

Leasingový trh u nás vznikl v podstatě na zelené louce

Před nahodilým a nestabilním růstem upřednostňujeme systematické vytváření pevných hodnot pro klienty, akcionáře i zaměstnance, uvedl v rozhovoru Ing. Jaroslav Jaroměřský, předseda představenstva a generální ředitel společnosti UniCredit Leasing

Leasing je jeden z oborů, o němž píšeme poměrně často a pravidelně. Mezi společnostmi, které tvoří pilíř tohoto podnikání u nás, patří UniCredit Leasing. Její logo i z našich stránek dobře znáte. Byla to před více než desetiletím právě ona, i když pod jiným jménem, která se nebála prezentovat v našem titulu, ač byl na trhu nový a vlastně zcela neznámý. Od té doby jste měli možnost číst řadu tiskových zpráv, článků i rozhovorů s představiteli této firmy. Tradici zůstáváme věrni – vážíme si partnerství, které léty silí a jehož kořeny sahají až k osobním přátelstvím.

Slovo má po menší časové přestávce opět Ing. Jaroslav Jaroměřský, předseda představenstva a generální ředitel:

V oblasti leasingu a finančních služeb se pohybujete už pěknou řádku let – i tento obor se u nás však prudce za posledních 20 let rozvíjel. Čím se liší začátky od dnešních dnů?

Porovnávat dnešní nabídku leasingových služeb se situací před dvaceti lety je skoro stejné jako poměřovat období páry s digitálním věkem. Pára přinesla nevídaný pokrok a společenské změny, obdobně i nabídka leasingu a dalších finančních produktů zpočátku devadesátých let přispěla k odstartování přeměny ČR v moderní tržní ekonomiku. To, čím procházel vyspělý finanční svět po desítky let, jsme v poměrech České republiky zvládli a museli zvládnout za několik málo let.

Je však potřeba připomenout, že leasingový trh u nás vznikl v podstatě na zelené louce a vedle kompletně nové legislativy bylo potřeba vyškolit nové odborníky, vytvořit obchodní systémy a IT řešení, produktové nabídky, distribuční kanály, ale rovněž komunikační a vzdělávací kampaně. Český leasing určitě zaujímá své významné místo na evropském trhu.

Dnes jsme již ve stavu, kdy se úspěšní čeští manažeři v oblasti leasingu posouvají do nadnárodních struktur evropských leasingových skupin, což je mimochodem i případem mého předchůdce Jiřího Matuly, který se stal v září regionálním manažerem skupiny UniCredit Leasing.

Také firmy již mají k většině produktů jiný vztah než dříve. Finanční gramotnost má za sebou první kroky, odborné pojmy patří už do slovníku každého majitele i menší společnosti. Přesto zůstává zejména leasing poměrně sofistikovaným produktem, jehož taje nemusí znát každý. UniCredit Leasing však vždy disponoval vynikajícím poradenstvím...

Leasing patří, jak sama říkáte, k sofistikovanějším

finančním produktům a poměrně časté legislativní změny v této oblasti vyžadují informovaný a operativní tým nejenom obchodníků, kteří jsou schopni srozumitelně a rychle informovat své obchodní partnery a klienty. A takový tým má UniCredit Leasing skutečně na špičkové úrovni.

Ze své praxe mohu potvrdit, že slovo leasing

zvem CAC Leasing, ke

špičce v oboru. Když to přezenu, nejen klient, ale i zaměstnanec byl pro vás vždy „svatým“. Byli a jste známí vytříbenou etikou podnikání. Co především ctíte?

Především bych chtěl poopravit, že v našem případě minulý čas neplatí, že stále patříme mezi společnosti, pro něž etika hraje důležitou roli.

Tvrdím a za tím si stojím, že nejcennější jsou pro nás fungující, pevné a dlouhodobé vztahy. A to jak s klienty, obchodními partnery, tak i se zaměstnanci. Můžete namítat, že něco takového je v dnešní době již něčím tak přirozeným, že se nemá cenu o tom



Jaroslav Jaroměřský, předseda představenstva a generální ředitel UniCredit Leasing

není vnímáno jako nějaké tajuplné zaříkávání a dnešní manažeři, podnikatelé, ale i občané si již velmi dobře dokážou spočítat, kdy se jim vyplatí dlouhodobý pronájem před okamžitou koupí, a to jak z hlediska účetního a daňového, tak i z pohledu vlastnictví předmětu leasingu, porovnávají výši splátek či další atraktivní doplňkové služby dnes spojené s leasingem.

A nejen proto jste vždy patřili, dlouho pod ná-

příliš rozepisovat. Ale věřte, že to zdaleka neplatí. Nechci, aby to vyznělo jako klišé, ale osobně jsem přesvědčen a v rámci své práce – a na tom u svých kolegů trvám a neustále jim to opakuji – platí, že bez spokojených, motivovaných, informovaných a loajálních zaměstnanců nemůžeme být úspěšní, stejně jako bez spokojených a loajálních klientů nemůže být úspěšný business.

Realizace etiky v praxi spočívá v otevřené

komunikaci vůči všem partnerům. V tom, že se snažíme držet „dané slovo“, usilujeme o rovný přístup k příležitostem, zejména kariérním postupům, pravidelně provádíme školení na ob-

orná témata uvnitř ve firmě, ale také školíme i prodejní síť našich obchodních partnerů apod. V ne-

poslední řadě jednou z dalších hodnot, které naše firma sdílí a snaží se uskutečňovat, je budování pocitu „sounáležitosti“ a výchova k sociální zodpovědnosti. Příklad za všechny: jeden z našich obchodních partnerů v průběhu povodní letos tragicky zahynul, naši zaměstnanci uspořádali finanční sbírku, ke které jsme se jako firma samozřejmě přidali a finanční obnos jsme pak věnovali pozůstalým. To je pro mne důkaz, že naši lidé právě tyto hodnoty sdílí také a není to jen ono klišé.

Za loňský rok jste mezi členy České leasingové a finanční asociace obhájili první místo i přesto, že právě rok 2009 byl nejen pro českou ekonomiku velkou zatěžkávací zkouškou. Co vám toto prvenství naznačilo?

Řekl bych, že se potvrdilo, že krize je pro některé společnosti obdobím výzvy a pro ty méně připravené naopak obdobím existenčních potíží. UniCredit Leasing se zařadil do první skupiny a naše obchodní strategie, marketing apod. potvrdily, že jsme na takovou výzvu byli připraveni a bezezbytku jsme ji využili. Věřím, že se nám prvenství podaří udržet i pro tento rok.

Jaké produkty jsou dnes na trhu nejatraktivnější pro firemní klientelu, jaké pro živnostníky a jaké pro nepodnikatele?

V případě korporátní klientely narůstá stále více podíl operativního leasingu, kdy i po skončení splácení předmět leasingu zůstává ve vlastnictví leasingové společnosti, příkladem je např. fleet management – tedy kompletní péče o vozový park klienta. Oblibu u podnikových klientů mají i úvěrové produkty, ať už je to zvýhodněné financování s Evropskou investiční bankou, nebo úvěrová novinka CreditAgro Sezonní splátky, která zohledňuje sezonnost příjmů podnikatelských subjektů zejména v zemědělství.

pokračování na str. 3 ►

UniCredit Bank otevřela první franšizu

UniCredit Bank, čtvrtá největší banka na českém bankovním trhu, odstartovala v moravských Otrokovicích nový trend v oblasti budování a rozvoje distribučních sítí, když zde v listopadu otevřela první obchodní místo franšizového typu v České republice pod značkou UniCredit Bank Expres. Do konce letošního roku přibude několik dalších obchodních míst. Hlavní expanze obchodních míst založených na tomto konceptu plánuje UniCredit Bank pro rok 2011.

„Klíčovou částí našeho záměru posílit pozici UniCredit Bank v retailovém segmentu je rozšiřování obchodní sítě. V letošním roce jsme otevřeli již šest standardních kmenových poboček a k nim přibude několik dalších poboček franšizového typu. Do konce roku 2012 plánujeme celkově více než zdvojnásobit počet klientských center. Kromě kmenových poboček UniCredit Bank a franšizových poboček UniCredit Bank Expres dále rozvíjíme spolupráci se sítí Partners pod značkou Partners bankovní služby – UniCredit Bank. Pokryjeme tak celou Českou republiku daleko lépe než dnes,“ uvedl Jaroslav Žahourek, ředitel retailového bankovníctví UniCredit Bank.

První obchodní místo franšizového typu v Otrokovicích nabízí netradiční otevírací dobu: pondělí, středa, pátek 8–19 hod., úterý a čtvrtek 9–16 hod. Nadstandardem je obzvláště sobotní dopolední čas mezi 8 až 11 hod. V případě, kdy se klient nemůže dostavit přímo na obchodní místo, jsou zástupci připraveni domluvit si s klientem schůzku doma či ve firmě.

Bankovní franšízy UniCredit Bank budou mít v nabídce prakticky kompletní škálu produktů a služeb určených pro řešení základních potřeb občanů, podnikatelů a malých firem. Franšizová obchodní místa budou ve všech základních parametrech plnit vůči klientovi bez výjimky srovnatelnou roli v porovnání se standardní pobočkou, ať už jde o parametry nabízených produktů, tak spolu s tím i vysokou kvalitu poskytovaných služeb. „Mezi základní atributy tohoto konceptu, na které klade UniCredit Bank mimořádný důraz a definuje pro ně jednotný standard, patří jasně určená produktová nabídka, odbornost pracovníků obchodního místa, spolu s jeho unifikovaným vzhledem. Klient díky tomu nepocítí v těchto základních aspektech žádný rozdíl. Na druhé straně je náš koncept založen na seberealizaci a podnikatelském myš-

lení partnera, provozovatele obchodního místa, kterého v jasně předepsaných mantinelech podporujeme, aby tyto přednosti plnohodnotně rozvinul,“ poznamenal Radim Štantejský ředitel úseku nízkonákladové distribuce UniCredit Bank.

Tato forma rozvoje a řízení obchodní sítě představuje pro UniCredit Bank optimální kombinaci mezi potřebnými investičními náklady na straně jedné a cílovým tržním podílem v počtu obchodních míst na území ČR na straně druhé. Důležitou roli při rozhodování hrála i přirozená podnikavost partnera provozující obchodní místo (franšizant).

UniCredit Bank klade vysoké nároky na budoucího provozovatele bankovní franšízy. Kandidát musí projít několikastupňovým výběrovým procesem, v rámci něhož banka hodnotí mimo jiné profesní zkušenosti, obchodní orientaci, schopnost aktivní akvizice, manažerské dovednosti a v neposlední řadě podnikatelské myšlení. Pro partnera musí být provozování obchodního místa jeho hlavní činností. „Bezúhonnost, morální a etické kvality jsou pak naprostou samozřejmostí,“ doplnil Radim Štantejský.



reklamy

PRAHA 5 - Zličín, Hrozenkovská ul. 407 - směr Sobín

**Písmomalířské práce • sítotisk
velkoplošný sítotisk
tampon. tisk • nápisy na plotru
polepy automobilů
nápisy na autoplachty
potisk textilu • sportovní vlaječky
digitální velkoplošný tisk**

Tel./Fax: 257 950 106, tel.: 257 952 221, mob.: 602 322 292
e-mail: srotyr.reklamy@seznam.cz, www.srotyr.cz

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

Z OBSAHU

- 1 a 3** Leasingový trh u nás vznikal v podstatě na zelené louce
- 7** Stát nakoupí dobré nápady
- 9** BIOBAL dává plastovým obalům ekologický rozměr
- 13** Výsledky Exportního výzkumu DHL CzechTrade naznačují oživení českého exportu
- 16** Argumenty jsou jasné: stavební spoření je dnes stabilizačním faktorem naší ekonomiky

VÍTEJTE NA WWW.

Novoročenka do mailu

Setříte a rozhodli jste se nevydávat koncem roku prostředky ani na klasické papírové novoročenky? Přesto byste na své firemní přátele, obchodní partnery a všechny, s nimiž po celý rok komunikujete, rádi pamatovali? Nic nového pod sluncem – pošlete jim novoročenku alespoň v elektronické podobě. I ty běžně navrhujeme a můžeme vám takový mailový novoroční pozdrav připravit se stejnou odpovědností jako ten do obálky.

Martin Šimek, 606 615 609
martin@prosperita.info

Časopis Prosperita
a příloha Prosperita Madam Business

Vydává: RIX, s. r. o.
Sídlo vydavatelství a redakce
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
IČ: 25763164
DIČ: CZ25763164
tel.: 284 684 212
fax: 284 689 062
e-mail: brix@prosperita.info
Datum tisku: 12. listopadu 2010
Datum distribuce: 15. listopadu 2010

PhDr. Eva Brixí-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, e-mail: brix@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 označeny 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 Brno, 664 42 Modřice

Časopis je v roce 2010 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

Registrace MK ČR E 8255. Mezinárodní standardní číslo sériových publikací ISSN 1213-6492

S TUŽKOU ZA UCHEM

Podnikání držím palce

Pamatujete si ještě na dobu, kdy se listopad slavil jako měsíc československo-sovětského přátelství? Slavil se, jak jinak než prací, a hlavně přijímáním socialistických závazků. Závazkové hnutí muselo být mohutné a patetické, na jeho efekt a výsledek se už nehledělo. Závazky a státní plán se každoročně překračovaly, socialismus vítězil na všech frontách, žili jsme stále lépe a radostněji. Jak to všechno ale nakonec dopadlo, víme. Dnes nemají demokratická společnost a svobodná tržní ekonomika na různých ustláno. Zdá se, že čím více se vláda ujímá řešení problémů, tím víc jich přibývá a jsou palčivější. Ale přece vidím jeden obrovský rozdíl. Lidé získali svobodu rozhodování. Ti odvážnější a podnikavější mohli založit vlastní business a stát se více méně nezávislí. Nemají to vůbec lehké, ale záleží na nich, jak uspějí, i když jim strana a vláda někdy hází klacky pod nohy. Podnikatelům proto držím palce!

Pavel Kačer

NEJHEZČÍ POZVÁNKA NA TISKOVKU

Primabalerina má jedničku

Ne nadarmo se říká, že v jednoduchosti je krása... Jedničku od nás dostala za úplně obyčejnou pozvánku na tiskovou konferenci agentura EMD consultants. Nabídla nám zúčastnit se setkání s Barborou Kohoutkovou, světovou primabalerinou u příležitosti otevření studia Art of Movement. Tiskovka se konala 11. listopadu v 11 hodin v Praze. Jednoduché sdělení textem i grafikou. Úplně stačilo.

(rix)

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
- Franchising Forum 2010
- Pražské výletní restaurace – výstava pořádaná Muzeem hl. města Prahy
- COSMOPOLITAN EXECUTIVE HELAS LADIES CLUB

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?



Seděl vodník...

Řeknete si vodník – no a co? A já opáčím – jaké no a co? Vodník je přece pohádkový mužíček a pohádky vždy bývaly tou nejkrásnější iluzí. Jsou dodnes? Kdo ví, vše se mění, jako by čas přestával existovat. Tenhle vodník představuje místního strážce Stříbrného potoka od loňska, kdy se na Jesenicku většina toků rozlila. Vítá všechny návštěvníky, kteří míří za vodopády právě sem, ke Stříbrnému potoku. Je to krásná přírodní scenérie, která, možná, paradoxně v nejbližší sobě žádné změně nepodlehne. A vodník nezestárne, naopak nám přinese novou pohádku o tom, co ukrývá ve svém kamenném srdci. Je-li u zdroje živé vody, budiž...

foto a text Kateřina Šimková

SOUTĚŽ

Vánoční soutěž se Znovínem Znojmo

Společnost Znovín Znojmo, a. s., již tradičně překvapí v každé sezoně vyznavače dobrých vín řadou novinek, ať již obohacením své nabídky, zajímavou službou, nebo dalším poodhalením tajemství, jež se v oblasti pěstování, výroby vína i osvěty kolem vína vyskytují.

Ani letos tomu nebylo jinak; vzpomeňme novou sérii vín skupiny VOC Znojmo – Vína Originální Certifikace – kde se objevil Sauvignon, Ryzlink rýnský a Veltlínské zelené z ročníku 2009 doplněnou již oblíbenými víny řady Lacerta viridis – ještěrka zelená. Připomeňme si jen, že vína označená ještěrkou vznikají z hroznů ekologicky šetrně pěstovaných na vinicích v čisté přírodě, což právě přítomnost zelených ještěrek v těchto lokalitách dokazuje.



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.

sec zařazený mezi nejlepších 100 vín v národní expozici Salón vín ČR 2010.

A zcela nakonec snad už jen to, že Galerii Znovínu Znojmo v Louckém klášteře doplnily nejen nové práce českých výtvarníků věnované fenoménu víno, ale i unikátní sbírka básní o víně, na níž se spolu s Jiřím Žáčkem podílela řada dalších autorů.

Soutěžní otázka:

Jaký je latinský název ještěrky zelené, jež se objevuje na etiketách vín Znovínu Znojmo vyráběných v systému ekologické produkce?

Své odpovědi pošlete na e-mail: brix@prosperita.info nebo na poštovní adresu: RIX, s.r.o., redakce Prosperita, Ocelářská 1, 19000 Praha 9.

Ze správných odpovědí vylosujeme tři výherce, kteří obdrží dárkový balíček s ukázkou vín z produkce Znovínu Znojmo. Jména výherců otiskneme v prosincovém vydání Prosperity a ceny jim zašleme ještě pod vánoční stromček.

ZNOVÍN ZNOJMO, a.s.
SE SÍDLEM V ŠATOVĚ
Vína hrdí na svůj původ



(nov)

Kvalita jako prvek úspěchu, a nejen to

Dovolte, abych vás jménem Rady kvality ČR informoval o základních krocích, které Rada v posledním období podnikla pro realizaci Národní politiky kvality, jejímž sledováním ji pověřila česká vláda. Dosavadní Strategie Národní politiky kvality (NPK) na období 2008–2013 vznikla na základě vyhodnocení tehdejší situace a definovala na příští období poslání, vizi, rámec a dlouhodobý strategický cíl této politiky. Nejen my, ale i renomovaní ekonomové v té době nedokázali odhadnout, že se blíží globální ekonomická bouře. Takže jsme se dostali do situace, která vyžadovala posoudit, nakolik naše dřívější představy odvál vítr změn. Rada, která s pomocí svých odborných skupin redigovala návrh nového znění Strategie na léta 2011 až 2015 usoudila, že základní myšlenky, na kterých stojí Národní politika kvality a dosavadní Strategie její realizace, platí i nadále.

Zejména jsme přesvědčeni, že rozvoj kvality činností v podnikání je stejně důležitý jako rozvoj produktivity či snižování nákladů, a také že vysoká kvalita je nezbytnou podmínkou pro rozvoj inovací a efektivní využívání vyspělé vědy a techniky v ČR. Jsme pevně přesvědčeni, že právě sázka na kvalitu může být silnou zbraní k překonání ekonomické a rozpočtové krize a důležitým vkladem do zajištění budoucí prosperity České republiky. Poslání a základní cíl nové Strategie, se proto příliš neliší od Strategie předešlé. Základním cílem ve shodě s Národní politikou kvality zůstává podporovat a iniciovat růst kvality života v České republice.

Cítili jsme však, že by bylo zapotřebí základní cíl Strategie růstu kvality života v České republice definovat více aspekty; pomohla nám v tom nedávno Evropskou Unii přijatá strategie „Evropa 2020“. V souladu s tzv. integrovanými hlavními směry tohoto evropského záměru jsme popsali růst kvality života v České republice, který je cílem nové Strategie NPK na léta 2011–2015, takto:

1. jako podporu tzv. „inteligentního růstu“, založeného na přerodu nových myšlenek v inovativní produkty a služby, a opírajícího se o zvyšování kvality vzdělávání, které je přístupné všem;
2. jako podporu „udržitelného růstu“ rozvojem konkurenceschopné ekonomiky, hospodárně využívající zdroje a uplatňující moderní postupy a technologie, akcentující aspekt ekologické šetrnosti;

Nacházíme se totiž v období, kdy celosvětově – a v ČR dosti významně – dochází ke krizi morálky a vulgarizaci životních hodnot.

3. jako podporu „růstu bez sociálního vylučování“, založeného na soudržné společnosti, v níž má šanci k zapojení do trhu práce a příležitost důstojného života dostává každý občan, a systematickými opatřeními je odstraňováno nebezpečí sociálního vyloučení hendikepovaných vrstev.
- Zmíněné dlouhodobé strategické cíle spolu s přesvědčením, že kvalita je pro ČR jedním z nejdůležitějších protikrizových nástrojů, se pak v naší Strategii prolínají v prioritních úkolech, kterými se hodlá zabývat Rada a které jsou rozpracovány v základních sektorech odborné činnosti sekci Rady. Po několika kolech připomínek a úprav je dnes Strategie připravena k tomu, aby v blízkém období a při vhodné příležitosti s ní mohla být seznámena vláda na svém zasedání, a mohla ji tak podpořit.

Druhým důležitým momentem činnosti Rady v minulém období bylo naše úsilí o přijetí Charty kvality ČR, která by navázala na Evropskou chartu kvality. Evropská unie v roce 1998 deklarovala své přesvědčení, že v globální světové ekonomice je kvalita určujícím faktorem úspěšnosti podnikání, je neoddiskutovatelným měřítkem jeho efektivnosti a rozhoduje nejen o konkurenceschopnosti firem, ale i o postavení národních ekonomik ve světě a úrovni života jejich občanů. Považovali jsme za nutné, aby se představitelé české vlády, představitelé významných firem a institucí a dal-

ší významné osobnosti veřejně přihlásili k těmto myšlenkám v obdobném českém dokumentu. Rada proto iniciovala vznik textu Charty kvality ČR, v níž se signatáři zavazují zejména:

- Všeobecně podporovat přístup ke kvalitě v soukromém i veřejném sektoru formulovaný v přijaté strategii Národní politiky kvality.
- Rozvíjet výchovu ke kvalitě na všech úrovních vzdělávání od základního po nejvyšší a podporovat výchovu k etice a morálce v rodině i ve společnosti.
- Rozvíjet současně chápání metod a nástrojů kvality a zpřístupňovat je každému.
- Aktivně rozšiřovat zkušenosti a nejlepší praxi z oblasti kvality a inovací.
- Podporovat a šířit dobré jméno „České kvality“ ve světě.
- Usilovat každodenně o dosažení nového pokroku v kvalitě a inovacích.
- Angažovat se pro dosažení vysoké kvality a inovací ve všem, co člověk vytváří, a naplňovat cíle Národní politiky kvality vyhlášené Radou kvality České republiky.

Vznik Charty doprovázel dobrý ohlas a svými podpisy se k jejím myšlenkám přihlásili čelní představitelé zaměstnavatelských a podnikatelských svazů jako např. Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářské komora ČR, Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, Českomoravské konfederace odborových svazů, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, Unie zaměstnavatelských svazů ČR.

Přibýly i podpisy představitelů významných firem, např. ČEZu. Připojil se také bývalý ministr průmyslu a obchodu Vladimír Tošovský, předseda

minulé vlády Jan Fischer a současný ministr průmyslu a obchodu Martin Kocourek. Rada kvality ČR věří, že v dalším období se k Chartě svým podpisem připojí i další organizace a významní jednotlivci.

Chtěl bych zmínit třetí významnou aktivitu minulého období Rady. Nacházíme se totiž v období, kdy celosvětově – a v ČR dosti významně – dochází ke krizi morálky a vulgarizaci životních hodnot. Bezhlavý hon za penězi, produkující korupci a zločinnost je toho produktem. Ve vlastním zájmu každého je nutno se tomuto úpadku postavit. Už staří Římané věděli, že „slova se mluví, ale příkla-

dy táhnou“. Proto je třeba hledat a popularizovat příklady lidskosti, solidarity a dobrého vztahu ke kraji a k přírodě, a to především u vedoucích osobností a organizací, které mají v daném místě významnější ekonomické postavení a vliv.

Rada se proto rozhodla věnovat se s větším důrazem tomu, co se označuje ve světě zkrat-

kou CSR a v Česku se překládá jako společenská odpovědnost organizací. Usilujeme tímto způsobem zvýšit kvalitu lidských vztahů a přenést toto působení do co nejširšího okruhu prostřednictvím krajů. Zvolili jsme k tomu spolupráci s hejtmany tak, aby prostřednictvím ocenění v krajské soutěži o nejlepší uplatnění principů společenské odpovědnosti se začal měnit pohled firem na podnikání z úrovně, označené ve světě jako „Profit only“ (pouze honba za ziskem) k vyváženějšímu pohledu ve smyslu tzv. tří P (Planet – People – Profit). Tedy zviditelnit a ocenit ty organizace kraje, které nad rámec zákonných povinností svými činy prokázaly sociální odpovědnost k zaměstnancům, obchodní odpovědnost k zákazníkům.

pokračování na str. 15 ►

► pokračování ze str. 1

V případě živnostníků a občanů jde bez pochyby o značkové financování, které aktuálně patří svými parametry mezi nejvýhodnější možnosti pořízení nového vozu.

Výplácí se ještě různé akční nabídky?

Akční nabídky jsou „prodejní cestou“ zejména u našich kooperací – v současné době máme 14 značkových financování, se kterými realizujeme celou řadu akčních nabídek a ty bezesporu pro zákazníky výhodné jsou. Jejich plánování v průběhu roku je i součástí naší obchodní strategie. Naše taktika však v tomto směru míří ještě výše – přinášet na trh inovativní produkty a komplexní řešení pro zákazníky, které klientům ušetří náklady a čas. Jako příklad mohu uvést provozní financování dealerské sítě postavené na on-line bázi, jehož technické řešení získalo letos Hlavní cenu na Internet Effectivness Awards. Mezi klienty je velmi oceňované financování s Evropskou investiční bankou. Spoluprací s EIB na jedné straně dokážeme pro klienty snížit náklady na obsluhu úvěru a na straně druhé zajišťujeme celý schvalovací proces tak, že z pohledu klienta jde o velmi komfortní záležitost.

Hodně spoléháte na dobré jméno a image seriózního hráče na trhu. Několikrát jste zdůraznil, že vám nejde o strmě rostoucí počet smluv za každou cenu, nýbrž o hodnotný vztah s protějškem. Zastáváte tuto strategii stále?

Pokud jsme tuto myšlenku razili před několika lety, dnes má pro nás ještě větší význam. Vždyť to byli naši klienti a obchodní partneři, kteří nás v uplynulém období podrželi, ale také v mnohém případě my je. A to je to, čemu říkáme „pevný vztah“ – ten se rodí z na první pohled nenápadných kroků, ale systematicky a dlouhodobě. Je pravdou, že před nahodilým a nestabilním růstem upřednostňujeme systematické vytváření pevných hodnot pro klienty, akcionáře i zaměstnance.

Příští rok oslaví UniCredit Leasing dvacáté narozeniny. Budete to komunikovat také marketingově?

Je to pro nás významné výročí, navíc ve znamení úspěchu, kdy jsme, obrazně řečeno, z bílého tpraslika vyrostli v červeného obra. Směřem k obchodním partnerům, klientům, zaměstnancům, ale i veřejnosti budeme toto sdělení komunikovat. V tuto chvíli máme již zpracovaný základní komunikační koncept, který vystihuje nejenom naše aktuální postavení na trhu, ale i naše další směřování. Na konkrétnější detaily si však budete muset ještě několik týdnů počkat, i když něco málo jsem již naznačil.

Ostatně – všimla jsem si, že váš marketing je velice důvtipný a elegantní a je za ním vidět kus práce. Kdo o něm něco ví, dokáže číst mezi řádky. Bude podle vás v dalších letech právě marketing ve finančních službách posilovat?

Marketing je jedna z věcí, která nám efektivně pomáhá odlišovat se od konkurence. Vsadili jsme na jeho originalitu a neotřelost, a v tom budeme i nadále pokračovat. V našich plánech počítáme s tím, že kvalitní a dobrá značka bude silně stát za dalšími úspěchy společnosti, platí to u běžného spotřebního zboží a dvojnásob pro finanční produkty. V případě leasingu však nepůjde o klasickou reklamní kampaň jako v případě „vysokoobrátkového“ zboží, spíše o jasně, cílené akce.

Šéfkou marketingu je v UniCredit Leasing žena. Není však v managementu jediná, vaše společnost žen zaměstnává velké množství a vždy jste jim dávali velký prostor k seberealizaci. Jak se ženy jako týmoví hráči projevují?

Ano, máte pravdu, ženy máme jak v představenstvu, tak i ve středním managementu. Prostor k seberealizaci mají v naší společnosti všichni stejní, ale možná jej ženy v UniCredit Leasing využívají více než v jiných firmách. Přiznám se, že

se mi se ženami pracuje dobře, a při týmové práci oceňuji především jejich přímost, zapálení pro věc a zodpovědnost.

Máte cenné firemní know-how, které jste v době, kdy jste měnili jméno na UniCredit Leasing, měli možnost předat také sesterským společnostem v rámci skupiny. Od té doby vaše zkušenosti narostly, například se významně profilujete značkovým financováním, jak jste již naznačil. Jaké výhody to skýtá klientům?

Značkové financování je jednou z nejsilnějších stránek společnosti UniCredit Leasing. Jen zopakuji – jsme partnerem pro financování již 14 značek osobních a užitkových automobilů. Zhruba 60% klientů využívá zvýhodněných podmínek značkového financování s našimi kooperáčními partnery, mezi které patří například Renault, BMW, Honda, Opel, Nissan, Volvo apod. U řady značek není výjimkou, že je nákup s využitím úvěru nebo leasingu výhodnější než koupě za hotové. Výhodná je v tomto případě i nabídka pojištění. Díky hromadným smlouvám s jednotlivými pojistiteli umíme dohodnout podmínky, které jsou při individuálním pojištění těžce dosažitelné.

Na půdě asociace se hovořilo o tom, že leasing má stále své nezastupitelné místo na trhu, ale že již nevystihuje přesně potřeby určitého typu financování. Jak to vlastně je?

V rámci současné platné legislativy dochází k prolínání některých nebankovních produktů, především finančního leasingu s nebankovními úvěry. Dle mezinárodní definice je vše, co není zahrnuto pod pojem operativní leasing, uváděno jako leasing finanční. Mělo by tak být i v České republice, a mělo by tedy dojít ke změně vnímání tohoto segmentu. Dnes je na trhu řada nebankovních produktů, které se do definice „finanční leasing“ nevejdou, jsou však plnohodnotně využívány jako jeho alternativa. Budeme-li i nadále trvat na současné



interpretaci a vázat výkon odvětví na výkon tohoto relativně omezeného produktu, budeme nuceni říkat, že je finanční leasing na ústupu. Opak je však pravdou, což dokazuje i stálý růst u nás interpretovaných nebankovních úvěrů, ve světě uváděných pod pojmem finanční leasing.

Finanční leasing i nebankovní úvěry mají nezastupitelnou roli při financování investic u menších a středních firem, začínajících podnikatelských zámeřů atd., které jsou pro bankovní sektor příliš rizikové. Leasing je také stále významným zdrojem financování osobních vozů. Uvedu konkrétní údaje: Souhrn pořizovacích cen bez DPH u nich dosáhl v 1. pololetí tohoto roku 6,2 mld. korun a meziročně vzrostl o více než 800 mil. korun. Jeho podíl na celkovém leasingu movitých věcí se z 23,8% v 1. pololetí 2009 zvýšil na 33,2%. Významný růst zaznamenaly také nebankovní úvěry pro podnikatele, u nichž došlo v 1. pololetí k meziročnímu navýšení o 14 % v případě vedoucích patnácti společností.

Na závěr odlehčeme – když byste měl v rukávu kouzelnou hůlku a nebál se čáry používat, co byste ve vztahu klient – finanční produkty rázně změnil?

Někdy lituji, že ji skutečně nemám. Ale vím přesně, na co bych ji použil – na dokončení fungující a kvalitní legislativy, která by vytvořila rovné podmínky pro všechny finanční produkty a byla skutečně schopna ochránit méně finančně znalé klienty před spekulanty.

otázky připravila Eva Brixí

Informace, které by neměly ležet ladem

Je mnoho novinek, které významně zasahují do života podnikatelů a firem. Ty, o nichž si můžete přečíst tentokrát pod hlavičkou CEBRE, jsou doajista vypovídající. Přinášíme vám je přímo od zdroje i s naším komentářem. Pála bych si, aby vám dobře posloužily.

Ponesou dovážené výrobky do EU označení Made In?

Europoslanci schválili 20. října během plenárního zasedání ve Štrasburku návrh povinného označování původu u vybraných výrobků dovážených ze třetích zemí do Evropské unie tzv. označení Made In. Členové Evropského parlamentu hlasovali o návrhu zpravidla Muscardiniové (IT, EPP Evropská strana lidová), jež pozměňuje původní dokument Evropské komise. Nařízení musí dále schválit Rada a vyjádřit se k němu národní parlamenty.

Návrh Nařízení Komise (COM 2005, 661 Final) vyžaduje uvádět původ u výrobků dovážených ze třetích zemí do EU určených koncovým spotřebitelům. Jedná se například o sklo, keramiku, nářadí, ale třeba i kontaktní čočky. Výrobky, na které se nařízení vztahuje, jsou vyjmenovány v příloze tohoto nařízení. Nařízení se nevztahuje na výrobky z EU, Turecka, Islandu, Lichtenštejnska a Norska, a jmenovitě na výrobky z ryb a akvakultury, a dále pak na osobní věci, které cestující převáží. Některé výrobky mohou být s ohledem na technické a obchodní důvody vyjmuty z tohoto nařízení, pokud je není možné označit. Je-li zboží zabalené, označení o původu by mělo být uvedeno i na obalu. Označení Made In společně s názvem země původu může být uvedeno v jakémkoliv oficiálním jazyce Evropské unie (tj. včetně češtiny) nebo v anglickém jazyce například Made in China (Vyrobeno v Číně).

Evropský parlament vyzval v pozměněných Komisi, aby na základě tzv. delegovaných (prováděcích) aktů vytipovala případy, ve kterých není možné zboží označovat, na jaké druhy zboží by se nemělo nařízení vztahovat, a stanovila způsob, jak řešit případy, kdy zboží není v souladu s nařízením. Komise také bude aktualizovat přílohu nařízení a zajistí minimální úroveň harmonizace pokud udělováných v členských státech v souvislosti s prováděním tohoto nařízení. Kontrolu budou zajišťovat celní orgány jednotlivých členských států. Údaje o původu by se měly vztahovat k nepreferenčnímu původu v souladu s články 22 a 26 Celního sazebníku Společenství. Tři roky, poté co nařízení vstoupí v účinnost, Komise zhodnotí dopady nařízení. Návrh musí být ještě schválen Radou, která je značně nejednotná. Rozhodnutí členských států lze očekávat až za několik měsíců. Poté co návrh schválí Parlament společně s Radou, bude nařízení aplikovatelné rok po zveřejnění v Úředním věstníku EU.

Budeme odvádět daně do rozpočtu EU?

Evropská komise 19. října představila Sdělení o revizi rozpočtu. Rada ji o to požádala v roce 2005. Sdělení uvádí, že současná pravidla rozpočtu EU neumožňují pružně reagovat na nepředvídané situace, zatímco mnoho složitostí ohrožuje jeho efektivnost a transparentnost. Z tohoto důvodu je nutné hledat nová

pravidla a principy pro následující rozpočtové období 2013–2020. Zároveň bude nutné vytipovat prioritní oblasti, do kterých by evropské peníze měly směřovat.

Rozpočtová revize (tzv. review) nenavrhuje, jak by měl vypadat budoucí rozpočtový rámec, ale navrhuje, jakým způsobem by se nový rozpočtový rámec mohl adaptovat na budoucí požadavky. Rozpočet by měl bezpochyby reflektovat závazky, které si stanovila Unie ve Strategii EU2020. Na evropské úrovni tak budou financovány oblasti, jako je rozvoj a vývoj, zelené technologie atp. Unie by také měla předem zhodnotit přidanou hodnotu jednoho vydaného eura na evropské úrovni a na úrovni národní.

V souvislosti s revizí se také dostalo na Společnou zemědělskou politiku, jejíž podíl činil v roce 1988 zhruba 65 % rozpočtu EU, dnes je to 40 %. Tento podíl by se měl ještě více snížit a být využit na tzv. zelené technologie. V oblasti regionálního rozvoje Komise navrhla vytvořit smlouvy o partnerství v oblasti rozvoje a investic založené na společném strategickém rámci. Rámec by nastínil investiční strategii, na jejímž základě by členské státy prezentovaly své rozvojové strategie zacílené na priority EU 2020. Jednalo by se o partnerství mezi Komisí a jednotlivými členskými státy na národní a regionální úrovni.

EU se zavázala, že zvýší svou rozvojovou pomoc na 0,7 % HNP, zároveň ale musí zlepšit koordinaci a správu, dosáhnout závazků v oblasti klimatických změn a zajistit efektivní podporu poskytování humanitární pomoci. Nový rozpočtový rámec si také bude muset posvítit na administrativní výdaje EU, které dnes činí 5,7 % rozpočtu EU.

Rozpočet EU představuje jen 2,5 % veškerých veřejných výdajů v EU. Nicméně ve spolupráci s Evropskou investiční bankou a za využití finančních nástrojů, jako například plánované eurobondy, by mohl rozpočet EU přilákat větší finanční zdroje, bez toho aniž by navyšoval zdroje vlastní. Posílení rozpočtu by mohlo být realizováno prostřednictvím 10letého finančního rámce s významnou revizí po pěti letech (5 + 5).



TOHLE JÍ DHROMNĚ SVĚDČÍ. DOMA NEUMĚLA HOSPODAŘIT, A TAK SE ĎALA NA PODNIKÁNÍ.

V roce 1988 členské příspěvky založené na HNP činily 10 % rozpočtu EU, dnes je to téměř 70 %. Nejenže to odporuje Římským smlouvám a Lisabonské smlouvě, ale také to více poukazuje na tzv. čisté přispěvatele do rozpočtu EU. Komise by tak ráda snížila příspěvky členských států založených na DPH, to však musí vyrovnat navýšením nebo stanovením nových vlastních příjmů. Mezi navrhovanými vlastními zdroji jsou například podíl na finanční transakční dani/dani z finančních aktivit, obchodování s emisními povolenkami, poplatek EU pro leteckou dopravu, separátní EU DPH, podíl na energetické dani nebo EU daň z příjmů právnických osob.

POZDNÍ PLATBY: 30 dnů na zaplacení faktur!

Evropský parlament schválil 20. října na plenárním zasedání ve Štrasburku standardní 30denní platební lhůtu pro splacení faktur. Cílem návrhu je zamezit dlouhým prodlžením zejména ze strany veřejných orgánů a všeobecně zlepšit platební morálku.

Opožděné platby jsou velkým celoevropským problémem. Dluh z odepsaných pohledávek se tento rok vyšplhal na 300 mld. eur. Podle studie Intrum Iustitia se v České republice platby od spotřebitelů i podniků zrychlily, avšak jejich struktura se zhoršila kvůli nepříznivé ekonomické situaci. Výrazně vzrostl podíl pohledávek nesplacených více než 90 dní (na 18 % z původních 10 %). V podnikatelských stycích se průměrná délka zdržení platby zkrátila o 4 dny na 15 dní. Průměrná délka zpoždění plateb se ve veřejném sektoru meziročně nezměnila a zůstala na 10 dnech. V rámci rizikovosti plateb se však ČR umístila až na 23. místě, s celkovou hodnotou indexu rizikovosti na úrovni 173. Pro srovnání Slovensko se umístilo na 17. místě s hodnotou indexu 162, Německo na 12. místě s hodnotou 153 nebo Finsko na prvním místě s hodnotou indexu 125.

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) se dotazovala 506 podnikatelů s 5–250 zaměstnanci na platební morálku v Čechách. Více než 94 % respondentů odpovědělo, že se setkává s problémy v platební morálce, přičemž nejčastějším projevem těchto problémů je pozdní úhrada pohledávky (84,5 %), dále dohoda o prodloužené době splatnosti (63 %), pouze částečná úhrada pohledávky (60 %) a neuhrazení pohledávky (58,8 %). Téměř polovina dotázaných uvedla, že pozoruje navýšení množství pohledávek po splatnosti v důsledku ekonomické recese; nejsilnější dopady vnímají firmy v oblasti strojírenství a informačních technologií. Česká republika je v otázce opožděných plateb stále podprůměrná a Směrnice o opožděných platbách by mohla situaci změnit.

Evropská komise předložila 8. dubna 2009 návrh revize směrnice o pozdních platbách (Směrnice č. 35/2000/ES z 8. 8. 2000). Některá klíčová

NÁŠ EXPORT SE OPROTI MINULÉMU ROKU ZDOVNÁSOBIL.



ustanovení současně směrnice jsou nejasná a obtížně aplikovatelná. Z tohoto důvodu je pro podnikatele složité se v případě pozdních plateb dožadovat jejich práva. Účelem nového návrhu je odradit dlužníky od pozdních plateb a poskytnout věřitelům takové prostředky, které jim umožní uplatnit jejich práva. O pozdní platbu se jedná tehdy, pokud je odběratel v prodlení se zaplacením faktury o více než 30 kalendářních dnů, není-li smluvně dohodnuto jinak. Pozdní platby nejvíce postihují malé a střední firmy (MSP), které se tak mohou dostat do druhotné platební neschopnosti. MSP navíc obvykle nevymáhají úrok kvůli neexistenci efektivních prostředků pro vymáhání opožděných plateb a strachu ze ztráty velkého „partnera“. Problematika pozdních plateb se netýká jen obchodování mezi podnikateli, ale především mezi podnikateli a orgány veřejné správy. Z tohoto důvodu Komise navrhla striktnější sankce pro veřejné orgány, a to 5 % sankci z dlužné částky a maximální 30denní lhůtu splatnosti. Placení úroku v případě prodlení je zachováno a jeho výše se nemění. Novinkou je však nárok na paušální náhradu administrativních nákladů vzniklých v důsledku opožděných plateb.

Jelikož se jedná o proceduru spolurozhodování, musí o návrhu společně rozhodnout Rada EU zastupující zájmy členských států a Evropský parlament. Evropský parlament rozhodl na říjnovém zasedání o standardní 30denní platební lhůtě. Ve vztazích mezi podnikateli a veřejnými orgány bude platit obecné pravidlo 30 dnů. Pokud si obě strany budou přát platební období prodloužit, bude to muset být „výslovně“ a „objektivně odůvodněno ve smlouvě s ohledem na zvláštní povahu nebo rysy smlouvy“. Za žádných okolností by ale neměla být překročena 60denní platební lhůta. Členské státy si mohou zvolit platební lhůtu až 60 dnů pro veřejné subjekty poskytující zdravotní péči.

pokračování na str. 14 ►

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

● Každý pátý se pojistí na webu

Zatímco dříve lidé uzavírali přes internet každou desátou pojistnou smlouvu autopojištění, dnes by si novou autopojistku tímto způsobem sjednalo téměř 20 % Čechů. Z průzkumu DIRECT Pojišťovny dále vyplynulo, že přestože zatím stále ještě převažuje obliba sjednávání pojistné smlouvy na pobočkách nebo u pojišťovacích agentů, podíl internetového prodeje na celkovém počtu uzavřených pojistek výrazně roste. Sjednání smlouvy přes internet u DIRECT Pojišťovny trvá pouhých sedm minut. ➔

● Garmin představil Edge 800

Společnost Picodas Praha, distributor navigačních přístrojů značky Garmin a výrobce navigačních map uvádí na trh cyklocomputer nové generace Garmin Edge 800 s integrovaným GPS přijímačem, dotykovým displejem a možností dohrávání podrobných map. Nejnovější model cyklocomputeru díky integrovanému přijímači GPS během jízdy na kole poskytuje a zaznamenává informace o rychlosti, vzdálenosti, času, pozici, výšce, teplotě a řadě dalších veličin. ➔

● Dvě třetiny Čechů pravidelně spoří

Spořivost je důležitou charakteristikou obyvatel České republiky – 67 % z nich totiž pravidelně spoří. Pravidelně spoří větší procento žen než mužů, ženy jsou také opatrnější na útratu peněz než muži. Spoření je oblíbené také v Rakousku, kde je zvyklých si pravidelně ukládat peníze 60 % obyvatel, na Ukrajině je to jen necelá třetina. To ukázal průzkum spořicího chování provedený v České republice, Rakousku a na Ukrajině společností IMAS International v roce 2010 pro skupinu Erste. ➔

● TECHO vyvinulo židli TWIST T20

Interiérová firma TECHO představuje novou kancelářskou otočnou židli, jež nabízí komfortní sezení a správné držení těla bez ohledu na výšku či váhu uživatele. Židli charakterizuje nová generace zádové opěry, která zádům odlehčuje při dlouhém sezení, a také moderní vzhled. Novou židli Twist T20 vyvinula společnost TECHO podle nizozemského designéra Hanse Verbooma, autora celé řady produktů společnosti TECHO. ➔

I z banky pod vánoční stromeček

Jakou radost přinést pod vánoční stromeček? Dárky mohou mít různou podobu, od zaplacené cesty na exotickou dovolenou, předplatné do divadla či fitka, keramický zvoneček pro štěstí vysněný fotoaparát nebo třeba nové bydlení, které vyplyne ze smlouvy uzavřené v Komerční bance. Inu přání a sny člověka jsou rozmanitá a finanční produkty mohou napomoci k jejich splnění. I na toto téma jsem hovořila s Radkem Beladou, šéfem marketingu pro retailové bankovníctví KB:

Myslíte si, že by si mohli dát třeba manželé úvěr pod stromeček? Nebyl by to černý humor?

Myslím, že v tomto případě by si manželé pod stromeček nedávali úvěr jako takový, ale to, co si díky tomuto úvěru pořídí. Pokud to bude něco, co jim udělá společnou radost delší dobu a nezapomenou při tom na své finanční možnosti, na černý humor určitě nedojde.

Budou-li si manželé chtít nadělit k Vánocům nové bydlení, KB jim k hypotečnímu úvěru nyní dá vánoční bonus 4000 Kč. Třeba na dárky...

V posledních měsících jste přišli s několika inovativními produkty – ty jsou před Vánocemi zvláště aktuální. Mohl byste připomenout jejich výhody?

V srpnu tohoto roku uvedla Komerční banka na trh nový úvěrový produkt Premium půjčku. Premium půjčka nabízí možnost získat až 2 500 000 Kč bez nutnosti zajištění, a navíc s atraktivní úrokovou sazbou od 8,9 % do 11,9 % p. a. (RPSN od 9,39%). Další výhodou je také pojištění schopnosti splácet, které Komerční banka k Premium půjčce poskytuje zdarma. V případě, že by klient chtěl Premium půjčku předčasně splatit, ať již částečně, nebo zcela, může tak učinit bez jakýchkoliv sankcí a poplatků.

U hypotečních úvěrů uvedla Komerční banka změnu u Flexibilní hypotéky. Ta nyní místo navýšení splátky nabízí možnost mimořádné splátky až 20 % z původní výše úvěru zdarma. Tuto možnost může klient využít vždy po 12 uhrazených splátkách. Dále si může svou pravidelnou splátku snížit až o 50 %, nebo splácení na 3 měsíce přerušit, případně na počátku začít splácet až po roce.

Lidé s vyššími příjmy dají často přednost řešení, které je sice finančně náročnější, ale na druhé straně jim ušetří dost času. I pro ně máte jeden produkt. Využívají ho?

Ano, právě pro tyto klienty je určena Premium půjčka. Vyřízení Premium půjčky není časově náročné a zároveň díky nízké úrokové sazbě je pro klienty finančně výhodná.

Komerční banka myslí na jednoduchost a úsporu času svých zákazníků nejen u Premium půjčky. Pokud si klient na svůj účet



Radko Belada, šéf marketingu pro retailové bankovníctví KB

do Komerční banky nechá posílat svůj pravidelný příjem po dobu delší 6 měsíců, má možnost získat úvěr bez nutnosti dokládat svůj příjem standardní cestou. Značně zjednodušené dokládání příjmu má možnost využít i v případě refinancování hypotečního úvěru z jiné banky.

Vypozorovali jste, oč začínám být v závěru letošního roku největší zájem? O úvě-

ry na nižší částky či na vyšší, ale třeba s kratší dobou splatnosti?

Nedá se jednoznačně říci, že by klienti měli zájem pouze o vyšší či nižší částky úvěrů. S blízkými se vánočními svátky předpokládáme navýšení počtu úvěrů sjednaných na nižší částky. Na druhou stranu díky uvedení Premium půjčky a navýšení limitů dalších spotřebitelských úvěrů v srpnu tohoto roku od té doby zaznamenáváme zvýšený zájem o úvěry na vyšší částky.

Kreditní karty se stávají stále oblíbenější – jaký limit na nich dnes nejčastěji bývá? A jaký je nejvyšší pro bonitní klienty?

Průměrný poskytnutý limit na osobních kartách je necelých 36 tisíc. Pro nejbonitnější klienty nabízíme kartu Platinum s limitem až půl milionu korun.

Opatrnosti nikdy nezbývá, říká se. A to platí i pro dobře situované zájemce o bankovní produkty a služby. Co by měli brát v úvahu právě tito lidé, aby se případně nedostali i oni do potíží se splácením?

Před sjednáním úvěrového produktu by si každý klient měl vždy dobře spočítat, zda bude schopen úvěr splácet a myslet při tom i na finanční rezervu pro neočekávané události. Pokud se již dostane do problémů se splácením, nebo pokud ví, že taková situace nastane, měl by neprodleně kontaktovat svého bankovního poradce a společně se pokusit najít optimální řešení problému. Zejména u vyšších částek půjček se vyplatí mít sjednaný produkt, který pomůže přechodné potíže řešit. Flexibilní hypotéka Komerční banky například umožňuje splácení až na 3 měsíce přerušit, případně snížit výši měsíční splátky.

otázky položila Eva Brixí

800 521 521
www.kb.cz

**Proměním
i vaše sny
ve skutečnost**

Jsem vaše KB Půjčka

- bez zajištění
- do 2,5 milionu Kč
- s možností předčasného splacení zdarma

**Úroková
sazba od
8,9 % p. a.***



KB

STROS – vyrobeno v Evropě

STROS®

Štitky takto nadepsanými jsou opatřeny stavebními výtahy pro osoby i náklad, výtahové speciály, nákladní výtahy, pracovní plošiny a závěsné lávky, s nimiž je možné se setkat na mnoha stavbách ve více než 40 zemích světa; od polárního kruhu až po tropy, od USA až po Singapur, česká technika nechyběla ani v Dubaji při budování nejvyšších budov světa, jeden ze speciálů používá kanadské námořnictvo při opravách a manipulaci s nákladem u obřích ponorek a velkých lodí.

Ano, to vše opouští brány akciové společnosti STROS – Sedlčanské strojímy, která se při svém vzniku v roce 1999 vydala cestou vývoje, výroby dodávek a montáží zdvihací techniky pro stavebnictví, aby navázala na tehdy již 39leté tradice strojírenské výroby státního podniku Sedlčanské strojímy.

Letos tak STROS oslavil půlstoleté výročí a měl tak příležitost k malému ohlédnutí za uplynými lety, v jejich počátcích se zde vyráběly pojezdny plošiny, pily, kompresory a jiná pneumatická zařízení, později i systémy potrubní pošty. Se vznikem konstrukčního oddělení se výrobní potenciál fabriky postupně rozšiřoval, zdejší sortiment se rozšířil o šnekové vykladače, pracovní plošiny a nejrůznější zdvihací zařízení pro stavebnictví včetně závěsných lávek používaných jako mobilní lešení.

Postupem času se zdejší strojímy staly pojmem ve svém oboru v rámci tehdejšího socialistického bloku a firma již koncem 80. let nabízela kompletní škálu zdvihací techniky pro stavebnictví. Vznik akciové

společnosti STROS v průběhu dlouhého procesu privatizace na konci 90. let byl našťastí provázen novými koncepčními řešeními ve výrobě zdvihacích zařízení a úspěšným hledáním nových odbytišť v zahraničí, zvláště v jihovýchodní Asii. Na přelomu tisíciletí se STROSu podařilo získat řadu nových partnerů takřka po celém světě a značka STROS se postupně stala významným hráčem na globálním trhu zdvihací techniky, kde dnes spolu se svými dvěma největšími konkurenty tvoří špičku v oboru.

Cesta STROSu strmo vzhůru nebyla, ač by se to mohlo zdát, nikterak snadnou a jednoduchou záležitostí. Jako v každém podnikání i v tomto případě stojí za úspěchem lidé, od vedoucích manažerů, konstruktérů, techniků přes obchodníky a „marketéry až po mistry, dělníky v řadě strojírenských profesí až po montéry působící ve výškách často v těžko představitelných klimatických podmínkách; za třeskutých mrazů i obrovských veder. „Lidé jsou u nás skutečně tou největší devizou,“ řekl v odpovědi na otázku, co lze považovat za hlavní předpoklad dlouhodobě úspěšného působení firmy, Ladislav Filip, výkonný ředitel společnosti STROS. „Mít konkurenčně schopné, tedy technicky dokonalé, a vysoce kvalitní a bezpečné výrobky a dokázat je na trzích ve světě uplatnit, vyžaduje obrovské penzum úsilí i finančních prostředků vynaložených na modernizaci výrobních kapacit, především obráběcích

strojů, kde nechybí laserová oddělovací technika, svařovací robot nebo nejmodernější obráběcí automaty řízené počítači. Spolu s tím bylo třeba zvládnout proces certifikace, a zejména zajistit nepřetržitý vývoj a inovaci produkce. „K tomu, aby se zdvihací mechanismy pohybovaly po stavbách celého světa, je nezbytné, aby všechny jejich části odpovídaly mezinárodním normám, a proto byla certifikace nejdůležitějších systémů, zejména zachycovače, tedy zařízení zabezpečujícího spolehlivé zastavení klece výtahu při krizových situacích, nezbytná. Například speciální výtahy STROS vyrábí podle evropské normy EN 81-1, amerického standardu ASME A17.1-2007/CSA B44-07 nebo ruského PB 10-558-03. Velkou výhodou těchto výtahů je absence strojovny umístěné na střeše budovy, navíc jsou konstruovány přesně podle požadavků a potřeb zákazníka. Jsou využívány v Evropě, USA, Kanadě i na Středním Východě stejně jako v Rusku a dalších zemích.

Každý z nich je konstrukčním unikátem, jako například 3,6tunový speciál pro kosmické středisko NASA, což svědčí o vysoké odborné erudici konstruktérů STROSu, která roste s každou novou zakázkou. Ta je navržena pro konkrétní stavbu, často s umístěním v takřka neuvěřitelných polohách a výškových podmínkách. Zdvihací zařízení se pohybují ve výškách až do 300 metrů a každé desítky metrů navíc vyžadují nové zkoušky funkčnosti a úpravy nejdůležitějších komponentů, zvláště již zmíněných zadržovačů zajišťujících jejich bezpečnost. Nové zakázky často provázejí i zvláštní požadavky na způsob ovládání, protipožární ochranu nebo práci ve výbušném či jinak nebezpečném prostředí. Zkrátka, za půlstoletí práce a zkušeností se stal STROS firmou, s níž musejí i špičky v oboru výroby a dodávek zdvihacích zařízení pro stavebnictví vážně počítat.

„V obchodní politice firmy se v posledních letech také mnoho změnilo,“ uvedl v rozhovoru na toto téma František Houska, obchodní ředitel společnosti



STROS. „Ruku v ruce s výrobou konkurenceschopných zařízení bylo třeba pružně reagovat i na změny v obchodních zvyklostech na trzích v různých částech světa včetně nových požadavků na služby zákazníků, jejichž požadavky rostou nejen s technickou náročností staveb a silící konkurencí. Proto jsme i my přišli se systémem zápuček stavebních zdvihacích systémů, které stavební firmy opakovaně využívají. Tato služba je spojena s kompletním servisem, systémem pravidelných prohlídek a obměnou komponentů v závislosti na stupni opotřebení. Je to tedy pro naše klienty výhodná možnost, která nás obohatila o novou aktivitu v oblasti péče o zákazníky.

Výrazné změny spojené se zvyšováním technické úrovně produkce i pronikáním na zahraniční trhy se promítly také do personální oblasti. Není divu, vždyť modernizace výrobního potenciálu firmy, vysoké požadavky na inovativní a kreativní práci konstruktérů, kde i rychlost sehrává významnou roli (mnohé zakázky vznikají do šesti týdnů od zadání), preciznost monáže, ale i hledání dalších odbytových možností na zahraničních trzích, což je doménou obchodních manažerů, to vše posouvá hranice firemní personalistiky daleko dopředu.

pokračování na str. 15 ►

VZDĚLÁVÁNÍ OTEVÍRÁ X MOŽNOSTÍ

PŘIPRAVÍME VÁS DOBRĚ!

VOX
kurzy, semináře
rekvalifikace
1. VOX a.s.
Senovážné nám. 23
Praha 1

IFRS – PŘEHLED NOVINEK V ROCE 2010 A PRO ROK 2011
30. 11. – 1. 12. 2010
KÓD: 004220 CENA: 7 068 Kč

MZDOVÉ AKTUALITY A ZMĚNY V ROCE 2011
9. 12. 2010
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Růžena Klímová
KÓD: 004440 CENA: 2 628 Kč

SVĚTOVÉ ÚČETNICTVÍ US GAAP/IFRS
7. – 11. 12. 2010
PŘEDNÁŠÍ: Robert Mládek
KÓD: 004330 CENA: 14 988 Kč

Petr Sládeček, MBA
Mgr. Petr Uherka, Dipl. Mgmt.
PRO VÁS

WORK - LIFE BALANCE V ČASECH KRIZE
26. 11. 2010
KÓD: 009810 CENA: 3 828 Kč

BYZNYSPLÁN PRO ŽIVNOSTNÍKY A MALÉ PODNIKY ANEB ZKOUŠKA NA „DEN D“
3. 12. 2010
KÓD: 009830 CENA: 3 828 Kč



Více informací na
WWW.VOX.CZ

Rozvojová spolupráce na portálu BusinessInfo.cz

Povědomí o významu a důležitosti zahraniční rozvojové spolupráce vzrůstá v posledních letech také mezi podnikatelskou veřejností. Tento trend reflektuje na portálu BusinessInfo.cz specializovaná rubrika s názvem „Rozvojová spolupráce“, která je součástí sekce Zahraniční obchod. Rubrika poskytuje informace o systému rozvojové spolupráce zejména České republiky a Evropské unie ve dvou samostatných podsekcích, přičemž důraz je kladen na možnosti zapojení českých podnikatelských subjektů do těchto systémů.

Hlavní rubrika „Rozvojová spolupráce“ obsahuje aktuální články s globální rozvojovou tematikou a také odkazy na internetové stránky mezinárodních rozvojových organizací a institutů (např. Skupina Světové banky či agentce OSN), regionálních rozvojových institucí (např. Africká rozvojová banka, Islámská rozvojová banka aj.), nebo odkazy na stránky vládních rozvojových agentur vyspělých zemí.

Podsekcce „Rozvojová spolupráce ČR“ přináší přehled o systému zahraniční rozvojové spolupráce (ZRS) České republiky. K dispozici jsou základní dlouhodobé právní dokumenty ZRS ČR, z nichž nejvýznamnější jsou zejména Zákon o zahraniční rozvojové spolupráci a humanitární pomoci (v platnosti od 1. července 2010) a Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na období 2010–2017, jež vymezuje formy, modality, finanční rámce a řízení ZRS ČR. Koncepce také nově definuje prioritní země české rozvojové spolupráce: mezi tzv. programové prioritní země (země s programem vzájemné spolupráce) patří Afghánistán, Bosna a Hercegovina, Etiopie, Moldavsko a Mongolsko, zatímco do skupiny tzv. projektových zemí (ve střednědobém horizontu budou realizovány rozsáhlejší rozvojové aktivity ČR) náleží Gruzie, Kambodža, Kosovo, Palestinská autonomní území a Srbsko. V rubrice jsou uvedeny odkazy na internetové stránky

relevantních českých rozvojových institucí, například Českou rozvojovou agenturu, Platformu podnikatelů pro ZRS či Odbor rozvojové spolupráce a humanitární pomoci MZV ČR.

Zahraniční pomoc EU je poskytována prostřednictvím širokého spektra regionálně nebo tematicky zaměřených programů, které jsou financovány ze zdrojů společného uniijního rozpočtu a z tzv. Evropského rozvojového fondu. O uniijní finanční prostředky na rozvojovou spolupráci se pochopitelně mohou ucházet také české podnikatelské i nepodnikatelské subjekty. Podsekcce „Rozvojová spolupráce a zahraniční pomoc EU“ přináší základní informace o systému, programech a finančních nástrojích zahraniční pomoci EU. K dispozici jsou také informace o možnostech účasti českých subjektů ve výběrových řízeních rozvojové spolupráce EU, praktický průvodce smluvními procedurami pro vnější akce EU či teritoriální rozvojové programy EU (priority Unie pro jednotlivé rozvojové země či regiony).

Aktuálně je v rubrice Rozvojová spolupráce na portálu BusinessInfo.cz zveřejněno dotazníkové šetření k problematice zahraniční rozvojové spolupráce. Dotazník byl připraven redakcí portálu BusinessInfo.cz ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvem zahraničních věcí ČR a Platformou podnikatelů pro zahraniční rozvojovou spolupráci. Jeho cílem je lepší komunikace mezi soukromým sektorem a veřejnou správou odpovědnou za prosazování zájmů ČR v oblasti zahraničního obchodu a rozvojové spolupráce; a zlepšení podmínek účasti českých nestátních subjektů v projektech zahraniční rozvojové spolupráce, zejména v programech vnější pomoci EU třetím zemím. Vyplněním dotazníku přispějí respondenti k lepším podmínkám českých subjektů v projektech zahraniční rozvojové spolupráce, zejména v programech zahraniční pomoci Evropské unie.



BusinessInfo.cz
Oficiální portál pro podnikání a export

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktujte nás

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

HLEDEJ

● Vyšší poptávka po Itálii

O lyžařské zájezdy je mezi Čechy tradičně vysoký zájem. Neckermann Cestovní kancelář sleduje oproti loňskému roku oživení a zároveň vyšší poptávku po dražších zájezdech – větší zájem je o Itálii, v Rakousku pak o dražší exkluzivní hotely na úkor levnějších penzionů. Tyto trendy potvrzují skutečnost, že Češi rok od roku požadují vyšší standard. Stále poptávají hotely s kvalitním zázemím, zejména wellness, vyžadují například i kvalitní gastronomii, kterou nabízí hlavně Itálie. ➡

● Kooperativa nezvyšuje sazby

Dobří řidiči v Kooperativě příští rok opět ušetří za povinné ručení. Pro rok 2011 Kooperativa nebude plošně upravovat pojistné sazby. Základní pojistné sazby se tedy nezmění. U všech klientů se bude ale důsledně uplatňovat bonus/malusový systém. Kromě bezezškodného průběhu pojištění ocení navíc i věrnost klienta. Pokud má klient u Kooperativy více pojistných smluv, pojistné na rok 2011 se mu v případě pojistné události zvýší méně, než klientovi pouze z jednou smlouvou. ➡

● Stop zdražování elektřiny

Zaměstnavatelské a podnikatelské svazy, asociace a sdružení i zahraniční komory podpořily při setkání s novináři ve své valné většině návrh Svazu průmyslu a dopravy ČR na snížení cen elektrické energie. Podle něho lze odvrátit nejhorší důsledky skokového zvýšení cen tím, že se mezi spotřebitele rozdělí prostředky v rozsahu 90 miliard z prodeje emisních povolenek na skleníkové plyny za roky 2013 až 2020. Návrh je nosným pilířem iniciativy Svazu pod názvem „Stop zdražování elektřiny“. ➡

● Vinaři objevili výhody EDI ORION

Již více než dvě desítky významných vinařských společností z Moravy a Čech využívají služeb EDI ORION od společnosti CCV Informační systémy, což reprezentuje většinu prodávaného vína z produkce domácích vinařských podniků, které je dostupné na pultech moderního maloobchodu. Mezi ně se zařadil také Znovín Znojmo, jeden ze tří největších výrobců tuzemského vína, který rovněž začíná využívat pro EDI komunikaci řešení EDI ORION. ➡

Stát nakoupí dobré nápady

Stát bude přímo nakupovat dobré nápady začínajících firem. Konkrétní plány na vznik nového fondu rizikového kapitálu chce Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR představit odborné veřejnosti na začátku příštího roku. Fond by měl začít s částkou zhruba 1,2 miliardy korun především ze zdrojů Evropské unie z Operačního programu Podnikání a inovace, do fondu ale přispěje i státní rozpočet a soukromí investoři.

„Stát bude prostřednictvím připravovaného fondu za předem jasně stanovených podmínek přímo nakupovat podíly v konkrétních inovativních projektech,“ upřesnil ministr průmyslu a obchodu Martin Kocourek a dodal: „Po čase pak stát svůj podíl v novém podniku prodá a peníze se v ideálním případě i se ziskem vrátí zpět do fondu, kde pomohou dalším začínajícím firmám. Hlavním cílem je překlenout mezeru mezi výbornými výsledky českého výzkumu a vývoje a mezi slabou schopností přesunout dobré nápady z výkresů na pulty obchodů.“

„Fond poskytne startovní finance na vývoj a komerční uplatnění produktu, pro který teprve vzniká firma, která jej bude prodávat,“ popsal principy nového fondu Petr Očko, ředitel sekce fondů EU Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, a upřesnil: „Takovýto seed fond v pojetí podporovaném Evropskou komisí představuje obvykle financování formou majetkového vstupu za předem jasně stanovených podmínek, a to zejména v oblasti strategického řízení, rozdělení zisku a následného odprodeje podílu.“

Petr Očko zároveň připomenul, že tento typ fondů už z principu počítá s tím, že určitý podíl podpořených firem na trhu neuspěje. Celkové riziko pro fond vedle pečlivého výběru nakupovaných firem snižuje to, že fond investuje pouze relativně malé částky, zato do většího počtu podniků. Evropská unie většinou podporu omezuje výší 1,5 milionu eur, tedy asi 37 milionů korun, na jednu firmu a rok.

Podobné fondy už fungují například ve Francii, v Itálii, na Kypru, v Litvě, v Lotyšsku, ale třeba také na Slovensku, v Polsku a v Maďarsku.

Podle ministra M. Kocourka je hlavním cílem pro založení fondu snaha ministerstva podnitit v České republice rozvoj ekonomiky založené na znalostech. (tz)

3M pro budovy: reprezentativní vzhled a maximální funkčnost

Aby budovy i po letech používání obstály všem požadavkům, které na ně moderní doba klade, je nezbytné jim věnovat náležitý přístup. Bez reflexe jejich stavu a potřeb zaměstnanců totiž mohou při práci působit značně rušivě a kontraproduktivně. Společnost 3M, leader na poli inovativních produktů, proto nabízí řadu pomůcek, pomocí kterých je možné zajistit reprezentativní vzhled a maximální funkčnost novostaveb i starších budov.

Výběr nového sídla společnosti či výrobních prostor je v mnoha ohledech totožný s přijímacím řízením na post manažera. Stejně jako budoucí zaměstnanec i budova musí disponovat příjemným vystupováním, potenciálem k růstu, přijatelným finančním ohodnocením a náležitými pracovními schopnostmi. Aby si mohla ale budova všechny tyto svoje vlastnosti udržet po celou dobu, musí o ni být náležitě pečováno.

Stavby totiž mají oproti lidem jednu zásadní nevýhodu. Jakmile si je jednou společnost vybere, záleží pak už zcela na ní, jak kvalitní bude její život. A protože budovy nemohou samy požadovat lepší pracovní podmínky ani pohrozit výpovědí, vedení jim často zapomíná věnovat adekvátní péči. Výsledkem pak bývá zhoršující se pracovní prostředí, vnitřní úpadek morálky, celkový pokles výkonnosti a špatná image společnosti v očích veřejnosti. Existuje přitom několik jednoduchých a efektivních postupů, jak z pracoviště udělat spokojeného a optimizmem nabitého kolegu.

První krok je rozhodující

Pro reprezentativní vzhled společnosti je zcela klíčový vstupní prostor budovy. Pokud je kolem dveří tak říkajíc „našlapáno“,

dává to všem přichozím jasný signál, že zde se na preciznost práce nehledí. To může ve výsledku znamenat nejenom ztrátu obchodních příležitostí od potenciálních partnerů, ale také snížení pracovní morálky zaměstnanců. Profesionální prostředí motivuje k co nejlepším výsledkům, avšak atmosféra benevolence má zcela opačný efekt. Značná část firem si naštěstí tento fakt uvědomuje, většina z nich ale volí nešťastnou cestu – pronájem rohoží. Delegovat externí firmu jejich správou se na první pohled jeví jako logický krok k úspoře času i peněz. Jak z ekonomického, tak i z praktického hlediska je tomu ale právě naopak.

V případě, že si společnost pronajme u zprostředkovatelské firmy rohož se sedmidenní obměnou, dosáhnou její roční náklady cca 30 000 korun. U čtrnáctidenních obměn zaplatí za rok o deset tisíc korun méně. Pokud si ale společnost zakoupí například rohož Nomad Basic s tříměsíční

životností, vyjde jí její roční provoz v průměru na 10 000 Kč. Při srovnání kvality použitých materiálů a vlastností přitom Nomad Basic za běžně pronajímanými rohožemi nijak neztrácí, ba naopak, v mnoha ohledech je překonává.

„Pronájem vstupní rohože může budit dojem nejsnazší cesty k jejímu pořízení a správě,“ popsala situaci Martina Lebedová z divize Budov a komerčních služeb společnosti 3M, známé především svými inovativními výrobky: „Primární hrozba však spočívá ve ztrátě kontroly nad situací. Zákazník je značně svázán například nemožností volně s rohoží nakládat, stejně jako velmi omezenou nabídkou pronajímatele. Přibližně 85 % nečistot a vlhkosti je do budov naneseno na podrážkách obuvi.

pokračování na str. 14 ►

3M

Osvobod'te své ruce s produkty Jabra

Inovativní společnost GN Netcom představila trhu v roce 2003 vůbec první bezdrátovou náhlavní soupravu na světě se zabudovanou funkcí umožňující vedení konferenčních hovorů. O rok později jako první certifikuje Bluetooth headset se specifikací 1.2 a každý následující rok přináší nové inovativní technologie a výrobky.

Jen v roce 2007 zamířila společnost GN Netcom na světové trhy s téměř dvacítkou nových produktů pod značkou Jabra, které uživatelé přijali s nadšením. Pod značkou Jabra vyrábí náhlavní soupravy pro uživatele v kontaktních centrech a kancelářích (divize CC&O) a druhá mobilní divize vyrábí produkty pro koncové uživatele. Jabra pravidelně představuje revoluční novinky, k nimž například patří bezdrátové náhlavní soupravy, dotykové displeje náhlavních souprav, které se na náš trh dostaly v loňském roce.

Velký potenciál produktů Jabra je ochuzen o malou znalost těchto produktů v České republice, zato v Americe nebo jiných zemích je tato značka velmi známá. Jedná se o mimořádně kvalitní produkty s integrovanými zařízeními pro použití zejména profesionálními uživateli v kancelářských prostředích nebo těmi, kteří si chtějí dopřát kvalitu a komfort. Patří k nim například náhlavní souprava Jabra PRO a Jabra Go s tripple připojením (pevná linka, IP softphone a mobilní telefon) a barevným dotykovým displejem.

Jabra GOTM 6470 je bezdrátová náhlavní souprava určená pro profesionály pracující čas-

to na cestách. Základna má dotykový displej a plug&play připojení k libovolnému telefonnímu systému. Podporuje širokopásmový zvuk a díky technologii Noise Blackout™ a SafeTone je dosažen krystalicky čistý zvuk a vysoké míry ochrany sluchu uživatele. Díky podpoře technologie Bluetooth® má mobilní sluchátko dosah až 100 metrů od základny.

Naproti tomu Jabra PRO 9470 je určena spíše pro pracovníky trávící více času v kanceláři. Vlastní náhlavní souprava je navržena s cílem poskytnout uživateli maximální pohodlí a špičkový zvuk při dlouhotrvajících telefonních hovorech. Základnu mají oba modely společnou – uživatel je tedy prostřednictvím jediné náhlavní soupravy připojen ke všem svým telefonům. A co především mohou uživatelé od zmíněných nových produktů očekávat? Nejen podle výrobce, ale zejména podle výsledků řady uživatele-

ských testů, lze ocenit především vysoký stupeň uživatelského komfortu, bezkonkurenční kvalitu, špičkový design a naprostou spolehlivost, která je u profesionálních náhlavních souprav Jabra samozřejmostí. Náhlavní soupravy Jabra Pro&Go jsou naprosto unikátní tím, že díky přehlednému dotykovému displeji poskytují uživateli kontrolu nad všemi svými hovory. Průvodce SmartSetup navíc provede uživatele krok za krokem zapojení náhlavní soupravy a její nastavení se provede automaticky. Celkově jsou tyto modely navrženy s cílem maximálně usnadnit a zefektivnit zákaznickou komunikaci.

Jabra Pro&Go jsou vybavené nejnovějšími zvukovými technologiemi. Od předcházejících se odlišují zejména mikrofony nové koncepce, jak všesměrové pro klidnější prostředí, tak s omezením šumu pro středně hlučná a hlučná prostředí. Technologie Noise Blackout využívá dvojici mikrofonů, které na základě vzdálenosti od zdroje detekují a eliminují šum pozadí, čímž se dosahuje maximální srozumitelnosti mluveného hovoru. Obě soupravy je možno používat s mobilním telefonem. Ma-

A BRAND BY

GN Netcom

Jabra®

nažerí trávící více času na cestách budou jistě volit model Go, který je speciálně navržen pro optimální funkci volání z automobilu, na ulici a podobně. Tento model je navíc možno používat ve verzi bez základny, pouze s cestovní nabíječkou, a je tedy vhodný zvláště pro uživatele, kteří v kanceláři tráví skutečně minimum času.

Modelová řada Pro&Go je postupně doplňována o nové modely a další funkcionalitu. Tyto náhlavní soupravy jsou kompletně řízeny softwarovou aplikací Jabra PC Suite, takže uživatel má přístup k volným updatům, díky kterým mu GN Netcom bude novou funkcionalitu postupně zpřístupňovat.

Současnou žhavou novinkou mezi náhlavními soupravami je Jabra GOTM 660 připojitelná k mobilními telefonu s podporou technologie Bluetooth a k osobnímu počítači, kde bezdrátové spojení zajistí přiložený Bluetooth adaptér Jabra Link™ 320 USB. Uživateli tak stačí jediný headset, pomocí něhož lze telefonovat jak z mobilního telefonu, tak i přes nejrozšířenější VoIP softwarové klienty do vzdálenosti až 10 metrů od základny. Zařízení disponující délkou hovoru až 5,5 hodiny a 10,5denním pohotovostním režimem bylo vyvinuto pro profesionály, kteří se často pohybují v terénu.

Jiří Novotný

EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

Projekt INOVACE – VÝZVA I, Evidenční číslo projektu: 4.1 IN01/131
„Realizace soustrojí pro paroplynový cyklus do výkonu 50 kW spalováním nízkokalorických plynů např. bioplyn“

GASCONTROL

výrobce, který hledá nová řešení

Firma GASCONTROL, společnost s r.o., je nejen tradičním výrobcem plynových zařízení, ale aktivně usiluje i o získání nových trhů v zahraničí. Tyto aktivity se neobejdou bez inovací, kterými firma reaguje na specifické požadavky zákazníků v těchto teritoriích. Jedním z takových příkladů je i realizace projektu Inovace „Realizace soustrojí pro paroplynový cyklus do výkonu 50 kW“, případně vyšších, které slouží k výrobě elektrické energie

Naše činnosti:

- Dodávky a servis plynárenských zařízení
- Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu
- Plynové a expanzní turbíny
- Plynovody, speciální práce na plynovodech, jiné produktovody
- Průmyslové klimatizace a chladicí systémy
- Důlní investiční a technologické celky
- Výstavba a rekonstrukce kotelen a výměníkových stanic
- Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
- Výstavba a servis CNG stanic, přestavba vozidel

GASCONTROL, společnost s r.o.
Nový Svět 59a/1407
735 64 Havířov-Suchá
tel.: 596 496 411
fax: 596 412 397
gascontrol@gascontrol.cz
www.gascontrol.cz

Včasná nezávislá technická kontrola jako prevence vad a poruch na stavbách a záruka kvality

Vážení čtenáři, obsahem následujícího příspěvku je propojit teoretickou představu o kvalitě stavby s její aplikací do praxe, čímž bych ráda vystihla podstatu a důležitost včasné, pro objektivnost nepostradatelné, nezávislé technické kontroly, jako hlavní faktor při prevenci vad a poruch na stavbách a záruky kvalitního provedení staveb.

Z praxe je známo a řada odborných studií toto i potvrdila, že řada nedostatků a problémů vzniklých při výstavbě vyjde najevo, až když je hotový sled činností, ucelená část nebo celý realizační proces. Reakce na ně jsou opožděné a někdy i nepřesné, neboť se obtížně odhalují příčiny jejich výskytu.

Investoři neustále zvyšují požadavky na kvalitu stavebních prací a staveb. Stavební firmy se musejí tomuto trendu v rostoucí konkurenci přizpůsobit. Jinak se dostanou do značných potíží při získávání zakázek. Zhotovitel musí již v rámci soutěže o získání zakázky respektovat požadavky objednatele na kvalitu stavby.

Zabezpečení kvality ve stavebnictví je pro zhotovitele do budoucna klíčovým parametrem. Kvalitu, dle dikce normy, lze definovat jako souhrn vlastností výrobku nebo služby, které vyjadřují jejich schopnost plně uspokojovat požadavky odběratele.

V současnosti se stává jedním z rozhodujících činitelů při hodnocení úrovně firem na trhu a souvisí s požadavkem na zvyšování jejich konkurenceschopnosti.

Výsledným produktem stavebního procesu je stavební objekt nebo jejich souhrn, tedy stavba. Jde o nákladný výrobek s mnohaletou životností, vyžadující dlouholetou spolehlivost a funkčnost všech jeho součástí. Proto je třeba věnovat zabezpečení kvality stavebního díla velkou pozornost. Rozhodujícími kritérii kvality stavby jsou vysoká spolehlivost a životnost stavebních konstrukcí, vysoký standard uživatelských parametrů a minimální náklady na provoz a údržbu.

Plán kvality stavby, kontrolní a zkušební plán

Rozhodujícím podkladem pro zajištění jakosti na stavbě a provádění technických kontrol na stavebních objektech je plán kvality a jeho významná součást – kontrolní a zkušební plán včetně vstupní, mezioperační a výstupní technické kontroly, které jsou zároveň podkladem pro předběžné prověření dokončenosti a kvality prací. Plán kvality stanovuje specifické postupy při souhrnném zajišťování jakosti na dané stavbě. Kontrolní a zkušební plán určuje druh technických kontrol a zkoušek, jejich četnost, způsob provedení a dokumentaci, odpovědnost a případně jiné nezbytné údaje, související s kontrolní a zkušební činností při realizaci stavby.

Pracovníci technické kontroly jsou schopni vytvořit „technologický postup“ s technickým návodem pro podmínky konkrétní stavby a „kontrolní zkušební plán“, který obsahuje „jízdní řád“ kontrolních zkoušek prováděných v průběhu stavby.

Kvalitu stavebního díla ovlivňuje i výše nákladů na jeho pořízení. Zkušenosti ukazují, že výdaje na opravu nekvalitních výrobků jsou zpravidla vyšší než náklady vynaložené na preventivní péči o kvalitu díla. Přínosem zabezpečení kvality je mimo jiné úspora z menšího počtu reklamací a image firmy.

Kontrola ověřující kvalitu staveb zahrnuje činnosti, kterými se má prokázat kvalita jeho konstrukční a funkční spolehlivosti, splnění celospolečenských požadavků i smluvních nároků investora na realizované dílo. Kontrola kvality začíná již před začátkem realizace stavby. Je velmi výhodné využít ne-



závislého subjektu, který bude provádět technické kontroly, již v přípravné fázi výstavby. To vyloučí řadu chyb, jejichž odstranění při provádění stavby by bylo náročné a nákladné.

V průběhu výstavby je kontrola zaměřena především na kontrolu technologické kázně při provádění všech stavebních prací a na kvalitativní kontroly realizovaných procesů. Všechny kontroly musí probíhat v souladu se schváleným kontrolním a zkušebním plánem. Nezbytnou součástí této činnosti je i důsledná evidence všech výsledků kontrol a zkoušek a jejich záznam do stavební dokumentace. Mezioperační kontrola v průběhu výstavby má být organizována tak, aby preventivně zabraňovala vzniku vad a poruch nebo alespoň zabránila jejich přenášení do dalších operací. Její hlavní úlohou je zajištění kvality stavebního díla přímou kontrolou všech fází výroby.

Výsledná kvalita stavby je dána komplexní péčí o kvalitu na všech úrovních řízení a ve všech fázích výroby. Technická kontrola je jen jednou, ale nepostradatelnou, součástí této komplexní péče. Měla by být co nejbližší k výrobnímu procesu, přitom však musí mít dostatečnou míru nezávislosti pro posuzování nápravných opatření. Z důvodu vyloučení střetu zájmů a zajištění nezávislosti klademe důraz a doporučujeme, aby technickou kontrolu prováděl subjekt, který není ve smluvním nebo jiném vztahu s ostatními účastníky výstavby zodpovědnými za provedení stavby. A dále v případě technických kontrol na stavbě jednoznačně platí, že subdávatel technických kontrol je levnější než vnitropodniková složka.

Nejdůležitější součástí péče o kvalitu je určení a zajištění činností, které kvalitu ovlivňují, a tou je technická kontrola. Technická kontrola je inženýrskou činností, která zahrnuje činnosti technického a technologického dozoru při provádění stavebního díla. Rozsah inženýrské (technické, kontrolní a zkušební) činnosti je dán především smluvními podmínkami mezi objednatelem



této činnosti a vykonavatelem technického dozoru.

Většinou zahrnuje tyto činnosti:

Technologickým dozorem (kontrolní a zkušební činnost) se rozumí:

- průběžné, pravidelné provádění kontrolní činnosti dodržování kvality prováděných prací podle projektu stavby,
- provádění zkoušek použitých stavebních materiálů (betonových směsí, kameniva, zeminy...)
- kontrola provedených stavebních prací
- zhotovení fotodokumentace kontrolovaných míst
- provedení výstupní technické kontroly provedených prací
- zpracování zprávy o provedené kontrolní činnosti.

Inženýrskou činností (v rámci technického dozoru) se rozumí:

- seznámení se s podklady, podle kterých se připravuje, resp. zajišťuje provádění stavby, obzvláště s projektovou dokumentací,
- výkon funkce stavebního a technického dozoru investora osobní účastí pověřených zaměstnanců vykonavatele na stavbě. Provádí se zejména kontrola kvality prováděného díla, jeho soulad s prováděcím projektem a obecnými i vnitropodnikovými předpisy,
- účast na předání a převzetí staveniště,
- spolupráce s projektantem stavby a s jeho pracovníky, kteří vykonávají autorský dozor, při zajišťování souladu realizovaného díla s projektovou dokumentací,
- spolupráce s projektantem a se zhotovitelem při provádění nebo navrhování opatření na odstranění případných vad projektové dokumentace,
- kontrola vedení stavebního deníku,
- kontrola postupu prací a dodržování termínů podle časového plánu,

- kontrola těch konstrukcí a částí díla, která budou v dalším postupu zakrytá nebo se stanou nepřístupnými,
- kontrola potřebných listinných podkladů od zhotovitele týkajících se stavby díla a prokazujících jeho jakost,
- účast na kontrolních dnech během realizace,
- účast na jednáních o odevzdání a převzetí díla – stavby,
- kontrola odstraňování vad a nedodělků zjištěných při přebírání díla v dohodnutých termínech,
- zajištění spolupráce s objednatelem po dokončení stavby a při reklamaci vad díla.

Řízení a kontrola kvality je trvalý, prakticky nikdy nekončící proces. Tato zásada v podstatě vystihuje základní filozofii přístupu ke kvalitě.

V případě, že zhotovitel podcení význam včasné a nezávislé technické kontroly, nevyužije možnosti technických kontrol či investor výkonu technického dozoru a na stavbě dojde v průběhu výstavby nebo po ukončení výstavby k vadám nebo poruchám, je zhotovitel a investor postaven před problém, který si žádá rychlou reakci a řešení. V této fázi mohou zhotovitel a investor využít znalostí technických expertů a znalců v rámci expertizní a znalecké činnosti, která zahrnuje především problematiku identifikace vad staveb a stavebních konstrukcí.

Problematika identifikace vad staveb a stavebních konstrukcí, a pohled na činnost expertů a znalců ve stavebnictví bude předmětem některého z dalších příspěvků ve vámi oblíbeném periodiku.

Ing. Eva Kadlecová, ředitelka odboru znalectví a stavební expertízy společnosti QUALIFORM, a.s. ➞

Pozn.: Článek je zpracován s použitím odborné literatury.

premium
PROSPERITA.INFO

Mapa stránek

Stát se členem

Kontaktuje nás

Dočtěte si na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Na 1600 zachráněných životů

Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR (ZP MV ČR) zaznamenala v letošním prvním půlroce strmý nárůst počtu provedených preventivních prohlídek. Jen na rakovinu tlustého střeva a konečníku (vyšetření na okultní krvácení) se nechalo vyšetřit celkem 27 522 klientů pojišťovny, tedy o 7 799 lidí více, než ve stejném období loňského roku. Přes 1600 z nich si tak možná zachránilo život. Jejich nález byl sice pozitivní, ale tím, že vyšetření neodkládali, mají velkou naději na vyléčení. ➞

Vouchery přitahují firmy do Brna

Přes devadesát firem již získalo inovační voucher. Čtyři z nich navíc zamířily do brněnských inkubátorů. Ostravská společnost Taurid Ostrava s.r.o. v Brně zřídila díky strategické spolupráci s univerzitou svou pobočku. Inovační vouchery, které primárně podporují spolupráci firem a výzkumných institucí, přinášejí i další pozitivní efekty. Firmy se přesvědčily, že spolupráce s univerzitami, zejména Masarykovou a Vysokým učením technickým v Brně, jim přináší konkurenční výhodu. ➞

Zásobníky RWE jsou připraveny

Společnost RWE Gas Storage, největší provozovatel podzemních zásobníků plynu v České republice, je připravena na zimní topnou sezonu 2010/2011. Od 12. října již zásobníky RWE zahájily dodávky plynu do plynárenské soustavy ČR. Všechny podzemní zásobníky jsou plné a celková skladovací kapacita ve výši 2,371 miliard m³ je připravena pro potřeby zákazníků z řad dodavatelů plynu a obchodníků. Zásobování českých domácností a firem by tak nemělo být v zimě ničím ohroženo. ➞

Třicet miliard korun přes internet

Internetový srovnávač cen Srovname.cz, který umožňuje porovnání cen zboží internetových obchodů, očekává, že letošní tržby internetových obchodníků dosáhnou 30 miliard korun. Služeb internetových srovnávačů cen letos využije při nákupu vánočních dárek přibližně 20 % nakupujících. Díky cenovým srovnávacím tak obchodníci utrží v roce 2010 okolo 6 miliard korun. Denně využije služeb internetových porovnávačů cen v ČR okolo 250 000 zákazníků. ➞

BIOBAL dává plastovým obalům ekologický rozměr

Obaly z plastů nemají u ekologicky citlivé veřejnosti dobrou pověst. Ne zcela právem, protože nové materiály se mohou pochlubit nejen vynikajícími užitnými vlastnostmi, ale i tím, že nezatěžují životní prostředí. Jak to s moderními obaly je, jak s nimi nakládat a kam směřuje vývoj, o tom jsme si povídali s ředitelem společnosti Oskar plast, s.r.o., Filipem Linkem.

Mají obaly z plastů stále své místo na trhu a neodměřuje se jim už čas do neodvratného konce?

Bez obalů z plastu to nejde a nepůjde ani v budoucnu – své místo na trhu rozhodně mají. Hlavním důvodem jsou jejich bariérové vlastnosti, tedy pevnost a schopnost zabalené produkty co nejlépe chránit. Prakticky nenahraditelné jsou při balení potravin, které udržují co nejdéle čerstvé. Na druhou stranu jich s největší pravděpodobností bude objemově ubývat. Nové technologie umožňují neustálé ztenčování síly fólií při zachování stejných technických vlastností. V praxi to například znamená, že zákazníkovi doporučíme používat namísto 100mikronové jednoduché fólie fólii vícevrstvou o síle 70 mikronů. Přestože je kilogramová cena vícevrstevných fólií o něco vyšší, zákazník takto ušetří až 20 % nákladů za obaly a také za prostory potřebné na skladování díky většímu počtu produktů na jedné paletě. Snížením celkového objemu produktů je zároveň důležitým faktorem při snižování objemu emisí výfukových plynů při přepravě. Důležitou roli budou hrát i opakovatelné obaly například u odnosných tašek. Ve vyspělých státech Evropy je naprosto standardní, že si lidé své nákupy ze supermarketů odnášejí například v textilní tašce, kterou si vozí v autě.

Pokud říkáte plastovým obalům ano, pak to zřejmě platí jen o těch materiálech, které kombinují vysokou užitnou hodnotu a minimální zátěž pro životní prostředí. Jakou cestou jde Oskar plast?

Naše společnost OSKAR plast dodává na trh OXO-degradabilní plasty, neboli OXO plasty pod značkou BIOBAL. Málokdo ví, že se standardní plastové obaly v přírodě



ředitel společnosti Oskar plast, s.r.o., Filip Línk

rozkládají doslova stovky let. Díky aditivům v OXO plastech se rozpad urychlí za určitých podmínek až na jeden rok. Na rozdíl od tzv. BIO plastů, tj. obalů z rostlinného škrobu, není třeba navyšovat sílu fólie, aby splňovala pevnostní požadavky zákazníka. Obaly z rostlinného škrobu musí být často až několikanásobně silnější, aby dosahovaly stejných vlastností jako standardní obaly, což má negativní dopad na životní prostředí právě v několikanásobně zvýšené exhalaci výfukových plynů při jejich přepravě. Nemluvě o několikanásobné spotřebě energie potřebné pro výrobu takových produktů.

Prakticky stejná negativa mají i obaly z papíru. Do jednoho kartonu se vejde například 2000 mikrotenových tašek nebo 200 tašek papírových. Na převoz papírových tašek potřebujeme tedy 10x více nákladních aut na silnicích. Nespornou výhodou OXO plastů

je i jejich cena, která zdražuje standardní produkty maximálně o 20 %. Cena obalů pouze z rostlinného škrobu je tak vysoká, že se s nimi prakticky nesetkáme. Většina BIO plastů jsou pouhou kombinací standardních polymerů z ropy a rostlinného škrobu, nicméně i jejich cena je výrazně vyšší než u běžných obalů.

Oskar plast nabízí zákazníkům unikátní službu pravidelného kontrolování kvality. Můžete blíže popsat způsob, kterým se parametry obalů měří a vyhodnocují?

Zákazníkům nabízíme služby kvalifikovaného měřicího technika, který zboží zákazníka zváží, změří, zjistí jeho tloušťku. Následně pomocí výpočtů z dat, které měřeními získal, vystaví protokol o měření, ze kterého je zřejmé, zda zákazník skutečně dostává to, co si objednal. Součástí kontroly kvality bývá i technický rozbor materiálu obalů, které přicházejí do styku s potravinami. Objektivitě našeho měření umocňuje

certifikace nezávislé auditorské společnosti. Tuto službu vnímáme jako nutnost pro narovnání kvality obalů na českém a slovenském trhu. Bohužel, až v 70 % případů zjišťujeme, že zákazníka dodavatel obalů podvádí. Zákazník v podobě maloobchodního řetězce si například objednává sáčky na ovoce o síle 8 mikronů, ale dodavatel dodává sáčky 6 mikronů. Dodavatel takto prakticky eliminuje seriózní konkurenty a zákazník platí za sáčky o 25 % více. Kvalita těchto sáčků je často tak špatná, že musí zákazník supermarketu řešit nepříjemné propadávání kusů ovoce na zem.

Je potěšitelné, že ve společnosti stoupá „ekologická gramotnost“ a lidé si rádi připlatí za BIO-obaly, vyhledávají recyklovatelné materiály a dávají přednost nákupním taškám z biologicky odbouratelné suroviny. Přesto často nemají jasnou představu, co je nejlepší řešení a jakým způsobem se chovat k přírodě co nejšetrněji. Čím mohou k osvětě přispět výrobci obalů?

Sami výrobci obalů by se měli uvědomit, že je třeba se chovat k přírodě šetrně a dávat to jasně najevo v komunikaci se zákazníky. OSKAR plast říká: snižujeme spotřebu obalů – použijeme kvalitnější a tenčí fólie díky novým technologiím, použijeme opakované obaly v případech, které to umožňují, a v neposlední řadě dodáváme co nejvíce ekologických produktů na trh, tedy OXO plastů.

připravil Pavel Kačer



S „fíglem“ na zápach z odpadu

NCH

Pro provozy, kde je přítomnost tuků a dalších látek v odpadech příčinou přetrvávajícího zápachu, již existuje řešení. Je jím technologie biologického čištění odpadních vod, která vznikla před rokem v USA a díky firmě NCH Czechoslovakia spol. s r. o. se objevila i na našem

trhu. Princip je přitom jednoduchý. Bakterie musejí pro svůj metabolismus všechny organické látky nejprve rozložit na základní stavební jednotky. Pomocí přístroje BioAmp se bakterie oživují a množí, a posléze se vypouštějí do odpadního systému, kde dokáží štěpit tuky, cukry, bílkoviny, celulózu a další produkty. Zmíněný BioAmp je přitom jen nevelkou plechovou skřínkou, v níž se bakterie připravují ke své plánované pouti odpadním systémem. Je napojena na přívod elektřiny, vody a odpadní systém – a tento malý zázrak dokáže změnit zápachající provozy v příjemné pracoviště. Kromě toho využívání BioAmp ušetří také nemalé peníze až dosud vynakládané na čištění a dezinfekci odpadů. A kde všude může toto zařízení účinně pomáhat? V potravinářských, zvláště masozpracujících provozech, v zázemích restaurací, zkrátka všude tam, kde je zápach z odpadů nepříjemným a tvrdšíjším problémem.

text a foto Jiří Novotný ☞



V svoboda tisku!
KONICA MINOLTA
efektivně tiskne a tiskne

DÍKY OPTIMALIZOVANÉMU TISKOVÉMU SYSTÉMU KONICA MINOLTA JSEM STAROSTI O FIREMNÍ TISK

ODPÁLILA.

Dlouho jsem si lámala hlavu s tím, proč v naší firmě neúměrně rostou náklady na tisk. Proto jsem se rozhodla zavést optimalizovaný tiskový systém KONICA MINOLTA. Od té doby je s neohospodárným tiskem i kopírováním konec a naše firma ušetřila téměř 30 % nákladů. Jediné, co skutečně platím, je cena za čtenou a správně vytištěnou stránku.

KONICA MINOLTA už osvobodila celou řadu manažerů od starostí s firemním tiskem a je s dvěma miliony bezchybně vytištěných stran denně jedničkou na trhu tisku.

www.svobodatisku.cz


SDA
CIA

credium
CRÉDIT AGRICOLE GROUP


Svaz dovozců automobilů a Sdružení automobilového průmyslu
ve spolupráci s generálním partnerem společností Credium
vyhláší 17. ročník ankety Auto roku 2011
v České republice.

ZVOLTE AUTO ROKU 2011 V ČR

A VYHRAJTE CENY ZA VÍCE NEŽ 750 000 Kč

Hlasovat může každý občan ČR starší 18 let. Hlasujte pomocí hlasovacího lístku nebo na internetu na www.autoroku.cz. Doplnkem je dětská výtvarná soutěž. Hlasovací lístky i dětské kresby s označením kategorie doručte na adresu AUTO ROKU, P.O. BOX č. 3000, Kačkova 19, 160 41 Praha 6 nejpozději do 12. 12. 2010.

1. cena

Poukázka v hodnotě

600 000 Kč

k nákupu jednoho z nominovaných vozů.



2.–5. cena

Sada kol Dotz Freeride za

15 000 Kč



6.–15. cena

Přenosná navigace

Garmin nüvi 1300 CR Lifetime za

2500 Kč



S doživotní bezplatnou aktualizací map ČR

16.–25. cena

Oil Castrol za

2000 Kč



Ceny v dětských kategoriích

I. kategorie do 10 let-téma:

Jedeme v autě se zvířátkem

II. kategorie 11-15 let-téma:

Bezpečná jízda autem

1. místo: ceny značky Bose v hodnotě 12 000 Kč

2. místo: ceny značky Bose v hodnotě 10 000 Kč

3. místo: cena značky Bose v hodnotě 8000 Kč

Každý mladý výtvarník obdrží drobnou pozornost



Profincujeme kandidáty
soutěže Auto roku 2011 v ČR.

www.credium.cz

credium
CRÉDIT AGRICOLE GROUP

Hlasovací lístek⁰⁴

ZA AUTO ROKU 2011 V ČR POVAŽUJI V KATEGORIÍ:

VYPLŇTE VŠECHNY KATEGORIE, JINAK LÍSTEK NEBUDE ZAŘAZEN DO SLOSOVÁNÍ

Vozy nižších tříd

SUV

MPV

Vozy vyšších tříd

Sportovní vozy

www.autoroku.cz

Jméno Příjmení

Ulice a čp.

Město PSČ

E-mail Váš podpis

Prosíme o vyplnění nepovinných údajů:

Vlastním automobil ano ☐ ne ☐

Značka/Model Rok výroby

U kterého prodejce bych si koupil/a vůz

Odesláním anketního lístku poskytnete pořadající agentuře souhlas se zpracováním osobních údajů podle posledního článku úplných pravidel soutěže. Vyplněný anketní lístek laskavě doručte do 12. 12. 2010 na adresu: Auto roku, P.O. BOX č. 3000, Kačkova 19, 160 41 Praha 6. Hlasovat můžete i na internetu na www.autoroku.cz, kde zároveň najdete i pravidla soutěže.

HLAVNÍ PARTNEŘI

wüstenrot
Pro váš lepší pocit

AEZ
WWW.ALCAR.CZ

PARTNEŘI

SHERLOG

Continental

AUTO SALON
READ MOTED TAKA
4.-9. 6. 2011

Castrol

Desjoyaux
BAŽENY

INTER ACTION
VYBAVENÍ AUTOLAKOVEN

THE LINDE GROUP
Linde

FASTBOX
...pro lidi
v pohybu.

Gakaho s.r.o.
investment
rent a car
building

BOSE
Better sound through research®

BRAND
GROUP

GARMIN

VOZY NIŽŠÍCH TŘÍD



Alfa Romeo Giulietta



Audi A1



Chevrolet Spark



Citroën C3



Citroën DS3



Honda CR-Z



Lexus CT 200h



Nissan Micra



Suzuki Kizashi



Suzuki Swift

SUV



BMW X3



Dacia Duster



Hyundai ix35



Jeep Grand Cherokee



Kia Sportage



Mini Countryman



Mitsubishi ASX



Nissan Juke



Porsche Cayenne



Volkswagen Touareg

MPV



Fiat Doblo



Ford C-MAX



Hyundai ix20



Kia Venga



Mazda 5



Nissan Cube



Opel Meriva



Peugeot 5008



Seat Alhambra



Volkswagen Sharan

VOZY VYŠŠÍCH TŘÍD



Audi A7 Sportback



Audi A8



BMW řady 5



Infiniti M



Jaguar XJ



Saab 9-5



Volvo S60

SHERLOG®
VAŠE AUTO
ZŮSTANE VAŠE
www.sherlog.cz

SPORTOVNÍ VOZY



Maserati GranCabrio



Mercedes-Benz SLS AMG



Peugeot RCZ



Renault Wind



Renault Mégane CC

wüstenrot
Pro váš lepší pocit

POJISTÍME
VŠECHNY
KANDIDÁTY
ANKETY
A NEJEN JE...

www.wustenrot.cz

Elegance i v zimě
2010-2011

AEZ **DEZENT** **ENZO**

AEZ Yacht

ALCAR

Kvalitní litá kola vhodná pro zimní provoz za akční ceny
... a s homologací pro ČR

GENERÁLNÍ
MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

PRÁVO

S AUTO.CZ

HLAVNÍ
MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

automobil

PROFIT

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

T3 **FORGOLF** **Truck & Business** **KOKTEJL** **AUTOMAKERS** **STRELECKÁ revue** **vesmír**

FLOTILA **AUTOSPORT & TUNING** **Podnikatel** **pneurevue** **Technický týdeník** **Pěkné bydlení** **ČESMAP BOHEMIA**

Prosperita **auto** **4x4** **caravans** **yacht** **AutoRoadCZ** **evo** **Trucker**

Autoservis Autobazar **ČESKÝ INZERT** **zdraví** **SUPERMOTO** **FLORA** **flying revue** **MOTOR INZERT**

Design&Home **Caravan** **Yachting** **AUTO WITK.CZ** **auto forum.cz** **můj dům** **CUCINA ITALIANA** **VINO & STYL**

Ve světě se prosadil

TOS Varnsdorf a.s. jde houževnatě a odvážně

Akciová společnost TOS VARNSDORF patří mezi největší světové výrobce obráběcích strojů. Od roku 1903, kdy byla firma založena pod jménem Strojírny Arno Plauert, do dnešního dne vyrostla ve velký strojírenský podnik známý po celém světě. V loňském roce dosáhly jeho celkové tržby výše 2 miliardy Kč a hrubý hospodářský výsledek byl ve výši téměř 229 milionů Kč.

V současnosti se firma se 453 zaměstnanci zabývá vývojem, výrobou a prodejem obráběcích strojů. Jedná se o stolové a deskové horizontální vyvrtávačky, horizontální a portálová obráběcí centra, speciální stroje a příslušenství. Tento sortiment doplňuje široká nabídka služeb určených pro podporu zákazníků při celém cyklu nákupu, výroby a užívání obráběcích strojů (např. technologická podpora, školení, prodej náhradních dílů, opravy, generální opravy a modernizace).

Více než 80 % svých produktů firma exportuje. Hlavními trhy jsou EU a Rusko. Soustředí se však i na nová perspektivní teritoria, jako jsou Čína, Indie, Rusko a Brazílie. V roce 2005 založila v provincii Yunnan s čínským partnerem společný podnik na výrobu a prodej vybraných strojů na

čínském trhu, a to pod názvem TOS Kunming. Tato firma vyrábí podle dokumentace varnsdorfské společnosti a s využitím jejích klíčových komponentů obráběcí stroje, které jsou zařazeny v kategorii HI-TECH. Po náběhu výroby se objem tržeb na čínském trhu pohybuje cca v objemu 500 milionů Kč za rok. Kromě výroby a obchodu se společný podnik podílí i na vývoji nových obráběcích strojů určených pro čínský trh.

V souladu s touto hlavní aktivitou zamýšlí TOS VARNSDORF vybudovat vlastní distribuční síť a servisní středisko v čínské provincii Jiangsu. Proto se letos na jaře obrátil na agenturu CzechTrade a jejího zástupce v Šanghaji Aleše Červinku. Zástupce varnsdorfské společnosti Pavel Dyntera využíval tři měsíce službu „dlouhodobá exportní asi-

stence“ (DEA). Protože se tato praxe osvědčila, rozhodlo se vedení firmy o prodloužení DEA o další tři měsíce a od srpna Pavel Dyntera opět využívá šanghajskou kancelář CzechTrade jako svou základnu. Pokračuje v rozšiřování obchodní sítě zástupců, zajišťuje technickou podporu stávajících instalací, účastní se tendrů apod.

Podle plánu by do konce roku by měla být vybudována obchodní síť. „Velmi si vážíme pomoci odborníků CzechTrade, kteří našim pracovníkům v Číně poskytli nejen podporu a servis, ale dokázali připravit i kvalitní marketingové podklady pro volbu umístění této aktivity a výběr vhodných partnerů,“ zhodnotil situaci předseda představenstva TOS VARNSDORF Jan Rýdl.

(tz)



BusinessInfo.cz třetí v soutěži WebTop 100

V letošním devátém ročníku soutěže firemních internetových prezentací WebTop100 uspěla agentura CzechTrade s portálem BusinessInfo.cz, který dosáhl v poměrně silné konkurenci na bronzovou příčku v kategorii Služby.

„Nacházíme se v období, kdy se portál BusinessInfo.cz připravuje na zcela nový kabát. Proto nás velmi mile překvapilo, že i se stávajícím řešením můžeme v této soutěži uspět. Svědčí to o tom, že se snažíme i přes technická omezení současného systému o maximální servis podnikatelům,“ komentoval úspěch vedoucí projektu Radek Ježdík a pokračoval: „Účastí v této soutěži jsme chtěli získat zejména

na kvalitní zpětnou vazbu od odborníků, která nám pomůže v dalším rozvoji portálu.“

Projekt WebTop100 pořádá konzultační agentura Dobrý web ve spolupráci s generálním partnerem, společností IBM Česká republika.

Portál BusinessInfo.cz je od roku 2001 oficiálním zdrojem informací pro podnikatele. Gestorem projektu je Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, koordinací a realizací je pověřena agentura CzechTrade.

kompletní výsledky soutěže WebTop100

naleznete na <http://www.webtop100.cz/soutez/vysledky>

Zachráněných 300 milionů

Začalo to jako skvělý obchod a skončilo dlouholetými právními spory, které až teď ukončila mezinárodní arbitráž ve Vídni.

Nestává se příliš často, aby se český výrobce výrazně prosadil na složitém a vysoce konkurenčním trhu USA. A tak když Škoda Ostrov získala koncem roku 1997 kontrakt na dodávku komponentů pro 220 standardních a 30 kloubových trolejbusů pro San Francisco, byla to celkem oprávněně velká sláva. Aby se však mohl celý obchod realizovat, musela plzeňská Škodovka založit v USA společný podnik s místní společností. Domluvila se s AAI Corporation (AAI) a jejich společná firma dostala jméno Electric Transit, Inc. (ETI). Ta uzavřela se Škodou Ostrov smlouvu o dodávkách komponentů pro montáž trolejbusů a s městem San Francisco smlouvu o dodávkách zkompletovaných trolejbusů. V souvislosti se smlouvou mezi Škodou Ostrov a ETI vystavila Česká exportní banka (ČEB) s po-

jištěním EGAP záruku za závazky českých exportérů a americká pojišťovna AIG zase vystavila dvě záruky pro případ, že by ETI neplnila své závazky vůči americkým subdodavatelům.

Při zakládání ETI však došlo, zpětně viděno, k zásadní chybě. Ačkoliv měla plzeňská Škodovka v této firmě majoritu, přenechala celé řízení společnosti v rukou svého partnera, tedy AAI. A ten toho patřičně využil.

Koncem roku 2003 požádal pojišťovnu AIG o výplatu ze záruk s odůvodněním, že ETI, kterou manažersky ovládal, mu nezaplatila za dodaný materiál a služby. Tento požadavek řešil příslušný soud v San

Franciscu, a protože se spor nevyvíjel ve prospěch pojišťovny AIG, uzavřela tato s AAI dohodu o narovnání ve výši 18 milionů USD a následně začala vymáhat tuto částku po plzeňské Škodovce, toho času již v konkurzu, a také po Škodě Ostrov. Obě to odmítly, a tak se AIG obrátila na ČEB, která na začátku vystavila za obě Škodovky záru-

ku pojištěnou EGAP. Vzhledem k tomu, že mezi ČEB, EGAP a AIG nedošlo k dohodě o způsobu čerpání a výši čerpané částky, podala AIG začátkem roku 2009 žalobu na ČEB u rozhodčího soudu ve Vídni.

Právní bitva vrcholila. Přestože AIG investovala do sporu prostředky adekvátní její síle a postavení, nepodařilo se jejímu týmu právníků prokázat nároky ze záruky za závazky českých exportérů pojištěné EGAP. Zábrana pojistných událostí je zpravidla velmi složitá a časově náročná činnost. V tomto případě však přineslo mnohaleté úsilí expertů EGAP a ČEB nad očekávání pozitivní výsledek, neboť se podařilo odvrátit hrozbu výplaty pojistného plnění v rozsahu výrazně přesahujícím 300 milionů korun. Tyto peníze zůstanou v pojistných fondech EGAP a umožní pojistit český vývoz v hodnotě 4 miliard korun.

A trolejbusy? Ty v San Franciscu bez problémů jezdí a rozhodně nám nedělají žádnou ostudu.

**Ing. Vlastimil Nesrsta
EGAP**

ŽĐAS v Číně s CzechTradem

Akciová společnost ŽĐAS se sídlem ve Žďáru nad Sázavou zahájila svoji výrobu před téměř šedesáti lety. V současné době má na 2500 zaměstnanců a objem výroby za rok 2009 představuje zhruba 150 milionů eur. Společnost patří do skupiny firem Železiarne Podbrezová Group, jejímž lídrem je přední světový výrobce trubek ŽP a.s. Podbrezová. Součástí této skupiny je i firma TS Plzeň, jejímž vlastníkem je právě ŽĐAS.

Program firmy ŽĐAS je zaměřen na výrobu tvářecích strojů, kovacíh lisů a manipulatorů, zařízení na zpracování železného šrotu, inspekčních a rovnacích linek, odlitků, výkovků, ingotů a nástrojů především pro automobilový průmysl. Moderní základna projekce a vývoje společně s mezinárodními certifikacemi jsou zárukou kvality a spolehlivosti. Výroba probíhá ve vlastních halách se strojním vybavením k provádění těžkého i lehkého obrábění, montáže a testování jednotlivých výrobků.

Společnost je úspěšným exportérem. Své výrobky vyváží do více než 50 zemí světa. Samozřejmě kromě tradičních evropských zemí jsou to především Čína, Indie a Japonsko, v posledním roce se prosadila s výrobky metalurgie v Argentině.

Právě v Číně se značka ŽĐAS stala za posledních deset let velmi známou. Mezi významné dodávky patří například linka na výrobu automobilových ventilů s lisy pro firmu Chongqing Sanai Hailing, před nedávnem dokončili specialisté realizaci kovacího manipulatoru pro Wuhan Heavy Industry Casting and Forging, v září expedovali lis do Changcheng Special Steel do Jiangyou. „I když při akvizicích a získávání kontraktů spolupracujeme s našimi čínskými zástupci, velmi se nám právě v Číně osvědčila spolupráce s agenturou CzechTrade,“ informoval obchodní ředitel Stanislav Hrdina. „Například vloni při podpisu kontraktu na dodávku lisu pro Changcheng Steel, kdy nás čínský partner upozornil na změnu daňových předpisů týkajících se uvalení daně na služby spojené s montáží u zákazníka, jsme nutně potřebovali rychlou informaci o této skutečnosti. Tehdejší ředitel kanceláře CzechTrade v Chengdu Ivan Vyroubal nejenže získal kompletní znění předpisu, ale zároveň našel vhodného místního daňového poradce, který nám pomohl celou záležitost úspěšně vyřídit,“ dodal.

Letos se společnost rozhodla vybudovat své zastoupení v Šanghaji. Využila nabídku agentury CzechTrade na zřízení kanceláře v rámci jejích prostor. „I když jsme měli nabídek více, CzechTrade jsme vybrali z důvodu nabízených služeb a podpory na místním trhu. Faktorem, který ovlivnil naše rozhodnutí, byl i přístup agentury, jmenovitě ředitele jejího šanghajského zastoupení Aleše Červinky. Naším cílem je urychlit reakci na poptávky, snadněji organizovat akviziční cesty a zajistit přítomnost našeho zástupce přímo v Číně. Věříme, že v mnoha případech ušetříme za výjezd technika z české centrály. Očekáváme, že se nám podaří získat další projekty a spokojené zákazníky na tak významném trhu,“ uvedl Stanislav Hrdina.

(tz)

Servis CzechTrade

POCZ201058216	Německo	22. 10. 2010	12. 01. 2011	bohumiil.sevcik@czechtrade.cz	Německá firma má zájem o nízkotlakové lití komponentů.	➡
ZANA201005963	Německo	22. 10. 2010	22. 04. 2011	helen.grueter@hartkopfcie.de	Německá firma hledá obchodní zastoupení v oblasti kychyňských potřeb, spotřebičů i nábytku pro ČR i SR. U zájemců o spolupráci se očekává minimálně několikaletá zkušenost v oblasti prodeje např. kancel.nábytku, koupelnových doplňků aj.	➡ ➡
POCZ201058237	Belgie	19. 10. 2010	18. 01. 2011	bert.vanrossen@hotmail.com	Belgická firma má zájem o spolupráci v oblasti zpracování kovů a povrchové úpravy kovů – mokrými nátěrovými hmotami/práškovými, stabilizovanými ve vypalovací peci.	
POCZ201058243	Tchaj-wan	21. 10. 2010	20. 01. 2011	catherine@kstore.com.tw	Firma K`Store Biochem poptává plasty a chemikálie – PET, poly ethylen-glykolu aj.	
POCZ201058275	Pákistán	21. 10. 2010	20. 01. 2011	kamishowbiz@yahoo.com	Pákistánská firma poptává použitý textil, odpad i použité el. motory.	➡

Další poptávky na www.premium.prosperita.info

HLEDEJ

Výsledky Exportního výzkumu DHL

CzechTrade naznačují oživení českého exportu

V říjnu byly zveřejněny výsledky již 19. vlny Exportního výzkumu DHL CzechTrade, který provedl přední poskytovatel komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu, společnost GfK Czech. Průzkumu se letos zúčastnilo pět set zástupců nejvýznamnějších českých firem zabývajících se exportem.

Exportní výzkum DHL CzechTrade dlouhodobě mapuje názory nejvýznamnějších českých vývozců na aktuální události nejen v České republice, ale i v zahraničí. Cílem výzkumu je zjistit trendy, očekávání a názory exportérů v oblastech vývoje exportu, klíčových trhů pro české exportéry, aktuálních událostí s možným vlivem na export, sebedůvěry českých exportérů, faktorů a podmínek exportu z ČR a jejich hodnocení.

Výsledky 19. vlny Exportního výzkumu DHL CzechTrade naznačují, že oblast českého exportu zažívá po útlumu v loňském roce opětovné oživení. Celkem 40 % respondentů odpovědělo, že se jejich firmě exportní objem podařilo oproti roku minulému zvýšit. U dalších 35 % nedošlo k žádné změně. Pouhá čtvrtina firem pak odpověděla, že jejich exportní objem zaznamenal pokles. Optimistické jsou rovněž vize budoucího hospodaření. Téměř polovina všech oslovených

očekává nárůst exportního objemu v následujících dvanácti měsících. „Vývoj indexu exportního sebedůvěry naznačuje, že se českým firmám opět začíná dařit. Podobné tendence registrujeme také u našich klientů,“ řekl Luděk Drnec, obchodní ředitel společnosti DHL Express. Výzkum také zjistil, že majorita českých exportérů se domnívá, že hospodářská krize se již chýlí ke konci. „Jen 31% respondentů se domnívá, že krize potrvá déle než 1 rok a pětina exportérů si dokonce myslí, že krize již je zcela za námi,“ dodal L. Drnec.

Z geografického pohledu zůstává pro české exportéry nejvýznamnější oblast států Evropské Unie. Další relativně významnou oblastí je Rusko a země bývalého Sovětského svazu. Podmínky pro export v ČR zůstávají přibližně stejné jako před rokem; myslí si to více než dvě třetiny respondentů. Většina z nich se také domnívá, že k žádnému zásadnímu

zlepšení či zhoršení podmínek v budoucím roce nedojde.

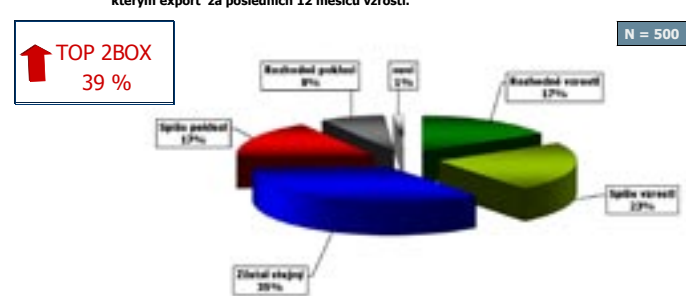
„Letošní vlna Exportního výzkumu ukazuje, že hospodářská krize velmi ovlivnila zejména chování klientů. Zaregistrovali jsme také zvýšené tendence k úsporám nákladů. Na druhou stranu, mnoho exportérů označilo za pozitivní aspekty krize získání nových klientů a snížení nákladů na dodavatele,“ sdělil Richard Hospodský, ředitel expertních služeb společnosti GfK Czech.

Významnou pomoc českým exportérům nabízí agentura CzechTrade. „Bez mála 40 % respondentů využilo služeb našich zahraničních

kanceláří. Nejvíce exportérů oceňuje naše aktivity v oblasti vyhledávání nových obchodních kontaktů, které patří ke klíčovým individuálním asistenčním službám pro české firmy v zahraničí,“ konstatoval Ivan Jukl, generální ředitel CzechTrade. (tz)

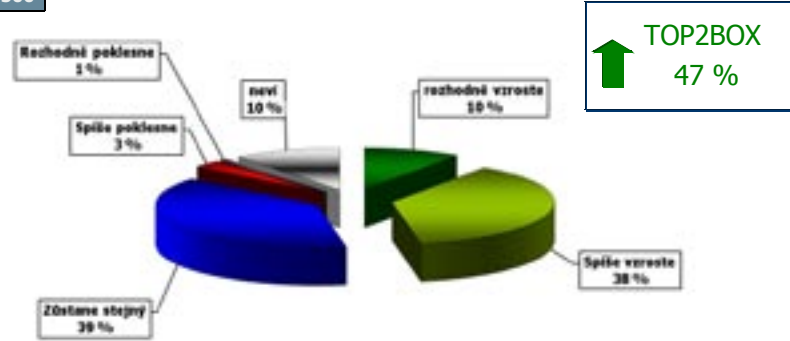
Objem exportu Vaší firmy za posledních 12 měsíců celkově vzrostl, zůstal stejný, nebo poklesl?

Ve srovnání s podzimem 2009 došlo k výraznému nárůstu počtu respondentů, kterým export za posledních 12 měsíců vzrostl.

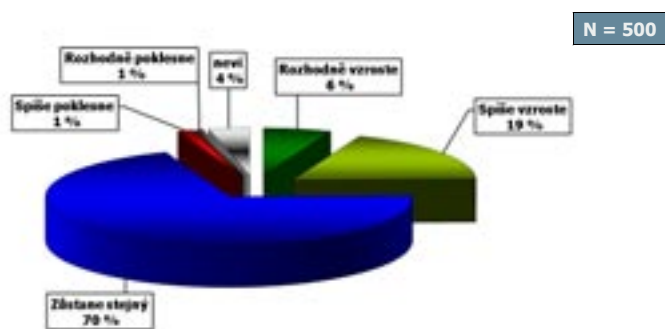


Objem exportu Vaší firmy v příštích 12 měsících, ve srovnání s posledními 12 měsíci, vzroste, zůstane stejný, nebo poklesne?

N = 500



V příštích 12 měsících, počet zemí, do kterých bude Vaše firma exportovat, vzroste, zůstane stejný, nebo poklesne?



Gascontrol Group – vývoj a inovace s podporou EU



Mieczysław Molenda, ředitel společnosti GASCONTROL, společnost s r. o.

Jedním z důvodů vzniku seskupení sesterských firem GASCONTROL, společnost s r. o., se zaměřením na energetiku a plasty v rámci skupiny Gascontrol Group, bylo sjednocení vývojových a inovačních aktivit, získání podpory financování projektů z evropských fondů a vybudování společného výzkumného centra pro energii a plasty.

Jak se tato myšlenka podařila postupně uvést do života a co vše na poli vědy, výzkumu a inovací lidé z Gascontrol Group dokázali, bylo tématem našeho rozhovoru s Mieczysławem Molendou, ředitelem společnosti GASCONTROL, společnost s r. o.:

Zajímavých inovačních projektů jste v průběhu uplynulých let uskutečnili řadu, můžete je připomenout?

V oblasti projektů podporovaných Evropskou unií jsme realizovali, případně inovovali, některé z našich stávajících produktů. Jednalo se o odori-

zační zařízení, expanzní turbínu, DAMEOD s dálkový přenosem informací, ale také v oblasti plastů různé druhy materiálů od samodegradčních až po staticky vodivé.

Na realizaci projektu zaměřeného na vývoj nových balících materiálů z odbouratelných plastů se podíleli rovněž rakouští a slovenští vývojáři. V čem spočíval jejich přínos?

Spolupráce se zahraničními partnery přináší vždy nové pohledy, a tak posouvá technické řešení projektu dále, než se původně očekávalo. Spolupráce se zahraničními partnery nám pomohla provést speciální zkoušky s využitím jejich zařízení. Důležitým prvkem každého projektu je splnění cíle, lépe řečeno jeho dosažení, což většinou představuje konkrétní výrobek a k tomu přispívá možnost využití větší technické základny zahraničních partnerů.

V rámci projektu DAMEOD, tedy dálkového měření odorantu – pachové složky v zemním plynu – vzniklo stejnojmenné zařízení, které vás proslavilo i v zahraničí. Čím je tak unikátní a zajímavé?

U projektu DAMEOD se jednalo o naši nabídku možnosti získávat průběžné informace o kritických hodnotách sítě jejich provozovateli, a to jak v oblasti bezpečnosti pro zákazníky (stupeň odorizace), tak v oblasti tlakových poměrů při dané teplotě v měřené oblasti, což následně umožňuje přijímat opatření k nápravě. Toto zařízení je schopno přenášet i jiné informace dle potřeby. Jeho výhodou je také to, že

nepotřebuje žádnou síť a pracuje z energie fotovoltaických článků.

O vašich expanzních turbínách využívajících tlakových rozdílů v regulačních systémech rozvodů zemního plynu k výrobě elektrické energie se mezi odbornou veřejností také hovoří s respektem. Nicméně, v čem spočívá problém v prodeji přebytku elektřiny do rozvodné sítě?

Problémem expanzních turbín využívajících tlakového spadu v regulačních stanicích plynu je nízká výkupní cena takto vyráběné elektrické energie, která činí 1,04 Kč/kWh, přičemž z toho 0,04 Kč/kWh činí podpora této ekologické energie. Přes veškerá jednání s Energetickým regulačním úřadem, která probíhají více než dva roky, se nám nepodařilo dosáhnout vyšší výkupní ceny. V této věci nám byla sdělena jako příčina nutnost podpory fotovoltaiky s konstatováním, že 0,04 Kč/kWh je podpora dostatečná. Při takto nízké výkupní ceně je tato ekologicky čistě vyráběná elektrická energie z důvodu návratnosti nerealizovatelná. Cena by se musela pohybovat na úrovni výkupu elektrické energie z větrných elektráren.

V průběhu let 2008 až 2009 jste uvedli do života projekt Profese zaměřený na specifické zvyšování kvalifikace vašich pracovníků. Čeho se zde podařilo dosáhnout?

Tento projekt nám pomohl ke zvýšení kvalifikace středního i vyššího managementu. Vzhledem k tomu, že český průmysl má nejmenší výkonnost v oblasti středního managementu, tak tyto projekty ji umožňují zvyšovat, a to tak, aby bylo možné dosáhnout účelně na zvýšení produktivity práce a stejně tak i její kvality.

Projekt Marketing jste realizovali v letech 2007–2008. Na co se zaměřil a s jakými výsledky?

Tyto projekty mohou pomáhat konkurenceschopnosti, a to při podpoře účasti na zahraničních výstavách. Nicméně jsou natolik zatížené byrokracií, že se stávají neefektivními, a my bychom se po zkušenosti s nimi do podobného projektu již nezapojili.

V rámci společnosti Gascontrol Plast, a. s., jste v průběhu dvou let budovali za podpory evropských fondů výzkumné centrum pro energii a plasty. V jakém stadiu se projekt nachází a jaký přínos má jeho existence pro celou skupinu?

Projekt Potenciál výzkumného centra pro energii a plasty by měl být ukončen v závěru března 2011. Tento projekt umožňuje rozšířit oblast výzkumu v plastikařském i energetickém oboru. Veškeré vybavení, které k tomu bylo pořízeno, dává možnosti zkoušek v oblasti profilů, trubek i desek. V energetice pak umožňuje posouvat stávající technologie dopředu s využitím spolupráce se zahraničními partnery jak z Evropské unie – tady mám na mysli Slovensko, Německo, Polsko, tak i s partnery z USA.

za rozhovor poděkoval Jiří Novotný



Zajímavé novinky DIRECT Pojišťovny

DIRECT Pojišťovna představila v polovině září zajímavé novinky v oblasti pojištění motorových vozidel, z nichž například služba AutoHELP rozhodně snese označení převratná novinka na českém trhu. Na bližší podrobnosti jsme se zeptali Jána Čarného, generálního ředitele DIRECT Pojišťovny, a. s.:

Jaký je princip AutoHELP?

Pro klienty znamená služba AutoHELP velké zjednodušení v procesu likvidace pojistné události. Pokud se řidič s uzavřeným povinným ručením u DIRECTu stane účastníkem dopravní nehody, kterou nezavinil, nemusí se již díky naší unikátní službě AutoHELP obracet na pojišťovnu viníka, ale vše za něj vyřídíme my, tedy DIRECT Pojišťovna. Škodu zlikvidujeme, vyplatíme mu pojistné plnění a poté vše dořešíme s pojišťovnou viníka nehody. Jednoduše řečeno, našeho klienta nenecháme zbytečně čekat a peníze mu vyplatíme standardně do dvou dnů od likvidace nehody.

A jak tuto novou službu vnímají samotní klienti?

Zájem ze strany klientů předčil naše očekávání. Od 13. září, kdy jsme AutoHelp uvedli na trh, je o tuto službu velký zájem. U téměř 90 % zájemců přispěla k jejich rozhodnutí uzavřít autopojištění u DIRECT Pojišťovny. V rámci naší zákaznické linky každý den odpovídáme na množství dotazů týkajících se AutoHELPu. Lidé se nejčastěji ptají na podmínky sjednání a princip fungování služby.

To však není jediná novinka. Co dalšího budou moci vaši klienti využívat?

Mezi podzimní novinky DIRECT Pojišťovny patří nejen služba AutoHELP, ale také zvýhodněné sezonní autopojištění nebo pojištění motorových vozidel s územním krytím pouze pro Českou republiku. Sezonní

autopojištění využijí řidiči, kteří nevyjíždějí na silnice v zimních měsících, konkrétně od prosince do února. Smlouva je přitom platná po celý rok, motoristé tedy nemusejí odevzdávat registrační značky do depozitu. Územní krytí pouze pro Českou republiku je pak vhodné pro řidiče, kteří jezdí jen na tuzemských silnicích.

Kolik tedy přesně mohou díky novinkám ušetřit?

Řidiči, kteří jezdí jen v sezoně nebo výhradně na území České republiky, mohou ušetřit 9 % z ceny povinného ručení a 13 % z ceny havarijního pojištění.

Do konce roku si lze zdarma pojistit bonus za bezškodní průběh havarijního pojištění, a jakou cenu asi klienti uhradí po prvním lednu 2011?

Po skončení akční nabídky bude pojistné tohoto produktu odvozeno jako procentní částka z pojistného sjednaného povinného ručení či havarijního pojištění. Pojistné se tedy bude pohybovat v závislosti na ceně povinného ručení či havarijního pojištění. Pro představu, ochranu bonusu si bude moci klient pořídit již od zhruba 50 Kč.

Díky filozofii, dát vždy něco navíc, se DIRECT Pojišťovna stala nejdynamičtější se rozvíjející pojišťovnou na českém trhu. Co konkrétního tuto filozofii dnes naplňuje a jak se vyvíjelo portfolio pojištěnců?

Na základě naší strategie a podpoře a zá-

jmu klientů se DIRECT Pojišťovna dva roky po sobě stala vítězem ocenění pro Nejdynamičtější pojišťovnu roku v rámci soutěže Banka roku. Také statistiky České asociace pojišťoven potvrzují, že patříme mezi nejrychleji rostoucí neživotní pojišťovny na trhu. Klíčem k úspěchu jsou inovace. Každý rok se snažíme oslovit klienty produktovými novinkami a dalšími vylepšeními. V letošním roce to jsou již zmíněné novinky v autopojištění, jako např. AutoHELP a také nedávno uvedené nové cestovní pojištění.

Pro výpočet pojistného používá DIRECT Pojišťovna nejvíce parametrů, což umožňuje šít ji na míru a v mnohém ji klientovi zvýhodnit. Není z tohoto důvodu uzavření pojištění složitou a zdlouhavou záležitostí?

Uzavření pojistky u nás trvá několik málo minut, je to rychlé, pohodlné, a navíc cenově výhodné. Díky tomu, že pro výpočet

není opěrné a pohybové soustavy, včetně problémů kardiovaskulárního systému.

Okna jako nejslabší článek

Achillovou patou většiny budov jsou její okna. Trendem dnešní industriální architektury je výstavba takových budov, které v podstatě postrádají vnější zdi a celá stavba se tak jeví jako skleněný monolit. Výsledný efekt navenek působí vzletným a otevřeným dojmem prostředí, v němž je radost pracovat. Uvnitř ale může být situace zcela opačná.

„Prosklené budovy jsou za normálních okolností podobné skleníkům, v nichž je teplota závislá na aktuálních klimatických podmínkách,“ vysvětlil Kamil Richter a dodal: „Neschopnost skla efektivně izolovat teplo z radiátorů, či naopak jeho vlastnost propouštět dovnitř většinu slunečního záření a teploty v horkých letních dnech nutí společnosti vynakládat každoročně enormní sumy na provoz klimatizace a nadměrný výtop. Pomocí moderních fólií je přitom možné dosáhnout rapidního snížení těchto výdajů ekologickou a elegantní cestou.“

Pomocí solárních fólií 3M Scotchtint, které se jednoduše nalepí na prosklené plochy, je možné odstínit až 82 % slunečního tepla a až

být prodloužena v případě zvláště složitých zakázek, ale pouze tehdy, pokud věřitel výslovně souhlasil a za předpokladu, že není dohoda výrazně v neprospěch věřitele.

Zprávu předložila Evropskému parlamentu jako „konsolidovaný pozměňovací návrh“ zpravodajka Evropského parlamentu Barbara Weilerová. Její zpráva získala širokou podporu od všech politických skupin (612 pro, 12 proti a 21 členů se zdrželo hlasování). O návrhu však ještě musí rozhod-



Ján Čarný, generální ředitel DIRECT Pojišťovny, a.s.

pojistného používáme nejvíce parametrů ze všech pojišťoven v Česku, můžeme každému klientovi garantovat, že získá pojištění šité na míru a za spravedlivou cenu.

za rozhovor poděkoval Jiří Novotný

www.direct.cz

► pokračování ze str. 7

Jedná se zhruba o 0,58 gramu na osobu za suchého dne a až desetkrát více za mokra. Adekvátní výběr rohože, která je zcela přizpůsobena intenzitě návštěvnosti a charakteru místa, je proto klíčový pro její správnou funkčnost.“

Častým argumentem pronajímatelů je potřeba čištění rohože, jež vzniká její koupí. Tento problém je přitom paradoxně výhodou. Moderní vstupní rohože je totiž možné čistit i za pomoci vlažné vody a běžného saponátu, zcela dle aktuálních potřeb a přání majitele. Tím odpadá potřeba netrpělivého odpočítávání dnů, které zbývají do výměny pronajaté, již značně opotřebované a nečistotou nasáklé rohože.

Pohodlí při práci

S podlahou budov se pojí i další pomůcka, která může výrazně zvýšit produktivitu a spokojenost zaměstnanců firmy. Jedním z největších problémů, se kterým se musí společnosti každodenně potýkat, je značná únava pracovníků. S únavou je neodmyslitelně spjatá ztráta koncentrace, nižší výkonnost a prakticky nulové nadšení z práce, tedy projevy, které ani pořádný šálek kávy

► pokračování ze str. 4

To je z důvodu zvláštní povahy subjektů, jako jsou veřejné nemocnice, které jsou z velké části financovány prostřednictvím úhrady ze systémů sociálního zabezpečení. Standardní 30denní lhůta bude platit i ve vztazích mezi podnikateli, nicméně pokud se podnikatelé mezi sebou dohodnou, bude možné jít až na 60denní platební lhůtu. Lhůta může být prodloužena i na více než 60 dnů, a to pokud to bude ve smlouvě „výslovně“

nevyřeší. Hlavním viníkem v takových případech přitom může být příliš tvrdá podlaha, která zvláště ve výrobních podnicích nepřiměřeně ohrožuje zdraví zaměstnanců.

„Důsledky tvrdé podlahy citelně zasáhnou nejdříve chodidla,“ upozornila na následky použití podlah s vysokou tvrdostí Martina Lebedová: „Únava však prostupuje mnohem hlouběji do těla a postihuje i stehna, kolena a krční obratle. Postupem času svaly stále více oslabují, a mohou se tak vytvořit velmi nepříjemné potíže s křečovými žilami. Tvrdá podlaha působí také na páteř, ramena a krk, kde působí ztuhlost a napětí. Samotné potíže svalů a kostí představují až 50 % všech pracovních onemocnění, kterými například jen v Evropě trpí na 40 milionů pracujících.“

Situace se dá řešit jednoduchou instalací protiúnavových rohoží. Ty nejenom tlumí nárazy při chůzi, díky čemuž šetří běžně velmi namáhané klouby, ale také účinně rozkládají tlak na větší plochu chodidla. Místo několika extrémně zatížených bodů se tak zátěž rovnoměrně rozprostře na větší obsah a lépe se pak přenáší i do zbylých částí těla. Práce je potom mnohem pohodlnější a značně se redukuje rizika zdravotních onemoc-

mezi věřitelem a dlužníkem dohodnuto a za předpokladu, že se nebude jednat o „hrubě nespravedlivé“ jednání vůči věřiteli. Zákonná úroková sazba z prodlení bude stanovena ve výši referenční sazby plus nejméně 8 %. Věřitel je rovněž oprávněn obdržet od dlužníka pevnou částku ve výši 40 euro jako náhradu nákladů spojených s vymáháním. Období pro ověření, zda jsou výrobky nebo služby v souladu se smluvními podmínkami, je stanoveno na 30 dní. Tato lhůta může

91 % všech dopadajících paprsků, aniž by docházelo k jejich nepříjemnému odrazení na okolní budovy. Fólie navíc snižuje přirozený výhled, takže pocit otevřeného prostoru, na rozdíl od použití žaluzií a jiných stínících prostředků, zůstává zachován. Pomocí instalované fólie je také možné snížit únik tepla až o 30 % a výrazně tak ušetřit za vytápění objektů, nebo například zabezpečit okna i prosklené dveře proti rozbití a násilnému vniknutí.

3M v číslech:

- Celosvětový prodej: 23, 123 miliard USD
- Zastoupení ve více než 65 zemích – 35 poboček s výrobními závody, 35 laboratoří
- Výrobky 3M se prodávají ve 200 zemích světa
- Více než 75 000 zaměstnanců celosvětově – tým 6 700 výzkumníků, z toho 3 400 v USA, v Česku se jedná o 100 zaměstnanců
- 145 výrobních závodů po celém světě
- 169 míst s obchodním zastoupením po celém světě, v České republice v Praze
- V České republice prodej 1,145 miliard Kč (2008)

www.3m.cz

nout členské státy v Radě. Nová směrnice vstoupí v platnost 20 dní po jeho zveřejnění v Úředním věstníku EU. Členské státy budou mít dva roky na zavedení nových opatření. Nicméně již od ledna 2011 budou moci začít s převáděním těchto opatření do svých vnitrostátních právních předpisů.

Alena Vlačihová,
zástupce ředitele CEBRE – České podnikatelské reprezentace při EU
(podporováno CzechTrade)

Globální oživení způsobí rozvíjející se ekonomiky

Rozvíjející se ekonomiky pokračující v silném růstu zůstávají oporou globální ekonomiky, zatímco většina vyspělého světa čelí vysoké nezaměstnanosti a propadu spotřebitelské poptávky. To jsou jen některé ze závěrů nejnovější zprávy makroekonomického týmu PwC, který letos očekává růst globální ekonomiky o 3,5%, v roce 2011 pak o 3,1%.

Studie ukazuje na mezeru výkonnosti mezi rozvíjejícím se a vyspělým světem. Zatímco Čína a Indie by měly letos i příští rok pokračovat v impozantních růstech – Čína letos podle našich odhadů o 9,6% a příští rok 9,3% a Indie letos 8,6% a v roce 2011 o 8,5% – vyspělé ekonomiky při-

nesou zcela jiný obrázek. Americká ekonomika se pomalu vrací k růstu navzdory vysoké nezaměstnanosti a přetrvávajícím obavám z deflace. Mnohé ekonomiky eurozóny se budou dostávat z recese pomalu a bolestně. Vysoká míra nezaměstnanosti a úspěšná opatření jim srážejí růstové vyhlídky. Tomuto trendu výrazně vzdoruje německá ekonomika, kde pro letošní rok očekáváme růst HDP o 3,3% – více než dvojnásobek oproti očekáváním pro celou eurozónu.

„Německo je největším obchodním partnerem České republiky a jeho vyhlídky pro letošní rok dávají tušit, že by se i naši ekonomice mohlo v letošním a příštím roce

dařit lépe. Letos očekáváme, že by HDP České republiky mohlo vzrůst o 1,7%, v příštím roce o 2,1% a v roce 2012 by se tempo růstu naší ekonomiky mohlo přiblížit 4%. Výkonnost našich odběratelů v zahraničí a reformní odhodlání české vlády v tom budou hrát klíčovou roli.

Mezi podnikateli a manažery významných českých podniků pozorujeme opatrný optimizmus. Naše průzkumy ukazují, že více než polovina tuzemských firem by měla mít letos vyšší tržby než před rokem. Pro následující roky jsou ještě optimističtější,“ řekl Jiří Moser, řídící partner, PwC Česká republika.

(tz)

NEZAPOMEŇTE NA KNIHU



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



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



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

Logo

David Airey

Přední světový grafik specializující se na tvorbu log právě to nejcennější – praktické rady získané bohatou zkušeností – sesbíral a hutnou čtivou formou přehledně tematicky uspořádal do knižní podoby.

Talent nerozhoduje

Geoff Colvin

Vědecké výzkumy nepotvrzují domněnku, že zvláštní přirozený talent je podmínkou úspěchu. Za úspěchem těch nejlepších totiž stojí zvláštní druh úsilí, kterému Colvin říká „promyšlené cvičení“.

Cash Flow

Jaroslav Sedláček

Kniha je praktickým průvodcem, který vás krok za krokem a na řadě praktických příkladů naučí nejen problematice rozumět, ale také ji v praxi zvládat. Ovládnete metody řízení a sledování cash flow, jeho ovlivňování a predikce.

Proč muži myslí tak, jak myslí, a proč jednájí jinak než ženy

Louann Brizendine

Autorka je lékařka v oboru neuropsychiatrie, a čtivým způsobem vás seznámí s tajemstvím mužského mozku. Jak mužské hormony působí na mozkovou činnost a jak zase mozek ovlivňuje tvorbu hormonů, a proč se to vše promítá v chování muže.

► pokračování ze str. 6

Podle slov Zdeňka Coubala, předsedy představenstva STROSu, je starost o trvalé doplňování řad zaměstnanců novými odborníky od konstrukce přes výrobu až po obchod důležitou prioritou. „Chtít hned hotové a všestranně připravené pracovníky je nereálné. Tady se osvědčuje spíše kombinace dobrého výběru schopných lidí s jejich úspěšným začleněním do pracovního kolektivu a rychlou adaptací. A protože si u nás lidé uvědomují, že především na nich, na jejich odborných znalostech a schopnostech stojí a padá úspěšnost či nezdar firmy, nemáme zde problémy“.

Krise se však nevyhnula ani STROSu. Zasažla jej dosti citelně. „Naše loňské tržby se vlivem krize ve stavebnictví ve světě propadly o více než 40%“, vzpomíná ředitel Ladislav Filip. „Dokonce jsem musel předstoupit před zaměstnance a oznámit dočasné 25% snížení mezd pro udržení pracovních míst. Pochopili to. Hledali jsme současně další možnosti odbytu, oslovovali investory a dodavatele velkých staveb ve světě a dnes se nám již dýchá mnohem lépe.“

Organizační kultura a její změna

Lukášová Růžena

Moderní publikace se komplexně věnuje problematice organizační kultury, která výrazně ovlivňuje dlouhodobou úspěšnost každé organizace a je jedním z nejvýznamnějších témat současného podnikového řízení. Kniha je určena zejména personalistům a manažerům v praxi a studentům vysokých škol a MBA studií.

Jak nebýt perfektní, ale úspěšný

Janson Simone

Dočtete se, proč perfekcionismus není žádoucí, ale je důležitější si správně určit priority, co je dostatečně dobré, jak se vyvarovat stresu a nebát se chyb, proč si věci nekomplikovat nebo jak nejlépe využít čas. Pochopíte, proč se z pilné včeličky nikdy nestane královna a proč je lepší lžít po kariéram nežbříčku než se točit v kolotoči pro křečka.

Uvědom si svůj strach a překonej ho

Jeffers Susan

Ať už máte obavy z čehokoli, tato kniha vám pomůže jim porozumět a vypořádat se s nimi jednou provždy. Naleznete v ní techniky a způsoby, které již pomohly bezpočtu lidem svůj vnitřní strach ovládnout a posunout se v životě kupředu.

Efektivní komunikace pro manažery

PhDr. Jiřincová Božena

Získejte nejen praktický návod, ale i vysvětlení, na jakých základech komunikace stojí. Renomovaná česká autorka prezentuje komunikační dovednosti na konkrétních činnostech manažera, tedy na modelových situacích, ve kterých se vedoucí pracovník ocitá každý den. Publikace může sloužit také jako manuál pro řešení určitých komunikačních situací, obsahuje doporučení, jak v takových situacích jednat a obstát před svými podřízenými.

Půlstoletí v životě firmy je významnou etapou. Pro STROS – Sedláčské strojírny, a. s. je to současně příležitost k malému ohlédnutí za uplynulými desetiletími, ovšem za nejdůležitější zde považují budoucnost. Ta našťástí není založena na předpovědích sudíček. Ovlivňují ji lidé, kteří tuto budoucnost spojili s perspektivami svého života. Každý z nich přispívá svým dílem a to je nejdůležitějším předpokladem, aby se firma na světové špičce v oboru udržela i nadále a její manažeré pohlíželi ještě dál.

Jiří Novotný ☞

www.stros.cz

NAŠE KAVÁRNA

UniCredit Leasing CZ změnil představenstvo

Ing. Jiřího Matulu nahradil na pozici předsedy představenstva dosavadní místopředseda Ing. Jaroslav Jaroměřský, který se rovněž stal novým generálním ředitelem UniCredit Leasing CZ. Nově jmenovanými členy představenstva se stali Ing. Renata Nováková, která převezme zodpovědnost za oblasti Finance a Operations, a Ing. Karel Nováček zodpovídající za Řízení rizik.

Bosch Termotechnika: změny ve vedení

Vedoucím obchodní divize Junkers a Dakon pro Českou republiku byl k 1. říjnu jmenován Peter Vrablec. Luboš Morávek nastupuje na nově zřizovanou pozici regionálního produktového manažera Bosch Thermotechnik GmbH pro region střední a východní Evropy včetně Ruska a bývalých sovětských států. Bosch potvrzuje rostoucí potenciál regionu střední a východní Evropy i svou expanzi na tyto trhy.

Novým řídícím partnerem KPMG Jan Žůrek

Řídícím partnerem KPMG v České republice byl jmenován Jan Žůrek, jeden ze zakladatelů české kanceláře celosvětové sítě poradenských společností KPMG, který ve společnosti působí již od roku 1990. Na pozici řídícího partnera střídá Františka Dostálka. Ten společnost vedl od roku 2001 a nadále bude působit na pozici předsedy a výkonného ředitele KPMG střední a východní Evropa.

(tz)

SPONZORING, CHARITA, POMOC

Staropramen pomáhal v Toulcově dvoře

V rámci akce s názvem Community Day, aneb Den, kdy pomáháme, strávili zaměstnanci společnosti Pivovary Staropramen a. s. celý den prací v areálu Toulcova dvora v Praze 10. Areál je střediskem ekologické výchovy hl. m. Prahy a slouží pro praktickou aplikaci ekologické výchovy a zvyšování ekologické informovanosti. Aktivita, která je součástí firemního společensko-odpovědnostního programu společnosti Pivovary Staropramen, měla za cíl pomoci skrze odvedenou práci svých zaměstnanců podpořit toto středisko.

LEGO NAŠÍ LEGISLATIVY

Pozor na houpací žirafu

Česká obchodní inspekce zjistila, že se na českém trhu vyskytuje výrobek, který hlavně pro děti představuje vážné riziko. Jedná se o Žirafu houpací pocházející z Číny. V souvislosti s vánočními nákupy je to více než aktuální. Tento výrobek nesplňuje požadavky na bezpečnost a při manipulaci s ním může dojít k poškození zdraví.

Vzhledem k technickému řešení krku, který je měkce cpaný bez výztuže, dochází k tomu, že se

► pokračování ze str. 3

A dále environmentální odpovědnost k životnímu prostředí a regionální odpovědnost podporou kultury, sportu, vzdělávání či zdravotních a sociálních služeb v kraji, a vybrat z nich vítěze, který si v tomto ohledu vedl nejlépe. Začali jsme pilotním projektem ve spolupráci s Krajským úřadem Moravskoslezského kraje nazvaným Cena hejtmana za společenskou odpovědnost. První ročník Ceny hejtmana se uskutečnil v tomto kraji ve spolupráci s Radou kvality v roce 2009 a měl v kraji značný ohlas a společenský úspěch. Závěry z hodnocení tohoto ročníku byly

při zhoubnutí ohýbá. Uživatel tak nezůstává při houpání mezi krajními body oblouku.

Při běžném a předpokládaném způsobu užití výrobku je možné, že nastane situace, při které může dojít k pádu dítěte z hračky a následnému zranění.

„Česká obchodní inspekce proto zakázala prodej uvedených výrobků a následně distributor přijal opatření, na základě kterého stáhnul předmětný výrobek z trhu,“ uvedl Ing. Jan Štěpánek ústřední ředitel České obchodní inspekce.

(tz)

promítnuty do zásad „typového projektu“ soutěže, které byly poskytnuty všem krajům v republice. Pohříchu je nutno říci, že tento projekt se zatím nesetkal v ostatních krajích s větší podporou, takže v letošním roce probíhá soutěž opět pouze v Moravskoslezském kraji. Nicméně víme, že kraje žily ve víru volebního roku a měly spoustu jiných starostí. V současné době máme na projekt Ceny hejtmana v CSR další pozitivní reakci ze Středočeského kraje, takže jsme do budoucna optimisti.

JUDr. Ing. Robert Szurman,
předseda Rady kvality ČR

SOUTĚŽ

Vyhodnocení čtenářské soutěže

V čtenářské soutěži Logitech uveřejněné v říjnovém vydání Prosperity zněla správná odpověď takto:



Reproduktor Logitech Laptop Speaker Z205 je napájen prostřednictvím USB kabelu.

Ze správných odpovědí vybral los Ing. Vladimíra Čermáka z Prahy 4, kterému blahopřejeme a jako výhru posíláme zmíněný reproduktor Logitech LS Z205.

Argumenty jsou jasné: stavební spoření je dnes stabilizačním faktorem naší ekonomiky

Příjem státního rozpočtu ze stavebního spoření je vyšší než jeho výdaje

Stavební spoření přináší do veřejných rozpočtů dodatečné peníze a v posledních dvou letech jsou v tomto směru příjmy státního rozpočtu vyšší než jeho výdaje. K takovým závěrům dochází aktuální Studie efektů stavebního spoření pro ekonomiku a stát společnosti NextFinance.

Studii prezentoval pro média koncem října 2010 v Praze hlavní ekonom společnosti NextFinance Ing. Vladimír Pikora, Ph.D.

S odkazem na více než osmdesátileté úspěšné fungování stavebního spoření na trzích v Evropě zdůraznil, že stavební spořitelny vždy vnesly do vznikajícího a nestabilního bankovního prostředí dávku jistoty, transparentnosti a díky státní podpoře i předpoklad solidního výnosu.

Dokumentoval přitom, že se stavební spoření se svou úvěrovou nabídkou stalo pilířem financování bytových potřeb obyvatel České republiky. Celkový stav poskytnutých úvěrů stále roste a statistiky dokládají, že jedna státem investovaná miliarda korun vedla k poskytnutí překlenovacích úvěrů ve výši necelých 4,95 miliardy korun.

Významným multiplikačním efektem je podpora růstu zaměstnanosti. Jedna miliarda korun státní podpory podpoří vznik zhruba 251 pracovních míst v bytové výstavbě. Vezme-li se v úvahu celková státní podpora v roce 2009, pak vloni pomohla nalézt zhruba 3329 zájemcům uplatnění ve stavebnictví.

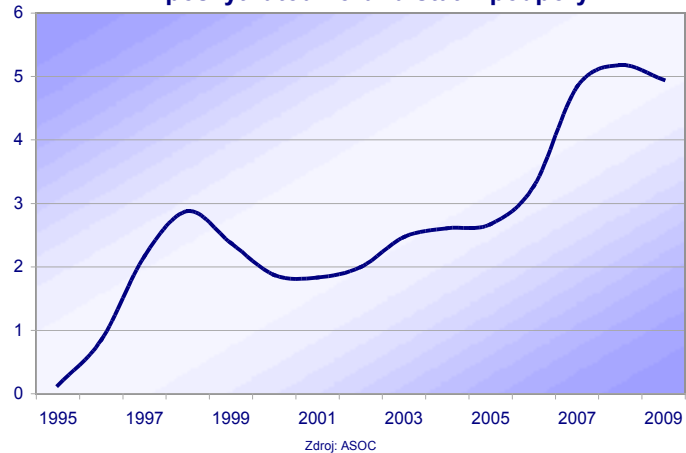
Podíl státní podpory na celkových výdajích státního rozpočtu od roku 2004 konstantně klesá. Hlavní ekonom NextFinance v této souvislosti uvedl, že v posledních dvou letech stát již na stavebním spoření vydělal. Jedna investovaná miliarda korun do státního rozpočtu přinesla 1,1 miliardy korun. Zdůraznil přitom, že čím větší objem státní podpory, tím větší tvorba nově poskytnutých úvěrů a tím účinnější multiplikač-

ní efekt a vyšší příjem do státního rozpočtu.

Českomoravskou stavební spořitelnu na setkání s médii reprezentoval místopředseda představenstva ČMSS Manfred Koller. V návaznosti na prezentaci studie efektů stavebního spoření pro ekonomiku a stát zodpověděl řadu dotazů médií na současnou a budoucí výhodnost stavebního spoření.

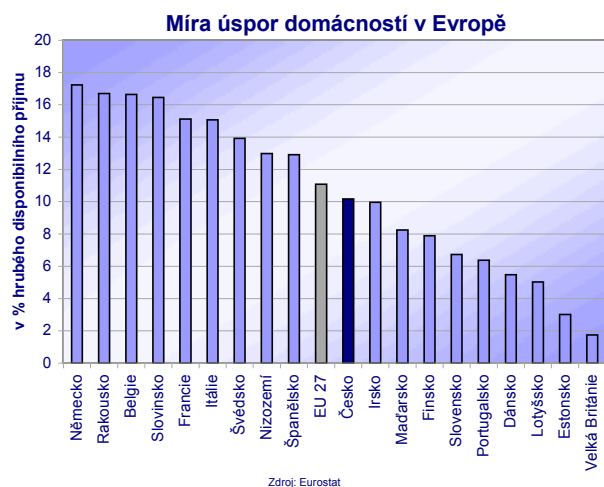
Místopředseda představenstva ČMSS také zdůraznil, že stavební spoření plní přesně to, co po něm zákonodárci od počátku požadovali: významně se podílí na financování bydlení. Úvěry stavebních spořitelen se od roku 1993 spolupodílely na finan-

Výše úvěru ze stavebního spoření na poskytnutou korunu státní podpory

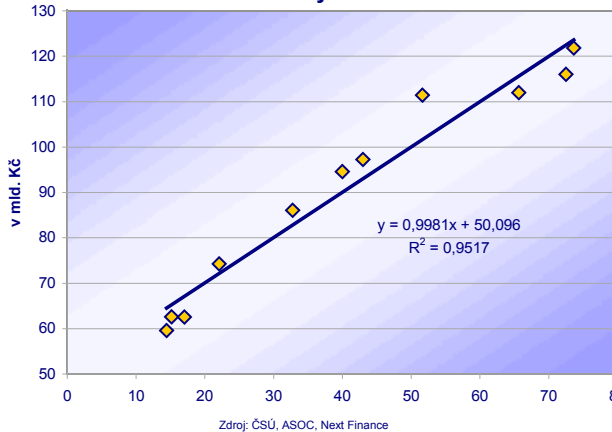


cování 43 % nově postavených bytů. Samotná ČMSS poskytla do současnosti lidem na jejich bytové potřeby úvěry v objemu téměř 240 miliard korun.

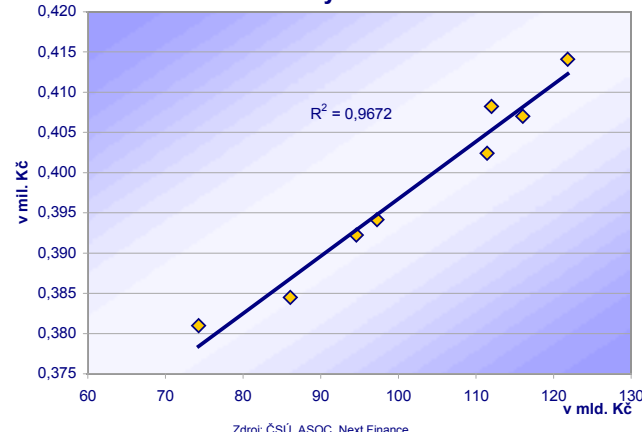
(tz)



Závislost bytové výstavby na poskytnutých celkových úvěrech



Závislost počtu zaměstnanců na bytové výstavbě



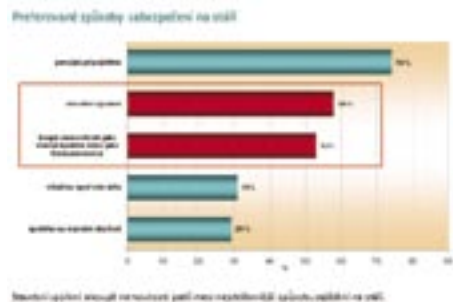
Pro mnoho lidí je stavební spoření již dnes důležitým nástrojem zabezpečení na stáří

Již dnes využívají lidé stavební spoření ve velké míře jako spoření na stáří. Potvrzují to sami klienti v komunikaci s finančními poradci Českomoravské stavební spořitelny a obdobně to dokládají závěry výzkumu Zajištění na stáří, který v tomto roce realizovala agentura AVVM. Za nejvýhodnější nástroj zabezpečení na stáří pokládá stavební spoření 58 % jeho účastníků.

Na prvním místě mezi produkty a nástroji pro zajištění životní úrovně po odchodu do penze figuruje penzijní připojištění. Druhá příčka v žebříčku nejvýhodnějších nástrojů pro zabezpečení na stáří patří stavebnímu spoření. Závěry výzkumu potvrzují ještě jednu důležitou skutečnost: stále více lidí počítá ve svém zabezpečení na stáří s vlastním bydlením. Tomuto nástroji

patří v žebříčku výhodnosti třetí místo. Lidé si totiž uvědomují, že vlastní střecha nad hlavou jim zvyšuje finanční možnosti o ušetřené náklady za nájemné. Navíc vlastní nemovitost mohou v případě potřeby také pronajmout či prodat.

Aktuální nabídka ČMSS pro zajištění na stáří



Většina lidí neočekává, že by jim státní důchodový systém mohl zajistit ve stáří životní úroveň srovnatelnou s jejich současnou situací. Více než 60 % lidí počítá s tím, že se budou muset na stáří alespoň částečně zajistit dalšími svými příjmy.

Z uvedených důvodů se setkává s velkým zájmem veřejnosti finanční program Liška plus, který uvedla ČMSS na trh již v roce 2007. Kombinuje výhody stavebního spoření od Lišky s výhodami penzijního připojištění ČSOB Penzijních fondů. Finanční program Liška plus vytváří jeho účastníkům atraktivní podmínky pro tvorbu finanční rezervy a současně jim otevírá dveře k úvěru ze stavebního spoření s garantovanou nízkou a neměnnou úrokovou sazbou.

V rámci programu Liška plus, ale i samostatně mimo něj mohou zájemci v období od 1. září 2010 do 30. listopadu 2010 s uzavřením penzijního připojištění získat od ČSOB Penzijního fondu Stabilita nebo Progres bonus ve výši 500 Kč. Klientům, kteří v uvedeném období uzavřou smlouvu o penzijním připojištění, se vznikem nejpozději do 30. 6. 2011, s vlastním měsíčním příspěvkem ve výši alespoň 500 Kč a kteří uhradí tento příspěvek minimálně 60krát od měsíce vzniku smlouvy, připiše penzijní fond bonus 500 Kč.

Odbytová síť ČMSS patří mezi největší zprostředkovatele penzijního připojištění v České republice.

(tz)

Nabídka ČMSS přináší atraktivní zvýhodnění novým i stávajícím klientům

A ke každé smlouvě z nabídky ČMSS zajišťujeme vánoční dárek.

Českomoravská stavební spořitelna reagovala na aktuální proměny trhu a vstoupila do závěru roku s nabídkou přinášející novým i stávajícím klientům jedinečné zvýhodnění: smlouvu zdarma + finanční prémii navíc.

Stavební spoření je i nadále produktem výhodným a maximálně bezpečným. V kombinaci výnosu, úvěrových předností a maximální bezpečnosti vkladů nenabízí trh lepší, ani srovnatelné alternativní řešení. Aktuální nabídka ČMSS klientské výhody tohoto produktu zvýrazňuje.

Nově uzavřená smlouva = smlouva zdarma + finanční prémie

V případě vůbec první klientovy smlouvy u ČMSS činí do konce tohoto roku celkové zvýhodnění až 3000 korun. Smlouvu do cílové

částky 150 000 korun pořídí zdarma, což zajistí prémii 1500 Kč. A vloží-li na smlouvu do konce roku ještě jednorázový vklad až 20 000 korun, tak získá dalších až 1500 korun v podobě finanční prémie.

Na stejné zvýhodnění přitom dosáhne i klient, který ukončil smlouvu o stavebním spoření u ČMSS před rokem 2009 a neměl v období od 1. 1. 2009 u ČMSS smlouvu o stavebním spoření či smlouvu o překlenovacím úvěru/úvěru ze stavebního spoření.

Následná smlouva = smlouva zdarma + finanční prémie

Smlouvu zdarma s premií až 1500 korun a další, finanční premii 1500 korun může získat i klient, který s ČMSS uzavře následnou smlouvu. Učiní-li tak do 30. 11. 2010 a na vkladový účet vloží do 31. 12. 2010 jednorázový vklad 70 000 korun, může získat celkem 3000 korun.

Zvýšení cílové částky = smlouva zdarma + finanční prémie

Rozhodne-li se klient pro zvýšení cílové částky u stávající smlouvy a učiní tak do 30. 11. 2010, získává toto zvýšení díky premií až 1500 korun zdarma. A vloží-li do 31. 12. 2010 na vkladový účet jednorázově 20 000 korun, získává další finanční premii 1500 korun.

Premie k finančnímu programu Liška plus až 1500 Kč

Uzavře-li klient v období od 1. 10. 2010 do 31. 12. 2010 a ve stejný den v rámci finančního programu Liška plus prvotní nebo následnou smlouvu o stavebním spoření a smlouvu o penzijním připojištění ČSOB včetně převodu stávající smlouvy, může získat na stavební spoření premií až 1500 korun. Výše prémie odpovídá 50% úhradě za uzavření smlouvy o stavebním spoření při cílové částce 300 tisíc korun.

Samozřejmě je v období od 15. 10. 2010 do 31. 12. 2010 tradiční dárek ke každému produktu z nabídky ČMSS. Stačí využít jeden z produktů a klient získá vánoční balíček od Lišky se dvěma archy vánočního papíru, vánočními pohlednicemi a jmenovkami k dárkům.

Pro návštěvníky obchodních center po celé republice připravila ČMSS na období od 15. října 2010 do 4. prosince 2010 akci „Blýskněte se s Liškou“. Každý její účastník získá pozoruhodný fotoportrét a může se také zúčastnit soutěže o 50 fotoaparátů Sony.

Smlouvu o stavebním spoření od Lišky včetně programu Liška plus mohou zájemci uzavřít na všech místech obchodní sítě ČMSS. Jejím základem a nosným pilířem je 2900 zkušených finančních poradců ČMSS, kteří jsou připraveni poskytnout poradenský servis v místě a termínu dle přání a možností každého zájemce.

(tz) ⇨