

Podstatné je dělat věci, které jsou užitečné

Manfred Koller, místopředseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny, je jedním z oceněných v soutěži Manažer roku 2009 – základem jeho úspěšné práce je jasná vize

Uspět v Manažerovi roku, prestižní soutěži pro ty nejlepší z nejlepších, to není zas tak jednoduché, jak se může nezasvěcenému zdát. Za osobnostmi, kterým se to poštěstí, najdete firmy, kterým se daří, know-how, jež se nevyzrazuje, úctu k práci ostatních šikovných nebo třeba do praxe uváděné nápady, jež drtí konkurenci a nastolují prostor pro další atraktivní projekty budoucnosti. Českomoravská stavební spořitelna, známá pod názvem Liška, je dlouhodobě jedničkou v oboru. Odpovědi na otázky, proč tomu tak je, může být mnoho. Z rozhovoru s Manfredem Kollerem, místopředsedou představenstva, vybíráme:



Manfred Koller, místopředseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny

Získal jste významné manažerské ocenění. Jak byste vyjádřil svoji radost?

Obtížné se to formuluje – radost mi to udělalo obrovskou, ale myslím si, že je všem jasné, že se to netýká jen mojí osoby, ale především celého našeho kolektivu, naší společnosti. Našich výsledků, naší práce. V tom spatřuji podstatu. Potěšilo mne to však dvojnásob – ta druhá radost je z toho, že jsem oceněným manažerem zahraniční firmy – jsem Němec, který působí v českém podnikatelském a manažerském prostředí, které ho tímto povýšilo mezi ty nejlepší. A toho si nesmírně vážím a jsem na to hrdý.

Manažer bývá zpravidla dobrý týmový hráč. Jak je tomu ve vašem případě?

I já jsem týmový hráč. Rád pracuji v souhře s ostatními, protože jen tak lze dnes dojít do cíle. Síla je ve spolupráci, v zodpovědnosti,

neotřelých kolektivních nápadech, pracovitosti, diskuzi navzájem. Ne nadarmo se také říká: jedna a jedna nejsou dvě, ale tři až čtyři. Ovšem aby byl tým úspěšný, potřebuje v čele vedoucího hráče. Tato role padla na mne a já se jí nebráním, naopak, našel jsem se v tom a dělám to rád. Ale bez okruhu odborníků, s nimiž si rozumím, bych nezmohl nic.

Co se vám nejvíce osvědčilo při řízení stavební spořitelny?

Především mi pomáhá vědomí, že pracujeme s jasnou vizí. Uvědomit si to je nejen pro mne, ale i naše spolupracovníky, nedocenitelné. Jasná vize je alfou a omegou všeho, oč se snažíme. Když vidíme před sebou cíl, můžeme se k němu blížit inovativně, prostřednictvím nových výzev, máme prostor věnovat se složitějším tématům. Nenecháme se také odradit od cesty, která se

někdy rýsuje jako velmi neurčitá až zbytečná. Ten cíl v dále je motivací. I když některý projekt zpočátku vypadá až beznadějně, díky cíli, který máme, se beznaděj proměňuje v přesvědčení, že jsme nastartovali správně a že se vše v dobré obrátí. Mnohokrát se nám to již potvrdilo a úspěch přišel. Víme, že musíme být vytrvalí, vědět, že prostě vystačíme s dechem, nevzdávat se. Věřit, že třeba později, ale úspěch se dostaví. Necouvat, ale odhodlaně bojovat.

Jakých vlastností ostatních manažerů si vážíte, a jaké naopak nemáte rád?

Otázka na tělo. Cením si jejich inovativnosti v myšlení, kreativity a odborných znalostí. Obdivuji, že se většina manažerů dokáže celý život vzdělávat a učit. I při tom nedostatku času, jaký mají. K té kreativitě – vzhledem ke světové ekonomické situaci se již firmy nedají řídit v nějakých vyšlapaných kolejkách. Je na manažerech, aby hledali nová řešení, přicházeli s novým pohledem na potřeby trhu, aby přemýšleli, jak prodat a jak mít produkt prodejný. Ovšem procesy změn jsou nyní překotné, a pokud tento trend manažer nedostane do každodenního přístupu k řízení firmy, je nepotřebným manažerem. Vyzkoušeli jsme si, že co je dnes dobré, zítra nemusí platit. Je to zákon, jemuž se podřizuje cokoli. Toto i v Českomoravské stavební spořitelně vnímáme jako manažerskou prioritu. Jinými slovy – musíme umět předvídat, jak to udělat, aby byl klient spokojen a my měli obchodní úspěch. Jistý manažerský guru jednou řekl, že puk, který nevypálíme na bránu, nám gól nepřinese. Nevystřelíte-li, nezasáhnete.

A co nemám rád? Když někteří manažeři neustále místo řešení problému hledají tisíc zdůvodnění, proč něco nejde, jen aby si kryli záda před případným chybným rozhodnutím. Myslím, že je špatné, když na sebe neumí manažer vzít zodpovědnost, za niž je přinejmenším placen. Nechci se nikoho dotknout, ale všiml jsem si, že v České republice je to dosti rozšířený nešvar, a zbytečně.

Věříte v lidský osud?

To je ožehavé téma. Samozřejmě věřím v jistý lidský osud. Ale především si myslím, že si

součástí vydání je

PROSPERITA
Madam Business®

Rektorka VŠFS členkou vedení IAUP

Rektorka Vysoké školy finanční a správní Bohuslava Šenkýřová se stala členkou výkonného výboru (Executive Committee) International Association of University Presidents (IAUP). Jmenování proběhlo ve dnech 17. až 23. června 2010 v Tokiu na období let 2011 až 2014. Je historicky první zástupkyní České republiky ve vedení IAUP. Novým prezidentem se stal Dr. J. Michael Adams, rektor významné americké Fairleigh Dickinson University.

B. Šenkýřová se v pozici člena Executive Committee bude podílet i na přípravě prestižní mezinárodní konference IAUP TRIENNIAL, která proběhne za účasti nejvýznamnější světových osobností (mj. se počítá s účastí prezidenta USA B. Obamy, případně vice-prezidenta USA J. Bidena) v New Yorku ve dnech 17. až 20. června 2011.

IAUP (založena 1964) je asociace prezidentů, rektorů a vrcholových manažerů univerzit a vysokých škol z více než sta zemí světa. Jejím hlavním posláním je trvalé zlepšování kvality vysokoškolského vzdělávání a posilování významu vysokých škol jako moderátorů a iniciátorů mezinárodní spolupráce a komunikace mezi světovými velmocemi a zeměmi třetího světa. IAUP plní prostřednictvím svých orgánů i aktivním členstvím ve významných světových institucích (např. UNESCO nebo řada nadnárodních nadací) také roli zprostředkovatele v oblasti eliminace světových konfliktů, snižování chudoby a zlepšování životní úrovně rozvojových zemí. Nástrojem uskutečnění strategických vizí IAUP je vysokoškolský vzdělávací proces a spolupráce mezi světovými univerzitami, a to v oblasti kvality výuky, vědecko-výzkumných projektů a společné komunikace, přenesené na regionální úroveň.

další informace o IAUP naleznete na <http://iaup.org> (tz)



každý člověk určuje svůj osud sám. Každý jsme zodpovědný sám za sebe, a je na nás, jak tuto zodpovědnost uchopíme. Ne každý to umí. Ne každému vše dokonale vyjde, ale měl by se přinejmenším pokusit.

Stává se, že v okamžiku, kdy je člověk na špičce úspěchu, dostane přes prsty, a to ho učí pokoře. Jak je tomu u vás?

Obecně bych to viděl asi takto: Každý úspěšný manažer zpravidla projde zkušeností, která jeho úspěch ještě posílí. Čili neúspěchem. Každá mince má dvě strany. Čím později se člověk spálí, tím hůře pro něj. Zejména mladí manažeři. Protože když se jim něco nezdaří a oni se poučí, má to pro jejich činnost nesmírný význam. A neúčinnější je, když přijde varování včas. Pak mají na čem stavět. Musí si však být takové negativní zkušenosti dostatečně vědomi. Když se včas nespálí, budou mít přirozeně nos příliš nahoře, o to tvrdší může být pád. Tím chci říci, že prožitý neúspěch je stejně důležitý jako prožitý úspěch.

Stavební spořitelna Liška dosahuje rok od roku zajímavějších výsledků. Jste stále napřed před konkurenty. Jak je to možné? A tolik let...

To slovo inovativní už bude asi znít zprofanovaně, ale u nás patří do slovníku vlastně od začátku vstupu na trh. Snažíme se o to, aby tento pojem zakořenil v každém našem zaměstnanci, i když to možná zní až příliš sebevědomě. Na druhé straně víme, jaké lidi si vybíráme a co děláme pro to, aby se z nich vypracovali loajální zaměstnanci a spolupracovníci, kterým není firma, již dávají svůj čas, lhostejná. O firmu se zasazují, jsou na ni hrdí. Hrdí na to, že pro ni mohou pracovat.

Jsme poměrně mladá společnost, působíme tu od roku 1993. Ten mladistvý duch je možná zakořeněn v naší filozofii, firemní kultuře, nejsme zatíženi procesy procesů, jakoukoli minulostí. Začali jsme na zelené louce, bez značky, bez ničeho.

pokračování na str. 13 ►

České podnikatele ničí stop stav připojování solárních elektráren do sítí

Pozastavení žádostí o přijímání nových fotovoltaických elektráren způsobuje českým podnikatelům až milionové ztráty a stovkám zaměstnanců hrozí, že přijdou o práci. Provozovatel přenosové soustavy společnost ČEPS totiž tvrdí, že by sítě nemusely zvládnout tak velký nápor energie. Operuje s tím, že v současné době je už rezervována kapacita přenosu sítí.

„Ta argumentace je zcela mylná. Rezervace v žádném případě neznamená realizaci. Tento ničím neodůvodnitelný krok společnosti ČEPS zcela zničí malé ekologické projekty, které soustavu nenarušují,“ důrazně namítl předseda představenstva České fotovoltaické průmyslové asociace (CZEPHO) Jaromír Řehák a dodal, že v loňském roce došlo k realizaci pouze v deseti procentech rezervované kapacity. Kvůli současnému stop stavu se na Českou

fotovoltaickou průmyslovou asociaci obraceli podnikatelé a občanská sdružení z celé republiky s žádostí o pomoc.

„Asociace už eviduje stovky firem, které se potýkají s vážnými finančními problémy. Jedná se přitom většinou o malé firmy, které se zaměřují na instalace malých střešních systémů o maximálně pěti zaměstnancích,“ zhodnotila generální sekretářka Zuzana Musilová (CZEPHO) a dodala, že jsou tato pracovní místa ohrožena zejména v regionech jižních Čech, kde je už nyní poměrně velká nezaměstnanost. Například firmě Aleše Maškovského tak hrozí krach a s tím i ztráta deseti pracovních míst. Za poslední měsíc přišel o šest milionů, ve kterých je započítána ztráta ušlého zisku a nakoupený materiál, který je nyní neprodejný.



S problémy se potýkají i nepodnikatelské sféry. V rámci projektu Středisko ekologické výchovy ve Zdounkách u Kroměříže měla být vystavěna střešní solární elektrárna. Zamítavé stanovisko E.Onu tento plán překazil. Přitom plán budovy stojí trafostanice, na kterou je připojen celý areál, a také zemědělské družstvo se sušičkou a dvě místní pily. „Obavy z přeplněné sítě jsou neopodstatněné. Tento příklad jasně dokazuje, že elektrická energie by měla konkrétní využití,“ komentoval Jaromír Řehák.

Další podobný problém řeší firma z Valašského Meziříčí vyrábějící nábytek. Ta vlastní sušárnu dřeva, která pracuje každý den včetně víkendů, svátků i dovolených. Přestože tato firma má vlastní trafostanici a velkou spotřebu elektrického proudu, bylo jim uděleno zamítavé stanovisko k připojení fotovoltaické elektrárny do sítě.

(tz)

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

Z OBSAHU

- | | |
|-------|--|
| 1, 13 | Podstatné je dělat věci, které jsou užitečné |
| 3 | ... jakou odvahu budeme mít při hledání řešení |
| 8 | Péče o tělo i ducha v zelených barvách |
| 9 | Po dvou letech propadu mírné oživení globálních investic |
| 16 | Jak řídíme v Česku projekty? |

VÍTEJTE NA WWW.

Co vám chybí

Máte docela obstojný web, nové vizitky, pěkné propagační obálky, bloky, tužky, graficky dokonale ztvárněné desky na dokumenty, originálně potištěné šanony, trička a ručníky. Přesto vám do plného portfolia cosi chybí. Zkusím napovědět: což si nechat vyrobit třeba letní firemní pohlednice a poslat pozdrav obchodním partnerům – jen tak, jako že si na ně vzpomenete nejen před vánočními svátky... Potěšíte tím. A jak známo kdo potěší, je vstřícněji vnímán...

Martin Šimek, 606 618 609
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: 23. července 2010
Datum distribuce: 26. července 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 Rožníčková
mobil: 606 512 112, e-mail: roznickova.pavla@gmail.com

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

Ilustrátor: Miloš 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

Nejkrásnější dovolená

Jsou lidé, kteří se na léto a dovolenou pod horkým sluncem těší celý rok a vůbec jim nepříjde zatěžko celý rok na ni šetřit. Pravdou je, že i ti největší workholici v tropických třicítkách obvykle změknou a alespoň část své pracovní agendy přesunou někam k vodě. K prázdninám prostě patří odpočinek a zábava. Nám přišel do redakce jako letní pozdrav objemný balík se zpětnou adresou jednoho významného nakladatelství. Když jsme krabici otevřeli, objevili jsme skutečné poklady. Nejnovější tituly odborné a populárně-naučné literatury, které míří na trh, se leskly novotou. Také tak rádi otvíráte nové knížky, láskyplně se dotýkáte obalu, přejíždíte očima názvy kapitol a vyhledáváte ukryté ilustrace? Setkání s knižní publikací – a nemusí zrovna vonět čerstvou tiskařskou černí – se může až podobat milostnému rituálu. Bývá stejně vzrušující a příjemný. Vybral jsem si svazky s nejlákavějším titulem a přibalil je do tašky. Panečku, to bude krásná dovolená!

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Růžová nálada Amway

Ta pozvánka byla na Colorované společenské setkání firmy Amway ČR s novinářkami a nesla se v lehounkých tónech růžové. Zástupci značky 10. června v Praze v hotelu Mandarin Oriental představili dekorativní kosmetiku pojmenovanou beautycycle. Nádhrou provázel noblesní muž a chlouba českého hereckého umění Jan Čenský a užíval si to stejně patřičně jako přítomné dámy.

Odpoledne bylo provoněné nejen kosmetikou, ale i sluníčkem a pohodou v duši. Zcela určitě však naladila pozvánka – nám všem pak nějak sama sebou zrůžověla líčka.

(rix)

ČEKIA: Ratingové ohodnocení „A“ pro UniCredit Leasing



Česká kapitálová informační agentura (ČEKIA) zařadila v hodnocení firem akciovou společnost UniCredit Leasing do skupiny nejstabilnějších společností v ČR s ratingovým oceněním „A“ (slovně – Výborný). V rámci projektu ČEKIA Stability Rating jsou do této skupiny zařazeny stabilní společnosti s vysokou pravděpodobností spolehlivého plnění závazků z obchodního styku a návratnosti investic a nízkým úvěrovým rizikem.

Společnost UniCredit Leasing je jedničkou na českém leasingovém trhu, která během prvního čtvrtletí letošního roku posílila svůj podíl na relevantním trhu z 10 na 17 %.

Hodnocení ČEKIA Stability Rating vzniklo ve spolupráci se sdružením CZECH TOP 100. Cílem je na základě předem definovaných kritérií stanovit stabilitu jednotlivých společností a poskytnout nezávislý pohled na jejich finanční i nefinanční bonitu. „Ratingové ocenění na stupni A potvrzuje pro UniCredit Leasing dlouhodobě stabilní a významnou pozici na českém leasingovém trhu, dobré hospodářské výsledky a v neposlední řadě i správnost naší proklientsky orientované obchodní strategie, která nám umožňuje vytvářet korektní a pevné vztahy s našimi klienty,“ zhodnotil úspěch UniCredit Leasing Jiří Matula, předseda představenstva a generální ředitel. „Součástí rozvíjení otevřeného obchodního konceptu je také specializace jednotlivých útvarů ve společnosti. Ta nám pomohla vstoupit do těsnějšího kontaktu se zákazníky a lépe reagovat na jejich potřeby,“ dodal Jiří Matula.

V letošním prvním čtvrtletí poskytl UniCredit Leasing leasingové financování ve výši 1,4 mld. Kč (v pořizovacích cenách), to představuje v meziročním srovnání více než čtvrtinový nárůst. Spotřebitelské úvěry a úvěry pro podnikatele dosáhly za první tři měsíce 844 mil. Kč (ve vstupním dluhu), což je o 45 % více než za stejné období loňského roku. Naopak dle statistik České leasingové a finanční asociace poznamenal celý leasingový trh v prvním čtvrtletí letošního roku pokles o zhruba jednu pětinu.

(tz)

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.

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 priznání 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' ŘEHY?

To se mám smát, když jsem v práci?

Než jednoho Evropana raději dva Malajce nebo Indonésany, priznala mi nedávno manažerka jedné nadnárodní společnosti. V prvé řadě to samozřejmě bylo o penězích. Asiat dostane přece jen méně, nestojí za ním žádná odborová organizace ochotná stávkovat kdykoli a za cokoli. „Víte, oni se s úsměvem probouzejí a s úsměvem jdou spát, jsou to usměvaví lidé a to se potom odráží na spokojenosti našich klientů,“ dodala. Opravdu personál její firmy na nižších postech se usmíval, šířil pocit klidu, nedal se vyrušit žádnými invektivami, které občas na jejich adresu i padly. Za ty invektivy jsem se z hloubi duše styděl, někteří lidé se budou chovat nadřazeně vždycky, bohužel, ale je jich minimum. Pozoroval jsem usměvavé čišníky, kuchaře, pokojské, a začal jsem se usmívat také.



Pak jsem se vrátil zpátky do Česka. Naštvaní prodáváči, zamračení vrchní, nemocniční personál kyselý jako angrešt. „Co takhle úsměv, slečno?“ snažil jsem se zažertovat s čišnicí vztekle roznášející jídlo. „To se mám smát, když jsem v práci? To jste asi upad..., za to mě neplatí,“ vzdalovalo se to pěkné české děvče. Asi jsem upad' a přestal se smát taky. Přece nebudu veselý zadarmo. Co by tomu řekli lidi.

foto a text Vratislav Konečný

...jakou odvahu budeme mít při hledání řešení

O cestě k tomu, aby se dokázali domluvit zaměstnavatelé a zaměstnanci, hovořil Ing. Jiří Kohoutek, místopředseda KZPS ČR a viceprezident a výkonný ředitel ATOK

Najít společnou řeč nebo se o to alespoň pokusit – to je vize, již mají členové Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Týká se postojů a názorů zaměstnavatelů a zaměstnanců, z nichž mnohé jdou stále spíš proti sobě, místo naopak, přestože jediným cílem obou stran je to, co najdete definováno v poslední odpovědi Ing. Jiřího Kohoutka, místopředsedy KZPS ČR a viceprezidenta a výkonného ředitele ATOK.

Projekt „Bipartitní dialog v odvětvích“ je dalším z již několika, které patří v posledních letech ke Konfederaci zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Proč vlastně vznikl a v čem spočívá, nač navazuje?

Projekt vznikl na základě jednoduché úvahy – KDO se v ČR zabývá problémy jednotlivých průmyslových odvětví? Odpověď zní NIKDO, přitom je evidentní, že jednotlivá odvětví mají řadu specifických problémů. Rada hospodářské a sociální dohody (tripartita) se zabývá průřezovými problémy (problémy VŠECH), výrobní podniky se zabývají svými (podnikovými) problémy. Mezi těmito dvěma úrovněmi je mezera, kterou chce tento projekt vyplnit. Přitom nejde o myšlenku nijak převratnou, podobná praxe existuje ve většině zemí EU, nás jen napadlo aplikovat tyto zkušenosti do podmínek ČR a využít k tomu jedinečné příležitosti strukturálních fondů. Příležitosti, která se hned tak nebude opakovat. V tomto smyslu projekt nenavazuje na

Ano, trefila jste hřebík na hlavičku, to je klíčová otázka. Projekt má v každé odvětvové platformě cca tuto strukturu aktivit:

1. Identifikaci (odvětvového) problému
2. Jeho faktografické popsání, bude mít formu studie, zpracované nezávislou autoritou
3. Nalezení vhodných řešení na straně zaměstnavatelů a zaměstnanců odděleně
4. Nalezení společných řešení obou sociálních partnerů
5. Přenesení řešení do odvětví, bude mít formu konferencí, většinou mezinárodních

Klíčovým bodem bude krok č. 4. Dá se předpokládat, že v bodě č. 3 budou navrhovat zaměstnavatelé řešení ekonomická a zaměstnanci (odborní) řešení sociální. Proto klíčovým bodem bude u všech témat (problémů) krok č. 4. Zde budou muset oba

sociální partneři nalézt řešení ekonomická (abychom zvyšovali svoji konkurenceschopnost) a současně sociálně únosná. A pokud se to povede, což předpokládáme, bude to hlavním přínosem celého projektu, bude to mít charakter významného posílení sociálního smíru, tedy základního předpokladu pro to, abychom se všichni mohli věnovat zejména práci a nemuseli řešit problémy, které jsou generovány sociálním

napětím.

Co trápí dnes například firmy podnikající v textilním a oděvním průmyslu, co naopak třeba stavaře či zemědělce? A co z toho byste právě zmíněným projektem rádi posunuli k řešení?

Platforma pro textilní a oděvní průmysl definovala 5 problémových okruhů:

Např. nalézt funkční systém nerovnoměrného rozložení pracovní doby na dobu minimálně jednoho roku. Jsme odvětvím, závislým na sezonnosti, a v dnešních podmínkách řada firem „trpí“ tím, že když práci nemá, posílá pracovníky na 60 %, a když práci má, platí přesčasy. To jsou velké neproduktivní náklady, které významně snižují konkurenceschopnost celého odvětví a žádný z do-

posud existujících systémů, zákonem dovolených, se neukázal jako vyhovující. Dalším problémem je zájem udržet v pracovním poměru pracovníky věkové kategorie nad 55 let, kteří již nedokážou plnit náročné výkonové normy, ale jejich celoživotní zkušenost je velmi cenným kapitálem. Dnes řada těchto pracovníků odchází do předčasného důchodu a my bychom rádi našli způsob, jak je v pracovním procesu udržet. Pokud se nám to podaří, tak pomůžeme i státní pokladně, protože to má přímou souvislost se zatížením důchodového systému.

Kolegové ze zemědělské platformy mají např. podobný problém jako my s nerovnoměrným rozložením pracovní doby (ale s jinými požadavky) a bude určitě zajímavé porovnat naše návrhy s jejich. Dále například chtějí nalézt motivační program k udržení pracovníků na vesnici. Platforma stavebnictví zase chce najít způsob jak se vypořádat s nelegální prací v odvětví anebo zavést kartu ověřující znalosti pravidel bezpečnosti při práci.

Jak bude probíhat komunikace mezi oběma stranami či navzájem mezi jednotlivými zúčastněnými subjekty? Kdo jimi vlastně bude?

Něco z této otázky jsem již naznačil dříve. V každém odvětví existuje dvojice sociálních partnerů. Jedním partnerem je strana zaměstnavatelů, v tomto případě reprezentovaná členy KZPS a druhým sociálním partnerem je strana zaměstnanců, reprezentována povětšinou odborovým svazem toho kterého odvětví (někteří členové KZPS mají dokonce více sociálních partnerů). Tito sociální partneři tvoří odvětvovou platformu a na ní bude probíhat hlavní komunikace. Společným výsledkem pak budou návrhy CO v odvětvích řešit a JAK to dělat.

To je hlavní komunikační osa, vedle toho ale, jak projekt vzniká, jsme si začali uvědomovat, že by bylo zajímavé posoudit



Ing. Jiří Kohoutek, viceprezident a výkonný ředitel Asociace textilního – oděvního – kožedělného průmyslu, místopředseda Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR pro oblast lehkého průmyslu a průmyslové politiky

problémy i způsoby jejich řešení i mezi platformami (odvětvími) a že to může mít multiplikační inspirativní efekt. Bohužel jsme to však odhalili pozdě a taková možnost (například společná srovnávací konference všech platform) se nám již nevešla do rozpočtu. Pokud však při realizaci projektu uvidíme, že někde šetříme proti rozpočtu, budeme navrhovat v tomto smyslu doplnění projektu.

Kolik let projekt potrvá a jaký předpokládáte konečný výstup?

Projekt jsme zahájili 15. června 2010 a je programován na 3 roky. Jaké budou výstupy, to jsem sám zvědav, bude to hodně záviset na tom, jakou odvahu budeme mít při hledání řešení a jakou míru zodpovědnosti prokáží sociální partneři při hledání shody na řešeních. Obecně očekávám návrhy ve třech

úrovních:

- takové, které budou moci sociální partneři učinit nezávisle, bude k tomu stačit jejich dohoda. Ta se budou dát aplikovat nejrychleji, tudíž taky nejefektivněji;
- návrhy, jejichž realizace bude podmíněna změnou podzákonů norem;
- návrhy, které budou předpokládat změny legislativní a to bude zřejmě „běh na dlouhou trať“.

otázky připravila Eva Brixí ➤

Čeští podnikatelé v říjnu opět zasednou do bruselských křesel europoslanců

Dvaadvacet podnikatelů z Česka a dalších 729 jejich kolegů z celé Evropy se 14. října 2010 na jeden den posadí v bruselském sídle Evropského parlamentu do křesel europoslanců a budou debatovat a hlasovat o třech klíčových tématech Evropské unie, které se týkají evropského byznysu: Jsou jimi hospodářství, zdroje a trhy.

Evropský parlament podniků (EPE) pořádá již podruhé Asociace evropských obchodních a průmyslových komor EUROCHAMBRES. Hospodářskou komoru České republiky zastupuje v EUROCHAMBRES její prezident Petr Kužel. „Téměř osm stovek podnikatelů reprezentujících několik desítek milionů evropských byznysmenů bude určitě představovat pro bruselské poli-

tiky nepřehlédnutelnou a respekt vzbuzující sílu. Doufám, že iniciativa významně přispěje k vytváření pro-podnikatelské Evropy,“ prohlásil prezident HK ČR. Výsledky hlasování bude EUROCHAMBRES prezentovat relevantním politickým zástupcům ze všech institucí EU.

Složení EPE odpovídá současnému celkovému počtu poslanců Evropského parlamentu (751) a zároveň počtu členů každé národní delegace (22 v případě České republiky). Podnikatelé ze zemí mimo EU budou mít možnost na akci participovat jako pozorovatelé (24 křesel). Akce se rovněž zúčastní vysocí představitelé institucí EU, zástupci hospodářských komor a mezinárodní média. Iniciativa EUROCHAMBRES získala pod-

poru belgického předsednictví v Radě EU a koná se pod záštitou předsedy Evropské rady Hermana Van Rompuy a předsedy Evropské komise José Manuela Barrosa. Oba budou zasedání EPE přítomni.

Ohlasy českých podnikatelek a podnikatelů, kteří se zúčastnili premiérového Evropského parlamentu podniků v roce 2008, jsou veskrze pozitivní. „Během pobytu v Bruselu jsem navázala nové obchodní kontakty a získala jsem větší přehled o celé struktuře EU. Vzhledem k dobrým zkušenostem uvažuji znovu o účasti na podzimním setkání podnikatelů a evropských politiků na bruselské půdě,“ sdělila například majitelka a ředitelka Prague International Travel Agency Marie Massarová. „Skutečnost, že jsem se

stal členem EPE, je pro moje zákazníky a obchodní partnery zárukou serióznosti. To se navzdory krizi pozitivně odrazilo na rozvoji firmy,“ dodal provozovatel sítě Rou-sinovsko.net Jaroslav Molák.

Zájemci, kteří chtějí jako MEPE (Member Of European Parliament Of Enterprises) reprezentovat v říjnu v Bruselu českou podnikatelskou sféru, mohou kontaktovat HK ČR prostřednictvím mailové adresy eu@komora.cz či telefonního čísla 724 613 970.

podrobnosti k této akci naleznete na stránce: <http://www.komora.cz/pomahame-vase-mu-podnikani/prosazujeme-vase-zajmy-v-eu-1/evropsky-parlament-podniku-2010/>

(tz)



Každá firma může být inovativní, podpora novátorských řešení je naléhavá

CEBRE společně se Stálým zastoupením ČR při EU uspořádalo v červenci konferenci na téma Inovace & zelená ekonomika, již se navzdory vysokým venkovním teplotám zúčastnilo přes 50 zástupců z Evropské komise, Evropského parlamentu, stálých zastoupení členských států při EU, evropských podnikatelských asociací, zastoupení krajů, výzkumných institucí a dalších organizací. Společně se 14 významnými řečníky prodiskutovali různé aspekty inovací a jejich vliv na ekonomiku. Diskuze se zaměřila především na inovace v oboru energetiky a inteligentních sítí, na inovativní řešení v oblasti životního prostředí a na přenos znalostí a výsledků výzkumu na trh.

Konferenci zahájila zástupkyně stálé zástupkyně Jana Reinišová a poukázala na význam inovací v diskutované strategii Evropa 2020, chystané strategii „Inovativní Unie“ a na skutečnost, že téma inovace bude hlavním bodem podzimního jednání Rady ministrů a pro-sincové Evropské rady. „Podpora výzkumu je mnohem jednodušší než podpora inovací, přesto je potřeba nadále více investovat do inovací a hledat vhodná hodnotící kritéria,“ uvedla J. Reinišová. David Harmon, člen kabinetu komisařky Máire Geoghegan-Quinn, zdůraznil, že je v zájmu všech zúčastněných stran, aby více investovaly do výzkumu a inovací a pomohly tak k vytvoření jednotného inovačního trhu. „Nově zřízená skupina pro indikátory zkoumá, jaké ukazatele by mohly neefektivněji měřit pokrok v oblasti inovací. Stávající ukazatel vyjádřený podílem investic

do výzkumu na HDP totiž dostatečně neodráží komplexnost inovací,“ zdůraznil D. Harmon. Tajemník evropské komorové sítě EURO-CHAMBRES Arnaldo Abruzzini vyjádřil své zklamání: „Firmy jsou motorem inovací! A to nejen v oblasti výzkumu! Nicméně firmy k inovaci potřebují určitou motivaci, ať v podobě daňových úlev a pobídek, snazšího přístupu k financím, či odpovídajících kvalifikací svých zaměstnanců.“

Europoslanec a člen parlamentního výboru ITRE Paul Rübig vyzval k lepší implementaci společných cílů: „Již nyní máme několik strategií a legislativních opatření, včetně třetího energetického balíčku, zásadní otázkou však je způsob, jakým je budou členské státy implementovat, tj. jaký bude jejich reálný dopad.“ Diskuze o inovacích v oblasti energetiky byla prohloubena prezentací o přístupu Komise

k inteligentním sítím, kterou přednesl Kristian Takač z Generálního ředitelství pro energetiku. Doplnil jej Milan Špaténka, ředitel pro rozvoj distribučních sítí společnosti ČEZ, a.s. „Češi jsou ve vedení mnoha mezinárodních projektů, implementují například pilotní projekt Smart Region ve Vrchlabí a spoluzaložili Evropskou iniciativu pro výstavbu chytrých sítí (EEGI).

„V oblasti životního prostředí má mnoho lidí o inovacích stále limitované představy, ale ve skutečnosti se inovace mohou týkat zelených technologií nebo i zelené infrastruktury založené na využití přírody prostřednictvím ekosystému,“ řekl Ladislav Miko, ředitel Generálního ředitelství Komise pro životní prostředí.

Miroslav Šindlar, výkonný ředitel společnosti ŠINDLAR EU, poukázal ve svém vystoupení na několik inovativních ekologických řešení.

Jean-Roger Drèze z belgického federálního Ministerstva pro životní prostředí a veřejné zdraví zakončil tento blok prezentací priorit belgického předsednictví v Radě EU a vyzval ke „strategické a inovativní subsidiaritě“ pro urychlení výsledků.

Přenos znalostí a výsledků výzkumu je klí-

čovým prvkem inovací umožňující zúročení výsledků výzkumu pro růst a zaměstnanost. Evropská komise podporuje tento přenos prostřednictvím iniciativ jako například program Znalostní regiony, o kterém informoval Olivier Brunet z Generálního ředitelství pro výzkum. Tomáš Hruša, ředitel CEITEC – Středoevropského technologického institutu, zdůraznil v tomto ohledu důležitou roli regionálních inovačních strategií a spolupráce mezi firmami, vzdělávacími a výzkumnými institucemi a veřejnou/regionální správou.

Stefaan Vanderstraeten z Daikin Europe vyzval k lepší propagaci úspěšných inovačních projektů, neboť sami spotřebitelé musí být v tomto směru lépe informováni a vzděláni.

Martin Hlaváček ze Stálého zastoupení ČR při EU shrnul diskuzi s tím, že sice o výzvách již většinou víme, ale máme problém se shodnout, jak jim efektivně čelit. Folker Franz z evropské federace svazů průmyslu BUSINESSEUROPE uzavřel debatu výzvou ohledně potřeby měřit ekologické náklady výroby nejen během výrobní fáze, ale i v průběhu jeho celoživotního cyklu.

(tz cebre)

Kooperativa klientům proplatí náklady vzniklé zrušením cesty

Jistotu, že ani v případě zásahu tzv. „vyšší moci“ nepřijdou cestovatelé o své peníze, přináší svým klientům pojišťovna Kooperativa. K cestovnímu pojištění připravila dodatkové pojištění pro případ zrušení cestovní služby zapříčiněné například přírodní katastrofou, epidemií, teroristickým útokem, technickou poruchou nebo havárií.

„Pojištění se vztahuje prakticky na všechny důvody, kvůli kterým byla klientovi zrušena

cestovní služba, a to i v případě, že tyto důvody nastanou v době, kdy se klient již nachází v zahraničí. Obdobně to platí i v případě, že došlo ke zpoždění cestovní služby o více než 12 hodin. Pokud by například letecký provoz zastavila nějaká přírodní katastrofa, uhradíme klientům z tohoto pojištění náklady, které museli vynaložit na náhradní ubytování, na stravu, úschovu zavazadel, náhradní dopravu do ČR apod. Zároveň jim poskytneme náhradu i za služby, které si zaplatili a které jim

byly z výše uvedených důvodů zrušeny, jako například různé výukové sportovní kursy, pronájem sportovního vybavení, automobilu atd.,“ uvedla Jana Konvalinová, vedoucí odboru cestovního pojištění v Kooperativě.

Pojištění si mohou klienti sjednat nejpozději do tří pracovních dnů od zakoupení zájezdu, letenky nebo jiné cestovní služby, a to v rámci individuálního cestovního pojištění Kolumbus. Cena je 3 % z ceny cestovní služby.

Cestovní pojištění Kooperativy si každoročně sjedná přes 700 tisíc klientů. Mezi destinace, kam nejčastěji směřují, patří Chorvatsko, Itálie a Rakousko. Zároveň Kooperativa každý rok řeší několik tisíc pojistných událostí. Pro tyto případy je klientům k dispozici nepřetržitá asistenční služba, kterou mohou v případě problémů na dovolené kontaktovat. Asistenční služby pro Kooperativu zajišťuje společnost Global Assistance.

(tz)

Mezinárodní bakalářský titul v oblasti výtvarného umění je poprvé možné získat i v České republice

Od příštího školního roku bude možné získat na Prague College britský bakalářský titul v oblasti výtvarného umění. Titul BA (Hons) Fine Art (Experimental Media) bude udělován pod záštitou Teeside University.

Nově otevřená jednoletá nástavba navazuje na již stávající dvouletý program HND (Higher National Diploma) se zaměřením na nová média (Interactive Media). Celý bakalářský program lze tedy vystudovat za 3 roky. „Zájemci o bakalářský titul se mohou zapsat do prvního ročníku, ale pokud jsou absolventy HND na Prague College, případně jiného ekvivalentního dvouletého programu, mohou navázat přímo jednoletou nástavbou,“ informovala Marie Silondí, vedoucí programu BA Fine Art na Prague College. Úspěšným absolventům se pak otevře další cesta k magisterskému studiu na Teeside University nebo kdekoli jinde na světě.

Koncepce nově představené bakalářské nástavby přináší svěží vítr do oblasti studia výtvarného umění a digitálních médií. Namísto jednoho vedoucího ateliéru se každému studentovi věnuje v průběhu roku široká škála odborníků, umělců a lektorů z různých uměleckých oblastí s odlišným přístupem k tvorbě i k výuce. Marie Silondí k tomu dodala: „Studenti získají komplexní pohled na nová média a jejich využití, možnost poznávat je a zkoumat pod profesionálním vedením. Na základě získaných zkušeností se pak mohou kdykoli rozhodnout, na co se zaměří ve svém studiu a ve finálním bakalářském projektu. Možností je celá řada, od animačních technik, přes webdesign, multimedia, zvukovou produkci až po digitální video.“

Závěrečný rok bakalářského programu probíhá v režimu tří paralelních modulů – Reflective Cases Study, Visual Produc-

tion a Exhibition Project. V průběhu roku se studenti samostatně zaměřují na vlastní uměleckou tvorbu a experimentování, které následně vyústí v tvorbě individuálního uměleckého projektu. Lektori jim poskytují podporu, zpětnou vazbu a usměrňují jejich aktivity. Proces tvorby studenti dokumentují během celého roku, kdy mimo jiné zkoumají vztah mezi estetickým ztvárněním a komerčním užitím díla, společenský význam díla a další aspekty, které ovlivňují jeho finální podobu. Bakalářské projekty jsou na konci roku prezentovány v rámci společné výstavy.

Mezi lektory programu a externími spolupracovníky jsou mezinárodně uznávaní umělci z Čech i ze zahraničí, jako například Pascal Silondí, Martin Zet, Michal Mariánek, Jorge Boehringer a řada dalších.

(tz)

Výsledek soutěže

Do červnového vydání Prosperity jsme pro vás připravili soutěž o VIP vstupenky do Salonu vín ČR – a to se společností Národní vinařské centrum ve Valticích.

Správná odpověď zní:

Nejvyšší soutěž vín v ČR

Z odpovídajících jsme vylosovali jednoho výherce: Marie Kučerová, Benešov

Obdrží od nás dvě jmenované VIP vstupenky.



premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktujte nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
ČMSS zvýhodňuje překlenovací úvěry Českomoravská stavební spořitelna snižuje v letním období úrokové sazby překlenovacích úvěrů Kredit Standard, Topkredit, Topkredit plus a Tophypo o 0,4 %. Mimořádná, časově vymezená zvýhodněná nabídka se týká žádostí o překlenovací úvěry, které budou doručeny na ústředí ČMSS v období od 7. července 2010 do 31. srpna 2010. Platí pro malé či střední modernizace a úpravy domova, tak i pro výstavbu nebo koupi nového bydlení, tedy projekty podstatně větší finanční náročnosti. ➡	ČP nabízí pojištění Multirisk V době krize se klienti pojišťoven začali více zajímat o produkty s vyšší mírou garance a jistoty a místo investičních pojištění si častěji vybírali riziková pojištění. Buď k vlastnímu zajištění, například v případě úrazu, nebo své rodiny, pokud by došlo k tragické události. Tento trend inspiroval produktové manažery České pojišťovny k vytvoření nového rizikového pojištění Multirisk, které vstupuje na trh s prvním prázdninovým dnem a je unikátní svým složením a rozsahem připojištění. ➡	Klienti ČS investují levněji Od 1. července 2010 získali noví i stávající klienti pravidelně investující do podílových fondů Investiční společnosti ČS, ERSTE Sparinvest a REICO investiční společnosti ČS slevu z poplatku za obstarání koupě podílových listů. Podmínkou pro poskytnutí slevy je částka nákupu ve výši 1000 Kč měsíčně. Sleva je tak připomínkou, že právě pravidelné a dlouhodobé investování může pomoci nakumulovat dostatečnou finanční částku k naplnění přání, k zajištění dětí či k zajištění na zralý věk. ➡	Letní hypotéky s Poštovní spořitelnou Poštovní spořitelna připravila na léto další zvýhodnění hypotečních úvěrů. Zájemci o úvěr tak mohou díky snížení sazeb a kombinací slev dosáhnout minimální úrokové sazby 4,39 %, u vybraných hypoték je až do 31. srpna navíc zpracování zdarma. PS chce své zákazníky těmito akcemi motivovat, protože investice do bydlení se vyplatí. Od 1. července proto snížila úrokové sazby u hypoték do 85 a 100 % zástavní hodnoty s fixací na 1, 3 a 5 let. ➡

MSV bude letos v nové podobě a nabídne šanci k novým zakázkám

Mezinárodní strojírenský veletrh se letos koná od 13. do 17. září společně s dalšími veletrhy technologického a investičního zaměření. Pořadatelé očekávají, že expozice vystavovatelů zaplní všechny pavilony, včetně největšího nového „pěčka“, a zájem o účast jim dává za pravdu. Přestože ekonomická krize dopadla na průmysl velmi těžce, firmy si nechtějí nechat ujít šanci k novým zakázkám, kterou pro ně MSV představuje.

Jde o zakázky na příští rok

K nejvíce postiženým oborům patří strojírenství, kde nadále přetrvává recese a nedostatek zakázek. O začínajícím oživení se dnes mluví v Německu, ale v českém potažmo slovenském strojírenství se pozitivní vývoj může promítnout nejdříve do zakázkového krytí pro příští rok. Výrobní úsečka je zde poměrně dlouhá a stroje se kontrahují ve velkém předstihu, takže některé firmy a obory jsou na tom letos ještě hůře než loni. Ale i přes tíživou situaci se firmy veletrhu většinou účastní, protože největší problém je sehnat zakázky, a právě v tom jim může MSV pomoci.

Veletrh je aktivní marketingový nástroj, který cíleně vytváří prostředí pro navazování kontaktů a hledání nových odbytových příležitostí. Pasivně čekat, až se situace zlepší, se nemusí vyplatit. Neúčast na veletrhu si konkurence může vyložit jako slabost a pokusí se přetáhnout zákazníky. Naopak je třeba být svým zákazníkům stále na očích a porovnávat se s konkurencí. Zkušenosti navíc ukazují, že firma, která tuto příležitost dokáže nejlépe využít, získá před konkurencí náskok do dalšího období.

Hlásí se veletržní matadoři i nováčci

S ohledem na ekonomickou situaci pořadatelé hodnotí letošní stav přihlášek jako velmi dobrý. „Už dnes lze říci, že účast bude co do obsazení skutečně kvalitní. Rozsah předpokládáme na úrovni loňského ročníku, ale veletržní nabídka, připočteme-li k tradičně prezentovaným oborům nově připojené akce jako INTERPROTEC, URBIS INVEST a INVEX Forum, bude letos rozmanitější. Všechny haly výstaviště budou zaplněné,“ řekl ředitel MSV Jiří Rousek. Jak dodal, většina tradičních velkých vystavovatelů je již přihlášená nebo má rezervovanou plochu.

Pozitivním signálem je podle pořadatelů zájem nových vystavovatelů. Hlásí se přibližně osmdesát firem, které na MSV v posledních třech letech nevystavovaly. A co je velmi důležité, vracejí se i někteří z pravidelných vystavovatelů, kteří loňský veletrh kvůli ekonomickým potížím vynechali, což je pro MSV ta nejlepší vizitka.

IMT 2010 ... krizi navzdory!

Sudé ročníky brněnského veletrhu zpravidla probíhají ve znamení obrábění a tváření. Ani letošek nebude výjimkou, ovšem 7. mezinárodní veletrh obráběcích a tvářecích strojů IMT parametrů rekordních ročníků z období konjunktury určitě nedosáhne. Celá branže je silně postižená recesí a firmy z úsporných důvodů vystavují v menším rozsahu. Nicméně nechtějí v Brně chybět a pavilon P tudíž bude velmi reprezentativně zaplněn. Mezi přihlášenými je většina tradičních velkých vystavovatelů oboru a představí se i firmy, kteří loňský rok vynechali, mj. společnosti Newtech, Iscar ČR nebo CIM group. K dalším významným vystavovatelům z oboru tváření patří firmy Trumpf, Canmet, Formetal, BLM a Adige.

K atraktivním ročníkům se bezesporu přiřadí Výukové centrum Svazu strojírenské technologie (SST). Kvalitní programátoři strojů na trhu práce stále chybějí a v pavilonu P se mladí adepti této profese mohou zblízka seznámit s taji moderní techniky. Projekt výukového centra na MSV úspěšně odstartoval v loňském roce a letos se připojili další partneři, takže ná-

vštěvníci mohou poprvé porovnat různé řídicí jednotky. Pod patronátem SST se v provozu představí hned tři stroje dodané společnostmi Tajmac Zlín, Strojtos Lipník a Kovosvit MAS spolu s řídicími systémy Heidenhein, Fanuc a Siemens.

Klíčová témata: energetika, automatizace, spolupráce průmyslu s vysokými školami

Velká pozornost se letos upře na energetiku a zejména možnosti snížení energetické náročnosti v průmyslu. Stejně jako na jiných brněnských veletrzích, ani na MSV nebude chybět projekt Energie pro budoucnost. Představí se jak klasická, tak jaderná energetika i jaderné strojírenství, k vidění budou také alternativní řešení pro podnikovou sféru s důrazem na obnovitelné zdroje energie, energetickou soběstačnost a úspory. Atraktivitu těchto témat potvrzuje zájem vystavovatelů. Z nových účastníků se hlásí například Vattenfall Europe Mining – německá divize světového energetického gigantu Vattenfall. Zajímavý exponát avizuje Ústav jaderného výzkumu Řež: v Brně vystaví autobus na vodíkový pohon, který vzbudil velkou pozornost na letošním veletrhu v Hannoveru.

Ke klíčovým tématům opět patří průřezový projekt Automatizace pořádaný ve spolupráci s Českomoravskou elektrotechnickou asociací s cílem zviditelňovat progresivní průmyslové technologie. Obor elektronika, automatizace a měřicí technika letos zároveň patří k těm nejvíce obsazeným. Pořadatelé registrují návraty řady vystavovatelů, kteří MSV 2009 kvůli krizi vynechali.

Totéž lze říci o branži materiály a komponenty pro strojírenství, kde uvidíme většinu lídrů českého trhu. K největším vystavovatelům zde patří společnosti Vítkovice, Union Ocel, MUT Tubes, ŽDB Group, SEW-Eurodrive, NORD – poháněcí technika, Coroll, GGB Austria, ZKL a další. Prezentovat se bude také společnost Hennlich Industrietechnik, která v současné době ohlásila rozšíření závodu v Litoměřicích.

Velmi solidní zastoupení nabídne rovněž obor plasty, gumárenství a chemie, kde se chtějí prezentovat všichni tradiční velcí vystavovatelé. Přestože se vzápětí po MSV koná světová jednička oboru – veletrh K Düsseldorf – vystavují v Brně i firmy, které loňský ročník vynechaly, plus někteří vystavovatelé, kteří se v minulosti účastnili pouze specializovaného veletrhu Plastex.

Mezinárodní strojírenský veletrh opět nabídne prostor také expozicím vysokých škol, které zde představí své vědecko-výzkumné kapacity a projekty, pro něž hledají partnery z řad průmyslových podniků. Zájem o účast v projektu Transfer technologií a inovací 2010 již potvrdily například ČVUT Praha, VUT Brno, Technická univerzita v Žilině, Masarykova univerzita v Brně, Ústav přístrojové techniky AV ČR, Akademie věd ČR a některé další.

Společně s novými partnery

Specifikem letošního ročníku je termínové sloučení několika projektů, které spolu úzce souvisejí, ale v minulých letech se konaly odděleně. Důvodem je zvýšený ekonomický tlak v daných branžích, který firmám neumožňuje, aby se tak jako dříve účastnily jak MSV, tak specializovaného veletrhu.

V termínu 13. až 17. září se proto uskuteční také 13. mezinárodní slévárenský veletrh FOND-EX, 20. mezinárodní veletrh svařovací techniky WELDING a 3. mezinárodní veletrh technologií pro povrchové úpravy PROFIN-TECH.

Vzhledem k pokračující recesi tyto projekty nelze srovnávat s rekordními ročníky 2006 a 2008, ale v porovnání s tradičním zastoupením těchto branží na MSV se návštěvníci určitě mají na co těšit. Zejména WELDING bude mít velmi kvalitní zastoupení v čele s firmami jako Fronius, Esab, Motoman, Cloos, Air Liquide aj. Díky veletrhu PROFINTECH se rozšířila účast v oboru povrchových úprav, kde nechybí například společnosti Surfín, Aquacom, Galatek a významným zahraničním vystavovatelem je firma Rössler Oberflächentechnik.

Spolu s technologickými veletrhy se do zářijového termínu přesunuly také mezinárodní veletrh prostředků osobní ochrany, bezpečnosti práce a pracovního prostředí INTERPROTEC, mezinárodní veletrh investičních příležitostí, podnikání a rozvoje v regionech URBIS INVEST a odborné ICT & Business setkání INVEX Forum s prezentací informačních a komunikačních technologií pro podnikovou sféru.

Německo – vystavuje polovina německých spolkových zemí

Nejvíce zahraničních vystavovatelů opět přijede z Německa, vedle tradičních účastníků jsou mezi nimi opět i nováčci. Z významných premiérů můžeme vedle již zmíněné společnosti Vattenfall Europe Mining (energetika) jmenovat také firmy Tusch & Richter nebo Solution.S Europe (obě vystavují na IMT). Skutečně velkolepou prezentaci německé průmyslové nabídky pak chystají spolkové země. Rozsáhlou oficiální účast budou mít středoněmecké země Durynsko, Sasko a Sasko – Anhaltsko, dále Bádensko – Württembersko, Bavorsko a poprvé Hesensko.

Slovenská účast

Mezinárodní strojírenský veletrh začínal jako československý a svým způsobem to platí stále. Počtem zastoupených firem je Slovensko dlouhodobě na třetím místě po České republice a Německu. Stejně tomu bude i v letošním roce, kdy je přihlášeno na čtyřicet slovenských firem a mnohé se ještě rozhodují. Poprvé vystavuje společnost Caspro s nabídkou zařízení pro plastikářský průmysl. Znovu se na brněnský veletrh vrací firma Makino, která v expozici o rozsahu 100 m² představí kovoobráběcí stroje. K tradičním účastníkům patří firmy jako Trens, Profing, Železierne Podbrezová, Slovenské energetické strojárne nebo KM-Systém. A nechybí ani školství – s nabídkou spolupráce s průmyslovými podniky do Brna míří Technická univerzita Žilina.

Vedle individuálních expozic se opět chystá společná prezentace slovenských firem pod záštitou Ministerstva hospodářství SR. V pavilonu F se na ploše 100 m² představí deset firem z různých oborů, mj. IMC Slovakia, Toma Industries, Formica nebo Vakuumtechnik Ecler.

V rámci doprovodného programu MSV 2010 se opět uskuteční Slovenský národní den s tradiční tiskovou konferencí, a to v úterý 14. 9. Další doprovodné akce na podporu bilaterálních vztahů a česko-slovenské obchodní výměny se nyní připravují.

Rakousko – partnerská země MSV

Tradiční třetí příčka v počtu zahraničních vystavovatelů patří Rakousku, které bylo vyhlášeno Partnerskou zemí MSV 2010. V rámci tohoto exkluzivního partnerství Rakousko plánuje nejen oficiální skupinovou expozici rakouských firem, ale také obchodní misi rakouských odborníků a akci Austrian Showcase určenou k navazování kontaktů mezi českými a rakouskými firmami, zejména v oblasti technologií pro životní prostředí.

Počtem individuálních vystavovatelů následují Itálie a Švýcarsko, ale zvláštní zmínku si zaslouží také Rusko, které chystá rozsáhlou oficiální účast na ploše 2000 m². Další oficiální expozice připravují Francie, Nizozemí, Čína a Tchaj-wan – v jeho případě jde vlastně o dvě expozice zaštitěné tchajwanským svazem obráběcí techniky a tchajwanským elektrotechnickým svazem.

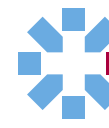
(tz)

www.cpzp.cz | 810 800 000



Česká průmyslová zdravotní pojišťovna je třetí největší zdravotní pojišťovnou v České republice.

Za kvalitní služby pro více než 700 000 klientů získala ocenění Czech Made.



Česká průmyslová zdravotní pojišťovna

Cetelem varuje před oddlužovacími firmami

Na trhu spotřebitelských úvěrů nyní narůstá počet tzv. oddlužovacích agentur, které klientovi slibují pomoc v jeho tíživé finanční situaci při splácení závazků, případně při jejich převzetí. Jejich postupy a praktiky jsou však často za hranicí etického chování a neinformovaného klienta mohou dostat do ještě větších potíží. To vyplývá z analýzy společnosti Cetelem, člena mezinárodní bankovní skupiny BNP Paribas.

„V posledních měsících naše společnost eviduje nárůst aktivity oddlužovacích a poradenských firem, které parazitují na neschopnosti klienta splácet řádně a včas úvěry svým věřitelům,“ sdělil Ing. Václav Horák, generální ředitel společnosti Cetelem. Od loňského roku se jejich počet zdvojnásobil a působí jich už přes dvě desítky. I do budoucna lze očekávat, že se počet oddlužovacích firem bude zvyšovat. Prostor pro jejich podnikání vytváří zvyšující se míra insolvence domácností zapříčiněná především vysokou mírou nezaměstnanosti.

„Lákadlům oddlužovacích firem podléhají zejména ti klienti, kteří od nich očekávají účinnou a rychlou pomoc ve svízelné situaci, se kterou si sami nejsou schopni poradit. Punc finančního poradenství, kterým se tyto firmy zaštiťují, je ze strany klientů bohužel vnímán mnohem pozitivněji než seriózní snahy věřitelů najít řešení klientových problémů. Češi si však neuvědomují, že oddlužovací firmy často používají postupy a praktiky, jejichž skutečný dopad je ve většině případů pro klienta mnohem více zatěžující. Lidé ani neberou v potaz, že se podpisem mandátní smlouvy s oddlužovacím poradcem nezbavují

povinnosti splácet své závazky společnosti, s níž smlouvu o poskytnutí finanční služby uzavřeli,“ řekl V. Horák.

Tyto agentury si za své služby účtují odměny a další poplatky, což zvyšuje klientovo celkové finanční zatížení. Není např. výjimkou, že klient musí podepsat bílomo směnku nebo zaplatit provizi 15–20 %. Cetelem se od metod těchto společností distancuje a snaží se klientovi vysvětlit možné důsledky využití tohoto typu poradenství. „Naši snahou vždy bylo a je s klientem komunikovat napřímo a účelně mu asistovat po celou dobu trvání jeho úvěru, tedy i ve chvíli, kdy se dostal do potíží s pravidelným splácením svých splátek,“ dodal V. Horák.

Při sjednávání úvěrů Cetelem klade důraz na zodpovědný přístup k úvěrování, který je založen zejména na otevřenosti vůči klientům a na

poskytování dostatečného množství jasných a srozumitelných informací umožňujících klientovi učinit informované rozhodnutí. V letošním roce se Cetelem jako člen asociace ČLFA zavázal k respektování Memoranda poskytovatelů spotřebitelských úvěrů, které je součástí Etického kodexu asociace. „Cílem memoranda je vyjádřit vůči veřejnosti odmítavý postoj členských společností ČLFA vůči nekalým praktikám při poskytování a zprostředkování finančních produktů pro spotřebitele,“ zdůraznil V. Horák. „I tímto způsobem je klientům garantováno, že se poskytovatelé spotřebitelských úvěrů z řad členských společností asociace chovají seriózně a zodpovědně.“

více na www.zodpovedneuverovani.cz (tz)

Hromadné nakupování získává v ČR nečekanou popularitu

Společnost Slevomat.cz, která vstoupila na český trh v dubnu letošního roku, získala během tří měsíců 30 tisíc registrovaných příznivců a desítky dodavatelů. Zákazníkům zajišťuje 66 nabídek a poskytl slevy v hodnotě 5,9 mili-

onu Kč. Firma jako první představila Čechům koncept on-line nakupování založený na časově omezených nabídkách zajímavých služeb se slevami 40 až 80 %, který je již několik let velmi populární v zahraničí.

Rychle vybudovaná zákaznická základna a obrát firmy za první tři měsíce, který činí 3,5 milionu Kč, staví Slevomat do pozice jedničky hromadného nakupování na českém trhu. Tyto výsledky také předesílají pokračující vzestupný trend zájmu Čechů o hromadné nakupování a na druhé straně rostoucí zájem dodavatelů služeb se tohoto mechanismu účastnit.

„Čeští zákazníci několikanásobně překonali naše očekávání. Během čtvrt roku jsme dosáhli výsledků, které jsme očekávali až po prázdninách. Je to dáno tím, že Češi velmi dobře reagují na slevy a akční nabídky. Dalším faktorem, který přitahuje pozornost zákazníků, je každodenní nová zajímavá nabídka, která funguje jako inspirace, jak naložit s volným časem,“ řekl Tomáš Čupr, majitel firmy Slevomat.

Přestože většinu zákazníků tvoří stále ženy, podíl mužů na nákupech se v posledním měsíci zvyšuje. Dobře reagují na zážitkové poukazy na bowling, čtyřkolky nebo na alkoholické nápoje.

Koncept hromadného nakupování se osvědčuje také jako podpora marketingu dodavatelů prodávajících služeb. Během jediného dne mají šanci získat širokou základnu nových zákazní-

ků, představit nový produkt a dát základ hromadnému šíření pozitivních referencí.

Příkladem je nabídka společnosti studia péče o tělo Josephina. Studio nabídlo slevu na cvičení ve VacuShape, zařízení na rychlé spalování tuků, které je kombinací běžeckého pásu a podtlakové kabiny. Během jednoho dne získalo 1410 nových zákazníků.

Dalším firmou, která zaznamenala velký příliv na kupující, je firma Zkussito.cz. Zákazníkům Slevomatu nabídla 50% slevu na jízdu na čtyřkolkách a prodala za den 338 voucherů.

„Účast ve Slevomatu hodnotím jako dobrý marketingový krok, který nám přivádí nové zákazníky téměř zadarmo. Prodej předčil původní očekávání a povzbudil prázdninovou sezonu, kdy lidé hromadně odjíždějí na dovolené. Doufám, že se část zákazníků vrátí zpět i za plnou cenu a přivedou další zájemce,“ uvedl zástupce firmy Zkussito.cz, Mgr. Filip Vacek. (tz)

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

PŘIPRAVÍME VÁS NA VŠECHNO VČAS!

IAS IFRS – VSTUP DO PROBLEMATIKY MEZINÁRODNÍCH ÚČETNÍCH STANDARDŮ

10. – 12. 8. 2010

PŘEDNÁŠÍ: doc. Ing. Lenka Krupová, Ph.D.
KÓD: 003340 **CENA:** 8 988 Kč

DAŇ Z PŘÍJMŮ A DPH VE VZÁJEMNÝCH SOUVISLOSTECH

30. – 31. 8. 2010

PŘEDNÁŠÍ: Bc. Marta Štašná
KÓD: 003830 **CENA:** 5 628 Kč

FINANČNÍ VÝKAZY – KROK PO KROKU

30.– 31. 8. 2010

PŘEDNÁŠÍ: Ing. Dagmar Jelínková
KÓD: 004040 **CENA:** 3 588 Kč

NOVÝ DAŇOVÝ ŘÁD

SEZNÁMENÍ S NOVÝM ZÁKONEM, KTERÝ NABÝVÁ ÚČINNOSTI 1. 1. 2011

„JSME O KROK NAPŘED, NECHTE SE VÉST“

6. – 7. 9. 2010

PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Jaroslav Kobík, JUDr. Alena Kohoutková
KÓD: 003000 **CENA:** 5 388 Kč

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

www.vox.cz

Analýzy a statistiky na portálu BusinessInfo.cz

Analýzy a statistiky zasahují do mnoha oblastí každodenního moderního života. Mohou být užitečné jak pro širší veřejnost, tak pro podnikatelské subjekty, které jsou průběhem a vývojem některé z oblastí přímo ovlivňovány. Sledování těchto informací může v mnoha ohledech napomáhat například při navrhování podnikatelských plánů a strategií a tím i předcházet mnohým rizikovým faktorům. Portál BusinessInfo.cz přináší svým čtenářům přehled těch nejdůležitějších statistických informací.

Co rubrika nabízí

Rubrika Analýzy, statistiky poskytuje svým čtenářům přehledný a stručný souhrn informací, které jsou získávány výhradně od ověřených partnerských zdrojů. Jedním z nejvýznamnějších partnerů portálu BusinessInfo.cz v této oblasti je Český statistický úřad, který je poskytovatelem celé řady užitečných statistických informací z různých oblastí. Dále to jsou ministerstva, agentury a jiné zdroje.

Články v rubrice jsou v pravidelných časových intervalech aktualizovány a doplňovány, čímž si tato rubrika zachovává svoji velkou informační hodnotu. Ve středové části a pravém sloupci rubriky i podrubrik naleznete výčet doporučujících odkazů, které zpravidla směřují na externí zdroje informací. Jedním z těchto významných odkazů je internetový portál Evropského statistického úřadu – Eurostat, jehož účelem je harmonizace statistické metodiky ve všech členských státech Evropské unie a příprava statistických dat.

Výbrané významné součásti rubriky

Pro účely zajištění maximální informovanosti čtenáře je pravidelně každý rok publikován dokument Kalendář Rychlých informací, který je zrcadlem publikačního plánu Českého statistického úřadu.

Nedílnou součástí rubriky je i dokument Hlavní makroekonomické ukazatele ČR, který čtenáři poskytu-

je pohled na vývoj hlavních makroekonomických ukazatelů reálné ekonomiky, ke kterým patří zejména hrubý domácí produkt a hrubý domácí produkt na 1 obyvatele, vývoz a dovoz zboží a služeb, deflátor HDP, národní úspory, produktivita práce, energetická náročnost, tržby v průmyslu, stavebnictví, službách a zemědělství, zaměstnanost a míra registrované nezaměstnanosti a v neposlední řadě vývoj spotřebitelských cen.

Obdobně strukturovaný dokument Hlavní měnové a fiskální ukazatele ČR soustřeďuje informace v oblasti vývoje ukazatelů, mezi něž patří především kurz koruny vůči euru a dolaru, reálný efektivní kurz, peněžní zásoba, běžný a finanční účet platební bilance, změna a stav devizových rezerv ČNB, vládní deficit (přebytek) a jeho podíl k HDP, saldo státního rozpočtu, vládní dluh, dluh sektoru vlády v procentech HDP, státní dluh a jeho podíl k HDP a další. Uvedené dokumenty jsou čtenáři k dispozici z titulní strany rubriky.

Výběr ze šesti základních oblastí

První podrubrikou je Podnikatelské prostředí v ČR, které přináší data a statistiky o jevech, které rozhodují o atraktivitě prostředí pro podnikatele. Druhá podrubrika Oborové statistiky obsahuje detailní informace o nejvýznamnějších a nejdůležitějších oborech a odvětvích národního hospodářství. V třetí podrubrice Statistika zahraničního obchodu se čtenář informuje o aktuálním vývoji zahraničního obchodu. Sekce Demografické a sociální údaje obsahuje údaje o citlivých sociálních jevech jako jsou zaměstnanost a nezaměstnanost, práce a mzdy, sociální zabezpečení a jiné. Podrubrika Hrubý domácí produkt shromažďuje informace o vývoji HDP ve čtvrtletních intervalech. Poslední subrubrikou je Inflace, která umožňuje pohled na inflační vývoj v měsíčních intervalech.

Neocenitelnou součástí rubriky je i dostupnost starších dokumentů, které umožňují zpětný pohled a možné porovnání a vyhodnocení s aktuálními informacemi.



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás

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

Barometr v nemocnicích a pojišťovnách
Organizace HealthCare Institute ve spolupráci s agenturou Ipsos Tambor realizovala již druhý ročník průzkumu mezi vrcholovými manažery v českém zdravotnictví. O účast v průzkumu byli požádáni všichni ředitelé fakultních, krajských a městských nemocnic a dále také ředitelé všech zdravotních pojišťoven České republiky. Dotazník vyplnilo celkem 5 ředitelů fakultních nemocnic, 59 ředitelů krajských a městských nemocnic a 8 ředitelů zdravotních pojišťoven. ➔

I v krizi obrát přes sto šedesát milionů
K4, jedna z největších architektonických a projekčních kanceláří v ČR, zveřejnila předběžné výsledky za hospodářský rok 2009. Společnost počtvrté za sebou přesáhla obrát sto padesát milionů korun. Předcházející čtyři roky patřily v historii firmy k neúspěšnějším. „V hospodářském roce 2009 překročil náš obrát 160 000 tis. korun, a to i přes komplikovanou situaci na stavebním a developer-ském trhu, který je krizí postižen velice silně,“ řekl Zdeněk Neugebauer, obchodní ředitel K4. ➔

Kooperativa pro klienty CK FIRO-tour
Novinku pro letní sezonu 2010 připravila jedna z největších českých cestovních kanceláří, FIRO-tour. Její klienti si mohou od 1. 7. 2010 ke svému zájezdu uzavřít cestovní pojištění od Kooperativy. Tu si FIRO-tour vybral z nabídky několika pojišťoven v rámci rozsáhlého výběrového řízení, které zajistil jeho pojišťovací makléř INSIA a.s. Pro FIRO-tour pak Kooperativa připravila speciální pojistné balíčky. Cestovní pojištění je přímo uzpůsobeno délce a typu zájezdu. ➔

Platební karty v regionech
Společnost MasterCard Europe ve spolupráci s VŠE v Praze a Sdružením CZECH TOP 100 zahajuje třetí ročník projektu MasterCard česká centra rozvoje, který je zaměřen na ekonomické srovnání 50 nejvýznamnějších měst ČR. Výsledky projektu budou vyhlášeny v září 2010. V úvodní části projektu realizovala společnost MasterCard průzkum o používání platebních karet v různých částech republiky. Minulý rok zaznamenali veliký ohlas, proto se rozhodli pokračovat i v letošním roce. ➔

Nabídku opět soutěžit jsem zprvu odmítal

Ing. Pavla Pastorka znám již řadu let. Vede Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo a letos v dubnu přebíral v Praze v soutěži Manažer roku 2009 ocenění Vynikající manažer střední firmy (do 250 zaměstnanců). Znáám ho jako přemýšlivého, skromného a nesmírně pracovitého člověka, který drží slovo a nikdy se nad nikoho nevyvyšuje. Je to vzácný typ muže, k jehož vlastnostem patří píle, radost z učení se novým věcem, snaha vždy vyhovět – klientům, partnerům, médiím. Nikdy, pokud vím, nelitoval svého času, který věnoval družstvu bez ohledu na to, zda je sobota, či pozdní večer. Od počátku svého působení zde bojoval o jeho image, jež jde konec konců strmě vzhůru. Nebojí se nových věcí a rád přijímá neobvyklá řešení. Ale dost chvály, ta totiž většinou, jak se říká, smrdí. A o pochlebování takový člověk, jako je on, zcela jistě nestojí. Dejme mu proto rovnou slovo:

Manažerské dovednosti jsou většinou vykoupeny zkušenostmi, prací a učením se novým věcem. Co byste k tomu ještě přidal?

Umění jednat s lidmi. Kdo někdy vedl určitý kolektiv – skupinu, ví, co mám na mysli. Zvláště v dnešní demokracii, kdy řada lidí si tento pojem vysvětluje jako dobu kdy – „mohu dělat co chci, kdy chci a jak se mi zámene“ – je mnohdy velmi obtížné najít kompromis vyhovující když ne všem, tak většině. Ve svém okolí znám velmi vzdělané, maximálně schopné lidi, ale kámen úrazu spočívá v jejich způsobu komunikace s okolím. To znamená, že neumí pro své – byť sebelepší nápady – najít pochopení u druhých. Tato vlastnost se prakticky nedá naučit na žádném institutu, někdo ji má jaksi

v genech, druhý si ji dokáže v sobě časem vypěstovat... Nevím, k jaké skupině patřím, ale zažil jsem již situace, kdy se mi podařily prosadit i méně výhodné záležitosti.

V soutěži Manažer roku 2009 jste vlastně již ikonou, ocenění jste posbíral několikrát. Čeho si na tom nejvíce vážíte?

Nabídku opět soutěžit jsem zprvu odmítal. Až po argumentaci mého

okolí jsem se rozhodl toto akceptovat, takže mohu trochu srovnat nejen podmínky samotné soutěže, ale i její zvyšující se kvalitu. V jednotlivých odvětvích byli nominováni skutečně odborníci, lidé, jejichž práce si musíme vážít, ti, kteří nesložili ruce do klína v období ekonomické krize. Jedná se o manažery, kteří mají naprosto jasné představy o cestě z tohoto marasmu. Dále jsem velice rád, že tuto soutěž začínají více sledovat i ministři naší vlády. Jsem trochu smutný ze skutečnosti, že většinu pracovních míst v našem státě vytvářejí malé a střední podniky, ale těmto se naši vládní představitelé věnují až příliš okrajově. Nepatřím k lidem, kteří jsou nesví, když se o nich chvíli nikde nepíše, ale je mně jasné, že situaci v oblasti zaměstnanosti asi velké zahraniční firmy moc nesníží – byť by z našich daní získali sebevětší podpory a následně pro našince nedosažitelné daňové úlevy. Takže účast premiéra vlády ČR na vyhlášení soutěže po asi osmi letech mě skutečně potěšila a snad je to příslib pro další roky.



Ing. Pavel Pastorek, ředitel Templářských sklepů Čejkovice, vinařského družstva

Co je podle vás nezbytné k tomu, aby družstvo dnes prosperovalo?

V první řadě si musíme uvědomit, že právní forma podnikání jako družstvo není přežitek socialismu, ale naopak forma společnosti, která v Evropě fungovala dávno před touto érou. No, a následně při uvažování co dělat a jak to dělat, dojdeme k závěru, že forma podniku (družstvo, s.r.o., a.s. apod.) není prioritou, ale jakýmsi atributem. Např. naše vinařské družstvo je jediným vinařským družstvem v ČR, podíváme-li se ale např. do Německa, Rakouska či Francie, zjistíme, že v této komoditě (vinařství) jsou družstva velmi silně zastoupena. Je to jednoznačně díky výhodnosti pro všechny zúčastněné – prvovýrobce jako dodavatel suroviny je zainteresován na kvalitě finálního produktu, protože má podíl z jeho zisku. A tento podíl je přímo adekvátní množství a kvalitě dodané suroviny, na rozdíl od např. akciové společnosti, kde dividenda je přímo odvislá na počtu vlastněných akcií. A pro zpracovatele je kvalitní surovina základem existence firmy. V našem případě sehrála trochu roli i tradice, protože v naší obci působilo vinařské družstvo v letech 1936 až 1952, takže jsme symbolicky navázali na úspěšnou práci našich předků. Zákony trhu platí pro všechny stejně, myslím si, že my máme silně zakořeněn jeden nešvar – hledat neexistující třetí cesty, no a potom se nedivíme, že se dostáváme do extrémů – jako např. v zemědělství. Ale to je jiná otázka a dostali bychom se jinam.

Je o vás známo, že se nebojíte nápadů, cti-

te živý, hravý marketing. Je to tak trochu i váš adrenalin?

Budete se možná divit, ale není. Rozhodně nepatřím k lidem typu „střelců od pasu“. Každá věc, kterou realizujeme, má své racionální jádro, byť se někdy může zdát, že se jedná o extrém. Snažím se řídit tím příslovečným „selským rozumem“, a tento mě dosud nezklamal. V oblasti marketingu vím, že naše firma představuje pomyslnou „špici pelotonu“ a to nás motivuje k novým nápadům, bez každoroční inovace si dnes těžko mohu představit naši nabídku vína. Pokud jste použila slovo „adrenalin“ – celé podnikání v současných podmínkách diktátu byrokracie je řádný adrenalin...

Družstvu dáváte velký díl své životní energie. Co je základem řízení vašeho kolektivu? Je to o velké vědě nebo spíše o logice a o tom zmíněném selském rozumu?

Částečně jsem se již vyjádřil v předchozí odpovědi, nicméně nelze spoléhat pouze na jakousi intuici nebo opačně se ke všemu stavět silně vědecky. Je třeba najít vhodný kompromis – asi jako v životě vůbec. Na jedné straně pracujete s lidmi, kterým stačí v pondělí říct, co je třeba tento týden dělat – a v pátek zkontrolovat. Na druhé straně musíte spolupracovat s lidmi, kterým není možné dát více jak jeden úkol, a to na ně musíte dvakrát denně nahlídnout, jak se jim vede. A toto je právě o tom jednání s lidmi – dokázat je přesvědčit, že to, co dělají, má smysl, navíc že to není jen způsob obživy, ale i něco více – jakási seberealizace nás všech, co kolem tohoto chodíme...

Trápí vás někdy lidská závist?

Trápí, a někdy jsem z toho moc smutný. Protože v okamžiku, kdy se dostaví výsledky, je lidská závist u některých lidí neprekročitelná. Vidím to na sobě, na firmě, mohl bych uvést několik příkladů (některé došly až k podvodu na nás, takže věc řeší kriminální služba naší policie). Přesto jsem nad věcí, a navíc optimista, takže si myslím, že záleží hlavně na nás, jak dlouho se budeme s takovými nešvary potýkat.

A v čem spočívá váš manažerský optimismus?

V přesvědčení, že to, co dělám, dělám pozitivně, bez nějakých bočních úmyslů, s cílem dosáhnout co nejlepších výsledků, a s vírou, že se snad dožiju okamžiku, kdy ta pravda a láska zvítězí nad lží, pomluvou a závistí...

ptala se Eva Brixí



Soutěž Manažer roku nejen jako srdeční záležitost...

Diskuzím o tom, zda je ta či ona soutěž, kde se hodnotí výsledky osobností a firem či institucí, spravedlivá, či nikoli, se nedá zabránit. Manažer roku na tom není jinak – vždy se spekuluje, proč je oceněným ten, a ne onen, zda si to ta či ona osobnost skutečně zaslouží. Subjektem, který k této soutěži patří, je Svaz českých a moravských výrobních družstev. Každý rok nominuje představitele svých členů, výrobních družstev, a co je obdivuhodné, každý rok některá z osobností uspěje. A tak se plejáda těch, kteří se řadí k naší manažerské elitě, rozrůstá. Družstevní manažeri patří k těm, kteří se za své know-how nemusejí stydět.

O významu soutěže pro družstevní podnikání jsem hovořila s Janem Wiesnerem, předsedou Svazu českých a moravských výrobních družstev:

Řekla bych, že soutěž Manažer roku je vaše srdeční záležitost – neuskutečnil se jediný ročník, u kterého byste nebyl. Soutěž za ta léta také doznala řadu změn, vylepšení, vzrostla

její společenská image. Jak ji vy osobně vlastně vnímáte?

Svaz byl u založení soutěže Manažer roku v rámci Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a od této doby aktivně působí i při návrzích změn, a především vylepšení systémů hodnocení a celkové organizace této soutěže. Jsem přesvědčen, že soutěž Manažer roku je prestižní soutěž, kde se velice podrobně jednotliví nominovaní hodnotí jak osobně po stránce manažerské, tak i na základě vývoje hospodářské a ekonomické situace řízených podniků, prováděných inovací a významných manažerských počínů.

SČMVD nominuje každý rok několik osobností z řad předsedkyní a předsedů výrobních družstev – ostatně většina nominací nebyla marná – mezi oceněnými je vždy několik družstevníků. Kolik jich vlastně již bylo významováno?

Celkem od vyhlášení 1. ročníku Manažera roku

bylo z řad předsedkyní a předsedů VD vyznamenáno celkem 77 osobností. V rámci uplynulých ročníků byli oceněni i titulem nejvyšším tři naši reprezentanti: Edita Šimáčková, Jana Malá a Jiří Majer. Neboli – družstevníci mají dvě Manažerky roku a jednoho Manažera roku.

Myslím, že právě tato soutěž pomáhá české a moravské družstevnictví i velice korektním způsobem zviditelňovat...

Samozřejmě tato soutěž pomáhá ve zviditelňování nejen oceněných manažerů, ale hlavně jimi řízených družstev. Ale i v obchodní činnosti a ovlivňuje do určité míry i medializaci v té či oné době. Jsou to spojitě nádoby.

Řada našich předních manažerských celebrit je právě „rodu družstevního“ – určitě vás to musí velice těšit. Máte připravené kandidáty i do dalšího ročníku?

Kandidátky do dalšího ročníku projednává vedení svazu na základě nejen celoročních



Jan Wiesner, předseda SČMVD

výsledků předchozího roku, ale i celé vývojové řady výsledků posledních let. Návrhy jsou předkládány představenstvu SČMVD, kde jsou s konečnou platností schvalovány v listopadu příslušného roku. Je potěšitelné, že z té široké škály oceněných v uplynulých letech není žádný manažer či manažerka, kteří by neobstáli ve svých funkcích.

pokračování na str. 14 ►

Péče o tělo i ducha v zelených barvách

Už dlouho platí, že ekologické zásady v podnikání jsou nutností s ohledem na ochranu životního prostředí. „Zelené firmy“ bezpochyby získávají také značnou konkurenční výhodu a bývají pro zákazníky a obchodní partnery mnohem přitažlivější. A nezáleží na tom, jestli se zabývají výrobou nebo službami. Z rozhovoru s výkonným ředitelem Face Czech Academy & Face Czech Fitness Ladislavem Zeithamlem vyplývá, že za úspěchy společnosti Face Czech hledáme i ekologii.

Získali jste ocenění Ekologicky šetrný výrobek/služba. Je to náhoda, nebo přirozený důsledek vaší snahy o trvale udržitelný rozvoj? A má u takových činností, jakými jsou aerobic, fitness nebo trénování mysli, důraz na ekologii stejný význam jako například v průmyslu?

Ekologicky šetrný výrobek nebo služba – tento status nelze získat zcela náhodou. U nás to byl přirozený důsledek zodpovědné, proekologické činnosti. Kombinace ekologie-sport není zas až tak „typická“. Jeden by řekl, že co je tělu prospěšné, jako sport, aerobic, fitness, musí být ekologické – spíše, nenapadlo by nás o tom uvažovat tak, jak je tomu například u průmyslu. Přesto to nebude až tak úplně jednoduché.

K ekologii přistupuje naše firma FACE CZECH s divizemi FACE CZECH FITNESS a FACE CZECH ACADEMY zodpovědně již od samého zahájení naší činnosti; ocenění jsme získali jako výsledek dlouhotrvající práce a působení na trhu. Klienti mohou zaznamenat naše proekologické chování v našem centru na každém kroku. Domníváme se, že právě tento „zelený“ způsob vykonávání služeb je jednou z našich velkých předností a je důležité, abychom v rámci ekologie a šetrnosti k přírodě působili takovýmto dojmem i na naše zákazníky.



výkonný ředitel Face Czech Academy & Face Czech Fitness Ladislav Zeithaml

Co pro vás Národní cena kvality znamená a jak ji dokážete marketingově využít?

Národní cena kvality je pro nás velkou poctou. Zrcadlí se v ní totiž náš dlouhodobý šetrný vztah k přírodě a k původnímu prostředí člověka; tato filozofie velice úzce souvisí se sportem a wellness. Proto si tohoto ocenění velice vážíme a jsme hrdi, že můžeme podporovat životní prostředí. Věříme, že jako ekologická firma oslovíme nový okruh klientů, kterým, stejně jako nám, není životní prostředí lhostejné.

Nabízíte komplexní péči o tělo a mysl, ale to dělá v Praze a celé ČR spousta nejrozličnějších zařízení.

Za kartel v soutěži o veřejnou zakázku uložil UOHS pokutu

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže uložil historicky první pokutu v rze tuzemském případě tzv. bid-riggingu, tedy kartelové dohody mezi uchazeči o veřejnou zakázku. Společnosti HOKRA Spedition, s.r.o., INZET, s.r.o., PROMINECON GROUP a.s., CBK SHIFT s.r.o. a NATURAL MYSTIC s.r.o. dostaly sankci v celkové výši 4,906 milionu Kč za vzájemnou koordinaci svých nabídek v zadávacím řízení „Provozování ubytoven u provozních středisek Vojenské ubytovací a stavební správy Litoměřice“, jejímž zadavatelem bylo Ministerstvo obrany ČR – Vojenská ubytovací a stavební správa Litoměřice. Rozhodnutí není dosud pravomocné a může být proti němu podán rozklad.

Případem se Úřad začal zabývat na základě upozornění a několika důkazů zajištěných Policií ČR. Výběrové řízení v uvedené zakázce probíhalo na podzim roku 2006. Zadavatel nejdříve zúžil losem počet uchazečů z 12 na 5. K podání nabídky pak byly vyzvány společnosti HOKRA Spedition, INZET, PROMINECON GROUP, CBK SHIFT

a NATURAL MYSTIC. Jako nejvýhodnější byla vybrána nabídka uchazeče HOKRA Spedition, nabídky konkurenčních uchazečů byly o 15–30 000 Kč vyšší. S vítězným uchazečem byla následně uzavřena smlouva.

Ze zajištěné e-mailové korespondence představitelů uvedených pěti firem vyplývá, že soutěžitel HOKRA Spedition koordinoval postup všech uchazečů o zakázku. Organizátor kartelu konkrétně rozeslal dalším čtyřem uchazečům částečně vyplněné tzv. krycí listy, tedy formuláře, v nichž uchazeči o zakázku uvádějí mj. svou nabídkovou cenu. V těchto dokumentech byly vyplněny jak nabídkové ceny pro jednotlivé ubytovny, tak ceny celkové. Ceny, které se posléze objevily v nabídkách uchazečů, přesně odpovídají částkám, jež jsou uvedeny v těchto formulářích.

E-mailová komunikace obsahuje také řadu detailů, které napovídají, že účastníci kartelu se snažili svůj společný postup pokud možno utajit. Jednalo se např. o žádost organizátora kartelu, aby texty krycích listů byly naformátovány

V čem spočívá tajemství vašeho úspěchu?

Ano, je to tak – kombinace nejrozličnějších relaxačních, sportovních technik – nabízí dnes téměř všechna studia. My se však nepovažujeme za obyčejné fitness. Zdůraznili bychom především individuální přístup ke každému klientovi, s přihlédnutím na jeho zdravotní stav, jediné takto totiž lze dosáhnout kýženého cíle. Veškeré naše služby se ubírají směrem zdravotního cvičení, ať už je to v našem Face Czech Fitness pod dohledem trenéra, nebo na skupinových lekcích. Zdravý duch i fyziko spolu úzce souvisí; nelze je separovat. Proto zde jsou pro duševní pohodu klienta k dispozici fyzioterapie a masáže, kde klienti opět spočinou v rukou skutečných profesionálů svého oboru. Velice ctime kombinaci, která je magicou formulí dnešních fitness a wellness center – body & mind.

Kam se budou „fítka“, relaxační a podobná zařízení ubírat? Jste připraveni na nové výzvy, na měnící se požadavky klientů? A jaké možnosti dává „trh využívání volného času“ do budoucna?

Fitness studia dnešní doby se pomalu, ale jistě mění na wellness centra. S rozvojem informovanosti a studií, které jsou v relaxačně-sportovních oborech k dispozici, si mnohem více uvědomujeme, jak s naším fyzickým a zdravotním stavem, s tím, jak se cítíme, hluboce souvisí duševní pohoda. Proto bychom v mnoha případech měli mluvit spíše o wellness centrech. Všechny možnosti cvičebních a relaxačních technik ještě nejsou zcela jistě vyčerpány. A to je na tom to skvělé; nikdy nevíte, co dalšího vás pohltí, nadchne. Máme se stále na co těšit, tím spíše, že jsme otevření novým možnostem. A samozřejmě také požadavkům a přáním našich klientů.

otázky připravil Pavel Kačer



Národní cena kvality je...

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

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

„Národní ceny kvality, resp. ceny za excelenci, jak se nyní v Evropě nazývají, posuzují firmy ze všech možných hledisek,“ vysvětlil Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR. „Nejde jen o kvalitu výrobků a služeb, ale i o kvalitu managementu, ekonomické výsledky, vztah k zaměstnancům, zákazníkům a dodavatelům. Samozřejmě se posuzuje i ohleduplnost k životnímu prostředí nebo společenská odpovědnost. Jiné obdobně komplexní hodnocení na světě neexistuje, a proto mají Národní ceny kvality tak vysokou mezinárodní prestiž.“

V České republice je organizována celá řada soutěží firem a organizací, které různými způsoby hodnotí soutěžící podle některého z řady kritérií. Žádné jiné ocenění však není udělováno na základě mezinárodně platných pravidel a žádné neumožňuje vítězným firmám přímo postoupit do nejprestižnější mezinárodní soutěže! V současnosti také na světě neexistuje jiný model hodnocení, který by dokázal komplexně a zcela objektivně porovnat firmy různých oborů i velikostí. Jediným modelem, který toto srovnání umožňuje, je EFQM model, případně jeho obdoby v mimoevropských zemích.

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

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

(red)

premium PROSPERITA.INFO Mapa stránek Stát se členem Kontaktuje nás Dočtěte si na www.premium.prosperita.info HLEDEJ			
● DIRECT a Auto ESA spolupracují Společnosti DIRECT Pojišťovna a Auto ESA posilují své strategické partnerství. Zájemci o autopojištění od DIRECT Pojišťovny si mohou nově, vedle tradiční pobočky Auto ESA ve Štěrboholích, uzavřít povinné ručení a havarijní pojištění také na pobočce Černý Most, kde Auto ESA otevřela nový specializovaný autobazar Škodovky.cz. Motoristé si navíc mohou sjednat pojištění od DIRECT Pojišťovny také přímo na internetových stránkách www.autoesa.cz.	● Genius Business Export/Import GE Money Bank uvedla na trh unikátní konto Genius Business Export/Import. Rozšířila tak portfolio produktů pro fyzické osoby podnikatele a právnické osoby z oblasti zahraničního obchodu a potvrdila svůj jednoznačný záměr dále se soustředit na oblast exportu a importu. Konto Genius Business Export/Import 30 a Genius Business Export/Import 100 nabízí balíček produktů a služeb, jehož základem je běžný podnikatelský účet vedený v korunách.	● Inovační vouchery pomáhají Do finále dospěl projekt podpory spolupráce mezi brněnskými vědeckými ústavami a průmyslem – projekt města Brna a Jihomoravského inovačního centra s názvem „Inovační vouchery“. Do druhého ročníku se premiérově zapojily také ústavy Akademie věd. Jeden z nich – Ústav přístrojové techniky – je s losem „svých“ podniků spokojen. Ústav přístrojové techniky dostal sedm žádostí o spolupráci, tedy nejvíce ze všech ústavů AV ČR. Dále byly vylosovány firmy MESING a ChartFerox.	● Do zahraničí pojede méně Čechů V březnu realizovala společnost MasterCard výzkumné šetření MasterCard Index, jehož výsledky ukazují, že v posledních dvou letech byla v zahraničí polovina Čechů. Letos se do ciziny chystá už jen 35% z nich. Platební kartu si s sebou do zahraničí vozi 80% dotázaných. Za největší výhodu užití platební karty v zahraničí považují lidé fakt, že platba kartou je akceptována na mnoha místech. V březnu si společnost MasterCard nechala realizovat spotřebitelský průzkum s názvem MasterCard Index.

Po dvou letech propadu mírné oživení globálních investic

Česká republika vloni přilákala přímé zahraniční investice za bezmála 52 miliard korun, a co do objemu investic tak byla 57. neúspěšnější zemí světa. Ve srovnání s rokem 2008 tak zahraniční investice do ČR propadly o 42 %. Oproti jiným ekonomicky vyspělým zemím světa je to však o 2 % lepší výsledek. České firmy naopak do zahraničí investovaly 25,5 miliardy, což z nich dělá 47. nejaktivnější investory. Vyplývá to ze zveřejněné zprávy Konference OSN o obchodu a rozvoji (UNCTAD).

„Celosvětové přímé zahraniční investice poklesly v roce 2008 o 16 %, vloni pak dokonce o 37 %,“ citovala ze závěrů zprávy Alexandra Rudyšarová, pověřená generální ředitelka agentury CzechInvest. „Velmi opatrnou změnu k lepšímu by měl podle UNCTAD po dvou letech propadu přinést až letošní rok. Stabilní výsledky potvrzují i předběžné statistiky agentury CzechInvest pro první pololetí letošního roku – vloni jsme podle předběžných statistik do června pomohli 140 projektům, letos jich za stejné období bylo 125.“

Ve srovnání se zeměmi Visegrádské čtyřky – svými největšími konkurenty v lákání přímých zahraničních investic – si ovšem Česká republika vedla velmi dobře. Maďarsko skončilo podle UNCTAD v pořadí neúspěšnějších zemí světa až na posledním 206. místě, Slovensko bylo jen o čtyři příčky lepší. Naproti tomu Polsko se v pořadí neúspěšnějších zemí světa umístilo na 27. místě.

Celkový objem přímých zahraničních investic dosáhl v roce 2009 hodnoty 1,1 trilionu amerických dolarů – tedy poloviny toho, co v roce 2007. Letošní rok by pak měl přinést velmi mírné oživení. UNCTAD předpovídá, že globální investice dosáhnou 1,2 trilionu dolarů. V roce 2011 to bude 1,3 až 1,5 trilionu, návrat k předkrizovým hodnotám by mohl přinést až rok 2012, kdy UNCTAD očekává investice dosahující až dvou trilionů dolarů. „Tyto předpo-

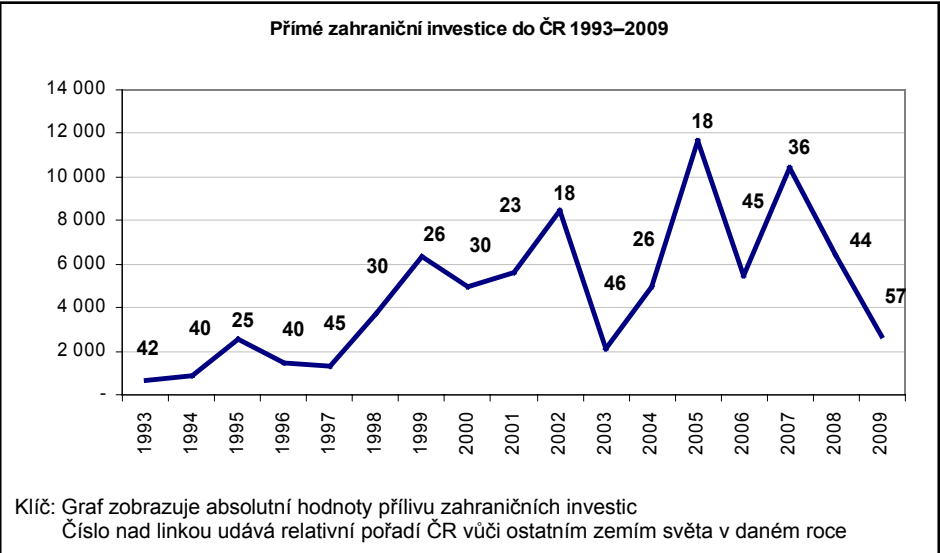
vědi jsou však zatížené riziky a nejistotou včetně nebezpečí vyplývajícího z velmi křehkého oživení světové ekonomiky,“ varuje zpráva.

Přímé investice vloni poklesly do všech odvětví ekonomiky – do služeb, do zpracovatelského průmyslu i do primárního sektoru. V roce 2009 klesly i dříve odolné investice do farmaceutického nebo do potravinářského průmyslu. Výjimkou, kde investice naopak stouply, byly jen investice do distribuce elektřiny, plynu a vody, do stavebnictví, ale také do elektroniky a telekomunikací.

Přes všeobecný pokles investic se Česká republika objevila na seznamu 108 největších světových fúz i akvizic roku 2009 s rozhodnutím francouzské farmaceutické společnosti Sanofi-Aventis převzít českou Zentivu. Obchod v hodnotě dvou miliard dolarů byl podle UNCTAD 50. největší fúzí a akvizicí uplynulého roku.

Letošní zpráva o světových investicích se tematicky zaměřila na investice do projektů s nízkými emisemi CO2. V oblasti energetiky pak UNCTAD zmiňuje příklad projektu české společnosti ČEZ na stavbu obří větrné elektrárny v Rumunsku v hodnotě přes 1,6 miliard dolarů.

Opatrné oživení světového hospodářství aktuálně táhnou podle UNCTAD především rozvíjející se a transitivní ekonomiky. Ty poprvé v historii přilákaly bezmála 50 % světových



přímých zahraničních investic. I když i tyto země zasáhly po šesti letech nepřetržitého růstu propad přímých zahraničních investic, zpomalení o 27 % bylo výrazně nižší než u rozvinutých ekonomik. Mezi šesti největšími příjemci zahraničních investic tak jsou tři země z kategorie rozvíjející se a transitivních ekonomik – Čína, Hongkong a Rusko.

V investicích do zahraničí zůstávají dlouhodobě na vrcholu Spojené státy následované Francií. Pro rok 2009 si třetí a čtvrtou příčku prohodilo Německo s Japonskem. Další tři pozice ovšem už patří Hongkongu, Číně a Rusku. Indie zůstala těsně za nejlepší dvacítkou největších investorů do zahraničí na 21. pozici. Podle UNCTAD tak neustále roste význam rozvíjející se a transitivních ekonomik nejen jako destinace pro zahraniční investice, ale především i jako jejich zdroj.

Největší příjemci přímých zahraničních investic		
Pořadí	Země	mil. USD
1.	USA	129 883
2.	Čína	95 000
3.	Francie	59 628
4.	Hongkong	48 449
5.	Velká Británie	45 676
6.	Rusko	38 722
7.	Německo	35 606
8.	Saúdská Arábie	35 514
9.	Indie	34 613
10.	Belgie	33 782
27.	Polsko	11 395
57.	Česko	2 725
202.	Slovensko	- 50
206. (poslední)	Maďarsko	- 5 575

(tz)

Průzkum ČNOPK: Česko i nadále zůstává nejatraktivnější zemí ve střední a východní Evropě

Již popáté vyhodnotily německé firmy ve střední a východní Evropě Českou republiku jako nejatraktivnější zemi regionu. To je výsledek průzkumu mezi téměř 1000 německými investory v 15 zemích střední a východní Evropy, který prováděly německé zahraniční hospodářské komory (AHK). V Česku průzkum realizo-

vala Česko-německá obchodní a průmyslová komora (ČNOPK). „Velice nás těší, že je Česko pro německé podniky stále tak zajímavé. Dokažuje to, že nadále poskytuje nejlepší podmínky. Znamená to ale také, že je potřeba toto postavení obhájit. Proto by se měla co nejrychleji zformovat nová vláda, která zahájí reformy. Kromě

konsolidace státních financí je potřeba reformovat především pracovní právo a vzdělávací systém,“ hodnotil výsledky průzkumu výkonný člen představenstva ČNOPK Bernard Bauer.

V hodnocení atraktivity se i přes hospodářsky a politicky složité období v regionu střední a východní Evropy příliš nezměnilo. Pouze Polsko si

díky rezistenci hospodářství v době krize zajistilo dobrou pozici a polepšilo si ze čtvrtého místa na druhé. Slovensko, které ještě v loňském roce skončilo na druhém místě za Českou republikou, se propadlo na čtvrtou příčku. Top 5 završují Slovinsko a Chorvatsko.

pokračování na str. 14 ►

Pro české podnikatele může být snazší zvládnout hospodářskou krizi, než uřídit růst své firmy

Společnost PricewaterhouseCoopers ČR (PwC) oslovila majitele významných českých firem a zeptala se jich, jak zvládají současnou složitou hospodářskou situaci a jaké mají budoucí záměry. Průzkum nazvaný „Zkouška ohněm: Jak české soukromé společnosti využijí minulé zkušenosti k dosažení úspěšné budoucnosti?“ zjistil, že zatímco 60 % dotázaných loni klesly tržby, letos očekává 70 % společností jejich růst. Nové vládě majitelé firem vzkázali: méně byrokracie, pružnější pracovní právo.

Průzkum jasně ukázal klady i výzvy firem v rukou soukromých majitelů. Na jedné straně pružnost a lepší schopnost i v dobách krize hledat mezery na trhu a těžit z nich, na druhé straně větší finanční závislost na vlastních zdrojích a mnohdy existenční závislost na osobě majitele. Ta se pak plně projevuje, pokud podnik dosáhne určité velikosti nebo postihne-li majitele nenadálá událost.

Krize – nejlepší čas pro inovace

České firmy potvrdily stovky let známou zkušenost, že krize je nejlepší období pro inovace a odvažné kroky. Mnohé z nich se tak dokázaly prosadit v oblastech, kam by se v době konjunktury přes konkurenci globálních korporací sotva „probojovaly“. Z toho pramení i optimistické hodnocení českých podnikatelů ve srovnání s konkurencí: na škále od 1 do 10 (1 = nejlepší pozice ve vztahu ke konkurenci) se většina majitelů vidí mezi 1 a 4.

„Optimismus českých společností je paradoxně do značné míry výsledkem hospodářské krize. Řada těchto společností již před krizí hospodařila rozumně a krizi využila jako příležitost omezit zbytečné náklady, zamyslet se nad podstatou svého podnikání a uvědomit si dlouhodobé zdroje hodnot. Nyní jsou připraveny na budoucí růst a expanzi,“ zhodnotil situaci Jiří Moser, vedoucí partner PricewaterhouseCoopers ČR.

Podnikatelé mají střednědobou strategii, dvě třetiny z nich ale neví, kdo by převzal firmu v případě nenadálé události

Příjemným zjištěním je to, že české podniky v rukou soukromého majitele zpravidla mají střednědobou písemnou strategii. Dalo se očekávat, že více vlastníků bude svůj podnik řídit spíše intuitivně, nicméně zdá se, že formalizace řízení v českých podnicích se přinejmenším na strategické úrovni blíží západoevropským standardům. Téměř dvě třetiny českých podniků má písemně zpracovanou strategii svého rozvoje, a to nejčastěji pro horizont 3 let.

„Pro dlouhodobý úspěch a schopnost zvládnout příští hospodářské výkyvy a obtíže bude důležité, aby poučení z času krize zůstalo živé i v čase růstu a expanze. Růst přinese nové výzvy – potřebu větší formalizace a nastavení funkčních struktur a procesů. Je to možná paradoxní, ale naše zkušenost potvrzuje, že mnohé soukromé společnosti hůře zvládají vlastní růst než hospo-

dářskou krizi. . .“, řekla Věra Výtvarová, partnerka zodpovědná za služby pro soukromé společnosti, PricewaterhouseCoopers Audit.

Průzkum PwC ukázal, že největší motivací k podnikání je pro české vlastníky touha po svobodě v rozhodování a vášeň pro předmět podnikání. Až za těmito silně osobními motivy se umístily faktory jako zajištění osobních či rodinných financí či úspěch a prestiž. Řada českých firem a jejich majitelů je poměrně mladá, takže je pochopitelné, že o předání podniku ještě neuvažuje – jen 16 % zvažuje změnu vlastnické struktury v příštích dvou letech. V delším časovém horizontu očekává změnu vlastnické struktury téměř polovina respondentů. Z vlastníků, kteří o předání svého podniku uvažují, preferuje většina buď prodej strategickému investorovi (39 %), nebo nástupnictví v rodině (35 %).

Závažným zjištěním je však skutečnost, že jen třetina vlastníků má připravený plán pro převzetí podniku pro případ nenadálé situace, např. pokud by vážně onemocněli či náhle zemřeli.

„Neexistence plánu pro případ krizové situace je poměrně rizikovým faktorem – jak pro podnik samotný, tak pro nejbližší příbuzné vlastníka. Také nejasná představa o tom, jak vlastník hodlá s podnikem v budoucnosti naložit, může ve střednědobém horizontu představovat i značnou míru nejistoty pro potenciální nástupce, management i zaměstnance podniku,“ varovala Věra Výtvarová.

Shrnutí klíčových závěrů:

- Důvěra v budoucnost se vrací: téměř 70 % vlastníků českých podniků očekává do roka růst.
- Růst bude mít v nejbližší době organický charakter – získání nových a další penetrace stávajících zákazníků jsou hlavními strategiemi.
- Náklady zůstanou pod drobnohledem – většina společností počítá i v letošním roce se snižováním nákladů.
- Největší hrozbou pro růst je vedle pokračující krize také silící konkurence, zejména nízkonákladová.
- Kvalitní produkty a péče o zákazníky jsou prioritou – podniky je nejčastěji uvádějí jako svou hlavní konkurenční výhodu.
- Více než 80 % podniků volá po snížení administrativní zátěže ze strany státu.
- Při financování růstu se soukromé podniky spoléhají především na vlastní zdroje.
- Dvě třetiny vlastníků nemají plán pro předání řízení podniku pro případ krizové situace, jako j např. vážné onemocnění či úmrtí vlastníka.
- Většina vlastníků neplánuje v nejbližší době předat či prodat své podniky – 16 % počítá se změnou vlastnictví v horizontu dvou let.

(tz)

Jabra – značka, která se vyplatí

Manažeri firem, jejichž pracovníci call center se bez kvalitních náhlavních souprav neobejdou, znají značku Jabra a výrobce GN Netcom velmi dobře. Mnohokrát měli možnost přesvědčit se v praxi o technických přednostech těchto výrobků a jiných neméně důležitých vlastnostech, jakými jsou vynikající design a ergonomie, což se promítá do příjemného nošení, tedy uživatelského komfortu.

Mít na hlavě osm a více hodin soupravu, která padá nebo tlačí, je dost nepříjemné. U výrobků zn. Jabra to ale opravdu nehrozí. A nejde přitom o žádné laciné pochlebování výrobců. Soupravy Jabra PRO jsme v redakci vyzkoušeli a v inzertním oddělení si bez nich již nikdo nedokáže komunikaci se zákazníky vůbec představit. Ale k věci. Současná doba, která firmy tlačí k až drastickým omezením nákladů, přiměla některé manažery nakoupit audio komunikační vybavení do firem levněji. Ukázalo se však velmi rychle, že to bylo nejen na úkor kvality, ale i standardně vysokého uživatelského komfortu. Ve snaze pomoci předejít této praxi zprovoznila společnost GN Netcom pro své zákazníky i ostatní zájemce internetový nástroj, kterým lze jednoduše spočítat návratnost investice do produktů náhlavních souprav Jabra. Jak tato myšlenka vznikla a jak GN Netcom kalkulačka v praxi funguje, na to jsme se zeptali Jiřího Krejčího, manažera společnosti GN Netcom pro východní Evropu.

Jabra

Už jsme v úvodu naznačili, co vás vedlo k vytvoření nástroje, který by firmám potvrdil reálné výhody souprav Jabra promítnuté do finančních úspor třeba jejich neoddiskutovatelným vlivem na produktivitu práce. Jsou ještě jiné argumenty?

Hlavním důvodem je nabídnout manažerům praktický nástroj, s jehož pomocí mohou posoudit reálné úspory v konkrétním firemním provozu. Pomáhá přiblížit poněkud imaginární problematiku zvyšování ergonomie a efektivity práce, a protože vychází z celé řady praktických výzkumů, jsou simulované úspory velice přesným odhadem reálných hodnot.

Jak vlastně vaše kalkulačka návratnosti vynaložených investic funguje a kde ji zájemci naleznou?

Jedná se o velice jednoduchý a praktický nástroj, který na základě několika obecných údajů o konkrétním uživatelském profilu kalkuluje návratnost investice do řešení hands-free komunikace na základě provedených výzkumů. Kalkulátor je k dispozici online na adrese www.jabra.com/roi/cz.

Uvedl jste, že si lze nastavit parametry pro přesnější výpočet. Které?

Kalkulátor pracuje s časovými úsporami v oblastech lepšího zvuku, vyšší produktivity, lepší ergonomie, vyšší mobility a větší univerzálnosti, tj. použití jedné soupravy pro více komunikačních zařízení. Uživatel může upravit jednotlivé parametry na základě vlastní zkušenosti nebo v souladu s provedenými výzkumy a výslednou kalkulaci uložit do PDF souboru.

Na nedávné tiskové konferenci jste se zmínil o několika nezávislých studiích o mobilitě, ergonomii a jejich vlivu na produktivitu práce díky používání kvalitních souprav Jabra, můžete být konkrétnější?

Teoretická východiska vycházejí například ze studie Amerického národního institutu pro bezpečnost a zdraví na pracovišti (NIOSH), skandinávského Journal of Work, z výzkumné pracovní studie uskutečněné v Německu a Dánsku v roce 2004, ze švédského



Jiří Krejčí, manažer společnosti GN Netcom pro východní Evropu

telefonního průzkumu z roku 2005 a ze dvou loňských GFK studií. Všechny práce prokázaly vysokou kvalitu produktů Jabra a jejich vliv na výkonnost pracovišť, kde jsou používány.

Hodí se využití kalkulačky pro většinu firem, nebo existují jisté výjimky?

ROI kalkulátor je vhodný pro naprostou většinu firem, ale protože provedené výzkumy se týkají pouze bezdrátových náhlavních souprav, je její použití intuitivnější ve firemních kancelářských prostředích. U drátových řešení v prostředí kontaktních center je třeba odhadovat časové úspory na základě vlastního pozorování.

Pojďme se ještě zmínit o přednostech náhlavních souprav Jabra, zvláště loňských top vinek, které tvoří základ současné nabídky...

Je třeba zmínit zejména naše portfolio hands-free řešení pro pro-

středí sjednocené komunikace (UC) – zejména náhlavní soupravy Jabra Pro & Go s dotykovým displejem a Jabra Biz 2400 USB. Jedná se o špičkové náhlavní soupravy s dokonalým designem, snadným ovládáním a vynikající funkcí a spolehlivostí.

Kromě vysoké kvality zvuku, ergonomie a mobility se soupravy vyznačují jednodušším uživatelským rozhraním a víceúčelovým použitím. Co vše z tohoto hlediska umožňují?

Především připojení k mobilnímu telefonu, softphonu, počítači klienta a stolnímu telefonu najednou. To znamená, že zákazník bude dostupný v každé situaci. Dalším hlediskem je ovládání, které nabízí velmi komfortní, snadné a intuitivní použití díky své propracovanosti a dotykovému displeji.

Může se zájemce o náhlavní soupravy Jabra sám přesvědčit o jejich kvalitách dříve, než uzavře kontrakt?

Ano, samozřejmě. Zákazníkovi poskytujeme testovací sady, jež jsou k dispozici k otestování v konkrétním provozu, aby se přesvědčil o reálnosti úspor prezentovaných ROI kalkulatorem.

*děkuji za rozhovor
Jiří Novotný*



Úplatky a korupce – stálý problém stavebnictví a strojírenství

Hospodářská kriminalita postihuje sektory strojírenství a stavebnictví a pro všechny zúčastněné má velice závažné důsledky. Jak vyplývá z již čtvrtého ročníku „Zprávy o strojírenství a stavebnictví“, která vychází v rámci „Celosvětového průzkumu hospodářské kriminality“ prováděného společností PricewaterhouseCoopers, ztráty, pokuty a poškození pověsti mohou být značné.

„Specifika stavebního sektoru spolu s finanční krizí vedla ke zvýšenému riziku korupce a hospodářské kriminality. Manažeri, kteří nutně potřebují uzavřít kontrakt, mohou být v silném pokušení nabídnout úplatek nebo manipulovat s cenou. Takové jednání se přitom může dařit utajovat i po několik let. Velké množství plateb probíhá ve stavebnictví, zejména u malých a středních společností, stále v hotovosti, což zvyšuje riziko neetických transakcí,“ řekl Jiří

Koval, odborník na stavebnictví, PricewaterhouseCoopers Audit.

„V těžkých tržních situacích věnují lidé více pozornosti tomu, jak komunikují s nájemníky, smluvními stranami a ostatními dodavateli, zejména v oblasti zprostředkování. Je nezbytné, aby investoři měli správnou představu o výdajích a příjmech, transparentnost je tudíž rozhodující. A jak odhalil náš průzkum, transparentnost velice často chybí, což je problém,“ upozornil Richard Jones, vedoucí realitní skupiny PricewaterhouseCoopers v České republice.

Klíčové poznatky:

- ve 24% stavebních a strojírenských firem společností za poslední rok k hospodářské kriminalitě.
- promyšlenějších podvodů, jako jsou např. účetní podvody, uplácení a korupce, přibývá.

- úplatky a korupce jsou daleko více rozšířené ve stavebnictví a strojírenství (29%), než je průměr průmyslu celkem (13%)
- zatímco finanční dopady podvodů odpovídají těm v ostatních sektorech, morálka zaměstnanců ve stavebnictví a strojírenství je mnohem horší
- více než třetina stavebních a strojírenských firem neprovedla za posledních 12 měsíců vyhodnocení rizika podvodů a další třetina nezvýšila četnost těchto kontrol
- většinu nahlášených ekonomických zločinů (69%) spáchali zaměstnanci
- 11 firem, ve kterých došlo k podvodům, nahlásilo, že přímý finanční dopad těchto odhalení byl více než 0,5 milionu dolarů (přibližně 10 milionů korun). Dvě další firmy ohlásily dopad v hodnotě více než 5 milionů dolarů (zhruba 100 milionů korun).

„Základem je pochopit, kde se rizika v organizaci nacházejí a mít plán, jak s nimi naložit. Efektivní kontrola dodržování pravidel je základním stavebním kamenem při snižování rizika podvodů a korupce,“ komentoval Sirshar Qureshi, partner v oddělení Forenzních a vyšetřovacích služeb, PricewaterhouseCoopers Česká republika.

Aktivní přístup v řízení rizika podvodů může ochránit firmy před dopady hospodářské kriminality. Je však nicméně zapotřebí nadále vyvíjet značné úsilí. Odvětví stavebnictví a strojírenství je nadále silně závislé na odhalování hospodářské kriminality pomocí interního auditu. Je tedy nezbytné, aby si vedení podniků osvojilo přístup založený na odhadování rizika a aby ekonomické zločiny byly odhaleny.

(tz)

MPO podporuje spolupráci českých a australských firem v oblasti automobilového průmyslu

V červenci se sešel náměstek ministra průmyslu a obchodu Milan Hovorka se zmocněncem australské vlády pro automobilový průmysl Austrálie Stevem Bracksem a během tohoto setkání se dohodli na rozvoji aktivit s cílem podpořit spolupráci českých a australských firem v oblasti automobilového průmyslu. Australský zmocněnec informoval o aktuálním australském vládním programu s názvem Nový plán rozvoje automobilů pro zelenější budoucnost (A New Car Plan for a Greener Future). Ten je zaměřen na vývoj moderních materiálů, automobilů s elektric-

kým a plynovým pohonem a další vyspělé technologie včetně inteligentních systémů vozidel.

Výsledkem setkání je dohoda, že Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR připraví ve spolupráci s agenturami CzechInvest, CzechTrade a Sdružením automobilového průmyslu kontaktní aktivity pro české firmy se zájmem o spolupráci s australskými partnery ve výzkumu, vývoji a inovacích v oblasti automobilového průmyslu. Konkrétním námětem je možnost uspořádání Českých technologických dnů v Austrálii s zaměřením na automobilový průmysl.

„Obchodní a ekonomické vztahy mezi Českou republikou a Austrálií mají v současné době dobrou dynamiku a z obou stran máme zájem posunout vzájemné styky ještě dál. Automobilový průmysl je právě oním sektorem, který by nás k tomuto cíli mohl dovést,“ řekl po setkání náměstek Milan Hovorka a dodal: „S australským partnerem jsem se domluvil na dalších krocích, které na vládní úrovni učiníme, abychom pomohli českým a australským firmám v jejich propojení. Velmi doporučuji našim subdodavatelům, aby se seznámili s programem australské vlády na podporu automobilového průmyslu,

který dle mého názoru skýtá pro ně celou řadu zajímavých příležitostí.“

Jednání se rovněž zúčastnila velvyslankyně Austrálie Ruth Pearce, představitelka australského Ministerstva inovací, průmyslu, vědy a výzkumu, MPO ČR a zástupci agentur obou zemí pro rozvoj obchodu a investic: CzechTrade, CzechInvest a Austrade.

Zmocněnec australské vlády Steve Bracks se během pobytu v ČR rovněž setkal se zástupci Sdružení automobilového průmyslu ČR a navštívil společnost Škoda Auto v Mladé Boleslavi.

(tz)

Poštovní datová zpráva

– nový způsob komunikace v prostředí ISDS

Od 1. července 2010 mohou uživatelé datových schránek využít službu České pošty – Poštovní datovou zprávu pro odeslání zpráv bez omezení jejich obsahu. Do této doby bylo možné jejím prostřednictvím odesílat pouze faktury a obdobné výzvy k zaplacení.

Podle zákona 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů, je od 1. července 2010 možná komunikace mezi datovými schránkami fyzických osob, podnikajících fyzických osob a právnických osob navzájem bez omezení obsahu Poštovní datové zprávy. Použití služby je vhodné zejména v případech, kdy účastníci elektronické komunikace požadují dodání dokumentu právně prokazatelným způsobem. Právní účinky při dodání Poštovní datové zprávy jsou srovnatelné se zasláním doporučené zásilkou. Odesílání Poštovní datové zprávy je zpoplatněno.

Výhody Poštovní datové zprávy

V případě, že vlastník datové schránky začne tuto službu využívat, má prokázanou identitu adresáta a garantované bezpečné dodání zprávy. Výhodou je i úspora času. V porovnání s doporučenou listovní zásilkou je Poštovní datová zpráva výhodnější již při pěti odeslaných zprávách za měsíc.

Poštovní datová zpráva může nahradit osobní kontakt (uzavření smlouvy, ohlášení změny

či některé úkony s využitím elektronického podpisu) nebo e-mailovou komunikaci, která nezaručuje garantované dodání nebo zaslání dokumentů doporučenou zásilkou (objednávky, smlouvy, faktury, upomínky, důvěrná osobní data atd.).

Způsob úhrady

Cena za poskytnutou službu se hradí měsíčně na základě poskytovatelem vystaveného daňového dokladu doručeného buď elektronicky přímo do datové schránky uživatele, nebo v listinné podobě na fakturační adresu uvedenou uživatelem v Objednávce služby.

V případě, že žádná zpráva nebyla v průběhu měsíce odeslána, měsíční poplatek za využívání služby není účtován.

ceník poplatků

Odeslání Poštovní datové zprávy	15,04 Kč
Měsíční poplatek za využívání služby	
Počet zpráv odeslaných v měsíci	Cena (bez DPH)/měsíc
1–10	50 Kč
11–50	35 Kč
Nad 50	20 Kč

Jak službu aktivovat?

Registrace služby se provádí plně elektronicky na internetových stránkách České pošty v Klientské zóně na adrese www.ceskaposta.cz.

Postup:

- 1) Objednávka služby je dostupná po přihlášení do Klientské zóny. Zájemce o službu, který ještě není do Klientské zóny zaregistrován, si nejprve musí založit přístupový účet.
- 2) Po přihlášení do Klientské zóny, výběru elektronické služby „Poštovní datová zpráva“ a zadání identifikačního čísla datové schránky žadatele, je žadateli umožněn vstup do registračního formuláře pro objednání služby.
- 3) V registračním formuláři musí žadatel vyplnit povinné údaje, po potvrzení registrace je do zvolené datové schránky odeslána datová zpráva obsahující kontrolní PIN kód. PIN kód slouží k dokončení objednávky a aktivaci služby.
- 4) Doručený PIN kód zadá žadatel do příslušného pole v následujícím aktivačním formuláři. Po výběru způsobu fakturace a kontrole PIN kódu je služba aktivována.

Příjem poštovních datových zpráv

Příjem Poštovní datové zprávy je zdarma. Nejříve je však zapotřebí aktivovat službu v uživatelském nastavení vlastníka datové schránky.

Příjem Poštovních datových zpráv mělo do konce června aktivováno necelých osm tisíc uživatelů datových schránek.

K 28. červnu bylo aktivních celkem 387 635 datových schránek, z toho:

- 15 817 datových schránek fyzických osob,
- 8826 podnikajících fyzických osob,
- 7671 orgánů veřejné moci,
- 355 321 právnických osob.

Ke stejnému datu bylo prostřednictvím Informačního systému datových schránek odesláno 15 238 640 datových zpráv. Úspěšnost doručení přihlášením byla 96,3 %.

Od 1. července je také možné v rámci Informačního systému datových schránek využít novou službu ověřování pravosti uložených datových zpráv. Prostřednictvím portálu www.mojedatovaschranka.cz si bude moci každý uživatel i po několika letech jednoduše ověřit, zda je datová zpráva, kterou měl uloženou na pevném disku nebo kterou mu někdo přeposlal, pravá, či zda se jedná o podvrh. (tz)

Podnikání v podobě franšízy je až 2,5krát úspěšnější než jiný model

Největší česká poradenská společnost M.C.TRITON přispívá k růstu franšízového podnikání v České republice. Zajímavostí je expanze franšízy z tradiční oblasti retailu, Triton je například průkopníkem implementace franšízového konceptu do bankovníctví v České republice.

Franšizing je prodejní systém, jehož prostřednictvím se uvádí na trh zboží a/nebo služby a/nebo technologie. Opírá se o úzkou a nepřetržitou spolupráci právně a finančně

samostatných a nezávislých podnikatelů – franšízora a jeho franšizantů. Franšízor zaručuje svým franšizantům právo a zároveň jim ukládá povinnost provozovat obchodní činnost v souladu s jeho koncepcí (viz Evropský kodex etiky franšizingu).

Po celé Evropě najdeme 8500 značek, jež využívají franšízový model podnikání, 2500 v USA, ve Francii 1141 a v Německu 910 značek. V České republice je takových značek pouze 130. Nárůst franšíz v Evropě je 5 % každý rok, ve Velké Británii ale napří-

klad 44 %. Můžeme předpokládat, že franšízy v České republice se budou dále šířit.

Koncept franšízového podnikání je mimo jiné zajímavý i tím, že 50% franšízových značek uvažuje o další expanzi a právě Evropa je nejatraktivnějším místem expanze. Dominantními oblastmi pro úspěšné franšízy jsou vedle retailu stále více také služby, např. v USA je na těchto trzích generováno 50% celkového obrátu.

„Role M.C.TRITON v zavádění franšízového modelu je dvojí. Umíme vytvořit chytré franšízové koncepty pro takřka každý obor podnikání,

ale navíc umíme franšízové projekty přivést do života,“ sdělil Luděk Pfeifer, partner M.C.TRITON. „Najdeme nové trhy, najdeme nové lokality, najdeme správné lidi a stojíme klientům po boku v těch nejtěžších chvílích rozjezdu,“ dodal.

Dalším z důležitých faktů je i ten, že nová franšíza je průměrně 2,5krát úspěšnější než podnikání rozjeté klasickým modelem. Navíc 80% zájemců o pozici franšizanta by neregagovalo na podobnou pozici v zaměstnanecké struktuře. (tz)

Citlivá data patří do trezoru

Moderní civilizace stojí na rostoucí hoře dat, která musí být vhodně „uskladněna“, velmi dobře zabezpečena a uživatelům kdykoli přístupná. Datová centra takové optimální řešení představují. Využívají je nejen telekomunikační operátoři, finanční instituce, ale i klienti z průmyslu, obchodu a veřejné správy, profesionály, kteří s elektronickými informacemi pracují na komerční bázi.

K zákazníkům nemusí patřit jen velké korporace. Někdy se firmě vyplatí umístit do datového centra i jediný server, který tu má připravenou konektivitu s bezlimitním přenosem dat. Některé zájemce přiláká výhodná geografická poloha. Nadnárodní společnosti rovněž ocení možnost redundance, tedy uložení svých záložních systémů.



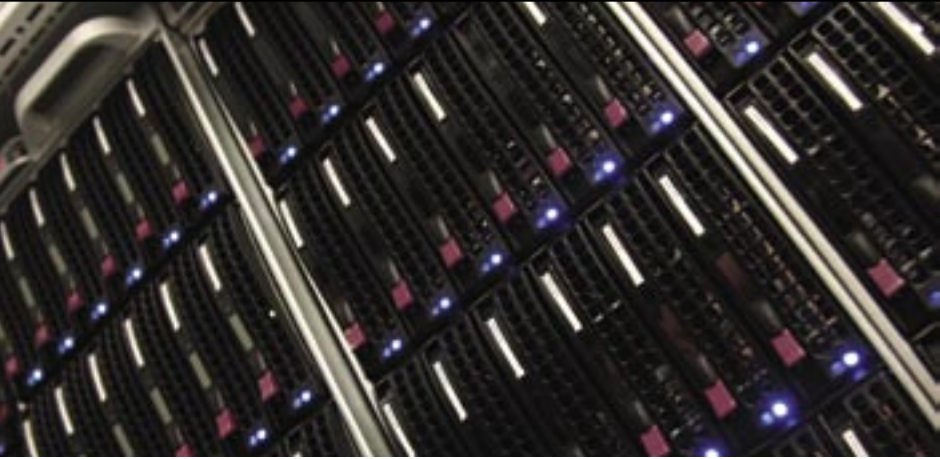
Společnost Vegacom, jež vybudovala a v roce 2007 uvedla do provozu špičkové datové centrum v pražských Vokovicích, nabízí nejen tyto standardní služby, ale i něco navíc. V exkluzivním prostředí Šárka Business Parku poskytuje housing s nejvyšší mírou uživatelského komfortu, bezpečnosti, provozuschopnosti a s neomezenou konektivitou.

„Máme největší volnou plošnou kapacitu nejen v České republice, ale i ve střední Evropě. Jsme také jediní poskytovatelé housingu na levém břehu Vltavy a tím jsou pro mnoho klientů dány optimální podmínky připojení optickými kabely z nedaleké pražské optické magistraly,“ uvedl Vladimír Kalvas, ředitel divize servis Vegacomu.

Datové centrum Vegacomu je 24 hodin denně řízeno z dohledového pracoviště a důkladně zabezpečeno proti vniknutí a nežádoucí činnosti. K jeho přednostem patří i umístění v oblasti, kde nehrozí záplavy a neprobíhá stavební činnost, potenciální příčina poruch a závad.

Výhody přináší elektrické napájení řešené vlastním vysokonapětovým transformátorem. Záložní systém UPS s dvojnásobným jištěním a kapacitou 2x500 kVA se větví do dvou nezávislých úseků. Pět set gelových akumulátorů a motorgenerátor Wilson o výkonu 1650 kVA jsou připraveny vždy okamžitě zasáhnout, když vypadne dodávka elektrické energie.

Tato zařízení, která vydávají značné množství odpadního tepla, musí být také účinně chlazena. Vegacom využívá chlazení sálu vzduchem (teplá/studená



ulička). V činnosti je 11 chladicích jednotek a jedna redundantní. Také v rozvodně je 2+1 klimatizace. Proti požáru je připraven k zásahu automatický hasící systém. Využívá demineralizovanou nevodivou vodní mlhu, která umožňuje i hašení pod proudem.

Citlivá data jsou u Vegacomu střežena jako v bankovním trezoru – a to nejen v přeneseném slova smyslu. V zákaznické místnosti mohou klienti

provádět konfiguraci svého zařízení a pro uložení zálohy dat jim skutečně slouží bezpečnostní trezor.

A co soudí o kvalitách datového centra Vegacomu samotní zákazníci? Reference neshánějte, protože klienti se skrývají v anonymitě jako jejich datové toky. Ale něco jsme se přece jen dozvěděli: „Pokud by nebyli zákazníci spokojeni, odešli by od nás. A to se zatím nestalo,“ prohlásil Vladimír Kalvas. (kčr)

Výsledek soutěže



Do červnového vydání Prosperity jsme pro vás připravili soutěž o 8 GB USB flash disk se zabezpečením dat – a to se společností Kingston, největším nezávislým výrobcem paměťových produktů na světě.

Soutěžní otázka zněla: **V jakých modifikacích kapacity paměti se tento flash disk prodává?**

Správná odpověď je: **V provedení s kapacitami 2, 4, 8 a 16 GB.**

Ze správných odpovědí jsme vylosovali tu, kterou poslal **Martin Dlesk, Nová Ves**

Obdržel od nás 8 GB USB flash disk Data Traveler Locker+ se zabezpečením dat.

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

Rudolf Jelínek: S nedostatkem ovoce nám pomáhá vlastní dovoz i zásoba

Většina pěstitelů ovoce se letos potýká s nebyvalým nedostatkem švestek a meruněk, které jsou také základními surovinami pro výrobu nejoblíbenějších ovocných destilátů. Pro malé palírníky to znamená, že lahve slivovice a meruňkovice s etiketou odkazující na rok 2010 budou spíše raritou. Naproti tomu vizovická líkérka RUDOLF JELÍNEK těží z výkupu ovoce v zahraničí a zásob destilátů z předchozích let, díky čemuž se jí daří omezovat riziko nedostatku surovin.

Za nízkou úrodou mohou především extrémní výkyvy počasí a teplot, kdy studené a deštivé jarní dny vystřídaly letní úmorná sucha a horka. Ač kvůli nepřízní počasí líkérka Rudolf Jelínek očekává spíše průměrnou úrodu švestek, může se spoleh-

nout na kompenzaci ze zahraničí. „Obchodujeme s více evropskými zeměmi a tím jsme schopni vykompenzovat místní oslabení, tedy například pokud je slabší úroda v Srbsku, nakoupíme více v Rumunsku a Maďarsku,“ vysvětlil Ing. Pavel Hurta, manažer zásobování a nákupu. Srbsko je pak pro firmu z pohledu spolupráce v oblasti výkupu ovoce klíčovou zemí, což byl také důvod, proč zde v roce 2007 založila dceřinou společnost MILENÍČ – R.JELÍNEK. „Švestky vykupujeme z dvanácti evropských států, riziko nedostatku suroviny je tedy při výkupu značně omezené,“ doplnil P. Hurta.

Líkérka dlouhodobě vykupuje větší množství ovoce, než aktuálně potřebuje. Vytváří si tím rezervu pro „chudší“ roky, jako je ten letošní. (tz)

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
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.exporthakademie.cz, www.czechtrade.cz/kalendar-akci, Semináře agentury CzechTrade můžete financovat také prostřednictvím dotací z fondů EU. **více informací na www.exporthakademie.cz**

České firmy šetří, na služební cesty do zahraničí vyražejí stále méně

Na služební cestu do zahraničí? V Čechách už jen v nejnutnějších případech. Úsporná opatření, ke kterým přistoupily české firmy po přechodu finanční krize, se projeví i v této oblasti. Podle statistik ČSOB Pojišťovny klesá počet lidí, kteří vyražejí služebně do zahraničí v průběhu dvou let na polovinu. Tento trend potvrzují i údaje Českého statistického úřadu.

„Mezi prvním pololetím roku 2008 a 2009 došlo k 40% propadu v počtu pojištěných osob, které služebně odcestovali do zahraničí. Mezi prvním pololetím roku 2009 a 2010 došlo k propadu o dalších 11,5 %. Za dva roky se tak počet lidí, kteří se pojišťují při

cestě do zahraničí, snížil prakticky na polovinu,“ uvedl produktový manažer cestovního pojištění ČSOB Pojišťovny Vít Janouch. Tento trend potvrzují i čísla Českého statistického úřadu. Počet zahraničních služebních cest se loni podle jejich údajů oproti roku 2008 snížil téměř o 40 %.

Pro zaměstnance, kteří vyjíždějí do zahraničí častěji, sjednávají firmy roční karty cestovního pojištění. Nedá se ale říci, že by podniky a organizace sjednávaly pouze roční pojištění. V podstatě se jedná o mix ročních karet (roční pojištění) a pojištění pro jednotlivé výjezdy s denním pojistným,“ dodal V. Janouch. (tz)

Servis CzechTrade				Další poptávky na www.premium.prosperita.info		HLEDEJ
POCZ201057787	Velká Británie	19. 07. 2010	26. 07. 2010	oldrich.vesely@czechtrade.cz	Zahraniční firma poptává kotle na biomasu, dřevěné pelety a dřevo do 50 kW.	➔
POCZ201057789	Řecko	19. 07. 2010	27. 07. 2010	milena.nozarova@czechtrade.cz	Obchodní firma z Řecka má zájem o spolupráci s výrobcem skleněných a porcelánových výrobků (sklenice, talíře atd.).	➔
POCZ201057790	Mexiko	20. 07. 2010	27. 07. 2010	milena.nozarova@czechtrade.cz	Mexický dodavatel s výbornými kontakty mezi operátory autobusových linek hledá NÁHRADNÍ DÍLY A DODÁVKY VŮBEC PRO AUTOBUSY zn. Mercedes Benz a jiné nadnárodní výrobce autobusů. Jedná se např. o brzdy, spojky, pneumatiky, systémy vstřikování paliva, systémy předplacených karet, GPS atp.	➔
POCZ201057794	Nizozemsko	20. 07. 2010	27. 07. 2010	milena.nozarova@czechtrade.cz	Designerské studio (zabývající se zdobením porcelánových talířů a hrnečků) poptává v ČR výrobu porcelánových talířů a hrnečků s tím, že jejich finální designerská úprava bude provedena nizozemskou firmou (customised porcelaine).	➔

O kvalitě nabídky RWE jsme přesvědčeni

Když energetická skupina RWE v květnu oficiálně oznámila, že vstupuje na trh s elektřinou, byla to pro Českou republiku v oblasti energetiky bezesporu událost roku. RWE jako druhý největší výrobce elektřiny v Evropě přináší konkurenci, výhodnější ceny i služby pro zákazníky. „Vyhlásili jsme, že chceme dosáhnout dvouciferného podílu na trhu a děláme maximum pro to, abychom tohoto cíle dosáhli,“ říká Tomáš Varcop, šéf obchodu a člen představenstva RWE Transgas.



Tomáš Varcop, šéf obchodu
a člen představenstva RWE Transgas

RWE je v České republice známé jako dodavatel plynu. Proč jste se v letošním roce rozhodli vstoupit také na trh s elektřinou?

To je poměrně jednoduché. V evropském měřítku má skupina RWE největší část svých podnikatelských aktivit právě v elektroenergetice. Ve většině zemí, kde působí, je zároveň významným dodavatelem zemního plynu i elektřiny. Je proto logické, že také v České republice chceme rozšířit podnikatelské aktivity tímto směrem. Vidíme v tom další příležitost, jak našim zákazníkům poskytnout větší rozsah služeb a zlepšit komfort obsluhy nabídkou dvou komodit od jednoho dodavatele.

Dobře, ale proč tento krok přišel až letos?

Naším prvořadým cílem bylo zkonsolidovat aktivity v České republice a vytvořit skupinu RWE, která tady dnes existuje. V mezidobí se plně liberalizoval energetický trh. Od roku 2002, kdy jsme koupili dvanáct energetických společností, jsme pracovali na jejich smysluplném uspořádání a integraci. Tato fáze skončila a my – už jako jednotná skupina RWE v České republice – jsme byli připraveni na další krok. A tím byl logicky vstup na trh s elektřinou, protože skupina RWE je druhým největším výrobcem elektřiny v Evropě a i díky tomu pátým největším energetickým koncernem.

Jak dlouhá byla příprava strategie před oficiálním oznámením, že vstupujete na trh s elektřinou?

Obchodní strategii jsme připravovali zhruba rok. Šlo hlavně o vytvoření infrastruktury a nabídky pro potenciální zákazníky. V rámci pilotního projektu jsme už v dubnu oslovili prvních zhruba třicet tisíc vytípaných domácností. Dnes již můžu konstatovat, že tento pilotní projekt byl nadmíru úspěšný, uzavřeli jsme smlouvy s více než tisícovkou domácností po celé České republice. Obchodovat s elektřinou jsme ale začali již dříve. Prostřednictvím společnosti RWE Key Account CZ dodáváme od ledna letošního roku elektřinu na několik tisíc odběrných míst. Primárně jde o velké firemní zákazníky, jako

je Lasselsberger, sklárny Rückl a Moser nebo ocelárna Poldi.

Proč by lidé měli vyměnit současného dodavatele elektřiny a začít ji odebírat od RWE?

Jsou to výhody plynoucí z partnerství se silnou energetickou skupinou. Nabízíme celý balík služeb pro zákazníky. Jde o možnost komunikace přes web, skype, non-stop zákaznickou linku nebo osobně prostřednictvím 47 kontaktních míst v celé České republice. Navíc je i pro odběratele elektřiny připraven náš zákaznický program RWE Premium s řadou zajímavých slev u mnoha partnerů, který si už oblíbilo mnoho našich odběratelů zemního plynu. No a v neposlední řadě musím uvést, že lidé, kteří budou odebírat elektřinu od nás, významně ušetří.

S jakou úsporou oproti současným nákladům mohou vaši potenciální zákazníci počítat?

Přišli jsme s cenami, které jsou pro běžné domácnosti u silové elektřiny o 10 % nižší oproti tradičním regionálním dodavatelům. Výhodnější o 5 % jsou ceny silové elektřiny také pro ty, kteří ji kromě provozu základních spotřebičů používají i na vytápění či na ohřev vody. Přepočteno na náklady domácností to znamená roční úsporu v hodnotě cca tisíce korun. Navíc RWE garantuje nezvýšení ceny odebírané elektřiny až do konce roku 2011. Nejedná se však o klasickou fixaci ceny, v případě příznivého vývoje na trzích s komoditou může ještě klesnout. Součástí nabídky jsou také jednorázové bonusy ve výši až 500 Kč v závislosti na zvoleném produktu. Samozřejmostí je vyřízení veškeré administrativy spojené s přechodem k RWE.

Mluvíte o silové elektřině. Můžete tento termín blíže vysvětlit?

Výsledná cena elektřiny se skládá ze dvou částí: regulované a silové. Regulovanou složku stanovuje Energetický regulační úřad. Zohledňuje náklady na rozvoj a provoz přenosové soustavy, ale třeba také na dotovanou zelenou energii. Tuto složku v současnosti nejvíce zvyšuje fotovoltaika. Naproti tomu cena silové elektřiny, která má na výsledné ceně elektřiny více než 50% váhu, se určuje nákupem elektřiny na burze. Její výše se významně mění v čase, proto záleží na schopnostech obchodníků, aby odhadli, kdy je nejlepší nakupovat. RWE je třetí největší prodejce elektřiny v Evropě, ročně prodá 317 TWh, i proto jsme si mohli dovolit levnější silovou elektřinu našim zákazníkům nabídnout.

Dovolte mi na závěr osobní otázku. Kdybyste nebyl představitelem RWE, stal byste se odběratelem elektřiny od této firmy?

Na tuto otázku pro mě pochopitelně není snadné odpovědět. O nabídku bych se každopádně zajímal, a to z důvodu, že RWE má zdroje a know-how k tomu, aby byla zajímavá. Můj pohled je ale ovlivněn tím, že mám více informací. Koncern RWE v Evropě dodává elektřinu dvaceti milionům zákazníků a za rok jí prodá čtyřikrát více než ČEZ. Stal bych se odběratelem elektřiny i proto, že by se mi líbilo, jak mění nastavení českého trhu, podmínky pro ostatní dodavatele, a především pro odběratele. Osobně dodávám: když jsme veřejně prohlásili, že chceme dosáhnout dvouciferného podílu na trhu, znamená to, že jsme o kvalitě naší nabídky přesvědčeni.

(red)

Trhům neschází regulace, ale etika

Asociace profesních účetních ACCA vyzvala k dalšímu posílení etického chování v byznysu. Podle ACCA byla světová ekonomická krize prohloubena nedostatky v morálním kreditu manažerů, a nikoliv scházející regulací finančních trhů. Asociace to uvedla ve svém novém diskuzním materiálu „Riziko a odměna. Jak zmírnit honbu za zisky“, který představila na britské London School of Economics.

Konstatovala, že finanční regulace mají dvě typické formy, a to pravidla a principy. Pravidla jsou striktní nařízení a zákazy. Principy

mají naproti tomu volnější formu a skýtají širší pole rozhodování pro manažery. Nicméně obě formy umožňují porušování ze strany odpovědných osob.

Paul Moxey, ředitel ACCA pro corporate governance a spoluautor materiálu, připomenul: „Vezměte si například Lehman Brothers. Dle oficiálního vyšetřování americké vlády o kolapsu této banky, Lehman různě ukrýval vlastní dluhy pomocí šikovné volby mezi účetními metodikami a jurisdikcemi různých států. Ale de facto nikdy neporušil žádná z pravidel. Problém je tedy někde jinde.“

„V konečném důsledku jsou to konkrétní individua, která naplňují obsah jakýchkoliv systémových opatření, jako jsou například finanční regulace. Efektivita jakýchkoliv regulací proto začíná a také končí morální integritou jednotlivých manažerů. Proto nemá smysl bavit se pouze o rozsahu a obsahu finančních regulací,“ uvedla Kateřina Benešová, ředitelka ACCA pro Českou republiku, Slovensko a Maďarsko.

ACCA proto formulovala několik doporučení pro posílení morálního kreditu manažerů v organizacích. Organizace by zejména měly

začít testovat morální integritu svých klíčových představitelů. Firmy dále potřebují posílit etickou kulturu uvnitř svých organizací a veřejně obchodované společnosti by měly ve svých výročních zprávách uvádět, jak to konkrétně dělají. „Odborná způsobilost, soft skills, relevantní zkušenosti, reference, jazykové znalosti. To vše firmy běžně prověřují při nabírání lidí. Kdybychom se ale zeptali, kolik firem důkladně zkoumá morální kredit uchazečů o práci, byli bychom asi zklamáni,“ dodala K. Benešová.

(tz)

► pokračování ze str. 1

Vypracovali jsme se vlastní pílí, myšlenkami, disciplínou. Nebojíme se novinek. To nám hodně pomohlo. Myslíme na klienta, zda to, co mu předkládáme, je pro něj opravdu přínosné. Nesnažíme se mu vnutit to, co nepotřebuje.

Ale dobrá tržní pozice je nejen o zajímavých produktech, prozíravém marketingu, ale také hodně o lidech v čele firmy. Jejich síle, autoritě, chuti komunikovat s ostatními...

Trochu se opakují, ale velice důležité je mít onu vizi. Aby to cítilo nejen vedení, ale i naši externí spolupracovníci. To je základ – vědět, co chci. Máme silně vybudovanou orientaci na trh a odbyt, dáváme si práci s tím, abychom vypozařovali, o čem by měl klient největší zájem a jak mu vyjít vstříc, nenutit něco, o čem si myslíme, že je dobré, ale ve skutečnosti je to jen naše představa. Podstatné je dělat věci, které jsou užitečné.

Kolik hodin denně pracujete?

Můj pracovní den není homogenní. Osobně jsem také silně orientovaný na odbyt, zajímá mne, po čem se naši klienti nejvíce ptají a proč. Proto jezdím hodně mimo Prahu, mezi naše spolupracovníky, beseduji s nimi, probíráme vzájemné ná-

zory, tříbíme si pohled. Když jsem tedy v terénu, je můj pracovní den poměrně dlouhý – 16 až 20

hodin. Rád využívám den na maximum. Z takových setkání čerpám inspiraci a sám pak dokážu ledacos ze svěřených úkolů lépe zvládnout. Beru si tak pozitivní energii. Nejde jen o to mít informace, ale dbát také o způsob jejich získávání. A rozhovor z očí do očí nic nenahradí.

No a když „sedím“ v Praze na centrále, přiznávám, nevstávám příliš brzy, ale zůstávám dlouho v práci. Tak 10 až 12 hodin.

Jste velkým odborníkem na stavební spoření. Bedlivě sledujete český i zahraniční trh. A dokážete předvídat. Jak se může tedy stavební spoření u nás vyvíjet? Navíc v době, kdy jsou úsporná opatření české vlády na denním pořádku...

Stavební spoření v posledních letech prodělalo jistý vývoj. Jsou pro něj typické cykly. V prvních letech vzniku to byl produkt, který se využíval nej-

více pro modernizace a renovace. Potom nastoupil trend, který se drží dodnes – stavební spoření se



využívá ke koupi vlastní nové či starší nemovitosti. Třetím směrem, kterým se nyní ubírá stavební spoření i v Německu a který se velice osvědčuje, je zajištění na stáří. A tento trend se projevuje i v České republice. Lidé se přesvědčují, že koupit dům nebo byt se vyplácí – mají kde bydlet, je to jejich hodnota. A je spočítáno, že kdo bydlí ve vlastní nemovitosti, má de facto o jednu třetinu vyšší důchod, protože zhruba takovou částku by vydal za nájem. Čtvrtý trend je o úsporách energií. Ze stavebního spoření se dají financovat úsporné systémy, projekty zužikťovávající sluneční energii mají velkou budoucnost. Přijde doba, kdy bude téměř na každé střeše panel. A přestože není levný, časem se majiteli tak jako tak zaplatí – úsporou energií.

Když tedy na stavební spoření nahlédneme v mnohorozměrných souvislostech, vyjde nám stále jako atraktivní produkt, který může významně ovlivnit moderní rozhodování občana.

Zastavila bych se ještě u spoření na stáří. Jak klienty ještě více motivovat, aby si to uvědomili?

Souvisí to s důchodovou reformou. Doufám, že se čeští politici rozhlednou po okolních zemích a načerpají zkušenosti, jak tam funguje stavební spoření a jak se prolíná do tamních důchodových reforem. Stavební spoření totiž začíná v některých regionech, například v Německu, hrát zajímavou roli. Tam je do důchodového systému již dva roky pevně zakotveno. Princip je tento: finanční krize ukázala, že mnohé, byť zajímavé bankovní produkty jsou spojeny s velkými riziky. Hledalo se tedy řešení a stavební spoření se zapracovalo do důchodového systému – vznikl systém propojenosti a podmíněnosti penzijního se stavebním spořením vázaný na získání úvěru a vlastní nemovitosti. Je to motivující, bezpečné a lidem to dává v penzijním věku dosti velkou jistotu zajištění.

I v České republice by se o tom dalo uvažovat. V Německu se to velice osvědčilo. V Asociaci českých stavebních spořitelů o tomto tématu právě diskutujeme, a až nastane vhodná doba, určitě to bude jeden z argumentů, kterým rozvoj stavebního spoření budeme chtít podpořit.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Krize letos končí, očekáváme až 5% nárůst obrátu

Asociace osobního prodeje, volné sdružení právnických osob podporujících osobní prodej v České republice, odhaduje 3 až 5% nárůst obrátu svých členů. Svědčí o tom výsledky za prvních pět měsíců letošního roku. V loňském roce zaznamenala pokles o 3,4 %. Před krizí přitom sledovala každoroční nárůst o 7 %. Finanční výsledky a odhady, které v červnu Asociace osobního prodeje zveřejnila na tiskové konferenci, jsou jasným znakem konce hospodářské krize.

Obrat stabilních členů Asociace osobního prodeje činil v roce 2009 celkem 4,239 mld. Kč, v roce 2008 pak 4,387 mld. Kč. V letech 2004 až 2008 rostlo odvětví každoročně o cca 7 %. Finanční krize se vloni v přímém prodeji projevila, i když ne tak výrazně jako v obchodu obecně. Zatímco maloobchod klesl v roce 2009 dle vyjádření ČSÚ o 4,3 %, pak stejný parametr byl u členů Asociace o necelé procento lepší.

V letošním roce asociace, vzhledem ke kontinuálnímu sledování klíčových finančních ukazatelů, predikuje 3 až 5% nárůst obrátu svých členů. Mezi ty patří Oriflame, Amway, Avon, dietplus, Just, Lux, Mary Kay a Vorwerk.

Počet 225 000 aktivních prodejců (2008) se za minulý rok rozrostl o 1 % na 227 250. Potvrzuje se tak trend, kdy v období krize narůstá počet těch, kteří se snaží získat paralelní přívýdělek nebo nakupovat produkty za výhodnějších podmínek. Dominantní podíl žen (96 %) se nezměnil.

Nové vedení Asociace osobního prodeje

Asociace také představila své nové vedení. Jejím novým předsedou se stal Miroslav Kopřiva, který působí zároveň jako generální ředitel

společnosti Oriflame. Dosavadní předseda Jan Stránský se po osmi letech stal členem představenstva. Třetím členem výkonného orgánu asociace je Rodrigo Contreras, generální ředitel společnosti Avon. K jejich jmenování došlo už v dubnu 2010.

„Chci se soustředit zejména na zlepšení komunikace AOPu navenek a budování dobré pověsti multi-level marketingu mezi lidmi,“ sdělil Miroslav Kopřiva, nový předseda Asociace osobního prodeje a generální ředitel ORIFLAME ČESKÁ REPUBLIKA spol. s r.o.

Etický kodex asociace

S osvětovou kampaní na podporu osobního prodeje a multi-level marketingu má pomoci i inovovaný Etický kodex asociace, jenž je nejpropracovanějším kodexem mezi všemi typy obchodních modelů.

O Asociaci osobního prodeje

Asociace osobního prodeje (AOP) je volné sdružení právnických osob, které si klade za svůj primární cíl podporu osobního prodeje v České republice jako alternativního způsobu obchodování. AOP hájí zájmy svých členů a rovněž



Miroslav Kopřiva, předseda Asociace osobního prodeje

stanovuje pravidla přímého prodeje, zasazuje se o jejich prosazování a dodržování v praxi.

Přímý prodej je unikátní příležitostí pro rozvoj drobného podnikání a vytváření možností pracovního uplatnění. Je cestou k budování vztahu a důvěry k zákazníkovi a nabízí mu možnost zakoupení kvalitních výrobků za výhodných obchodních podmínek. S tím je též spojena ochrana spotřebitele a etika obchodování na trhu.

AOP má v současné době osm členů. Členem se může stát jakákoliv právnická osoba se sídlem v ČR, která nabízí a prodává spotřebitelům své produkty a služby formou přímého prodeje především v domácnostech, na pracovištích a jiných dohodnutých místech. Více na stránkách <http://www.osobniprodej.cz>.

(tz)

SOCR ČR odeslal stížnost na zákon o významné tržní síle k Evropské komisi

V souladu s rozhodnutím prezidia i představenstva Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR) odeslal Svaz 8. července 2010 stížnost na znění zákona č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití k Evropské komisi.

Uvedený zákon není podle této stížnosti zpracované advokátní kanceláří PIERSTONE a právního rozboru SOCR ČR v souladu s principy Smlouvy o fungování Evropské unie. Zákazy a omezení vyplývající ze zákona o tržní síle totiž podle SOCR ČR zásadním způsobem diskriminují výhradně obchodní subjekty s takzvanou významnou tržní silou.

„Zákon č. 395/2009 Sb. obsahuje mnoho

nejasností a chyb, ale prokazatelným rozpor s právem EU je fakt, že mj. zavádí právní domněnku, že odběratel má významnou tržní sílu na základě čistého obrátu vyššího než pět miliard korun,“ sdělil Ing. Zdeněk Juračka, prezident SOCR ČR.

Tato hranice ale není opodstatněna jakýmkoliv objektivním kritériem. Nebyly provedeny žádné ekonomické analýzy ani statistická zjišťování, která by odůvodnila stanovení hranice právě v této výši. Odběratelé, na které se vztahuje tato domněnka, nejsou tak posuzováni podle obecných kritérií stanovených v § 3 odst. 2 uvedeného zákona, ale zákon se na ně vztahuje automaticky, bez ohledu na jejich odběratelsko-dodavatelskou síť. Tito dodavate-

lé jsou tak nuceni se domněnce aktivně bránit a prokazovat, že významnou tržní sílu nemají. Vzhledem k vágnosti kritérií v zákoně o tržní síle lze předpokládat, že vyvrácení domněnky bude velmi složité, ne-li nemožné.

Z analýzy, kterou pro SOCR ČR zpracovala advokátní kancelář PIERSTONE, navíc vyplývá, že využití pouhého hlediska obrátu při posuzování postavení na relevantním trhu bylo již dávno překonáno i v rámci posuzování dominantního postavení na trhu v rámci soutěžního práva, a stanovení povinností na základě obrátu tak není ničím legitimováno a je zcela účelové. Je-li pak cílem zákona ochrana dodavatelů produktů, nesouvisí tato ochrana nijak s obratem odběratelů. Celkový obrat odběratele nemá

► pokračování ze str. 7

Dobře víte o tom, že bývala soutěž v minulosti i značně zpochybňována, mluvilo se dokonce o uplácení, kupování cen... Jak byste oponoval?

Nesouhlasím s tím, že by někdy i v minulosti mohlo dojít k uplácení či kupování ocenění. Pravidla, která tato soutěž má, a systém hodnocení, který je velice podrobný, vychází nejen, jak bylo řečeno, z manažerských dovedností, ale zejména z konkrétních ekonomických výsledků manažerem řízených podniků či institucí, většinou ověřených auditory. A to nelze zkreslit. Také hodnotící komise je sestavena nejen z vyhlášovatelů soutěže, ale z ekonomických expertů, zástupců VŠE i zástupců tisku a zaručuje objektivní hodnocení a nemožnost jakéhokoliv podstatného ovlivňování.

Nepočítáte s tím, že byste jednotlivé oceněné osobnosti více popularizovali i na svazových webových stránkách, například v nové sekci Družstevní manažer roku apod.? Byla by to již rozsáhlá galerie portrétů zajímavých lidí, kteří těm ostatním mají co sdělit...

Vždy se dá něco vylepšit ve zviditelňo-

vání významných osobností a v prezentaci manažerských dovedností našich předsedů



a předsedkyň. Hledáme k tomu další cesty a nejen pro naše členská výrobní družstva, ale i pro prezentaci významných manažerských počínů družstev. Jsem přesvědčen o tom, že v některých případech manažerské schopnosti ve výrobních družstvech jsou i na vyšší úrovni než u manažerů velkých firem, kde ve vrcholové manažerské funkci vzhledem k počtu THP pracovníků není tolik kumulací činností, které musí daný „šéf“ zvládnout. Na rozdíl od toho, co musí obsáhnout předseda či předsedkyně příslušného družstva. Naši manažeři denně řeší mnoho rozmanitých záležitostí – od provozních až po obchodní, personální, právní, nejsou to vyložené specialisté na tu či onu oblast práce, praxi vidí z těch nejrůznějších úhlů pohledu. V tom mají někdy mnohonásobně těžší pozici, než je tomu, dovoluji si tvrdit, například v některých nadnárodních společnostech. Předsedové a předsedkyně jsou denně ve styku se zaměstnanci, zdraví se s nimi, musí je vyslechnout, prohodit pár povzbudivých či pochvalných slov, je-li k tomu příležitost, ale také upozornit na to, co lidi neradi slyší. Jejich pozice je zemitější, o to těžší.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

(tz)

Pro rozvoj venkova

V devátém kole Programu rozvoje venkova (PRV) podalo téměř 200 podnikatelů v zemědělství žádost přes AgroConsult Bohemia, dceřinou společností GE Money Bank. V porovnání s minulým kolem PRV je to nárůst o 7 %. Nejvíce žádostí přitom AgroConsult Bohemia tradičně zaznamenal v rámci opatření Modernizace zemědělských podniků, kde 138 žádostí znamená více než 12% podíl, za což mu v rámci tohoto opatření patří prvenství. Největší objemy investic eviduje AgroConsult Bohemia u projektů na podporu výstavby a modernizace bioplynových stanic, kde průměrná výše investice činila více než 50 milionů korun. V této oblasti bylo přes AgroConsult Bohemia podáno 40% žádostí a je tak na trhu jedničkou.

„V poslední době sledujeme oživení zájmu zemědělců o financování jejich podnikatelských záměrů, což se také odráží v počtu zaslaných žádostí, který ve srovnání s minulým rokem roste,“ řekl Jiří Patera, ředitel oddělení úvěrových produktů pro firemní klienty GE Money Bank. „Klienti GE Money Bank oceňují, že jim spolupráce s odborníky z AgroConsult Bohemia usnadňuje práci s veškerými administrativními náležitostmi žádostí o dotace. I díky těmto službám se zvyšuje šance žadatelů na úspěch,“ dodal Jiří Patera.

Společnost AgroConsult Bohemia nabízí komplexní poradenské služby, které pomáhají zemědělcům nejen s přípravou potřebných dokumentů včetně návrhu struktury financování předkládaných projektů, ale také při získání a následné správě dotací. V rámci celého procesu podporuje společnost klienty od formulování myšlenek investičního záměru, přes výběr strategie podání projektu, organizaci výběrového řízení, až po vyplacení dotace na účet žadatele.

V rámci devátého kola PRV, které bylo uzavřeno 8. března 2010, čerpali zemědělci dotace v celkové výši více než 8,3 miliard korun. Podpora v rámci Programu rozvoje venkova ČR je určena především na modernizaci zemědělských podniků, spolupráci při vývoji nových produktů a technologií, na diverzifikaci činností nezemědělské povahy a dále i na zakládání a rozvoj podniků nebo zahájení činnosti mladých zemědělců. V rámci opatření Diverzifikace činností nezemědělské povahy je rovněž významná i možnost využití finanční podpory na výstavbu bioplynových stanic. (tz)

nikdy automaticky vliv na jeho vztahy s dodavateli. Stanovení této hranice zákonem tak nespadá pod dovolenou výjimku EU ze zákazu rozdílného zacházení.

(tz)

► pokračování ze str. 9

Střední a východní Evropa je celkově pro německé investory důležitým růstovým trhem. Do konce roku 2008 německé podniky investovaly v deseti východoevropských členských státech EU celkem 77 miliard eur, což je osm procent všech německých zahraničních investic. Největší objem investic – více než 20 miliard eur – přitom přitekla do Česka. Německé společnosti v ČR dokonce investují více než na růstových trzích v Brazílii, Rusku, Číně a Indii.

Top 10 – nejatraktivnější země střední a východní Evropy 2010 pro německé investory (v závorce umístění z roku 2009)

1. Česko (1.)
2. Polsko (4.)
3. Slovinsko (3.)
4. Slovensko (2.)
5. Chorvatsko (5.)
6. Rusko (7.)
7. Maďarsko (8.)
8. Estonsko (6.)
9. Rumunsko (9.)
10. Litva (10.)

(tz)

Lépe hájit zájmy ICT firem

Profesní sdružení firem z oboru informačních technologií a elektronických komunikací ICT Unie se stala plnoprávným členem Svazu průmyslu a dopravy ČR. Prostřednictvím tohoto kroku chce ICT Unie účinněji hájit zájmy sektoru informačních a komunikačních technologií (ICT) v rámci České republiky, zvýšit povědomí o významu ICT a v konečném důsledku přispět k růstu konkurenceschopnosti naší země.

Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) sdružuje kromě téměř 1550 společností z nejruznějších sektorů trhu i řadu odvětvových svazů, přičemž žádná z profesních organizací zastřešujících oblast ICT dosud členem nebyla. „Jsme rádi, že se tento dluh podařilo napravit. ICT sektor si zvýšení prestiže nepochybně zaslouží. Ve Svazu průmyslu a dopravy nechceme být jen do počtu, ale hodláme zde hrát v každém případě aktivní roli,“ uvedl Svatoslav Novák, prezident ICT Unie.

„Odborné kompetence ICT Unie jsou něčím, co má ty nejlepší předpoklady činnost Svazu výrazným způsobem obohatit,“ prohlásil Jaroslav Míl, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR. „Je patrné, že velmi podobné názory sdílíme například na cesty vedoucí k tomu, aby Česká republika uspěla ve vysoce konkurenční globální ekonomice. Sem patří zejména orientace na služby s vysokou přidanou hodnotou.“

ICT Unie představila 10. června svůj programový dokument „Strategie ICT průmyslu v České republice“. Identifikovala v něm pět hlavních bariér bránících plnému využití potenciálu ICT v ČR. Současně zformulovala strategická doporučení, jak tyto bariéry překonat a zvýšit konkurenceschopnost země v evropském i globálním měřítku. K tomu, aby se naše země stala vyhledávaným místem pro poskytování služeb s vysokou přidanou hodnotou, je podle

ICT Unie zapotřebí rychlejší rozvoj širokopásmových připojení, docenění významu ICT pro ekonomiku celé země, efektivnější využití ICT ve veřejném sektoru, dostatek vysoce kvalifikované pracovní síly a ochrana před negativními dopady globalizace.

Svaz průmyslu a dopravy ČR představil 24. června klíčový dokument „Agenda 2010 – 10 priorit pro budoucnost ČR“. Mezi jednotlivé priority pro směřování země patří podle týmu odborníků SP ČR vyrovnané veřejné finance, efektivně fungující veřejná správa, motivující a jednoduché daně, moderní způsoby vzdělávání, výzkum, vývoj a inovace na špičkové úrovni, flexibilní trh práce, rozvoj dopravy a infrastruktury, bezpečná, spolehlivá a dostupná energetika, účinná podpora exportu a trvale udržitelná péče o životní prostředí.

(tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU

C PRESS

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



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



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

Atraktivní bydlení

Helena Černíková

Zařizujete si nový byt či dům anebo plánujete renovaci toho starého? Pak je tato obrazová publikace určena právě pro vás. Najdete v ní nejen zajímavé informace o bydlení v minulosti a dnes, ale i spoustu praktických rad a inspirativních podnětů z oblasti bytového designu a více než 250 nádherných barevných fotografií nejruznějších typů moderních interiérů. Díky naší knize se vaše bydlení stane skutečně atraktivním.

Dlouhý chvost

Chris Anderson

Pojmem dlouhý chvost (anglicky The Long Tail) označuje Chris Anderson změnu ekonomiky a kultury, za kterou stojí internet. Ten totiž přesunuje zájem od masových produktů (hitů) s vysokým prodejem k okrajovým produktům určeným pro menšinu. Proč internet umožňuje nabízet daleko větší počet položek než klasický prodej, proč se to vyplatí, i řadu příkladů z různých oblastí – to vše vám poskytne tato kniha.

Nový Zéland

Peter Turner

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

KAM v ČR: Za vlaky a vláčky

Milan Plich

Také vás už někdy přitáhlo kouzlo parních vlaků, opuštěných nádražíček v lesích nebo expresů svištících po stříbrných nitkách do neznáma? Pokud máte chuť poznávat, pak vám tato kniha pomůže vybrat si z obrovské nabídky zajímavostí kolejové dopravy u nás i u našich nejbližších sousedů. ■

Finanční řízení podniku

Romana Nývltová, Pavel Marinič

V publikaci vycházející z aktuální podnikové praxe se seznámíte s moderními přístupy, metodami a instrumenty finančního řízení primárně z pohledu základního finančního cíle – tvorby a zvyšování hodnoty podniku pro jeho vlastníky. Autoři popisují rozhodování a postupy v nejdůležitějších oblastech krátkodobého i dlouhodobého finančního řízení s ohledem na zvolenou podnikovou finanční strategii, čas, riziko i klíčové faktory vnějšího prostředí.

Jak prokouknout druhé lidi

Navarro Joe, Karlins Marvin

V knize se vysvětluje, jak rychle „přečíst“ druhé lidi: jak odhalit jejich názory a myšlenky, dešifrovat pocity a chování, vyhnout se skrytým léčkám a poznat klamně a podvodně jednání. Dozvíte se například, proč je tvář nejméně spolehlivá oblast pro odhalení skutečných pocitů druhého člověka, co o našich náladách a motivech vyzradí palce, nohy nebo oční víčka, jaké chování prozrazuje naši sebedůvěru a pocity nebo s jakou neverbální komunikací podpoříte vzájemnou důvěru a svou autoritu.

Obchodní a manažerská prezentace

Kabátek Aleš, Lošťáková Olga

V knize získáte užitečný návod, jak připravit a uskutečnit úspěšnou prezentaci vlastní osoby, návrhu, projektu, produktu apod. Kniha je návodným a dobře zapamatovatelným „manuálem“ prezentace, který vás uchrání chyb, jichž se lidé při prezentaci často dopouštějí, a povede vás krok za krokem v přípravě a realizaci efektivní prezentace, která zaujme a získá auditorium pro prezentovanou „věc“. ■

Vyvážený rozvoj

Vladimír Jeníček a kol.

Zásadní stimuly nejen do ekonomiky, ale i politiky a dalších oblastí, včetně mezinárodních vztahů, přináší globalizace. Působí globalizační tlaky tržní, nákladové, konkurenční, politické, jejich vzájemné souvislosti a důsledky. Zvláště výrazné jsou regionální rozdíly (nevyvážený rozvoj) v sociální a ekonomické oblasti mezi centrálními regiony a tzv. periferiemi. Existují závažné disproporce v produktivitě a zaměstnanosti. Na evropské, národní a regionální úrovni by proto měly být aktivněji definovány účinné nástroje k udržení a rozvíjení vyváženého rozvoje. Klíčové je v této souvislosti vymezení kompetencí mezi evropskými a národními orgány. Text je rozdělen do pěti základních kapitol: Vyvážený rozvoj, Problém globální vyváženosti růstu a limity jeho řešení, Globalizace a globalizační tlaky, Politické a právní předpoklady vyváženého rozvoje v EU, Teritoriální soudržnost a vyvážený rozvoj v Evropské unii. ■

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Podomní obchodníci podvedli přes 250 zákazníků RWE

Na českém energetickém trhu řadí podvodníci z řad podomních prodejců. Skupina RWE o nekalých praktikách a zneužívání značky RWE již informovala. Interní šetření, které společnost provedla v posledních týdnech u případů podvedených zákazníků zaznamenaných na Brněnsku a také na severní Moravě, odhalilo kromě známých obchodních triků i falšování podpisů.

„Výsledky šetření nás velmi znepokojují. Odběratelé energií jsou opakovaně konfrontováni s nekalými obchodními praktikami podomních prodejců. Dochází ke zneužívání značky RWE a lidé jsou uváděni v omyl. Desítky našich zákazníků se staly obětí podvodu, kdy byly falšovány jejich podpisy a podvodníci jednali bez jejich vědomí za jejich zády,“ řekl Tomáš Varcop, šéf obchodu a člen představenstva RWE Transgas.

Obchodní zástupci se snažili vynutit jednání s odběrateli zemního plynu za pomoci služebních průkazů s nápisy RWE. Prodejci u zákazníků pořízovali pod záminkou odečtu snímků plynoměru, nechávali si předložit faktury a smlouvy, které si následně také nafotili. Poté byly bez vědomí zákazníků podány výpovědi a došlo ke změně dodavatele. Zákazníci však žádnou výpověď ze smlouvy nepodepsali ani neudělili plnou moc k podání výpovědi.

NAŠE KAVÁRNA

Z. Somr je předsedou Rozhodčího soudu

Novým předsedou Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky byl pro nové tříleté funkční období obměněným předsednictvem RS zvolen Zdeněk Somr, viceprezident HK ČR a dosavadní místopředseda RS. Novými místopředsedy se stali Radek Pokorný a Alena Bányaiová.

Personální změny ve vedení Komerční banky

S účinností od 1. července se novým předsedou představenstva Faktoringu KB stává Miloslav Kukla. Slawomir Komonski převezme pozici ředitele investičního bankovníctví KB od 12. července. Pierre Mème se od 15. července stává výkonným ředitelem pro organizaci a řízení projektů KB.

M. Pavelka se stal viceprezidentem Albert

Maloobchodní síť prodejen Albert jmenovala Michala Pavelku viceprezidentem pro operační oddělení. Michal Pavelka (40) se nové pozice ujímá s platností od 1. července a bude v ní odpovědný za provoz sítě prodejen Albert v České republice.

J. Beneš opět předsedou AKAT ČR

Valná hromada Asociace pro kapitálový trh v České republice potvrdila setrvání Josefa Beneše ve funkci předsedy. „Své znovuzvolení vnímám především jako možnost pokračovat v prosazování změn, jejichž cílem je zkvalitnit investiční prostředí,“ řekl Josef Beneš.

J. Schneller generálním ředitelem Aviva životní pojišťovny

Životní pojišťovna Aviva v České republice vede od 1. července Jiří Schneller, který přišel z ACE European Group. V ČR se bude mimo jiné podílet na realizaci evropského programu Quantum Leap.

(tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Výherci studentské soutěže PaySec Cup míří do tropického ráje

Po třech měsících otázek, plnění úkolů a tipování zná soutěž PaySecCup 2010 své vítěze. S nástrahami si nejlépe poradila 7. třída Základní školy ve Všerubech, která díky tomu pojede na dvoudenní zájezd do největšího tropického ráje v Evropě Tropical Islands. Soutěž funguje v rámci webu bezpečně-online.cz, který spustila Poštovní spořitelna ve spolupráci s Národním centrem bezpečnějšího internetu. (tz)

Češi se víc pojišťují proti riziku

Téměř každý Čech má ke svému spotřebitelskému úvěru uzavřené pojištění. Za posledních šest měsíců roste počet těch, kteří si častěji sjednávají pojištění schopnosti splácet, zejména pak pro případ ztráty zaměstnání. To vyplývá z nejnovějších statistických údajů splátkové společnosti Cetelem, člena mezinárodní banky BNP Paribas.

„Obavy Čechů z případného propouštění či zániku firmy, ve které pracují, stále nepominuly a ani v blízké budoucnosti nelze očekávat výrazné zlepšení. V tomto směru sledujeme v období posledního půl roku rostoucí počet klientů, kteří

se chtějí proti možné ztrátě zaměstnání ochránit,“ uvedl Ing. Václav Horák, generální ředitel společnosti Cetelem. Od začátku letošního roku si tak pojištění schopnosti splácet pro případ ztráty zaměstnání uzavřelo necelých 24 % klientů společnosti Cetelem, což je nárůst o 8 % ve srovnání se stejným obdobím minulého roku. „I přesto, že si jsou klienti vědomi toho, že výdaj za pojištění navýší jejich měsíční splátku úvěru, nabízí jim jistotu, jak předejít případným problémům s včasnou úhradou,“ řekl V. Horák a dodal: „Ukazuje se tak, že klienti přistupují k úvěrům zodpovědněji.“

(tz)

(tz)

Jak řídíme v Česku projekty?

Více se daří dodržovat termíny a rozpočet; úspěšnost projektů nicméně stále významně ovlivňují změny ekonomického prostředí a nedostatečné počáteční plánování.

Z průzkumu o úrovni projektového managementu v České republice, který letos již popáté uskutečnila společnost Ernst & Young, vyplývá, že se zvýšila úspěšnost v dodržení rozpočtu i termínu – 71 % projektů je dokončeno včas a v rámci rozpočtu. České firmy už běžně mají vypracované formální postupy řízení projektů, počet specializovaných projektových manažerů však poklesl. Snížila se také spokojenost s kvalitou řízení projektů. Projektů je celkově méně, firmy realizují spíše velké a dlouhodobé projekty s průměrným rozpočtem nad 100 000 eur a dobou realizace delší než 6 měsíců.

Oproti předchozím letům se výrazněji projevil vlivy vnějšího ekonomického prostředí na úspěšnost projektů. Vedle následných vnějších změn a špatného počátečního vymezení projektu a jeho rozpočtu to byl hlavní důvod neúspěchu.

Průzkum probíhal v druhé polovině roku 2009 a na začátku roku 2010 v České republice, Polsku a na Slovensku. V České republice se jej zúčastnily více než čtyři desítky organizací, dvě třetiny z nich tvoří nadnárodní společnosti.

Počet nově zahájených projektů spíše stagnuje, nejčastěji je to do deseti projektů za uplynulý rok. Firmy ve většině případů realizovaly stejný počet projektů jako v předcházejícím roce. Stejně jako v roce 2009 uvedla více než polovina respondentů, že realizovali velké projekty s průměrným rozpočtem nad 100 000 eur. Pětina společností měla projekty s rozpočtem přesahujícím půl milionu EUR. Projekty trvají nejméně 4 měsíce, typická doba realizace projektů (u 57 % respondentů) je v rozmezí 6–12 měsíců.

„U typu projektů stále převažují vývoj a uvádění nových výrobků a modernizace IT. Poprvé se však na čelnou příčku dostaly také projekty zaměřené na snižování nákladů. Spolu s projekty restrukturalizace procesů ilustrují důsledky ekonomické krize na fungování firem. Dalším důkazem toho, že firmy šetří, je i téměř nulový výskyt stavebních

autor: Miloš Krmáček



projektů, které ještě vloni patřily v pětině případů mezi ty nejčastější,“ vysvětlil Petr Knap, partner oddělení podnikového poradenství Ernst & Young v České republice.

Firmy nejčastěji hodnotí úspěšnost projektů kombinací kritéria včasnosti dokončení, dodržení rozpočtu a splnění očekávání. Hned na dalším místě se však letos objevilo i hodnocení podle naplnění ekonomických přínosů („business case“). Více jak dvě třetiny všech projektů (71 %) jsou dokončeny včas a nepřekročí daný rozpočet. Po plánovaném termínu bylo dokončeno 23 % projektů (26 % v roce 2009), nad rámec rozpočtu se dostalo pouze 13 % projektů (21 % v roce 2009).

V posledních čtyřech ročních dochází k postupnému zlepšování v dodržování termínů a rozpočtů. Typické (u 83 %) je maximálně 20% zpoždění v porovnání s plánovaným datem dokončení. Pouze 11% respondentů překročilo plánovaný rozpočet o více než 20 %, naopak polovina uvedla maximálně 10% navýšení rozpočtu oproti původnímu plánu.

„Důležité je nepodcenit kvalitní a dostatečnou přípravu a plánování projektu, a to včetně kalkulace s možnými externími vlivy ekonomického prostředí a změnami vymezení projektu. Právě ty vedou mezi příčinami neúspěchu projektů. Nejvíce projektů se dostane do potíží nebo se nakonec nerealizuje právě kvůli špatnému počátečnímu definování, z důvodu rozdílných očekávání ohledně vedení a organizace projektu nebo nereálného plánu a rozpočtu,“ uvedla Markéta Hofmanová, senior konzultantka v oddělení podnikové

Česká republika	Slovensko
1. Změna rozsahu projektu v důsledku následných vnějších změn	1. Změna rozsahu projektu v důsledku následných vnějších změn
2. Změna rozsahu projektu kvůli tomu, že byl projekt na počátku špatně vymezen	2. Změna rozsahu projektu kvůli tomu, že byl projekt na počátku špatně vymezen
3. Nedostatečný nebo příliš optimistický rozpočet/ plánování	3. Rozdílné očekávání výstupů z projektu
4. Změny ekonomického a makroekonomického prostředí	4. Špatné personální zajištění projektu a jeho koordinace týmu
5. Slabé řízení projektu/ nejasná organizační struktura	5. Nedostatečný nebo příliš optimistický rozpočet/ plánování

ho poradenství Ernst & Young se specializací na projektový management.

V porovnání s loňskými výsledky ve firmách poklesl počet specializovaných projektových manažerů (jsou ve 45 % firem oproti 57 % v roce 2009). Druhou nejčastější skupinou, která řídí projekty, jsou „specialisté“, ve čtvrtině případů zastává funkci projektového manažera vedoucí příslušného oddělení nebo ten „kdo je nejbližší po ruce“. Třetina respondentů uvedla, že nemá ve společnosti orgán, který vykonává funkci projektové kanceláře (v předchozím roce to bylo 25 %). Za plně kompetentní a kvalifikovanou ji přitom považuje 32 % respondentů, což představuje značný posun od minulého roku, kdy mělo stejný názor pouze 13 % z nich.

Vybrané výsledky

Typický „český projekt“ – nejčastějšími projekty za posledních pět let jsou (pořadí podle četnosti):

- vývoj či uvedení nových produktů
- modernizace IT včetně systémové integrace
- restrukturalizace interních procesů nebo reorganizace
- snižování nákladů

Rozpočet typického „českého projektu“ přesahuje hranici 100 000 eur. V porovnání s rokem 2009 jsou více zastoupeny komplexnější projekty s průměrným trváním delším než 6 měsíců.

Příčiny neúspěchu – pěti nejčastějšími důvody neúspěchu projektů jsou podle průzkumu:

- změna rozsahu projektu v důsledku následných vnějších změn (40 %)
- změna rozsahu projektu v důsledku jeho špatného počátečního vymezení (33 %)
- nedostatečný nebo příliš optimistický počáteční rozpočet/plánování (29 %)
- změny ekonomického nebo makroekonomického prostředí (26 %)
- slabé řízení projektu / nejasná organizační struktura (26 %)

Mezinárodní srovnání ČR a Slovenska

V letošním roce se podruhé uskutečnil podobný průzkum také na Slovensku. Typický projekt v ČR (76 %) je realizován déle než půl roku, v případě Slovenska je typický projekt (60 %) realizován déle než 10 měsíců. U 47 % slovenských respondentů se počet zahájených projektů v posledních 12 měsících nezměnil a u 30 % respondentů se snížil. V ČR uvedlo 19 % respondentů, že počet projektů zahájených v posledních 12 měsících se snížil.

Zatímco v Čechách nemá žádný orgán, který by vykonával funkci projektové kanceláře, třetina respondentů, na Slovensku je to pětina společností. A 32 % respondentů na Slovensku a 30 % v ČR uvedlo, že projektová kancelář se podílí na realizaci „96 až 100 %“ projektů v jejich společnosti. Pozitivně hodnotí svou projektovou kancelář 64 % slovenských respondentů. V ČR je práce projektové kanceláře pozitivně vnímána v 71 % případů.

Nejčastěji realizované typy projektů na Slovensku jsou podobné s projekty v ČR; jedná se o restrukturalizaci procesů / reorganizaci (v ČR 3. místo); modernizace IT, včetně systémové integrace (v ČR 2. místo); snižování nákladů (v ČR 4. místo) a vývoj/uvádění nového produktu (v ČR 1. místo).

Podíl projektů, které byly dokončeny v termínu a v rámci rozpočtu, dosahuje v ČR 71 %, na Slovensku tento ukazatel dosahuje 62 %. Procentuální podíl projektů dokončených po termínu dosahuje v ČR 23 %, na Slovensku 26 % a procentuální podíl projektů dokončených s překročeným rozpočtem byl v ČR 13 %, na Slovensku 25 %.

Srovnání příčin neúspěchu projektů

Na Slovensku nejčastěji funkci manažera projektu zastává pověřený liniový manažer (36 %) nebo vedoucí oddělení (17 %). V ČR funkci manažera projektu nejčastěji zastává „skutečný“ projektový manažer (45 %), liniovní manažeré zastávají tuto funkci v 12 % případů, stejně tak i vedoucí oddělení (12 %). Na Slovensku 57 % projektových manažerů řídí 2 až 3 projekty současně. V ČR 2 až 3 projekty současně řídí manažer v 71 % případů.

(tz)

Kreditní karta je pro třetinu Čechů běžným platebním prostředkem

Protože má většina Čechů již nějaké zkušenosti s úvěry, zajímala se ČSOB ve svém výzkumu, jaké jsou postoje Čechů k půjčkám. Více než polovina Čechů se nejprve z žádosti o finanční výpomoc obrátí na svou rodinu, až pak osloví svoji hlavní banku. V posledním roce se také ukazuje, že lidé mnohem více dbají na důvěryhodnost instituce, u které si chtějí půjčit. Její pověst je pro téměř polovinu Čechů velmi důležitá. Jedná se o nejvýznamnější faktor hned po podmínkách splácení půjčky. Dalším důležitým prvkem v rozhodování o vybraném úvěru je jednoduchost a rychlost vyřízení půjčky. Proto jsou stále žádanější i kreditní karty, které jsou již více než třetinou jejich majitelů vnímány jako běžný platební nástroj. Mezi klienty ČSOB je dokonce

toto procento ještě vyšší – 40 % držitelů kreditních karet ČSOB ji používá ke svým nákupům.

„Výsledky výzkumu ukazují, že Češi jsou stále obezřetnější, když jdou do banky nebo jiné finanční instituce pro úvěr. Klienti se také stále více zajímají o podmínky splácení a pověst dané finanční instituce,“ komentovala výzkum Jana Opršalová, výkonná manažerka segmentu Platební komfort ČSOB. „Mění se také vnímání kreditní karty. Na 58 % jejich držitelů ji stále vnímá kreditní karta jen jako rezervu pro případ nouze, ale pro 36 % je již kreditní karta běžným platebním nástrojem,“ dodala Jana Opršalová.

Podle výzkumu ČSOB Kreditní kartu používá polovina jejich majitelů alespoň jednou za měsíc. Více než polovina majitelů kreditních karet

ji používá na běžné nákupy, třetina pak na větší rodinné nákupy a 17 % k nákupům na internetu. Kreditní kartu přitom využívají spíše lidé s vyšším vzděláním a vyššími příjmy, kteří jsou kritičtější k zadlužování. Při výběru konkrétní kreditní karty hraje pro 67 % Čechů nejdůležitější roli jednoduchost vyřízení žádosti. Na druhém místě je rychlost vyřízení kreditní karty a délka bezúročného období je až třetím parametrem, podle kterého kreditní kartu vybíráme. Poslední místa obsazují věrnostní programy či výše úroků.

„Vyřízení kreditní karty je rychlé a jednoduché. I proto její obliba neustále roste. U ČSOB například umožňujeme klientům o kreditní kartu s předschválenou výší úvěrového limitu zažádat

i prostřednictvím internetového bankovníctví. Zde si také mohou nastavit datum automatického inkasa vypůjčené částky a naplno tak využít 45denního bezúročného období,“ konstatovala Jana Opršalová, výkonná manažerka segmentu Platební komfort ČSOB. „Klienti také u ČSOB Kreditní karty ocení zdarma prodlouženou záruku o dalších 12 měsíců na zakoupené zboží jako je např. TV, DVD přehrávač, pračka apod.,“ dodala Jana Opršalová k výhodám kreditních karet u ČSOB.

V nejbližší době si kreditní kartu plánuje zřídit 7 % dotázaných. Stále platí, že lidé více věří bankám (16 %) jako instituci, kam si zajdou pro půjčku. Prim přitom hraje vlastní banka.

(tz)