odkaz „Formuláře a brožury“.

(tz čap)

► pokračování ze str. 10

V jiných oblastech se zároveň tlak na firmy zvýší. Zatímco výrobci silové elektroniky, elektrických pohonných jednotek a vysokovoltážních baterií mohou očekávat dvojciferný růst a obchodní potenciál i pro nové hráče na trhu, výrobci prostších, převážně mechanických komponent, se ocitají pod dvojnásobným tlakem: „Na jedné straně existuje nebezpečí snižující se poptávky v blízké budoucnosti a kompletního nahrazení těchto součástek ve střednědobém horizontu. Na straně druhé bude v této oblasti nadále růst tlak na snižování nákladů,“ řekl R. Zsilinszky.

Stejně rozdíly lze pozorovat i v segmentu podvozků. Zde jsou hlavním motorem inovací aktivní bezpečnostní systémy. Společnost Roland Berger zároveň očekává také v tomto segmentu značnou substituci „mechatronických“ systémů namísto čistě mechanických součástek. „Dodavatelé, kteří chtějí uspět, se tomuto trendu budou muset přizpůsobit a vytvořit, či pořídit si odpovídající kompetence,“ uvedl autor studie

Marcus Berret, jenž má v Roland Berger na starost celosvětovou oblast dodavatelů automobilového průmyslu. Použití lehkých materiálů je hlavním trendem v segmentu součástek jak pro exteriér, tak pro interiéru. V porovnání s ostatními oblastmi jsou zde však možnosti inovace, s výjimkou segmentu oceli, omezené. „Tato oblast se nadále točí převážně kolem cen a objemů.“

Největší výzva pro dodavatele přichází z dosud velice ziskové oblasti Infotainmentu (navigační systémy apod.). Tato oblast zůstává pro české dodavatele výzvou. Nabídky mobilních systémů zdarma zpochybňují dosavadní obchodní model, navíc se na trh tlačí noví levní výrobci z Asie. Funkcionality se přesunují stále častěji z vozidla na internet – a stávají se tak součástí na internetu velice rozšířeného přístupu prvků zdarma.

„Odvětví dodavatelů automobilového průmyslu zůstane nadále vysoce konkurenční, ale s na míru šitým produktovým portfoliem a s vhodným obchodním modelem i ziskové,“ shrnul R. Zsilinszky.

(tz)

O podporu z OPPI žádalo za prvních pět měsíců tohoto roku celkem 2337 firem

O finanční pomoc z Operačního programu Podnikání a inovace, vypsaného Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, žádají většinou ekonomicky zdatné firmy. Přesto v květnu téměř desetina firem neprošla.

Od 1. ledna do 31. května letošního roku prošlo ekonomickým hodnocením žadatelů o podporu z OPPI celkem 2337 firem. Už teď je tedy více než

pravděpodobné, že počty žadatelů letos převýší loňský rok, kdy od března do prosince 2009 o podporu z OPPI žádalo 3698 firem. Potěšitelné je, že z celkového počtu 2337 mimopražských firem jich celkem 2186 prošlo. iRating je vysoce účinný hodnotící nástroj, který na základě výběrového řízení provádí pro MPO Hospodářská komora hl. m. Prahy.

► pokračování na str. 14

► pokračování ze str. 11

Celková výše zaručovaných úvěrů činí 3,8 mld. Kč. Záruky jsou poskytovány nejvíce ve spolupráci s Českou spořitelnou, Komerční bankou a Raiffeisenbank.

Za celý rok 2009 byly poskytnuty záruky ve výši 2,9 mld. Kč, což ukazuje mimořádný zájem o tento program, který však musel být pro nedostatek prostředků k 15. 4. 2010 v části podpory provozních úvěrů pozastaven. Část podaných žádostí bude nutno pro nedostatek prostředků zamítnout.

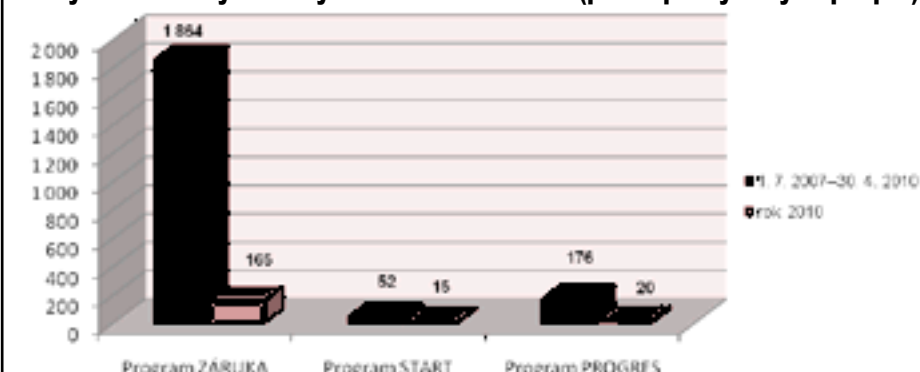
Podpora oprav bytových domů

Podpora je poskytována v programu NOVÝ PANEL, který je financován z prostředků Státního fondu rozvoje bydlení.

V roce 2010 bylo poskytnuto celkem 58 záruk v celkové výši 284 mil. Kč, které umožní žadatelům získat úvěry na opravy bytových domů ve výši 384 mil. Kč. Dotacemi na úhradu části úroků z úvěru v celkové výši 721 mil. Kč bylo podpořeno 503 žadatelů s úvěry ve výši 2,9 mld. Kč, a to především na opravy panelových bytových domů.

(tz)

Poskytnuté záruky a úvěry v letech 2007–2010 (počet poskytnutých podpor)



Soutěž o 8 GB USB flash disk se zabezpečením dat

Společnost Kingston, největší nezávislý výrobce paměťových produktů na světě, před nedávnem na trhu představila nový USB flash disk Data Traveler Locker+. Jde o nový přírůstek do rodiny USB flash disků se zabezpečením uložených dat. Data jsou chráněna hardwarově 256bitovým AES šifrováním a flash disk je kompatibilní s operačními systémy Windows a MAC. Jeho další předností je pětiletá záruka a přijatelná cena. Například doporučená cena 4 GB flash disku je 474 Kč s DPH.

Soutěžní otázka:

V jakých modifikacích kapacity paměti se tento flash disk prodává?

(návodem mohou být informace na www.kingston.com/ukroot)

Odpovědi zasílejte na mail: brixi@prosperita.info nebo jn.orpa@centrum.cz do 10. července 2010. Ze správných odpovědí vylosujeme jednoho výherce, který získá 8 GB USB flash disk Data Traveler Locker+ se zabezpečením dat.



Domácí vína lákají na chuť i zážitky

S vynikající kvalitou moravských a českých vín, slavnou historií a bohatou současností domácího vinařství se mohou zájemci seznámit prostřednictvím unikátního projektu Národní vinařské centrum. O něm jsme hovořili s ředitelem NVC Ing. Pavlem Krškou.

Mohl byste představit Národní vinařské centrum? Co už se mu za dobu jeho existence podařilo a na jaké úkoly se chystá?

Národní vinařské centrum vzniklo v rámci projektu ROZVOJ VINAŘSTVÍ NA JIŽNÍ MORAVĚ, realizovaného na přelomu 20. a 21. století a financovaného z prostředků Evropské unie (program PHARE) a prostředků Ministerstva zemědělství České republiky.

Obecným cílem je podpora a propagace našeho vinařství. Hlavní aktivitou je organizace Salonu vín České republiky – národní soutěže vín a provoz celoročně otevřené degustační expozice nejlepších sta oceněných vín na zámku ve Valticích. Máme ale řadu dalších aktivit – pořádáme školení a semináře o víně, vydáváme odbornou vinařskou literaturu a úzce spolupracujeme s Vinařským fondem na propagaci našich vín pod značkou Vína z Moravy, vína z Čech. Z posledních projektů můžu jmenovat např. odbornou marketingovou konferenci „Moderní trendy propagace vín“, nebo vývoj unikátního počítačového systému na hodnocení vín na našich i mezinárodních soutěžích vín.



Moravská a česká vína jsou znalci oceňována, ale zdá se mi, že na domácím trhu zůstávají zastíněna importy s lepším marketingem. Jak přesvědčit domácí spotřebitele, aby těmto vínům dávali přednost?

Nemyslím si, že naše vína byla na domácím trhu zastíněná, a to ani marketingem,

ani kvalitou zahraničních vín. Samozřejmě, více jak polovina vín se na náš trh dováží a náš trh je absolutně otevřen vínům z celého světa.

Propagace našich vín už ale probíhá několik let pod společnými značkami „Vína z Moravy“ a „Vína z Čech“ a velmi viditelné jsou také speciální projekty typu „Svatomartinské víno“, nebo „Růžové.cz“.

Naše vína jsou oproti „jižním“ vínům neobyčejně rozmanitá, vynikají originálními ovocnými tóny a kořenitostí, bohatým spektrem aromatických látek a harmonickou plnou chutí. O jejich kvalitě svědčí také velká řada medailí z nejprestižnějších světových soutěží vín.

Osvědčila se soutěž Salon vín? Stala se objektivním měřítkem našeho vinařství a jeho produktů?

Letos se konal již 10. ročník této národní soutěže a beze vší pochybnosti je titul „Salon vín České republiky“ etalonem nejvyššího ocenění vín u nás. Zájem o tuto soutěž se každoročně zvyšuje, letos se vybíralo již z 520 vín, která před tím uspěla na nomináčních výstavách.

Do povědomí už vešly turistické (cyklistic-

ké) vinařské stezky. Mohl byste čtenářům doporučit aktivní tuzemskou dovolenou s vínem?

Samozřejmě, výlet po Moravských vinařských stezkách je velkým zážitkem, který mohou jen doporučit. Naše organizace mimo jiné realizuje také projekt „Krajem vína“, který se věnuje propagaci vinařské turistiky na Moravě. Kompletní informace o vinných sklepech, vinařstvích; ale také např. ubytování s vinařskou tematikou lze nalézt na www.vinazmoravy.cz v sekci Víno a turistika. Část těchto zařízení je dokonce držitelem speciální certifikace zařízení vinařské turistiky. Ale vinařská turistika není jen záležitostí Moravy, krásné vinice a vinné sklepy jsou také v Čechách, např. v Kutné Hoře nebo Velkých Žernosekách.

otázky položil Pavel Kačer

► pokračování ze str. 12

Také je to již o zmiňované mentalitě a „vzdálenosti“ Bruselu. Měl by být kladen větší důraz na objektivní informovanost, a to na všech úrovních, jak vládní, tak lokální, stejně jako např. na úrovni podnikatelských asociací či ze strany médií. CEBRE se však již osmým rokem snaží podnikatele informovat, ale pořad to není dostatečné. Denně informuje podnikatele o nových iniciativách Evropské unie, předložené a projednáváné legislativě EU a případných analýzách a studiích. Asi je to skutečně jenom v nás, že o informace nemáme zájem. Ale jak je to možné, když vše se děje v Unii a u nás už je toho k rozhodování čím dál méně?

za rozhovor poděkovalo CEBRE

► pokračování ze str. 13

Díky spolehlivosti tohoto systému má MPO jistotu, že finance z programu budou vynaloženy skutečně efektivně a pomohou rozvoji podnikání v České republice. Z celkového počtu firem, které iRatingem od ledna do května prošly, dosáhlo plných 377 společností stupně ohodnocení A, tedy nejvyššího, a 273 B+, tedy druhého nejvyššího stupně iRatingu. Naopak C-, nejhorší ratingový stupeň, obdrželo jen 35 firem. Kupodivu z tohoto čísla jich 16 bylo jen za letošní květen. Celkově přitom v květnu neprošlo 73 firem z celkového počtu 156 od začátku roku. (V květnu o podporu z OPPI žádalo celkem 746 firem.) „Velká většina firem, které neprošly, neměly dostatečný počet dat, takzvané „spaly“ neměly tržby. V tom případě nelze hodnocení stanovit a takové firmy neprojdou – je stanoven stupeň „X“, který vyjadřuje nedostatečný obrát. Jednoduše řečeno, taková firma několik let funguje jen na oko, odvádí povinné odvody, ale negeneruje tržby, natož zisky“, vysvětlil Jiří Svoboda, manažer projektu iRating.

Podle statistik v iRatingovém hodnocení jsou opět střední a malé firmy zdravější než velké podniky. Velké podniky dosahují ve valné většině pouze průměrných výsledků. Naopak MSP jsou hodnoceny převážně nejvyššími stupni. Každý, kdo má zájem se o finanční pomoc z OPPI ucházet, ale není si zcela jistý ekonomickým zdravím své firmy, může nezávazně vyzkoušet on-line kalkulačku FRP na stránkách www.mpo-irating.cz, díky níž orientačně zjistí, zda by byl jeho projekt doporučen k realizaci. *(tz hkp)*

V anketě Pojišťovna roku 2009 zvítězily Kooperativa, Pojišťovna ČS a Evropská Cestovní Pojišťovna

Jubilejní 10. ročník odborné ankety Pojišťovna roku zná své vítěze – pojišťovací makléři z celé České republiky ohodnotili výkony pojišťovatelů v roce 2009 takto: Pojišťovnou roku v neživotním pojištění se opět stala Kooperativa pojišťovna, Pojišťovna České spořitelny rovněž obhájila prvenství

v životním pojištění, stejně jako Evropská Cestovní Pojišťovna, která vede žebříček specializovaných pojišťovatelů.

„Letošní výsledky dokazují, že postavení pojišťoven na trhu je z hlediska pojišťovacích makléřů stabilizované. To je pro české pojišťovníctví dobrá zpráva, zejména

s ohledem na současnou hospodářskou krizi,“ zhodnotil 10. ročník soutěže předseda AČPM Zdeněk Voharčík. Tradičně vysoká úroveň ankety podle jeho názoru potvrzuje rostoucí význam úlohy makléřů na pojišťovacím trhu.

(tz)

Kaple a kapličky na Jesenicku znovu ožívají

Občanské sdružení Obnova kulturního dědictví údolí Desné připravuje další projekty pro záchranu ohrožených a cenných staveb, tradic a duchovní kultury v údolí Desné. Tentokrát jsou cílem záchrany hned tři objekty: Kaplička Panny Marie Lurdské v Pekařově, barokní kaplička zasvěcená Panně Marii Pomocné v Rejcharticích a kaplička pod bývalou školou v Pekařově.

Občanské sdružení Obnova kulturního dědictví údolí Desné, které je členem příspěvkové organizace Jeseníky-Sdružení cestovního ruchu, má za sebou již několik úspěšných projektů, díky nimž se daří rekonstruovat drobné historické a kulturní památky v nejužším regionu. V loňském roce byla ukončena rekonstrukce hřbitovní kaple Nanebevzetí Panny Marie v Pekařově, jejíž oprava začala již v roce 2003 a vyžádala si dosud cca 2 200 000 korun.

Po úspěšném dokončení obnovy kaple Nanebevzetí Panny Marie se rozběhl projekt záchrany dalších dvou drobnějších památek: Hilbertovy

kapličky Panny Marie Lurdské v Pekařově a barokní kapličky Panny Marie Pomocné v Rejcharticích.

Původní kapličku dala postavit rodina Hilbertova v první polovině 20. století a po desetiletí byla místem, kam se místní lidé chodili modlit nebo jen odpočinout. I současní obyvatelé Pekařova mají k tomuto místu blízký vztah, a tak se občanské sdružení Obnova kulturního dědictví údolí Desné společně s občany Pekařova rozhodlo tuto kapličku opět oživit. Na jaře 2009 sdružení podalo žádost o grant ČSOB, která byla úspěšná. Investice potřebné k obnově kapličky se pohybuje kolem 60 000 korun a nezanedbatelným dílem je i nezištná pomoc a práce místních obyvatel. Nyní probíhá část realizační: dobrovolnická práce místních obyvatel a odborné stavební práce za finanční podpory obce Jindřichov.

Obnova druhé z kapliček – Panny Marie Pomocné v Rejcharticích – je v samém začátku. 1. dubna byl schválen grant ČSOB ve výši

50 000 korun a právě se začíná s přípravnými pracemi, opět s významnou podporou místních obyvatel.

A do třetice – Pekařov letos uspěl v dalším projektu ČSOB „Druhá šance“ s grantem ve výši 50 000 korun, díky níž se do konce roku 2010 opravy dočká také kaplička pod bývalou školou. „Tvář Jeseníků je po staletí utvářena konkrétními lidmi, kteří s sebou nesou vlastní kulturní hodnoty a prostředí, které se časem mění. V Jeseníkách se přitom nejednalo vždy o jednoduché a pozvolné změny a mnoho tradic a zvyků odešlo s lidmi, kteří je vyznávali. Úsilí občanského sdružení Obnova kulturního dědictví údolí Desné přináší zpět kulturní a historickou vazbu, bez níž se žádné lidské společenství dlouhodobě neobejde. A jedině takové společenství se může pochlubit něčím, co stojí za návštěvu. Proto je činnost týmu pana Černohouse obrovským přínosem pro celé odvětví cestovního ruchu u nás,“ vysvětlil PhDr. Jan Závěšický, ředitel Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. *(tz)*

Soutěž o VIP vstupenky do Salonu vín ČR

Čeští a moravští vinaři propagují výsledky své práce mnoha rozmanitými formami. Jednou z cest, jak prezentovat to nejlepší z každoroční produkce, je účast v prestižní, nejvyšší soutěži, jejíž název neprozradíme. Stejný název nese i celoročně veřejná degustační expozice v zámeckých sklepech ve Valticích. Veškeré informace k tomuto projektu lze získat například u odborníků v Národním vinařském centru, o.p.s., Zámek 1, 691 42 Valtice a na www.salonvin.cz.

S datem 21. června konečně přišlo léto a mnozí ještě přemýšlejí, kam na dovolenou. Máme pro vás tip – co se vydat třeba do Valtic s VIP vstupenkami?

Zvolíte-li správnou odpověď z následujících 3 otázek, budete zařazeni do slosování o 3 tyto vstupenky, které skýtají řadu výhod.

Výherci je zašle naše redakce.



Odpovědi posílejte na tyto dvě adresy do 15. července 2010:
brix@prosperita.info
kacer@prosperita.info

Soutěžní otázka: Co je to Salon vín?

1. stálá výstava literatury o víně na zámku ve Valticích
2. název turistické stezky v Kutné Hoře
3. nejvyšší soutěž vín v ČR

Co podpoří „Globální úvěr“

Česká spořitelna získá od Evropské investiční banky (EIB) celkem 300 mil. eur na financování české ekonomiky. Z celkové částky je 200 mil. eur určeno na projekty malých a středních podniků a veřejného sektoru; 100 mil. eur pak získají výrobci elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Česká spořitelna může díky prostředkům od EIB nabídnout firmám dlouhodobé úvěry s úrokovým zvýhodněním. V případě částky určené pro výrobce ekologické elektřiny bude EIB vůbec poprvé v České republice sdílet riziko s jinou bankou – zatím nesly veškeré riziko banky, které od EIB získaly prostředky.

„S celkovým dosud sjednaným objemem prostředků ve výši 700 mil. eur jsme nejvýznamnějším bankovním partnerem EIB ve střední Evropě. Díky spolupráci se nám už osm let daří přivádět evropské peníze firmám podnikajícím v ČR,“ uvedl Gemot Mittendorfer, předseda představenstva a generální ředitel České spořitelny.

Novinkou v přístupu EIB je fakt, že sama

evropská banka sdílí riziko se spolupracující bankou, pokud by financované projekty nebyly úspěšné. Podle dosavadní praxe přitom nesly veškeré riziko banky, které od EIB získaly prostředky. Tento posun v přístupu dokládá vysokou míru důvěry ze strany EIB vůči České spořitelně. Konkrétně se sdílené riziko vztahuje na částku 100 mil. eur, která je určena na podporu výrobců elektrické energie z obnovitelných zdrojů, přičemž EIB i Česká spořitelna na něm nesou stejný podíl. Dvě smlouvy o spolupráci s EIB v celkové výši 300 mil. eur byly podepsány 29. dubna 2010.

Česká spořitelna je oprávněna poskytnout zvýhodněný úvěr těm firmám, které splňují podmínky přijatelnosti stanovené EIB. Mezi kritéria se řadí jednak struktura firmy (firma s maximálně 250 zaměstnanci, maximální roční obrát firmy do 50 mil. eur, vlastnická struktura firmy splňující podmínky EIB aj.). Zvýhodněný úvěr nemohou čerpat firmy podnikající v ně-

kterém z vyloučených oborů podnikání, jako např. tabákový průmysl, zpracování omamných látek apod. Omezena je i doba realizace projektu (max. 3 roky) a jeho splatnost (až na 15 let), přičemž náklady na projekt by se měly pohybovat v rozmezí 40 tisíc až 25 mil. eur. Česká spořitelna zvýhodněný úvěr nabízí pod názvem „Globální úvěr“.

EIB poskytuje bankám prostředky ve formě zvýhodněných úvěrů s 8 až 12letou splatností. Česká spořitelna pak vytupuje firmy, kterým je schopna zvýhodněný úvěr nabídnout, případně kterým sníží úroky u úvěrů stávajících. Alokace prostředků je relativně náročný administrativní proces, který vyžaduje průběžné sledování finanční situace firem a důsledný reporting vůči EIB. Pokud se bankám nepodaří prostředky v daném termínu umístit, nealokovanou část peněz vracejí EIB. Česká spořitelna vždy umístila veškeré získané prostředky.

(tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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



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



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

Pikantně-naučný vtipník

František Zacharník

Češi jsou odjakživa považováni za národ humoristů. Pokud s tímto názorem souhlasíte a máte rádi humor psaný i kreslený, je dvojdielná sbírka těch nejlepších anekdot určena právě pro vás.

Síla jednoduchosti

Leo Babauta

Dosahujete svých primárních cílů bez stresu z toho, že musíte dělat sto věcí najednou. Může to znít jako utopie, ale autorovi této knihy se to podařilo – a své „tajemství“ si nechce nechat jen pro sebe.

Itálie

Tim Jepson

Další publikace z řady prestižních průvodců National Geographic, která Vás tentokrát provede perlou Středomoří, Itálií. V knize naleznete ucelené, podrobné informace o Itálii včetně užitečných tipů, které vám umožní naplánovat si návštěvu podle vlastních zájmů.

Norsko

Martin Schmidt

Cestovní průvodce vhodní především pro individuální turistiku vznikající ve spolupráci s nakladatelstvím Reise Know-how, které na trhu působí řadu let a jejichž produkty získaly ocenění pro svou kvalitu.

500 póz pro fotomodeling

Michelle Perkins

Jedním z nejnáročnějších úkolů při fotografování žen je výběr té správné pózy. Takové, která s ohledem na oblečení a prostředí pomůže nejlépe zachytit osobnost modelky, zároveň však bude v celkové kompozici dostatečně vizuálně atraktivní.

Prezentace v marketingových komunikacích

Ing. Ladislav Kopecký

Bez schopnosti prezentovat se dnes neobejde téměř nikdo. Kniha obsahuje základní definice prezentačních dovedností z hlediska talentu, disciplíny a technik. Přináší systém plánování a organizace prezentace, analyzuje cílovou skupinu, pro kterou je obsah prezentace určen, doporučuje prezentační nástroje a pomůcky, technologie přípravy.

Co dělat, když firma přestane růst

McKee Steve

Jednou z největších výzev každého manažera a podnikatele je dosahování stálého a ziskového růstu. Není však žádnou výjimkou, když se růst zastaví, a to ani u nejlépe řízených firem. V dnešním obtížném ekonomickém prostředí to platí dvojnásob. Tato knížka je praktickou příručkou pro ředitele, manažery a podnikatele, kteří čelí zastavení růstu, i pro ty, kteří se tomu chtějí vyhnout. Zjistíte, že za stagnující růst většinou nemůže špatný management ani chybná strategie, ale přirozené tržní síly a dynamika řízení firem, které zůstávají dlouho bez povšimnutí a jsou velice destruktivní.

Jak získat psychickou odolnost

Graham Jones, Adrian Moorhouse

Jedinečná kniha, která aplikuje elitní sportovní psychologii do pracovního i soukromého života, je určena všem, kteří chtějí i ve stresu a pod tlakem podávat trvale vysoký výkon. Podstatou je získání psychické odolnosti, díky které člověk dokáže tlak aktivně využívat ke svému prospěchu. Naučíte se, jak tlak zužitkovat, a ne ho pouze zvládat.

Evropeizace veřejné sféry

Vladimíra Dvořáková a kol.

Autoři se snaží postupně odpovědět na otázky: Dochází (vedle národních identit) také k formování identit evropských? Lze se setkat v Evropě s aktéry, kteří formulují a prosazují specifické evropské zájmy (vedle zájmů národních a globálních)? Odráží procesy politického rozhodování a základní politiky EU kromě národních podnětů také impulzy z veřejné evropské sféry? Cílem publikace je podnítit kritické přístupy a úvahy o evropském veřejném prostoru. Kniha je určena nejen studentům a odborníkům, ale všem zájemcům o problematiku evropské integrace.

SPONZORING, CHARITA, POMOC

dm Sluníčkové děti

Součástí dm filozofie je příkladné působení ve svém okolí, a proto se dm každoročně angažuje v oblasti sociální odpovědnosti firem. V roce 2010 připravila dm aktivitu, zaměřenou na edukaci dětí předškolního věku o správném chování při pobytu na slunci. V rámci aktivity navázala dm spolupráci s téměř 400 mateřskými školami po celé České republice a připravila ochranné balíčky péče o citlivou dětskou pokožku pro téměř 36 000 předškolních dětí.

S prevencí a osvojením si zásad správného chování při pobytu na slunci je třeba začít v co nejučtější věku, a proto dm oslovila pro spolupráci mateřské školy. Po odborné stránce aktivitu podpořila cennými informacemi MUDr. Štěpánka Čapková z dětského kožního oddělení Fakultní nemocnice v Motole. (tz)

NAŠE KAVÁRNA

Kia posiluje marketing

Marketingový tým Kia Motors Czech s.r.o. se od června rozrůstá o novou posilu. Na nově zřízenou pozici Dealer marketing koordinátor nastoupil Martin Racman. V souvislosti s expanzí značky na českém trhu bude primárně zajišťovat dealerské marketingové aktivity a internetový marketing.

Y. Carnoy generálním ředitelem Peugeot ČR

S platností od 1. června 2010 se ujal vedení společnosti Peugeot Česká republika pan Yann Carnoy na pozici generálního ředitele. Dosaďadní generální ředitel pan Christopher Palombo bude zastávat novou funkci ve společnosti Automobile Peugeot v Paříži.

R. Pekelská ředitelkou Lidských zdrojů GE Money ČR

Novou výkonnou ředitelkou pro lidské zdroje skupiny GE Money Česká republika se od 1. června 2010 stala Radka Pekelská. Jako členka senior managementu bude řídit oddělení lidských zdrojů společností GE Money Bank, a.s., GE Money Auto, a.s., a GE Money Multiservis, a.s., v České republice a bude odpovědná za implementaci strategických projektů v oblasti lidských zdrojů v rámci skupiny GE Money ČR. (tz)

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

ČPP nabízí pojištění právní ochrany

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group (dále jen „ČPP“) jako univerzální pojišťovna poskytuje vysoce kvalitní pojišťovací služby v životním i neživotním pojištění. Od 1. června vychází vstříc svým klientům také nabídkou pojištění právní ochrany, a rozšiřuje tak portfolio produktů o další velmi praktickou a cennou službu.

Předmětem pojištění je ochrana oprávněných právních zájmů klienta a je poskytována v základním a rozšířeném rozsahu. V první variantě zahrnuje pojištění občanskoprávní nárok na náhradu škody, vlastnictví movitých věcí, trestní a přestupkové právo a pojistné právo. Při sjednání rozšířeného rozsahu pojišťovna poskytuje právní služby navíc také v oblasti pracovněprávních sporů, pracovněprávních nároků na náhradu škody, vlastnictví nemovitostí a nájemní právo. Obě varianty se sjednávají s limitem pojistného plnění ve výši 300 tisíc korun a se spoluúčastí 3000 korun.

„Kdokoli se někdy může dostat do situace, kdy bude potřebovat odbornou radu a pomoc, aby se domohl svých práv,“ řekl Václav Hönl, ředitel úseku neživotního pojištění České podnikatelské pojišťovny. „Zatímco náklady na kvalifikovanou právní pomoc mohou dosáhnout desítek i stovek tisíc korun, za pojištění právní asistence zaplatíte částku od 100 korun měsíčně,“ dodal. Uzavřením pojištění právní ochrany si lze zajistit spolehlivé právní zázemí, a tím odstranit nebo alespoň zmírnit nepříznivé důsledky právních sporů a riziko výdajů s tím spojených.

Při zajištění právních asistenčních služeb spolupracuje ČPP se společností Global Assistance, která bude přijímat žádosti klientů o právní poradenství prostřednictvím call centra Global Assistance na telefonní lince 1220, nepřetržitě 24 hodin denně po všechny dny v roce. (tz)

Tesco stále úspěšněji prodává malé LCD televizory

Zvýšené poptávce se v posledních třech letech těší značka Technika, ať již z hlediska kvality, zajímavého designu i příznivější ceny. Zákazníci si mohou vybírat televizory o úhlopříčkách 15, 19, 22, 23 a 24 palců. Žhavou novinkou je 23“ model LCD



televizoru se zajímavým designem s charakteristickým rámečkem v různých barevných provedeních, s USB vstupem, variantně i se zabudovaným DVD přehrávačem. Vlajkovou lodí LCD televizorů Technika je 40“ model s novou technologií LED s Full HD rozlišením. (tz)



Nové přístroje představili odborníci na nedávné tiskové konferenci ...

Těžba uranu a likvidace ekologických škod pokračují

Česká republika proslula bohatými nalezišti uranu. Většina ložisek rudy však už byla vytěžena a dřívější hornická činnost zanechala na životním prostředí obrovské škody. Státní podnik DIAMO dostal za úkol efektivně využít zbývající zásoby suroviny pro jadernou energetiku, a především postupně zahladit stopy po těžbě a zpracování uranu. O tom, že se to daří, svědčí výsledky i řada společenských ocenění s. p. DIAMO. Naposled to bylo prestižní umístění v soutěži Manažer roku 2009, kdy získal ředitel podniku Ing. Bc. Jiří Jež ocenění v kategorii TOP 10.

Více se dozvíte z rozhovoru právě s touto osobností:

Jaké má Česká republika využitelné zásoby uranové rudy? Může být soběstačná, i když dojde k dalšímu rozvoji jaderné energetiky?

V České republice jsou v současné době vyhledány a prozkoumány geologické zásoby uranu, jejichž technicky využitelné množství pro výrobu jaderného paliva lze odhadnout ve výši cca 58 000 tun uranu. Záměrně je použito slovo „odhadnout“ vzhledem k tomu, že využitelnost zásob je závislá na způsobu exploatace. Ten však na řadě ložisek, zejména v severočeské oblasti, není znám a byl by stanoven a projektován až po dokončení komplexu průzkumných prací.

Pokud dojde k dalšímu rozvoji jaderné energetiky a s tím souvisejícím změnám legislativních podmínek, mohla by být ČR soběstačná v dodávkách uranu pro palivo našich jaderných elektráren po dobu více než 60 let.

Množství potřebných zásob uranu však samo o sobě nezaručuje soběstačnost, popř. nezávislost na externích zdrojích, protože Česká republika nebude mít své vlastní výrobní kapacity pro další stupně zpracování uranového koncentráту a finální kompletace jaderného paliva. Kromě toho potřebné zásoby musí být využitelné především ekonomicky. Tato podmínka však, s výjimkou zbytkových zásob na ložisku Rožná, při současných a v nejbližší době prognózovaných cen uranu na světových trzích dosud splněna není.

Posláním státního podniku DIAMO je dotěžit ložiska uranu a z jeho prodeje financovat nákladnou likvidaci ekologických škod z minulosti. Daří se udržet vyrovnané hospodaření podniku i se stále nižšími dotacemi státu na sanaci a rekultivace?

Výnosy z prodeje uranového koncentráту jsou pouze doplňující zdroj financí pro zajišťování likvidačních a sanačních prací. Roční náklady na odstraňování následků hornické činnosti ve správě s. p. DIAMO představují částku 1,8 mld. Kč. Největší položkou je sanace ložiska Stráž po chemické těžbě uranu ve výši 1,2 mld. Kč na rok, dále čištění důlních vod na jednotlivých těžebních lokalitách po celé ČR a sanace odkališť na lokalitě Mydlovary. Kromě těchto hlavních činností zajišťuje náš podnik řadu dalších navazujících činností např. monitoring složek ŽP, kontroly důlních děl, likvidaci povrchových areálů a další.

Dobrý vývoj cen uranu zejména v letech 2006–2007 umožnil produkci uranového koncentráту

za vyšší ceny, než byly náklady na těžbu a úpravu uranové rudy a tyto prostředky jsou využívány k částečnému pokrytí sanačních a likvidačních prací. Za období let 2004–2009 se jednalo o částku 1,6 mld. Kč.

Kromě těchto výnosů z prodeje uranového koncentráту používá s. p. DIAMO i další finanční zdroje pro zahladování následků hornické činnosti v ČR, a to výnosy z prodeje produktů vznikajících při realizaci likvidačních a sanačních prací (šrot, kamenec, kamenivo) a výnosy z pronájmu a prodeje nemovitostí a ostatních činností (externí služby, prodej energií, provozování skládky hornového odpadu).

Významným zdrojem financí pro s. p. DIAMO je čerpání dotací z fondů EU – Operačního programu Životní prostředí. Realizované a schválené projekty představují částku 1,2 mld. Kč a další projekty budou předloženy MŽP ČR ještě v letošním roce.

Co považujete za největší úspěch DIAMO pod vaším vedením?



Za období, co jsem ve funkci ředitele státního podniku, se podařila řada věcí. Za jedinečný úspěch považuji zachování a rentabilní fungování posledního uranového dolu v Evropské unii, a to dolu Rožná v Dolní Rožince, v kraji Vysočina. Činnost tohoto dolu

je zajištěna po dobu ekonomické výhodnosti těžby bez nároku na finanční prostředky ze státního rozpočtu. Nejnovější výsledky geologického průzkumu však ukazují, že i ložisko na Rožně bude brzy vyčerpáno, předpokládáme tak fungování dolu do roku 2014.

Velmi kladně hodnotím naše úspěchy při zajišťování zahladování následků hornické činnosti, které provádíme po celé naší republice. Jak jsem již zmínil, daří se nám získávat finanční prostředky z fondů Evropské unie na rekultivační a sanační práce, jedná se například o rozsáhlou rekultivaci kalojemů v Mydlovarech, či o sanaci skládky nebezpečných odpadů v Pozďátkách. Přípraveny máme i další projekty, např. rizikové analýzy, tak, abychom mohli zajistit jejich financování z Operačního programu Životní prostředí.

Za jednoznačně pozitivní považuji budování nových sanačních technologií v oblasti Stráže pod Ralskem, které výrazně urychlí sanaci území po chemické těžbě uranu. Technologie na zpracování matečných louhů je již v provozu, v současné době připravujeme stavbu neutralizační a dekontaminační stanice. Jedná se o jedny z nejmodernějších technologií, které zajistí vyčiš-

tění podzemních vod od kyselých roztoků, které se používaly k chemickému loužení uranu.

V loňském roce jsme jako podnik prošli systémovým auditem, který přinesl úsporu 328 zaměstnanců, zefektivnění organizační struktury, aplikaci moderních nástrojů, jakým je například provádění výběrových řízení prostřednictvím e-aukcí, či přípravu na nový informační systém. Jak je vidět, i v následujícím období nás čeká ještě mnoho úkolů.

A v čem vidíte největší výzvu?

Rozhodně je to zajištění stability podniku a udržení naší pozice spolehlivého partnera pro orgány státní správy i pro spolupracující firmy. Naším klíčovým úkolem je zabezpečení finančních prostředků na další období, a tím i našich činností, především v oblasti likvidace a sanace ekologických zátěží, kterých spravujeme 6400.

Byl bych velmi rád, kdyby se podařilo úspěšně dotáhnout do konce nový projekt podzemního zásobníku plynu na Dolní Rožince, kde by se zároveň vyřešila otázka, co se zaměstnanci dolu po skončení těžby uranu.

Samotná otázka těžby uranu v České republice je, dle mého názoru, stále aktuálnější. Nová energetická koncepce počítá s renezancí tohoto odvětví, i když je to ještě běh na dlouhou trať. Především je třeba zdůraznit, že zahájení případné těžby je možné až poté, co vláda změní usnesení o útlumu uranového hornictví. Teprve po tomto rozhodnutí mohou začít přípravné práce, samotnou těžbu uranu by pak bylo možno obnovit až v horizontu 8–10 let. Nicméně jakékoli pozitivní rozhodnutí v této otázce vítám a bylo by pro mě osobně i pro náš podnik velkou výzvou tyto práce zahájit.

Umístil jste se v TOP 10 soutěže Manažer roku 2009 a to svědčí o vysokém společenském hodnocení vaší práce a činnosti podniku. Čím se stane řídící pracovník špičkovým manažerem, kde leží hranice mezi rutinní prací a mimořádným výkonem?

Myslím si, že velmi důležité je stanovení jasných cílů udávajících směr podniku a přijetí odpovědnosti za jejich plnění. Protože pokud máte směr a víte, kam chcete dojít, dáváte tím i jasnou představu svým podřízeným.

Velký důraz kladu na komunikaci, motivaci spolupracovníků a vzájemnou důvěru. Snažím se, aby pracovníci cítili mou plnou podporu, byli si jisti svými pravomocemi a byli schopni přijmout plnou odpovědnost za plnění zadaných úkolů. K tomu patří i ohodnocení jejich práce, či podpora jejich profesionálního i osobního rozvoje.

Jsem rád, že mám za sebou tým lidí, který je schopen řešit nejen úkoly běžného dne, ale i ty mimořádné.

Co byste si přál od nové vlády a sněmovny?

Především by mělo dojít ke stabilizaci společnosti a zklidnění emocí, neboť rétorika předvolebního období byla poměrně ostrá. Nyní bude potřeba hlavně racionální pohled na stav našeho státu v oblasti ekonomické, sociální, v oblasti zdravotnictví, nezaměstnanosti či školství. Novou vládu a sněmovnu čekají velké úkoly a kroky, které ne vždy budou populární, nicméně jsem rád, že voliči jasně určili směr, kterým by se tato republika měla ubírat – stabilní veřejné finance, reforma ve zdravotnictví, protikorupční opatření, důchodová reforma.

Jak vnímáte společenskou odpovědnost firem a co konkrétně v případě s. p. DIAMO znamená?

Společenská odpovědnost organizace, resp. odpovědné chování organizace vůči společnosti se dnes stále častěji stává součástí systému řízení firem. Lidé už nevnímají podniky pouze jako producenty výrobků a dodavatele služeb. Předpokládají, že kromě zisku budou plnit i další požadavky – budou



Ředitel státního podniku DIAMO Ing. Bc. Jiří Jež

se chovat eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšení kvality života zaměstnanců a jejich rodin a stejně tak i společnosti jako celku, a to v jak v rámci, tak i nad rámec svého komerčního působení.

Pro státní podnik DIAMO není začlenění problematiky CSR do systému řízení ničím novým. Naše cíle jsou zaměřeny na zajištění vyváženého a rovného zacházení ve třech hlavních oblastech – ekonomické, environmentální a sociální. Získání ocenění CSR pro s. p. DIAMO v roce 2009 znamená mimo jiné, že jsme se dokázali odlišit od konkurence, že jsme důvěryhodnou firmou, která pečuje o zdraví a bezpečnost zaměstnanců, o životní prostředí a která je schopna komunikovat s veřejností a zlepšovat vztahy s okolím.

Rád bych se vás zeptal jako nositelů Národní ceny kvality, čím pro vás kvalita je?

Nejprve si musíme říci, že pod slovem „kvalita“ si můžeme představit cokoliv. A protože, jak je již v otázce zmíněno, DIAMO, s. p., je nositelem ocenění Národní ceny kvality z let 2005 a 2006, tak to určitě o něčem vypovídá. Naše organizace má, mimo jiné, zavedený a certifikovaný systém QMS – systém kvality, resp. systém kvalitního řízení. Tento systém se stal základem pro práci s modelem excelence EFQM, jehož součástí je proces sebehodnocení. Tento proces nabízí podniku poznávat své silné stránky i oblasti pro zlepšování. Dále nám umožnil zhodnotit, jak daleko na poli kvality všech svých činností firma došla a jak daleko v budoucnu musí dojít, a zároveň umožňuje srovnání s případnou konkurencí.

Kvalita pro nás tedy znamená to, co bylo zmíněno hned na začátku, a to je kvalitní řízení firmy. Abych byl konkrétní – naše organizace má nadefinované a popsané procesy, resp. činnosti, dále má stanovená kritéria a metody potřebné pro zajištění jejich efektivního fungování, řízení, monitorování, vyhodnocování, zlepšování, včetně dalších nástrojů, jako např. stanovování preventivních opatření nebo opatření k nápravě, plánování, stanovení kompetencí, odpovědností, cílů kvality atd., a to vše podle požadavků normy ISO 9001.

Jak nejraději relaxujete? Dokázalo vás něco a někdo v poslední době opravdu potěšit?

Vzhledem k mému náročnému pracovnímu programu, který přináší hodně času stráveného na cestách, se snažím odpočívat aktivně. Bydlím na Vysočině, což mi dává mnoho možností – v létě jsou to pěší procházky nebo jízda na kole, v zimní sezoně rád chodím na běžky. Velké potěšení mi přináší moje rodina, která mi poskytuje skvělé zázemí, a také mých sedm vnuků, se kterými se nikdy nenudím.

pta se Pavel Kačer

Kontaktní údaje:

DIAMO, státní podnik
Máchova 201
471 27 Stráž pod Ralskem
tel.: 487 851 338
fax: 487 851 456
email: jez@diamo.cz



V podzemí...